

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era perkembangan zaman ini banyak sekali perkembangan yang terjadi, dan hal tersebut tentunya berdampak terhadap dunia perekonomian. Pada saat era globalisasi ini para pelaku ekonomi dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman yang terjadi agar mereka bisa mendapatkan hasil yang maksimal, tentunya hal tersebut akan menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku ekonomi. Banyak sekali perbaikan-perbaikan yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha tidak hanya di bidang produksi saja namun juga di bidang hubungan antara penjual dan pembeli harus dijaga dengan baik, apalagi di era globalisasi ini transaksi antara penjual dan pembeli tidak lagi dilakukan secara *offline* saja namun juga secara online dan tentunya kualitas dan kepercayaan pelanggan harus terus dijaga, apalagi pada zaman serba digital ini makin banyaknya *marketplace* yang bermunculan dan mempunyai *impact* yang signifikan bagi para pelaku usaha.

Ditambah lagi di masa *pandemic* Covid-19 ini tentunya akan memiliki dampak yang sangat besar, tidak hanya di bidang kesehatan saja namun di bidang perekonomian juga memiliki dampak yang signifikan. Hal ini juga yang menjadi permasalahan bagi para pelaku usaha. Dan disini para pelaku UMKM dituntut harus terus bisa berinovasi dan juga bertahan dimasa pandemi ini guna menyambung kehidupannya dan usaha yang sedang ditekuninya tetap berjalan.

Pada penelitian ini penulis berfokus kepada para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) khususnya para produsen tas yang berada di wilayah Kota Tasikmalaya. UMKM sendiri memiliki kontribusi yang penting bagi pembangunan dan pertumbuhan perekonomian di Negara Indonesia sendiri baik itu dalam pembentukan PDB ataupun mengurangi jumlah angka pengangguran di Indonesia, karena dengan bertambahnya dan berkembangnya UMKM maka membuka peluang lapangan pekerjaan yang baru. Seiring dengan berkembangnya zaman makin bertambah pula UMKM baru yang bermunculan, hasil ini dibuktikan dari laporan tahunan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada tahun 2022-2023 yang terlihat pada diagram berikut ini:

Tabel 1.1 Perbandingan data pertumbuhan UMKM pada periode 2022-2023

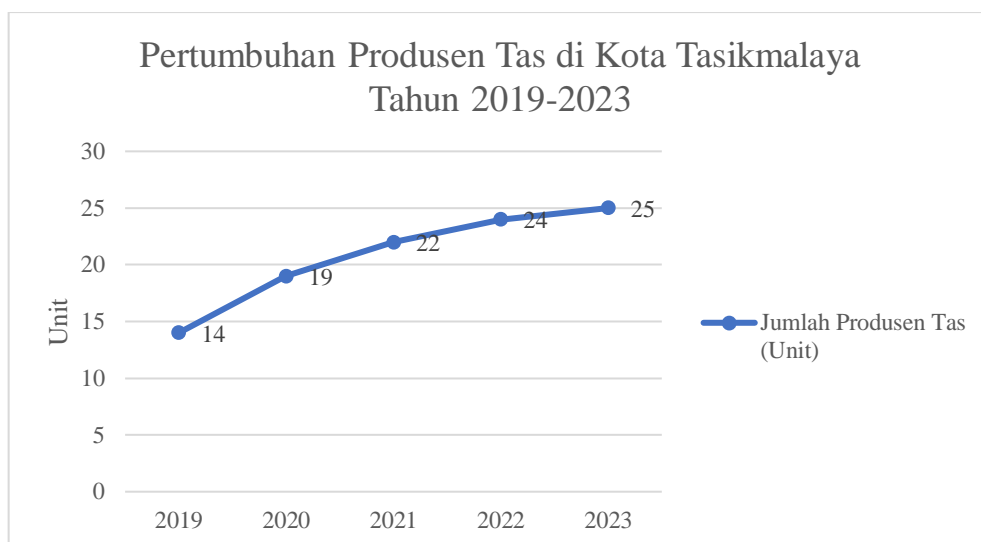
Indikator	Satuan	Tahun 2022 *)		Tahun 2023 **)		Perkembangan Tahun 2022-2023	
		Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)
UNIT USAHA (A+B)	(Unit)	64.199.606		65.471.137		1.271.531	1,98
A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Unit)	64.194.056	99,99	65.465.497	99,99	1.271.441	1,98
- Usaha Mikro (Umi)	(Unit)	63.955.369	98.67	64.601.352	99.62	645.983	1,01
- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	193.959	0,30	798.679	1,22	604.720	3,11
- Usaha Menengah(UM)	(Unit)	44.728	0,06	65.465	0,10	20.737	0,46
B. Usaha Besar (UB)	(Unit)	5.550	0,01	5.637	0,01	87	1,58

Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia tahun 2023

Perkembangan UMKM di Kota Tasikmalaya mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya khususnya untuk para produsen tas, mulai dari tas wanita dan juga pria. Seiring bertambahnya jumlah produsen tas tersebut yang menawarkan berbagai konsep tentunya akan meningkatkan daya saing yang cukup ketat karena

banyaknya produsen tas tersebut. Maka dari itu, dengan adanya persaingan yang ketat tersebut tentunya memiliki hal-hal positif, diantaranya: menuntut para produsen untuk terus berinovasi dan lebih kreatif, menambah lapangan pekerjaan, membangun pembentukan PDB, menjadi peluang pariwisata khususnya di bidang *fashion* dan masih banyak lagi hal-hal positif yang bisa didapat. Sampai saat ini untuk produsen tas yang berada di wilayah Kota Tasikmalaya berjumlah 25 dengan pertambahan di setiap tahunnya.

Dibawah ini dapat dilihat persentase kenaikan jumlah produsen tas di wilayah Kota Tasikmalaya menurut data dari Dinas Koperasi Usaha Mikro kecil dan Menengah Perindustrian dan Perdagangan tahun 2023 adalah sebagai berikut :



Sumber : Dinas Koperasi Usaha Mikro kecil dan Menengah Perindustrian dan Perdagangan Tahun 2023

Gambar 1.2

Pertumbuhan Produsen Tas di Kota Tasikmalaya Tahun 2019-2023

Dilihat dari Gambar 1.2 menunjukkan bahwa pertumbuhan produserentas di Kota Tasikmalaya terus bertambah dari tahun ke tahunnya. Hal ini membuktikan

bahwa prospek di bidang ini memiliki hasil yang bagus walaupun di tengah persaingan yang lumayan ketat dan terus membuat para pelaku di bidang usaha ini untuk terus mengembangkan usahanya untuk tetap bisa bersaing. Menurut hasil wawancara pada salah satu produsen tas di Kota Tasikmalaya yaitu Bapak Heri Heriyanto, pemilik sekaligus pendiri *Rezi Collection* yang sudah berdiri dari tahun 2004 ini menuturkan bahwa pada awalnya beliau hanya salah satu karyawan dari perusahaan tas lokal asal Bandung yang cukup ternama pada tahun 1998. Hingga akhirnya beliau memutuskan jalannya sendiri untuk mendirikan *brand* tas nya sendiri setelah 6 tahun bekerja sembari mencari ilmu dan menjadi bekal ketika memulai usahanya sendiri.

Menurut penuturan beliau persaingan di bidang tas ini terus mengalami evolusi, dari yang awalnya penjualan hanya dilakukan via offline dan sekarang penjualan sudah berkembang menjadi via *online*, ditambah lagi dengan di mudahnya system impor dan ekspor membuat persaingan di pasaran menjadi lebih panas lagi, sehingga menuntut para pelaku usaha untuk bisa lebih mengikuti perkembangan di era globalisasi ini agar bisa lebih bersaing dengan para pelaku usaha lainnya.

Terdapat berbagai permasalahan yang dilalui ketika masa transisi khususnya yang dari awalnya konsumen berbelanja langsung ke tempat namun sekarang konsumen sudah bisa berbelanja via *online* tanpa perlu keluar lagi. Tidak hanya di bidang penjualan saja permasalahan yang ditemui namun di bidang manajemen operasional juga seperti dalam bidang *Total Quality Management* dalam hal peningkatan nilai produk dimana pada zaman ini banyak

sekali fitur fitur terbaru yang diterapkan contohnya tas yang sudah dilengkapi powerbank dan tentunya hal tersebut memiliki nilai yang futuristik untuk konsumen, yang dimana pada zaman saat ini manusia sulit untuk terlepas dari yang namanya *gadget*, dan dengan adanya fitur tersebut tentunya akan sangat berguna dan juga produk tersebut akan memiliki nilai lebih dimata konsumen.

Dengan ini membuktikan pada masa ini peningkatan kualitas produk tidak terus terpaku terhadap bahannya saja namun juga terhadap fitur-fitur yang terdapat dalam produk tersebut guna menunjang aktivitas sehari-hari. Dan ketika kualitas produk tersebut secara terus-menerus mengalami peningkatan dan terus diperbaiki, maka akan bertambahnya juga para konsumen yang loyal terhadap produk tersebut dan pendapatan perusahaan tentunya juga akan meningkat.

Hal lain yang menjadi permasalahan yaitu di bidang *Supply Chain Management* dimana sulitnya mencari bahan mentah yang di inginkan, mungkin hal tersebut bisa terjadi karena tingkat produsen tas yang terus bertambah tiap tahunnya dan membuat pencarian bahan yang berkualitas dan harga efisien pun semakin ketat, disinilah peranan penting SCM guna menjalin hubungan dengan pemasok semakin baik, selain itu permasalahan lain berikutnya dimana harga bahan mentah yang terus naik harganya membuat para produsen tas tersebut menjadi bingung dalam menentukan harga jualnya dan hal tersebut tentunya mempengaruhi persaingan secara kompetitif.

Dampak tersebut tentunya dirasakan oleh para pelaku usaha, salah satunya pelaku usaha UKM pengerajin tas di wilayah Kota Tasikmalaya, Jawa Barat. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap para pelaku usaha

tas tersebut bahkan masih ada saja yang tidak mengetahui apa itu pengaruh *Total Quality Management*, *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Operasi. Tentunya hal tersebut akan menjadi sebuah masalah untuk produktivitas usaha yang ditekuninya karena minimnya pengetahuan yang mereka ketahui seputar *Total Quality Management*, *Suplly Chain Management* dan Kinerja Operasional.

Kinerja operasional adalah kemampuan perusahaan manufaktur untuk menghasilkan produk untuk selanjutnya dikirimkan ke pelanggan. Perusahaan perlu memperhatikan berbagai aspek agar dapat mencapai kinerja operasi yang optimal. Beberapa di antaranya adalah efisiensi produksi untuk menekan biaya serta variasi produk. Selain itu, kualitas produk juga menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh pelanggan dalam menentukan pilihan.

. Kinerja menurut Gibson, et al. (2012), menyatakan tingkat keberhasilan atau pencapaian dari sebuah perilaku. Kinerja dianggap baik jika tujuan atau hasil yang diinginkan tercapai dengan benar. Namun menurut Wibowo (2007), selain berorientasi pada hasil, kinerja juga mencakup proses di tempat kerja untuk mencapai hasil kerja yang diinginkan. Kinerja menurut Wibowo (2007), erat kaitannya dengan tujuan strategis organisasi. Menurut Zhu, et al. (2008) dalam Modgil dan Sharma (2016) kinerja operasi adalah kemampuan perusahaan manufaktur untuk memproduksi barang dan mengirimkannya ke pelanggan. Secara umum kinerja operasional dapat didefinisikan sebagai pencapaian yang dihasilkan dari transformasi *input* (keluaran) menjadi *output*

(hasil) yang diukur dengan ukuran standar keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Kinerja operasional yang mempengaruhi kualitas produk dapat ditingkatkan jika produsen tas tersebut memiliki manajemen proses dan perencanaan kualitas yang memadai dan tepat untuk bisa menangkap permasalahan tersebut. Dengan demikian produsen tas tersebut dapat mengevaluasi kualitas dan mengevaluasi kinerja dengan tepat, sehingga kinerja operasional perusahaan juga akan meningkat.

Menurut Goetsch dan Davis (2014), TQM adalah sebuah pendekatan bisnis yang memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan berkesinambungan dari manusia, proses, produk, dan lingkungan dalam organisasi. Semua yang mempengaruhi kualitas adalah target untuk perbaikan. Ketika TQM diterapkan secara efektif, hasil akhir dapat mencakup keunggulan organisasi, nilai superior, dan daya saing global. Indikator yang digunakan untuk *Total Quality Management* adalah fokus pada pelanggan, obsesi pada kualitas, perbaikan berkesinambungan, serta pelibatan dan pemberdayaan karyawan (Psomas dan Jaca, 2016).

TQM bertujuan untuk meningkatkan kualitas, dan mengidentifikasi ukuran kualitas terbaik sesuai harapan pelanggan dalam hal layanan, produk, dan pengalaman pelanggan. Hal ini tentunya akan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dimata pelanggan atas para pesaing lainnya. Salah satu permasalahan lainnya pada peningkatan nilai produk yang dilakukan terkadang tidak mampu bersaing dengan produk-produk yang lain dan tentunya hal tersebut

akan berpengaruh terhadap nilai produktivitas. Menurut Tjiptono dan Diana (2001:4) *Total Quality Management* adalah suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungannya.

Pada intinya, keunggulan produsen dalam bersaing yaitu bagaimana produsen tersebut mampu memberikan nilai yang baik dan bermanfaat bagi konsumen dengan efisien dan mampu mempertahankannya di tengah persaingan yang semakin ketat. Dan hal tersebut yang memicu para produsen untuk bisa menciptakan strategi agar tetap bisa bertahan dan memiliki daya saing untuk lebih unggul dari para pesaing yang lain.

Selain *total quality management* salah satu yang mempunyai peranan penting lainnya yaitu *supply chain management* (rantai pasokan). Salah satu peranan penting SCM yaitu untuk menjalin hubungan yang baik dan bernegosiasi dengan para pemasok yang memberikan penawaran menguntungkan untuk perusahaan atau pelaku usaha dan selain itu juga, permasalahan proses yang panjang harus dilalui produsen, dari pemesanan hingga pengiriman memakan waktu dan mengakibatkan kurangnya kontrol kualitas secara keseluruhan.

Peranan penting SCM adalah untuk mengembangkan hubungan kemitraan karena para pemasok yang telah bekerjasama secara lama dengan pelaku usaha mungkin dapat memahami tujuan dari pelaku usaha tersebut dan biasanya akan menjalin komitmen yang sama sama menguntungkan. Selain hal tersebut *Supply*

Chain Management sangat penting dilakukan untuk memperlancar proses produksi dan proses pemasaran untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Agar pengendalian *supply chain* bisa efektif maka diperlukan adanya arus informasi yang lancar dan rasa saling percaya antar bagian, baik itu pemasok, perusahaan maupun konsumen.

Strategi perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dibutuhkan bentuk strategi. Keunggulan bersaing adalah strategi perusahaan mencapai tujuan berupa kinerja untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal. Kinerja atas keberhasilan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain adalah output yang dihasilkan sebagai tolak ukur terhadap kinerja. Salah satu faktor yang menjadi masalah bagi para produsen tas di Kota Tasikmalaya adalah sulitnya dalam menentukan penyetokan bahan dan juga barang jadi, karena bukan hal baru bagi mereka mengalami kejadian ketika *Supply dan Demand* tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan akhirnya berujung pada kerugian. Selain itu permasalahan pada pemasok bahan menjadi masalah yang serius, karena ketika bahan tersebut tidak tersedia maka mereka harus mencari bahan tersebut hingga keluar kota dan dengan hal tersebut tentunya akan menambah biaya yang signifikan terhadap biaya produksi dan tentunya akan berpengaruh terhadap harga penjualannya.

Strategi dalam rangka pencapaian daya saing yang tinggi tergantung dari efisiensi dan produktivitas antar era fungsi dalam perusahaan, untuk bisa lebih responsif terhadap permintaan pasar. Atas dasar tersebut maka dibutuhkan jejaring bisnis atau *supply chain management* yang efektif (Suharti

dan Hilda, 2012). *Supply chain management* adalah pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan pemasok, produsen, distributor, pengecer, dan pelanggan secara efektif, sehingga barang dapat diproduksi dan dipasarkan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, dan waktu yang tepat untuk membuat biaya yang dikeluarkan lebih efisien dan memberikan layanan yang memuaskan untuk pelanggan (Levi, 2000).

Mengimplementasikan *Total Quality Management* agar perusahaan dapat bersaing dan *Supply Chain Management*. Menurut penelitian Sekaran dan Gauney (2003), Total kualitas manajemen berfokus pada bagaimana upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. sementara manajemen rantai pasokan berupaya meningkatkan kinerja dengan mengintegrasikan fungsi internal organisasi, yang terkait dengan kegiatan eksternal, khususnya pemasok, pelanggan, dan anggota dalam rantai pasokan. Teori menyatakan bahwa berbagai integrasi antar variable yang begitu kompleks sehingga bertujuan untuk meningkatkan kinerja maka akan menjadi alat manajemen pengambilan keputusan.

Pada intinya *Total Quality Management* dan *Supply Chain Management* mempunyai pengaruh penting terhadap kinerja operasional salah satunya seperti *Total Quality Management* akan sangat membantu terhadap terciptanya kepuasan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan, dan kualitas merupakan kondisi yang dapat berubah karena apa yang dianggap berkualitas pada masa ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa yang lain. Disinilah salah satu peranan penting *Total Quality Management* yaitu untuk menjaga nilai produk

agar tetap memiliki kualitas yang baik sehingga mampu terus bertahan didalam persaingan secara global.

Para pelaku usaha bisa dikatakan baik atau sehat salah satunya ketika mampu menjalankan dan menerapkan sistem-sistem manajemen dengan baik pula. Sehingga mampu bertahan ditengah persaingan di era yang semakin berkembang ini, dan juga salah satu jembatan perusahaan atau pelaku usaha untuk mencapai goals-goals yang ingin diraih. .

Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang pengaruh penerapan *Total Quality Management* dan *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Operasional (Studi pada UMKM Produsen Tas di Kota Tasikmalaya).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan tersebut, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh penerapan *Total Quality Management* terhadap Produsen Tas di Kota Tasikmalaya.
2. Menganalisis pengaruh penerapan *Supply Chain Management* terhadap Produsen Tas di Kota Tasikmalaya.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh penerapan *Total Quality Management* dan *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Operasi pada Produsen Tas di Kota Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh penerapan *Total Quality Management* dan *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Operasional pada produsen tas di wilayah Kota Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Tercapainya tujuan penelitian yang telah disebutkan diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Untuk membantu para pelaku usaha dalam melaksanakan penerapan *Total Quality Management* dan *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Operasional sehingga para produsen tas di wilayah Kota Tasikmalaya bisa menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang terjadi dengan baik sehingga bisa menjaga kestabilan kinerja operasionalnya. Dan mampu menambah produktivitas usaha yang sedang dijalankannya sehingga mampu bersaing dengan para pegiat usaha lainnya.

2. Bagi Pihak Lain

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap bisa bermanfaat dan menghasilkan nilai positif bagi para pelaku usaha lain dan juga bisa bermanfaat untuk mahasiswa lain yang akan memlakukan penelitian serupa di masa yang akan datang nanti.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berfokus pada para Produsen Tas yang berada di wilayah Kota Tasikmalaya, diantaranya yang berada di daerah : Kec. Bungursari, Kec. Cibereum, Kec. Cihideung, dan Kec. Indihiang.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama 1 tahun, yang dilakukan pada bulan Juli 2022 s/d bulan Juni 2023. Kegiatan penelitian ini sendiri terdiri dari beberapa kegiatan, yaitu : Persiapan, penyusunan usulan penelitian, bimbingan, seminar proposal skripsi, revisi proposal skripsi, penelitian, pengolahan data, bimbingan dan sidang komprehensif.

Tabel 1.3
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Juli	Agustus	September	Mei	Juni
		2022	2022	2022	2023	2023
1	Persiapan	■				
2	Penyusunan Usulan Penelitian	■				
3	Bimbingan		■	■		
4	Seminar Usulan Penelitian				■	
5	Revisi Usulan Penelitian				■	
6	Penelitian				■	■
7	Pengolahan Data				■	
8	Bimbingan					■
9	Sidang Komprehensif					■