

**Analisis Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan  
terhadap Performa Bisnis  
(Studi: Pedagang Grosir Tradisional Makanan dan  
Minuman Ringan di Kabupaten Banyumas)**



**SKIRPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**Yanuar Sidik Ramadan**

**NIM. 12010113140166**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG 2017**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Yanuar Sidik Ramadan  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113140166  
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Performa Bisnis (Studi: Pedagang Grosir Tradisional Makanan dan Minuman Ringan Tradisional di Kabupaten Banyumas)**  
Dosen Pembimbing : Dra. Amie Kusumawardhani, MSc, PhD.

Semarang, 8 Februari 2017

Dosen Pembimbing

(Dra. Amie Kusumawardhani, MSc, PhD.)

NIP. 1962.0511.1987.03.2.001

## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Yanuar Sidik Ramadan  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113140166  
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Performa Bisnis (Studi: Pedagang Grosir Tradisional Makanan dan Minuman Ringan I di Kabupaten Banyumas)**  
Dosen Pembimbing : Dra. Amie Kusumawardhani, MSc, PhD.

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal

### Tim Penguji

1. Dra. Amie Kusumawardhani, MSc, PhD. (.....)
2. Dr. H. Susilo Toto Rahardjo, SE, MT. (.....)
3. Dr. Retno Hidayati, MM. (.....)

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Yanuar Sidik Ramadan, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Performa Bisnis (Studi: Pedagang Grosir Tradisional Makanan dan Minuman Ringan di Kabupaten Banyumas)**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang yang saya ambil dengan cara menyalin atau menitu dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulisan lain, yang saya akui seolah-olah sebagian tulisan saya sendiri, dan/ atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolaholah hasil pemikiran saya sendiri. berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang,

Yang membuat pernyataan,

(Yanuar Sidik Ramadan)

NIM. 12010113140166

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum, kecuali kaum itu sendiri yang mengubah yang mengubah apa-apa yang ada dalam diri mereka” (QS 13:11)

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk Bapak dan Ibu saya, beserta seluruh keluarga besar dan juga teman-teman saya.

## ABSTRAK

Dalam iklim persaingan bisnis yang ketat, manajemen rantai pasokan menjadi salah satu faktor penting untuk menunjang performa bisnis suatu perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh dari manajemen rantai pasokan terhadap performa bisnis suatu perusahaan. Praktek dari manajemen rantai pasokan terbagi menjadi tiga konsep utama yaitu hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan pemasok, dan faktor internal perusahaan. Untuk faktor internal perusahaan akan lebih memfokuskan terhadap modal manusia.

Objek penelitian dari penelitian ini adalah pedagang grosir tradisional makanan dan minuman ringan atau *non-supermarket* yang berada di Kabupaten Banyumas. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan adalah 125 pemilik toko grosir tradisional makanan dan minuman terdisional yang ada di Kabupaten Banyumas. Analisa data menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan aplikasi AMOS 22.

Hasil dari analisis yang dilakukan adalah hubungan dengan pelanggan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, hubungan dengan pemasok berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, modal manusia berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, serta keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap performa bisnis. Implikasi dari penelitian ini adalah para pedagang grosir tradisional dapat meningkatkan performa bisnis merka seperti omset, keuntungan, pelanggan yang setia, kualitas produk, kecepatan pelayanan, dan perputaran persediaan yang baik dengan mengembangkan manajemen rantai pasokan yang baik.

Kata kunci: Manajemen Rantai Pasokan, Keunggulan Bersaing, Performa Bisnis.

## **ABSTRACT**

*In a strict business competition, supply chain management become one of the most important factors to support business performance the company. This research aim to analyze the influence of supply chain management on business performance. Supply chain magement have three main concept, namely relationship with costumers, relationship with supplier, and internal linkage. In this research, internal linkage will be focused on human capital.*

*The object of this research is the study of traditional grosir snack and soft drink or non-supermarket which operating in Banyumas. The total sample in this study was 125 respondentand and the respondents must have been doing business for over a year. Data analysis using SEM (Structural Equation Modeling) and AMOS 22 as the processing tool.*

*The analysis result the costumer linkage among costumer have significant and positive effect on competitive advantage, linkage among supplier have have significant and positive effect on competitive advantage, and human capital have significant and positive effect on competitive advantage, also competitive advantage have significant and positive effect on business performance. The implication from this research is traditional grosir snack and soft drink can improve their business performance like omset, profit, costumer loyalty, product quality, product turnover with improving the supply chain management.*

*Keywords: Supply Chain Management, Competitive Advantage, Business Performance*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi berjudul “**Analisis Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Performa Bisnis (Studi: Pedagang Grosir Tradisional Makanan dan Minuman Ringan di Kabupaten Banyumas)**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Harjum Muharam, SE, ME selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis yang.
3. Ibu Dra. Amie Kusumawardhani, MSc, PhD selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Idris SE., MSi selaku dosen wali yang telah memberikan dukungan dan arahan selama masa studi.
5. Seluruh dosen konsentrasi Manajemen Operasional yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna selama menempuh studi.

6. Seluruh dosen pengajar, staff dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
7. Orang tua tercinta yang tiada henti memberikan dukunga melalui doa dan bimbinganya serta semangat dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Segenap pelaku bisnis grosir yang telah bersedia membantu skripsi ini sebagai narasumber dari penelitian ini.
9. Novita Rakhmawati yang selalu mendukung dan memberi semangat.
10. Lolita Desy selaku teman seperjuangan terbaik dalam menghadapi ujian komprehensif dan berbagai masalah untuk mencapai tahap siding skripsi.
11. Team Basket FEB yang telah menjadi keluarga baru dan selalu memberi support.
12. Seluruh teman teman Manajamen Operasi.
13. Teman teman Manajemen 2013.
14. Teman-teman KKN Kecamatan Kembang.

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
Halaman .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat praktis.....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	12
2.1 Definisi Pedagang Grosir.....	12
2.2 Manajemen Rantai Pasokan Menurut Beberapa Ahli.....	14
2.2.1 Konsep Hubungan Dengan pelanggan.....	16

2.2.1.1	Pengaruh Hubungan dengan Pelanggan terhadap Keunggulan Bersaing .....	17
2.2.2	Konsep Hubungan dengan Pemasok .....	18
2.2.2.1	Pengaruh Hubungan dengan Pemasok terhadap Keunggulan Bersaing .....	19
2.2.3	Konsep Modal Manusia .....	19
2.2.3.1	Pengaruh Modal Manusia terhadap Keunggulan Bersaing .....	20
2.3	Konsep Keunggulan Bersaing .....	21
2.3.1	Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Performa Bisnis ...	21
2.4	Konsep Performa Bisnis .....	22
2.5	Penelitian Terdahulu .....	23
2.6	Kerangka Pemikiran .....	24
2.7	Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>24</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	24
3.1.1	Variabel Penelitian .....	24
3.1.2	Definisi Operasional .....	25
3.2	Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1	Populasi .....	28
3.2.2	Sampel.....	28
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	29
3.3.1	Jenis Data .....	30
3.3.2	Metode Pengumpulan Data .....	30
3.4	Metode Analisis .....	32
3.4.1	Analisis SEM .....	32

3.4.1.1	Pengembangan Model Berdasarkan Teori.....	33
3.4.1.2	Menyusun Path Diagram .....	33
3.4.1.3	Menterjemahkan Path Diagram ke persamaan Struktural .....	36
3.4.1.4	Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Digunakan.....	38
3.4.1.5	Menilai Identifikasi Model Struktural .....	38
3.4.1.6	Evaluasi Kriteria Goodness-of-Fit.....	39
3.4.1.7	Interpretasi dan Modifikasi Model .....	43
3.4.2	Analisis Faktor Konfirmatori .....	43
3.4.3	Uji Hipotesis .....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		44
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	44
4.1.1	Deskripsi Perusahaan .....	44
4.1.2	Deskripsi Produk.....	45
4.2	Deskripsi Responden .....	46
4.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur.....	46
4.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ....	47
4.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan .....	47
4.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Lama Operasi Usaha .....	48
4.2.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan yang Dimiliki.....	49
4.3	Hasil Penelitian.....	49
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	50
4.4.1	Uji Validitas .....	50

4.4.2 Uji Reliabilitas .....	52
4.5 Analisis SEM.....	53
4.5.1 Spesifikasi Model Pengukuran.....	53
4.5.2 Uji Asumsi Normalitas Model SEM .....	54
4.5.3 Uji Multikolinearitas dan Singularitas .....	56
4.5.4 Analisis Faktor Variabel Penelitian (CFA).....	57
4.5.5 Uji Kecocokan Model (Goodness of Fit Model).....	65
4.6 Estimasi Model Penelitian .....	67
4.7 Pengujian Hipotesis .....	73
4.8 Pembahasan .....	74
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Keterbatasan .....	79
5.3 Saran .....	79
5.3.1 Implikasi Kebijakan .....	79
5.3.2 Saran penelitian mendatang .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Kumpulan Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3. 2 Persamaan Spesifikasi Model Pengukuran .....	37
Tabel 4. 1 Daftar Sebagian Produk Grosir Tradisional Makanan dan Minuman Ringan Tahun 2016.....	45
Tabel 4. 2 Kategori Umur Responden .....	46
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Responden .....	47
Tabel 4. 4 Tingkat Pendidikan Responden .....	48
Tabel 4. 5 Lama Beroperasi Usaha Responnden .....	48
Tabel 4. 6 Jumlah Karyawan Responden.....	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas .....	55
Tabel 4. 10 Determinan Covariance Matrix.....	56
Tabel 4. 11 Korelasi Antar Variabel Eksogen .....	56
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Faktor Variabel HPL .....	58
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Faktor Variabel HPM .....	60
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Faktor Variabel MM.....	61
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Faktor Variabel KB .....	63
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Faktor Variabel PB .....	65
Tabel 4. 17 Hasil Uji Goodness of Fit Model sebelum Modifikasi .....	67
Tabel 4. 18 Hasil Estimasi Model Penelitian .....	68

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kontribusi Sektoral Terhadap Pertumbuhan PDB (%) .....	4
Gambar 1 2 Rantai Pasokan Pedangang Eceran .....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	25
Gambar 4. 1 Contoh Toko Grosir .....	44
Gambar 4. 2 Model Struktural .....	53
Gambar 4. 3 Model CFA Variabel HPL .....	57
Gambar 4. 4 Model CFA Variabel HPM .....	59
Gambar 4. 5 Model CFA Variabel MM.....	61
Gambar 4. 6 Model CFA Variabel KB .....	62
Gambar 4. 7 Model CFA Variabel PB .....	64
Gambar 4. 8 Hasil Estimasi Model Struktural .....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A KUISIONER PENELITIAN .....	85
LAMPIRAN B TABULASI DATA PENELITIAN .....	90
LAMPIRAN C HASIL ANALISIS FAKTOR .....	91
LAMPIRAN D HASIL ANALISIS SEM.....	97

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kondisi persaingan yang ketat antara para pelaku usaha, menempatkan mereka dikondisi dimana keunggulan bersaing tidak dapat dicapai hanya dengan perbaikan internal perusahaan. Hal tersebut memerlukan peran serta seluruh pihak dari produsen yang memproduksi barang jadi, jaringan distribusi yang akan menyampaika produk ke tangan pelanggan, sampai hubungan antara penyedia produk dengan para pelanggan akhir, atau yang biasanya disebut dengan manajemen rantai pasokan. Pengelolaan kerjasama dalam rantai pasokan memerlukan koordinasi dan integrasi yang baik, didalam perusahaan maupun antar para pemegang kepentingan (*stakeholder*)p untuk mencapai manajemen rantai pasokan yang efektif.

Menurut Simchi-Levi, Kaminsky, & Simchi-Levi (2008), manajemen rantai pasokan adalah serangkaian pendekatan untuk mengefisiensikan integrasi dengan pemasok, manufaktur, gudang/penyimpanan, dan toko, sehingga produk dapat diproduksi dan didistribusikan dengan kuantias yang tepat, ke tempat yang tepat, dan waktu yang tepat, dengan tujuan meminimalkan biaya dari lebarnya sistem pada saat memenuhi kebutuhan konsumen.

Dalam sebuah rantai pasokan yang sederhana, biasa akan terdapat beberapa komponen-komponen utama yang terdiri dari pemasok (*supplier*), manufaktur, gudang dan pusat distribusi (*werehouse and distribution center*), pedagang besar

(wholesaler), pedagang eceran (*ritel*) dengan tujuan akhirnya adalah memenuhi permintaan dari konsumen akhir (Simchi-Levi, Kaminsky, & Simchi-Levi, 2008). Dalam implementasi manajemen rantai pasokan, praktik praktik manajemen rantai pasokan memainkan peran yang penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Praktik-praktik manajemen tersebut adalah serangkaian kegiatan dari organisasi yang bertujuan meningkatkan efisiensi dari manajemen rantai pasokan.

Menurut Banerjee & Mishra (2015) praktek dari manajemen rantai pasokan terbagi menjadi tiga konsep utama yaitu (1) hubungan dengan pelanggan, (2) hubungan dengan pemasok, serta (3) faktor dalam perusahaan (*internal faktor*). Senada dengan penelitian Banerjee dan Mirhsa, penelitian dari Lee, G. Kwon, & Severance (2007) menyebutkan bahwa praktek manajemen rantai pasokan dibagi menjadi tiga yaitu (1) hubungan dengan pelanggan (*costumer linkage*), (2) hubungan dengan pemasok (*supplier linkage*), dan hubungan dalam perusahaan (*internal linkage*).

Kunci bagi manajemen rantai pasokan yang efektif adalah menjadikan para pemasok sebagai “mitra” dalam strategi perusahaan untuk memenuhi pasar yang selalu berubah (Heizer & Render, 2005). Kemitraan stratejik menekankan pada hubungan jangka panjang secara langsung yang mendukung proses perencanaan dan usaha pemecahan masalah (Patel, Gunasekaran, & Tirtiroglu, 2001) yang memungkinkan perusahaan untuk bekerja lebih efektif dengan pemasok yang memiliki kemauan untuk berbagi tanggung jawab untuk menjamin keberhasilan produk sehingga diperlukan peran pemasok sejak dimulai keputusan desain produk

untuk membantu memilihkan komponen dan teknologi terbaik, pilihan desain yang efektif, dan penilaian desain. ditambah

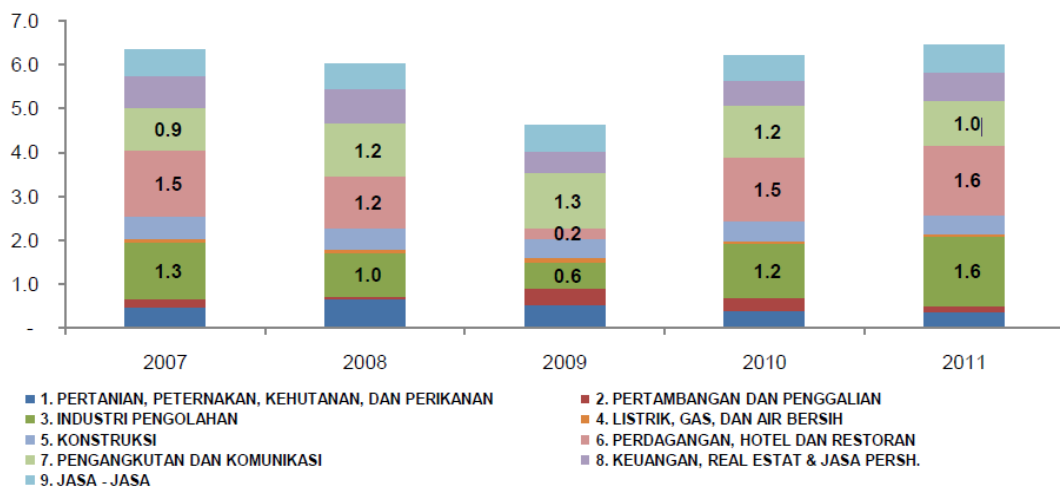
Selain hubungan dengan supplier, kunci dari manajemen pasokan lainnya adalah hubungan dengan para pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan yang dipaparkan oleh Lee, G. Kwon, & Severance (2007) bahwa hubungan dengan pelanggan berhubungan dengan kemampuan untuk mengkomunikasikan penyediaan barang yang tepat dan khususnya pada pelayanan pelanggan dan umumnya pada saat yang tepat, tempat yang tepat, dan kuantitas yang tepat serta faktur (*invoice*) yang tepat. Dengan terjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, pihak distributor maupun produsen dapat memperoleh informasi dari konsumen secara langsung tentang apa yang sebenarnya diinginkan oleh konsumen.

Satu faktor utama lagi yang tidak kalah penting dengan dengan hubungan antara pemasok dan pelanggan adalah faktor internal dari perusahaan yaitu faktor manusia. Sumber daya yang paling penting dan dicari dari organisasi adalah modal manusia (*human capital*), kunci dari mendapatkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Todericiu & Stanit, 2015). Investasi terhadap modal manusia (*human capital*) mempresentasikan kondisi dari perkembangan dan keberhasilan semua organisasi (Todericiu & Stanit, 2015). Menurut Kamukama (2013) individu dengan keahlian yang tinggi memfasilitasi penambahan nilai (*value-added*) produk dan jasa yang tinggi, serta kompetensi dalam membangun keyakinan dan kepercayaan (*confidence and trust*).

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen rantai pasokan sangatlah penting dalam membangun keunggulan bersaing yang meningkatkan performa dari perusahaan, tidak terkecuali pada sektor perdagangan.

Di Indonesia sendiri, dalam penghitungan *Product Domestic Bruto* (PDB) oleh Badan Pusat Statistik Indonesia, sektor perdagangan dijadikan satu sektor dengan hotel dan restoran. Dilihat dari kontribusi setiap sektor terhadap pertumbuhan PDB, maka sektor perdagangan, hotel, dan restoran menempati urutan pertama disusul oleh sektor industri serta sektor pengangkutan dan komunikasi.

**Gambar 1.1**  
**Kontribusi Sektoral Terhadap Pertumbuhan PDB (%)**



Sumber: KEMENKEU 2012

Dalam rata-rata lima tahun terakhir, kontribusi sektor perdagangan, hotel, dan restoran sebesar 1,2 persen sedangkan sektor industri pengolahan dan sektor pengangkutan dan komunikasi menyumbang sebesar 1,1 persen. Didalam sektor perdagangan, hotel dan restoran, subsektor perdagangan besar dan eceran

menyumbang sebesar 1,0 persen sedangkan sisanya disumbangkan subsektor hotel dan restoran. Hal ini mencerminkan bahwa subsektor perdagangan besar dan eceran menjadi motor penggerak sektor perdagangan, hotel, dan restoran (KEMENKEU, 2012).

Dari sisi pertumbuhan, subsektor perdagangan besar dan eceran juga selalu memimpin dengan rata rata pertumbuhan 7,2 persen, diikuti subsektor hotel sebesar 6,5 persen, sedangkan subsektor restoran dengan 5,7 persen (KEMENKEU, 2012).

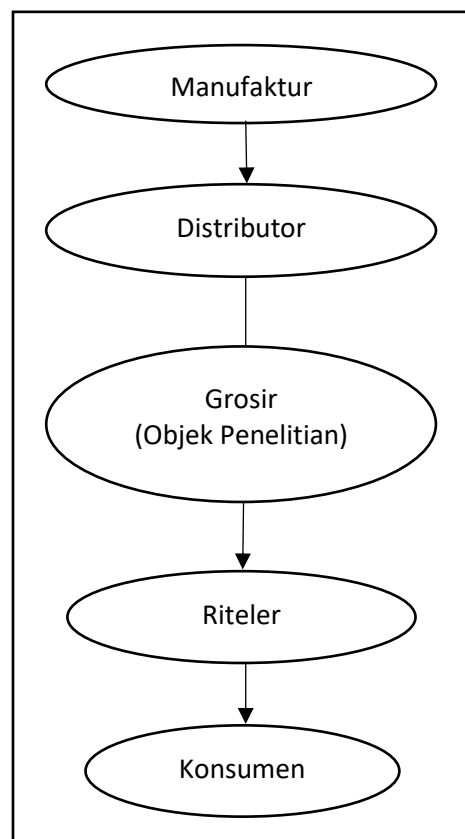
Pedagang besar adalah perorangan atau badan usaha yang bertindak atas nama sendiri, dan atau nama pihak lain yang menunjuknya untuk menjalankan kegiatan dengan cara membeli, menyimpan dan menjual barang dalam partai besar. Karena pedagang besar mengelola barang dalam jumlah atau partai besar tentu diperlukan penanganan yang lebih terhadap sistem kinerjanya. Pedangan besar terdiri dari, distributor utama, grosir, subdistributor, pemasok besar, dealer besar, eksportir dan importir (KEMENKEU, 2012).

Berdasarkan Sensus Ekonomi tahun 2006, jumlah usaha perdagang besar di Indonesia tahun 2006 sebanyak 8.921 pedagang. Dari 8.921 pedagang didominasi oleh pedagang hasil pertanian, binatang hidup, makanan, minuman dan tembakau sebanyak 4160 pedagang atau 46,6 persen (KEMENKEU, 2012).

Dewasa ini, terjadi fenomena dimana omset dari para pedagang tradisional ini mengalami penurunan (Sandiaga, 2016). Hal senada juga disampaikan oleh Ikatan Pedagang Tradisional (IKAPPI), bahwa omset dari pedagang tradisional menurun hingga 40 persen karena kehadiran dari pasar dan ritel modern (Ariyanti, 2016).

Berangkat dari latar belakang dimana performa bisnis pedagang tradisional mengalami tren penurunan yang ditandai dengan penurunan omset, akan dilakukan penelitian pengaruh dari praktik-praktik manajemen rantai pasokan terhadap kinerja dari perusahaan. Untuk objek penelitiannya sendiri, penelitian ini memfokuskan pada pedagang grosir tradisional, terutama pedagang grosir tradisional makanan dan minuman karena sesuai paparan diatas bahwa sumbangan dari sektor perdagangan menyumbang pertumbuhan PDB tertinggi di Indonesia dan jumlahnya termasuk mendominasi secara keseluruhan. Untuk rantai pasokan dari pedagang grosir tradisional dapat dilihat di gambar 1.2.

**Gambar 1 2**  
**Rantai Pasokan Pedangang Eceran**



Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini, 2016

Penelitian atas manajemen rantai pasokan yang tersebar kepada para pedagang grosir tradisional khususnya dilakukan di Kabupaten Banyumas. Kabupaten Banyumas dipilih karena dari segi geografis Kabupaten Banyumas memiliki jaringan transportasi darat yang sangat strategis, karena menjadi titik sipul pusat-pusat pertumbuhan ekonomi yaitu Cilacap, Yogyakarta, Bandung, Cirebon, baik dalam jaringan jalan raya maupun jalur kereta api (BPMPP KabBanyumas, 2016).

Dinilai dari kontribusi sektor perdagangan terhadap PDB di Kabupaten Banyumas juga sangat tinggi (posisi ke dua setelah sektor industri pengolahan). Tercatat sektor perdagangan menyumbangkan 4,7 triliun pada tahun 2012, 4,9 triliun pada tahun 2013, dan 5,1 triliun pada tahun 2014, dapat dilihat bahwa sektor perdagangan mengalami kenaikan yang cukup signifikan setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik, 2014).

Melihat fenomena akan manajemen rantai pasokan tersebut, maka penelitian yang berjudul **Analisis Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Performa Bisnis (Studi: Pedagang Grosir tradisional Makanan dan Minuman di Kabupaten Banyumas)** dilakukan.

## 1.2 Perumusan Masalah

Fenomena bisnis yang dialami pedagang grosir tradisional makanan minuman selain supermarket dan minimarket dimana mereka mengalami tren penurunan performa bisnis karena berkembangnya supermarket dan minimarket di Indonesia menjadi masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini. Praktek manajemen rantai pasokan yang efektif diharapkan menjadi salah satu pemecah masala tren penurunan performa bisnis tersebut.

Maka dalam studi ini, pertanyaan penelitiannya adalah:

1. Apakah hubungan dengan pelanggan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing?
2. Apakah hubungan dengan pemasok berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing?
3. Apakah modal manusia (*human capital*) berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing?
4. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap performa bisnis perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh hubungan dengan pelanggan mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan.

2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh hubungan dengan pemasok mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh modal manusia (*human capital*) mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan.
4. Untuk mengetahui bagaimana keunggulan bersaing mempengaruhi performa bisnis perusahaan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah seperti yang diuraikan dibawah ini.

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- a. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen operasional, terutama menjelaskan mengenai pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan bersaing dan performa perusahaan.
- b. Dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian mendatang melalui pengembangan model teoritikal dan model empiric yang belum dapat diuji.

##### **1.4.2 Manfaat praktis**

Memberikan kontribusi pemikiran serta pengetahuan manajemen terhadap usaha pedagang eceran, khususnya dalam mengelola manajemen rantai pasokan agar menghasilkan keunggulan bersaing yang pada akhirnya meningkatkan performa dari perusahaan tersebut.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Merupakan penjelasan tentang isi dari masing-masing bab secara singkat dari keseluruhan skripsi ini. Penulisan skripsi ini disajikan dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut.

### **Bab I Pendahuluan**

Dalam bab pendahuluan akan diuraikan latar belakang masalah tentang pentingnya memperhatikan pengelolaan manajemen rantai pasokan, rumusan masalah mengenai pengaruh faktor-faktor tersebut dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisannya.

### **Bab II Tinjauan Pustaka**

Dalam bab tinjauan pustaka berisi mengenai landasan teori yang mendasari penelitian ini, antara lain pengertian manajemen pasokan, konsep hubungan dengan konsumen, konsep hubungan dengan pemasok, konsep modal manusia, konsep keunggulan bersaing, serta konsep performa perusahaan. Diterangkan pula hasil penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

### **Bab III Metode Penelitian**

Dalam bab metode penelitian akan diuraikan variable penelitian dan definisi operasional, jenis dan sumber data, penentuan dan sampel, metode pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian.

#### **Bab IV Hasil dan Pembahasan**

Dalam bab hasil dan pembahasan akan diuraikan deskripsi obyek penelitian yang merupakan gambaran singkat mengenai obyek penelitian, serta hasil analisis dan pembahasannya.

#### **Bab V Penutup**

Dalam bab penutup berisi mengenai kesimpulan penelitian dan saran yang disesuaikan dengan hasil akhir dari penelitian.