

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Akselerasi ekonomi bertumbuh begitu pesat menciptakan persaingan yang semakin ketat di semua sektor industri. Perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan mengoptimalkan segala aspek operasionalnya untuk dapat mencapai keunggulan yang kompetitif. Satu komponen penting yang menjadi perhatian utama adalah *Supply Chain Management* (SCM). SCM merupakan sistem manajemen aliran barang serta seluruh kegiatan produksi yang dimulai dari bahan baku mentah hingga pengiriman barang ke konsumen. Menurut Afdhal dkk (2023) Manajemen yang efektif dalam rantai pasok dapat meningkatkan produktivitas operasional sampai akhirnya meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu, *Supply Chain Strategy* (SCS) juga sangat penting dalam mengatur strategi pengelolaan sumber daya dari awal hingga akhir. Strategi ini harus sesuai dengan tujuan perusahaan agar dapat mendukung pencapaian keunggulan bersaing (Huda dan Syahrudin, 2023).

PT. Ajinomoto Indonesia–Mojokerto Factory bergerak dalam industri produksi bumbu penyedap masakan. Perusahaan ini dibangun pada tahun 1970 yang awalnya hanya memproduksi *Monosodium Glutamat* (MSG) kemudian meluncurkan produk baru seperti Masako, Sajiku dan Mayumi. Masako merupakan produk yang sangat familiar di Masyarakat yang memiliki 3 varian rasa yakni rasa ayam, sapi dan jamur dengan ukuran kemasan mulai dari 9 gram, 100 gram, 130 gram hingga 250 gram.

Melalui hasil pengamatan dan wawancara, PT. Ajinomoto Indonesia–Mojokerto Factory menghadapi permasalahan berupa persaingan antar perusahaan pada industri bumbu penyedap masakan produk Masako. Hal tersebut mempengaruhi jumlah permintaan produk di pasaran sehingga perusahaan sering mengalami kesulitan dalam menghadapi ketidakpastian permintaan dan membuat perencanaan produksi tidak optimal. Akibatnya, perusahaan menjadi kehilangan kesempatan untuk bersaing dengan kompetitor lain. Merek terkemuka yang memiliki kinerja yang luar biasa di pasar Indonesia menerima penghargaan Top Brand Award. Popularitas dan tingginya minat konsumen terhadap merek-merek terkenal dapat dilihat dari data di bawah.

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Bumbu Penyedap

Rank	Nama Brand	2020	2021	2022	2023	2024
1	Royco	40.8%	40.9%	44.9%	43%	36.8%
2	Masako	24.8%	24.6%	21.6%	22.4%	29.3%

Sumber : Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Dari data yang tersaji, persentase Masako cenderung berfluktuasi atau naik turun setiap tahunnya. Masako masih belum bisa menandingi Royco untuk menduduki peringkat teratas. Konsumen mempertimbangkan citra merek barang sebelum membeli. Pada tahun 2020 diberitakan isu palsu bahwa Masako mengandung babi yang tentunya hal tersebut adalah hoax dan telah diklarifikasi langsung oleh MUI. Namun, informasi dari berita tersebut telah mencemari *brand image* dari Masako yang tentunya mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan mengakibatkan penurunan volume penjualan.

Untuk mengevaluasi seluruh penyebab yang dapat berpengaruh dengan persaingan dan kinerja maka, dilakukan analisis menggunakan PLS-SEM. PLS-SEM merupakan teknik *modeling equation struktural* yang dapat mengoptimalkan variabel endogen yang dirumuskan pada pendekatan iteratif, memaksimalkan variabel endogen yang dijelaskan (Fernanda dkk., 2022). Analisis statistik multivariat PLS dan SEM mirip dalam analisis *covariance*. PLS-SEM memiliki beberapa keunggulan dibandingkan metode SEM berbasis *covariance*. Menurut penelitian (Adi Artanto dkk., 2021) Metode PLS-SEM merupakan suatu proses analisis data yang *powerful* karena kemampuannya untuk bekerja dengan semua skala data, minimnya persyaratan asumsi, dan fleksibilitasnya dalam ukuran sampel. Adapun tahapan-tahapan metode ini terdiri dari dua pengujian. Pengujian pertama adalah pengujian ukuran model. Pengujian kedua adalah pengujian struktur model melalui pengujian dalam model atau *Inner Model Test*.

