

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Gambaran umum objek penelitian**

Usaha Kecil Menengah atau disebut juga UKM menurut undang-undang nomor 20 tahun 2008 dibagi menjadi kecil dan menengah. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Sedangkan usaha menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Sedangkan menurut Kementerian Keuangan Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994 bahwa usaha kecil sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan atau usaha yang mempunyai penjualan atau omset per tahun setinggi-tingginya Rp. 600.000.000 atau asset (aktiva) setinggi-tingginya Rp.600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang

ditempati ). Contohnya Firma, CV, PT, dan Koperasi yakni dalam bentuk badan usaha. Sedangkan contoh dalam bentuk perorangan antara lain pengrajin industri rumah tangga, peternak, nelayan, pedagang barang dan jasa dan yang lainnya. Usaha kecil menengah dibidang kuliner merupakan salah satu usaha yang mengambil jumlah terbesar diantara yang lainnya yaitu sebesar 25% dari total seluruh UKM di Jawa Barat. Usaha Kecil menengah di bidang kuliner sendiri adalah segala jenis usahayang bergerak di bidang pengolahan makanan dan minuman. Di Kota Bandung terdapat sebanyak 1357 jumlah UKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman olahan. Jenis Kuliner yang ditekuni terdiri dari berbagai macam dari mulai restoran, warung nasi, kue basah dan kue kering, dan juga makanan tradisional.

## **1.2 Latar Belakang**

*Supply Chain Management* (SCM) merupakan suatu disadari bagi pada perusahaan dengan skala yang besar namun belum disadari oleh para perusahaan kecil menengah (Thoo *et al.*, 2012).. SCM merupakan suatu sistem yang mengatur segala proses yang ada dari hulu ke hilir. *Supply Chain Management* mengatur segalanya mulai dari proses produksi, distribusi, penyimpanan, pengiriman, alur keuangan dan juga penjualan produk tersebut sampai ketangan konsumen. Aktivitas yang dilakukan juga berada pada sektor manufaktur, *retailer*, *distributor*, gudang tempat penyimpanan, hingga ke toko-toko tempat disalurkankannya barang kepada konsumen (Chopra, 2016:1). Tujuan strategis jangka pendek dari SCM adalah untuk mengurangi waktu siklus dan persediaan dan dengan demikian meningkatkan produktivitas, sedangkan tujuan jangka panjang adalah untuk meningkatkan keuntungan melalui pangsa pasar dan kepuasan pelanggan (Tan, 2002). Manfaat potensial termasuk layanan peningkatan pelanggan dan daya tanggap, meningkatkan komunikasi rantai pasokan, pengurangan risiko, mengurangi proses waktu siklus pengembangan produk, pengurangan duplikasi proses antar-organisasi, pengurangan persediaan dan perbaikan perdagangan elektronik (Meehan and Muir, 2008).

Unit usaha kecil menengah (UKM) merupakan salah satu hal yang sangat diperhatikan dimasa sekarang ini. Dibeberapa negara yang memiliki perindustrian, Usaha Kecil Menengah merupakan salah satu tulang punggung perekonomian negara-negara tersebut (Thoo *et al.*, 2012). Salah satunya adalah negara kita Indonesia. Dimana pada saat ini UKM sudah mulai banyak diberbagai daerah di Indonesia. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2014 menunjukkan Provinsi Jawa Barat berada di peringkat kedua dalam jumlah dan jenis UKM per desa/kelurahan dengan jumlah total 16.405. Industri makanan dan minuman menempati posisi pertama dengan jumlah 4.023 UKM, disusul industri olahan dari kayu (3.987 UKM), industri anyaman (2.266 UKM), industri gerabah/keramik (1.828 UKM), serta industri konveksi dan tenunan (1.779 UKM).

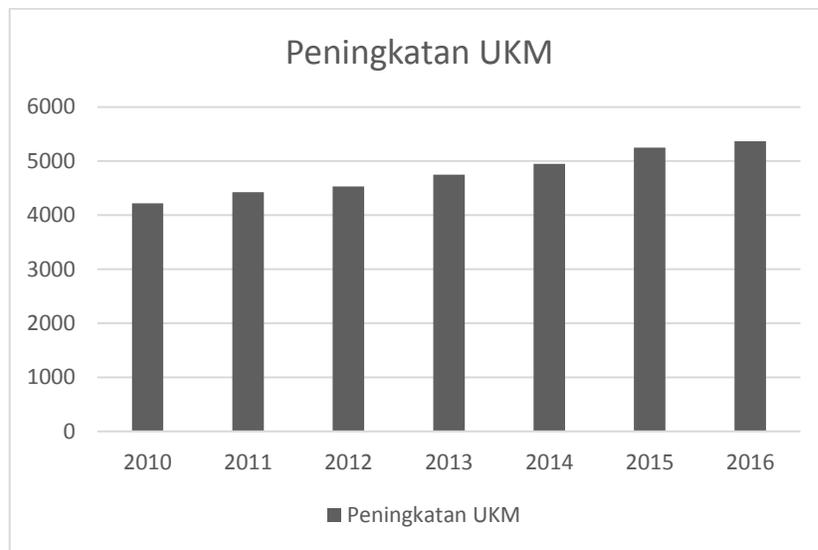
Tabel 1.1 Tingkat penyebaran jenis UKM

Jenis UKM	Jumlah
Industri Makanan dan Minuman	4.023
Industri Olahan Kayu	3.987
Industri Anyaman	2.266
Industri Gerabah	1.828
Industri Konveksi dan Tenunan	1.779

*Sumber: Badan Pusat Statistik, 2014*

Data dari BPS juga menunjukkan pertumbuhan produksi industri (*year on year*) triwulan 1 2013 UKM mengalami kenaikan di industri makanan sebesar 10,76% dan industri minuman 9,41%. Ini merupakan indikator bahwa industri makanan dan minuman yang banyak dikerjakan UKM memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Sekretaris Kementerian Koperasi dan UKM Agus Muharram (2017) menjelaskan, kementerian telah memiliki peta jalan untuk mengembangkan koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah sejak 2017 untuk lima tahun ke depan. Salah satunya adalah mendorong kontribusi usaha mikro terhadap pertumbuhan nilai PDB khusus koperasi

dan UMKM rata-rata 6,5 persen hingga 7,5 persen per tahun. “Kementerian juga akan meningkatnya daya saing usaha mikro yang ditunjukkan oleh pertumbuhan produktifitas UMKM rata-rata sebesar 5 persen hingga 7 persen per tahun” (Agus, 2017). Hal ini dapat dilihat berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM kota Bandung peningkatan pertumbuhan jumlah UKM di Kota Bandung dari tahun ke tahun terjadi kenaikan secara konsisten yaitu pada tahun 2010 jumlah UKM yang ada di bandung terdapat sebanyak 4.221 dan terakhir pada tahun 2016 telah terdapat sebanyak 5365 UKM.



Gambar 1.1 Pertumbuhan UKM Kota Bandung

*Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung*

Menghadapi persaingan yang semakin ketat UKM dinilai belum mampu menghadapi persaingan yang ada. Masalah rendahnya produktivitas UKM selama ini masih terjadi. Menurut pakar UKM di Indonesia bapak Dr. Achmad Sujadi (2014) bahwa Organisasi yang kurang profesional, pasar yang sangat kompetitif, penguasaan teknologi dan pemasaran yang lemah, serta rendahnya kualitas kewirausahaan dari para

pelaku usaha, dan juga rendahnya kekuatan tawar menawar dengan distributor maupun pemasok adalah beberapa kendala yang dihadapi UKM.

Menurut Thoo *et al* (2012) faktor-faktor internal yang ada dalam setiap UKM tersebut dari mulai pengadaan, distribusi, sumber daya manusia, *cash flow*, atau dengan kata lain SCM yang menjadi hal yang harus sangat diperhatikan. Dalam hal ini tidak tumbuhnya UKM adalah dikarenakan belum meratanya penerapan SCM pada UKM, sedangkan menurut Thoo *et al* (2012) bahwa sebuah SCM pada suatu perusahaan merupakan sebuah kunci dalam persaingan di pasar karena SCM akan dapat menghasilkan hubungan yang kuat antar rantai pasok yang ada dan juga dengan konsumen. Karakteristik struktur organisasi yang datar dan bersifat fleksibel membuat UKM dapat diposisikan dengan baik untuk menerima perubahan dan menerapkan manajemen perubahan ketika mereka mulai menerapkan SCM (Thoo *et al.*, 2012). Menurut Chopra (2016:5) bahwa *design*, perencanaan, dan penerapan supply chain merupakan salah satu kunci yang paling penting bagi suatu perusahaan dalam menentukan apakah perusahaan tersebut akan sukses atau pun gagal. Oleh karena itu manajemen yang baik menjadi kunci karena persaingan yang sangat ketat pengelolaan harus sangat baik, sehingga efek resiko dari persaingan dapat diatasi dengan baik. Jika SCM yang dilakukan telah sangat baik maka tidak dapat diabaikan tidak hanya dengan para UKM lainnya pula persaingan dapat terjadi tetapi bisa menjadi persaingan secara global pula dengan para pelaku usaha lainnya. Karena *Supply Chain* yang akan dilakukan akan dapat berkaitan dengan para pelaku usaha lainnya, seperti pemasok bahan mentah maupun pendistribusian barang mentah maupun barang jadi ke pasar luar negeri. Tentu hal ini akan menjadi hal yang sangat perlu diperhatikan karena hal seperti proses produksi, proses pendistribusian, dan penyimpanan tidak dapat disepelekan karena hal yang terjadi dilapangan belum tentu sesuai dengan apa yang diharapkan. Terlebih untuk barang konsumsi seperti makanan yang mempunyai waktu konsumsi yang terbatas. Oleh karena hal tersebut maka dilakukan penelitian dengan

judul “**Pengaruh Penerapan *Supply Chain Management* pada Usaha Kecil Menengah dibidang kuliner di Kota Bandung terhadap *Competitive Advantage*”**”

### **1.3 Perumusan Masalah**

Dilihat dari adanya perkembangan dalam peningkatan jumlah UKM yang terdapat di Jawa Barat. UKM juga berpotensi sebagai penggerak tulang punggung bagi perekonomian di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik Industri terdapat sebanyak 16.405 UKM. Dengan data tersebut maka tingkat persaingan yang ada pada industri tersebut akan semakin ketat, apabila tidak dihadapi dengan manajemen internal yang baik maka persaingan tersebut akan terasa sulit. Salah satu dari manajemen internal yang harus diperhatikan adalah Supply Chain Management pada perusahaan tersebut, karena bagian manajemen tersebutlah yang mengatur segala sesuatu alur dari mulai hulu ke hilir.

Menurut pakar UKM di Indonesia bapak Dr. Achmad Sujadi (2014) bahwa Organisasi yang kurang profesional, pasar yang sangat kompetitif, penguasaan teknologi dan pemasaran yang lemah, serta rendahnya kualitas kewirausahaan dari para pelaku usaha, dan juga rendahnya kekuatan tawar menawar dengan distributor maupun pemasok adalah beberapa kendala yang dihadapi UKM. Hal-hal tersebut merupakan beberapa elemen dari Supply Chain Management yang buruk sehingga banyak para pengusaha yang tidak mampu melakukan persaingan terhadap para competitor yang ada sedangkan hal pendukung telah banyak dilakukan yang pada akhirnya berujung pada penutupan usaha yang ada.

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, topik pembahasan permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Supply Chain Management Practices* pada *Competitive Advantage* antar Usaha Kecil Menengah?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, topik pembahasan permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *Supply Chain Management Practices* terhadap *Competitive Advantage* antar Usaha Kecil Menengah.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kegunaan teoritis maupun praktis.

1. Aspek Teoritis

Sebagai bahan pembelajaran yang dapat menambah wawasan, memperluas pandangan, serta meningkatkan pengetahuan penulis mengenai *Supply Chain Management Practices* terhadap para Usaha Kecil Menengah. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebagai salah satu acuan atau masukan bagi para peneliti dengan objek yang serupa

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM). Untuk pelaku usaha kecil menengah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan yang bermanfaat dalam melakukan *Supply Chain Management Practices* pada usaha yang dijalankan.

## **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk membatasi dan memperjelas lingkup penelitian ini agar lebih terarah maka diperlukan suatu batasan masalah. Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan laporan penelitian ini yaitu:

1. Objek Penelitian ini adalah Usaha Kecil Menengah Kota Bandung
2. Periode penelitian yaitu tahun 2017
3. Variabel penelitian yang digunakan adalah *Supply Chain Management Practices* dan *Competitive Advantage*

## **1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Penelitian ini dilaporkan secara terperinci dalam lima bab dengan urutan sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka mengenai teori-teori yang relevan dengan topik yang dibahas dan mendukung pemecahan permasalahan, kerangka pemikiran, dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, operasionalisasi variabel, jenis dan teknik pengumpulan data, analisis data yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini mengemukakan tentang hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran.