

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan dalam *supply chain* di dunia industri kini beragam dimulai dari permintaan pasar yang tidak stabil, distribusi *agility*. Dengan adanya berbagai gangguan yang terjadi pada aliran distribusi yang belum lancar harus ditanggulangi dengan menerapkan SCA). Untuk dapat mengatasi masalah tersebut diperlukan *supply chain* yang *agile* agar perusahaan dapat merespon dengan cepat jika terjadi gangguan dan dapat mengurangi gangguan pada distribusi. *Agility* diartikan sebagai kemampuan untuk dapat menanggapi perubahan pasar dan permintaan pelanggan dengan cepat dan syarat bagi perusahaan untuk dapat mencapai fleksibilitas organisasi dan respon yang cepat (Pandey & Garg, 2009). *Agility* tersebut diperlukan perusahaan untuk dapat bersaing dan secara tradisional dikaitkan dengan *supply chain* yang menyediakan dan memproduksi produk-produk inovatif. Untuk dapat menghadapi persaingan bisnis yang tidak pasti dan terus berubah, maka konsep *agility* merupakan hal penting bagi perusahaan untuk dapat bertahan dan terus berkembang di dalam manajemen *supply chain*. Dengan *supply chain* yang *agility* perusahaan juga memiliki kemampuan beradaptasi pada setiap perubahan-perubahan yang terjadi di masa depan (Sharma, 2021).

Perusahaan sepeda motor seringkali tidak dapat berdiri sendiri untuk mendukung penjualan produknya. Perusahaan manufaktur perlu melakukan kerjasama dengan mitra kerja sepeda motor sebagai penunjang penjualan produknya. Perusahaan sepeda motor sendiri

memiliki mitra kerja berupa bengkel-bengkel resmi sepeda motor yang menyediakan layanan produk dan *service*. Perusahaan sepeda motor sekarang juga melakukan inovasi yaitu memberikan penawaran serta berupaya untuk menghasilkan keuntungan melalui integrasi layanan produk dan *service* yang dinamakan dengan *product service systems* (PSS). *Product service systems* (PSS) merupakan konsep kolaborasi antara produk dan *service* yang ditawarkan perusahaan secara terintegrasi guna meningkatkan penjualan serta kepuasan konsumen. Dalam mengembangkan industri sepeda motor, perusahaan manufaktur sepeda motor membutuhkan bengkel motor yang bekerjasama secara resmi untuk melakukan inovasi-inovasi bersama sehingga mampu beradaptasi pada kondisi pasar yang tidak stabil. Oleh karena itu, agar produk dapat selalu dilirik oleh konsumen, perusahaan perlu beradaptasi pada kondisi pasar yang berubah-ubah, tangkas dan dapat terus bertahan dalam kondisi apapun.

Official Service Partner (OSP) diartikan sebagai bentuk kerjasama dengan perjanjian formal antara dua pihak atau lebih dimana keduanya memiliki perlindungan hukum untuk menjalankan usaha mereka sesuai dengan kesepakatan-kesepakatan yang telah ditetapkan oleh kedua pihak. Bentuk kerjasama ini tidak bisa hanya dijalankan oleh satu pihak akan tetapi harus disepakati antara keduanya dan sesuai aturan-aturan yang telah ditentukan. Serta harus memiliki perjanjian Kerjasama jangka panjang. Berhadapan dengan penggunaan produk otomotif kecenderungan konsumen tidak menuntut produk secara fisik melainkan mencari integrasi produk dengan *service* (Geum et al., 2011). *Product Service System* (PSS) sebagai konsep pengembangan bisnis memiliki potensi besar untuk memberikan solusi bagi industri sekaligus menjawab kebutuhan

konsumen melalui integrasi produk dan *service*. PSS memberikan pembaharuan struktur dalam pelayanan untuk memfasilitasi produksi dan konsumen secara berkelanjutan (Tukker & Trixchner, 2006). Strategi untuk meminimalkan dampak lingkungan dari produksi dan konsumen ditawarkan oleh PSS (Mont, 2002). Potensi manfaat yang ditawarkan oleh PSS memberikan solusi terpadu yang berdampak pada aspek lingkungan, sosial dan ekonomi dimana perusahaan dapat mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya dan peningkatan daya saing (Boehm & Thomas, 2013; Gaiardelli et al., 2014).

Perusahaan yang menyediakan *product service systems* ini memiliki tantangan dari fokus menjual produk fisiknya menjadi menyediakan dan jaminan layanan produk dan *service* (Reim, et al., 2022). Contohnya adalah perusahaan manufaktur yang memberikan *Product Service Systems* adalah Honda dengan mitra kerja yaitu bengkel resmi sepeda motor yang dikenal dengan nama *Astra Honda Authorized Service Station* (AHASS). Kerjasama ini juga diharapkan dapat menyediakan teknisi yang berkompeten serta ahli dalam bidangnya dan perusahaan manufaktur memiliki kestabilan dalam kualitas produk dan layanannya. Di Indonesia sendiri terdapat banyak *service* motor resmi di mana Honda memiliki lebih dari 3.913 bengkel sepeda motor resmi (www.astra-honda.com), Yamaha dengan jumlah lebih dari 2.424 bengkel sepeda motor resmi (www.yamaha-motor.co.id), dan bengkel sepeda motor resmi Suzuki sebesar 263 (www.suzuki.co.id). Jika dibandingkan dengan bengkel resmi yang lain, bengkel Suzuki memiliki jumlah yang paling sedikit, hal ini diakibatkan oleh pandemi yang terjadi pada waktu silam yang membuat bengkel sepeda motor resmi Suzuki lainnya terpaksa tutup (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2023. www.oto.com).

Supply chain agility menjadi pembahasan yang sangat penting bagi perusahaan sepeda motor, karena *agility* menjadi aspek penting pada saat kondisi pasar tidak stabil. Untuk dapat bertahan dalam kondisi seperti ini juga perlu memperhatikan salah satu strategi yang disebut dengan *Supply chain agility*. Dengan adanya *supply chain agility* dapat digunakan sebagai salah satu strategi *supply chain* yang tujuan utamanya memberikan respon cepat dan efektif dari *supply chain* terhadap perubahan kebutuhan pasar. *Supply chain agility*, dapat beradaptasi dalam menghadapi perubahan pasar untuk dapat kembali pada keadaan semula atau bahkan lebih baik. *Supply chain agility* sangat penting bagi perusahaan fokus untuk memproduksi dan memberi *service* yang sesuai dengan berbagai kebutuhan pelanggan. Agar perusahaan dapat memproduksi dalam menanggapi apa yang dibutuhkan pelanggan, *supply chain* harus gesit, yaitu, merespons dengan cepat permintaan yang fluktuatif (Tarafdar & Quranflash, 2017). *Agility* didefinisikan sebagai kemampuan *supply chain* perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan kondisi pasar. Meningkatkan *agility* dapat meminimalkan resiko dan meningkatkan respon. Artinya *agility* dapat menghasilkan keunggulan kompetitif jangka panjang. Pengembangan *supply chain agility* tersebut dapat diamati dalam banyak kasus atau dimensi, diantaranya adalah fleksibilitas, kecepatan, inovasi, dan responsif. Dengan memiliki *supply chain agility* memungkinkan perusahaan dalam menemukan solusi fleksibel yang seringkali jauh dari cara kerja yang diharapkan. Berkat ketepatan perencanaan dan waktu, perusahaan yang memiliki *agile* dalam *supply chain* dapat dengan cepat mengalihkan produk dan layanan yang biasa ke solusi alternatif yang inovatif (Krenkova *et al.* 2023). Terdapat beberapa sumber utama dan

penting agar perusahaan dapat dikatakan *agile* dalam perubahan yaitu dengan memiliki kapabilitas transfer pengetahuan, pengembangan mitra kerja, logistik integrasi, berbagi informasi dan *supply chain agility* (Nazempour, *et al.*, 2019).

Transfer pengetahuan merupakan kegiatan pertukaran pengetahuan dan informasi yang beragam tentang kompetitor, konsumen, situasi pasar saat ini. Melalui transfer pengetahuan dari bengkel resmi sepeda motor secara tidak langsung dapat membantu perusahaan dalam mengetahui keinginan pasar, serta mampu mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh untuk menghadapi ketidakpastian kondisi pasar (Tse & Zhang, 2015).

Pengembangan mitra kerja dapat diartikan sebagai pengembangan strategi bisnis yang dilakukan untuk meningkatkan kolaborasi antar mitra kerja *supply chain* melalui kerja sama jangka panjang dan pengembangan mitra. Hubungan jangka panjang antara perusahaan otomotif dan OSP adalah salah satu strategi untuk mencapai kesuksesan suatu bisnis. Perusahaan dapat mengkolaborasikan strategi bisnis guna menutupi kekurangan dalam bisnis (Khalid, *et al.*, 2015).

Integrasi logistik merupakan kolaborasi antara *supplier* dengan konsumen guna meminimalisasi biaya, mengefisienkan waktu, dan memperoleh pertukaran informasi secara tepat. Perusahaan sepeda motor dapat memperoleh informasi tersebut melalui mitra kerja sepeda motor (Gligo, 2011; Nawaya, 2019; Lee, 2012).

Berbagi informasi merupakan aspek yang sangat penting dalam *supply chain*, sebab dengan berbagi informasi yang transparan serta akurat boleh mempercepat proses *supply chain* mulai dari perusahaan ke bengkel sepeda motor resmi, hingga ke konsumen (Rachbini,

2016). *Supply chain agility* merupakan strategi yang penting dalam perusahaan untuk fokus melakukan menghantarkan produk dan *service* sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang beragam. Tujuannya supaya perusahaan mampu memproduksi dan melayani kebutuhan konsumen, maka dari itu membutuhkan *supply chain* yang cepat, responsive, fleksibel dan selalu memiliki inovasi-inovasi baru untuk dapat terus bertahan (Tarafdar & Qrunflehb, 2016).

Untuk membangun sebuah *supply chain* yang *agility*, bengkel resmi sepeda motor harus memiliki kemampuan transfer pengetahuan, pengembangan mitra kerja, logistik intergrasi dan berbagi informasi. Bengkel resmi sepeda motor harus mempunyai transfer pengetahuan supaya mendapatkan kekayaan pengetahuan dari perusahaan tidak hanya tentang produk namun juga keahlian teknisnya. Pengembangan mitra kerja juga dapat memfasilitasi hubungan antara perusahaan dengan bengkel resmi sepeda motor sehingga meningkatkan *agility*. Berbagi informasi dibutuhkan supaya perusahaan dan bengkel resmi sepeda motor dapat saling memberikan informasi yang terbuka tentang produk dan *service* nya. Kemudian logistik integrasi dibutuhkan agar dapat memperluas stok pengetahuan untuk mengintegrasikan proses antar rekan kerja *supply chain* (Liu *et al.*, 2009, Dobrzykowski *et al.*, 2015; Lis & Sudolska, 2015; Sanchez & Leo, 2018).

Dari permasalahan tersebut maka, dalam penelitian ini akan diteliti hubungan antara transfer pengetahuan, pengembangan mitra kerja, integrasi logistik, dan berbagi informasi terhadap *supply chain agility*. Para responden penelitian adalah bengkel resmi sepeda motor di Indonesia. Kuesioner dengan 6 skala digunakan menggunakan tautan *google form*, lalu didistribusikan melalui email dan aplikasi

media sosial Line atau WhatsApp ke industri yang telah ditentukan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan akan menggunakan metode *random sampling*, kemudian dimodelkan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM).

1.2 Perumusan Masalah

Dari permasalahan tersebut maka dibuatlah suatu rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Apakah transfer pengetahuan berpengaruh positif terhadap *supply chain agility* ?
2. Apakah pengembangan mitra kerja berpengaruh positif terhadap *supply chain agility* ?
3. Apakah integrasi logistik berpengaruh positif terhadap *supply chain agility* ?
4. Apakah berbagi informasi berpengaruh positif terhadap *supply chain agility* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini memiliki suatu tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui transfer pengetahuan berpengaruh positif terhadap *supply chain agility*.
2. Untuk mengetahui pengembangan mitra kerja berpengaruh positif terhadap *supply chain agility*.
3. Untuk mengetahui logistik integrasi berpengaruh positif terhadap *supply chain agility*.
4. Untuk mengetahui berbagi informasi berpengaruh positif terhadap *supply chain agility*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan ini diharapkan memperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi pembaca

Sebagai sumbangan pemikiran penulis untuk memperluas wawasan bagi kajian ilmu untuk meningkatkan *supply chain agility* (SCA) dalam penghantaran PSS.

2. Manfaat bagi penulis

Sebagai bekal menjadi pendidik dimasa yang akan datang, menambah pengetahuan, dan pengalaman.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan bahwa data responden yang diteliti akan menggunakan 4 domain yaitu transfer pengetahuan, pengembangan mitra kerja, integrasi logistik dan berbagi informasi.

1.6 Sistematika Penelitian

Adapun sistematika penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diawali dengan menjelaskan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah, hingga sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan mengenai teori-teori apa saja yang digunakan diantaranya adalah transfer pengetahuan, pengembangan mitra kerja, integrasi logistik, berbagi informasi dan *supply chain*

agility. Selain itu juga menjelaskan tentang *random sampling* dan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang menjadi alat analisisnya.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan metode yang dilakukan dalam studi ini diantaranya adalah penentuan populasi yaitu penentuan tempat untuk dilakukan penyebaran kuesioner dan metode sampling.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini akan menjelaskan tentang pengembangan kuesioner, pengumpulan data, pengolahan data hasil kuesioner.

BAB V : ANALISA DATA

Bab ini akan menjelaskan dari hasil pengolahan data pada bab sebelumnya mengenai analisis SEM.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan memaparkan kesimpulan dari penelitian dan saran yang didapatkan selama penyelesaian penulisan skripsi ini.