Dengan dilakukannya analisis ini diharapkan dapat digunakan sebagai landasan perusahaan dalam melakukan evaluasi terhadap berbagai faktor kunci yang diduga berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dan untuk mengetahui pengaruh mana yang terbesar agar dapat mempertahankan dan yang kurang supaya dapat ditingkatkan agar saat terjadi permasalahan yang sama di masa depan dapat dijadikan referensi dan bahan evaluasi guna mengoptimalkan performa perusahaan dan membangun posisi kompetitif yang kuat. Temuan yang nantinya dihasilkan berfungsi sebagai referensi bagi perusahaan untuk merumuskan strategi rantai pasokan yang efektif ketika berhadapan dengan kondisi yang kompetitif di pasar industri bumbu masak dan penyedap masakan.

1.2 Perumusan Masalah

“Bagaimana pengaruh *Supply Chain Management* dan *Supply Chain Strategy* terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing di Indonesia–Mojokerto Factory?”

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian yang dilakukan hanyalah mengukur kinerja berdasarkan indikator operasional yaitu *inventory turnover* dan *order management*.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada bumbu masak produk Masako.
3. Kuesioner hanya ditujukan pada *Top Management* dan *staff* yang berpengalaman dengan *Supply Chain* yang ada pada PT. Ajinomoto Indonesia–Mojokerto Factory.

1.4 Asumsi

1. Selama periode penelitian, aktivitas SCM berjalan stabil dan tidak mengalami perubahan signifikan.
2. Responden bersedia menjawab seluruh pertanyaan dengan sejujur-jujurnya tanpa adanya paksaan.
3. Tidak ada penambahan karyawan pada saat penelitian berlangsung.

1.5 Tujuan

Untuk mengetahui pengaruh *Supply Chain Management* dan *Supply Chain Strategy* terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing di PT. Ajinomoto Indonesia–Mojokerto Factory.

1.6 Manfaat Penelitian

a) Teoritis

1. Dengan adanya penelitian ini, dapat dilakukan sebagai bahan belajar dan memperoleh pengalaman serta mengaplikasikan teori yang telah didapatkan di perkuliahan yaitu *Partial Least Square* (PLS) dengan masalah berbeda.
2. Dengan adanya penelitian ini, dapat menambah kepustakaan universitas serta untuk mengevaluasi kemampuan dalam menghubungkan teori-teori perkuliahan dengan tantangan praktis yang dihadapi perusahaan.

b) Praktis

1. Penelitian ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi bagian-bagian yang perlu diperbaiki dalam penerapan SCM dan SCS, sehingga dapat meningkatkan kinerja Perusahaan secara keseluruhan.
2. Penelitian ini dapat membantu manajemen PT. Ajinomoto Indonesia–Mojokerto Factory dalam mengambil keputusan strategis terkait investasi dalam SCM dan SCS.

3. Penelitian ini dapat menyampaikan berbagai informasi tentang SCM dan SCS dalam berkontribusi terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing, serta mengidentifikasi area yang memerlukan perhatian khusus untuk meningkatkan efektivitas kinerja.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab ini digunakan sebagai pengantar, yang secara luas digunakan untuk menyempurnakan proposal penelitian. Di dalamnya dibahas diantaranya yaitu permasalahan sampai cara penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Sebagai suatu landasan yang teoretis, pada bab ini menyajikan penjelasan yang mendalam dan komprehensif mengenai konsep-konsep penelitian. Teori-teori yang mendukung pengolahan dan menganalisis bagaimana SCM dan SCS memengaruhi kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Sebagai gambaran lengkap tentang metode yang digunakan akan di bahas disini, termasuk penentuan jadwal dan lokasi, dan pengolahan data, serta kerangka pemecahan yang divisualisasikan dalam bentuk flowchart dan dijelaskan secara rinci.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Data telah diperoleh kemudian dianalisis sesuai metode sebelumnya. Hal ini untuk memperoleh informasi akurat untuk menjawab pertanyaan penelitian. Evaluasi data dilakukan untuk memastikan bahwa hasil analisis valid dan dapat dipercaya. Bab ini juga akan menyajikan interpretasi dari hasil analisis data, serta implikasi dari temuan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran pada temuan di penelitian ini akan dibahas di sini melalui hasil pengolahan data dari analisis yang telah dilakukan, beberapa diskusi rekomendasi untuk penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN