

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin berkembang dari masa ke masa. Didorong perkembangan bisnis zaman ini oleh kemajuan dari peradaban, ilmu pengetahuan, pendidikan serta tuntutan persaingan yang ada di perusahaan. Perusahaan perlu mengetahui pengetahuan akan pasar untuk dapat bersaing sehingga perusahaan memiliki keunggulan dalam persaingan dengan kompetitornya.

Perkembangan dunia bisnis terjadi juga di berbagai bidang, salah satu contohnya pada bidang industri kuliner. Industri kuliner menjadi salah satu industri yang memiliki peningkatan yang cukup tinggi dibandingkan dengan industri lainnya. Bidang industri kuliner saat ini menjadi bidang yang banyak digemari oleh masyarakat, terlebih lagi bidang kuliner sudah menjadi salah satu gaya hidup masyarakat seiring dengan perkembangan zaman. Dilihat dari banyaknya pesaing bisnis kuliner yang saat ini sedang berkembang dengan berbagai macam kreativitas dan inovasi yang tinggi guna menarik perhatian konsumen. Bisa dilihat dari data yang dipublikasikan oleh djkn.kemenkeu.go.id industri makanan dan minuman (mamin) di Indonesia menunjukkan pertumbuhan dari tahun 2020 ke 2021, dengan produk domestik bruto (PDB) industri mamin nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) mencapai Rp1,12 kuadriliun pada tahun 2021. Ini merupakan peningkatan 2,54% dari tahun 2020. PDB industri mamin juga berkontribusi 6,61% terhadap PDB nasional pada 2021. Selanjutnya menurut dataindonesia.id pada 2022, PDB

industri mamin naik 4,90% (yoy), salah satunya didorong oleh meningkatnya produksi komoditas mamin. Dikutip dari BPS, PDB ADHK menyatakan bahwa industri makanan dan minuman (mamin) pada tahun 2023 mencapai Rp 849,40 triliun, meningkat sebesar 4,47% dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat sebesar Rp 813,06 triliun.

Franchise atau yang dikenal sebagai waralaba merupakan format bisnis yang saat ini sedang berkembang pesat di Indonesia. Fenomena ini dapat dilihat dari semakin banyaknya bisnis *franchise*, baik yang berasal dari luar negeri maupun lokal seperti KFC, McDonald's, Burger King, 5hayam, Lazatto, D'okeh, Richeese, dan merek lainnya. Munculnya banyak *franchise* ini mengakibatkan persaingan di pasar semakin ketat.

Dengan meningkatnya persaingan, perusahaan harus memahami bagaimana cara mengelola sumber daya yang dimilikinya secara efektif. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah kemampuan perusahaan dalam menciptakan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing ini dapat dicapai jika perusahaan mampu memberikan nilai lebih kepada pelanggan dibandingkan dengan apa yang ditawarkan oleh para pesaing (Oktavinus, Zaid and Yusuf, 2019).

Keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang diciptakan oleh organisasi kepada pembeli melebihi biaya yang organisasi ciptakan. Nilai itu sendiri merupakan sesuatu yang dibeli pembeli dengan nilai unggul yang berasal dari pertimbangan harga tawaran harga yang lebih rendah daripada pesaing dengan manfaat yang sepadan atau memberikan manfaat unik lebih daripada sekedar mengimbangi harga yang lebih tinggi (Porter, 1993). Menurut Russell & Millar

(2014) keunggulan kompetitif merupakan sejauh mana sebuah organisasi mampu menciptakan posisi dimana dapat mempertahankan pasar selama masih adanya pesaing. Perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif melalui kemampuan kompetitif atau prioritas yang didefinisikan sebagai preferensi strategis atau dimensi dimana perusahaan memilih untuk bersaing di pasar yang ditargetkan.

Untuk dapat bersaing dipasar, Perusahaan harus terus mengikuti perkembangan dengan berinovasi, meningkatkan efisiensi, dan memberikan pelayanan yang cepat agar tetap kompetitif di pasar. Dalam situasi seperti ini, perusahaan memerlukan keunggulan strategi untuk bersaing dan bertahan. Menurut Porter, dikutip dalam Anggini (2018) dengan menerapkan strategi keunggulan bersaing dalam perusahaan, diharapkan organisasi mampu mempertahankan posisi kompetitifnya terhadap para pesaing.

Dengan memanfaatkan teknologi informasi, perusahaan dapat menjalankan proses bisnis dengan lebih efisien dan efektif serta mengelola data dengan tingkat akurasi yang lebih tinggi. Teknologi informasi diharapkan memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaing. Untuk itu, sebuah sistem khusus dikembangkan untuk mengelola dan menghasilkan informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan (Arniati dan Imelda, 2010). Seiring dengan semakin kompleksnya proses bisnis dan operasional, muncul kebutuhan akan sistem informasi terintegrasi yang dapat memberikan informasi secara real-time kepada pengguna. Sistem ini dikenal sebagai ERP (*Enterprise Resource Planning*), yang dirancang untuk menghubungkan semua area fungsional dalam organisasi untuk mencapai efisiensi maksimal (Fitrian *et al.*, 2022).

ERP merupakan sistem bisnis yang mencakup keseluruhan operasi internal perusahaan yang dikelola melalui modul perangkat lunak terintegrasi sebagai upaya dalam mendukung proses bisnis internal yang berjalan langsung di dalam perusahaan. Misalnya ERP menangani data yang masuk, memantau status penjualan, inventaris, dan pengiriman, membuat tanda terima, serta mempertimbangkan kebutuhan bahan baku dan sumber daya manusia. Langkah-langkah ini biasanya menjadi tahapan awal dalam penerapan perangkat lunak ERP pada bisnis manufaktur (Alamin, 2022).

Hal lain yang menjadi permasalahan yaitu di bidang *Supply Chain Management* dimana sulitnya mencari bahan mentah yang diinginkan, mungkin hal tersebut bisa terjadi karena tingkat produsen *chicken* yang terus bertambah tiap tahunnya dan membuat pencarian bahan yang berkualitas dan harga efisien pun semakin ketat, disinilah peranan SCM guna menjalin hubungan dengan pemasok semakin baik, selain itu permasalahan lain berikutnya dimana harga bahan mentah yang terus naik harganya membuat para produsen *chicken* tersebut menjadi sulit menentukan harga jualnya dan hal tersebut tentunya mempengaruhi persaingan secara kompetitif. Dampak tersebut tentunya dirasakan oleh para pelaku usaha, salah satunya pelaku usaha produsen *chicken* di wilayah tasikmalaya,

SCM bermanfaat untuk membantu meningkatkan daya saing perusahaan. Menurut Guritno dan Harsasi (2021), Manajemen rantai pasok adalah upaya untuk menggabungkan semua pihak yang terlibat dalam aktivitas rantai pasok dan pembuatan produk, dengan tujuan meningkatkan efisiensi operasi, kualitas, dan layanan kepada pelanggan. Dalam perusahaan manufaktur yang telah menerapkan

manajemen rantai pasok, terdapat lima pengembangan utama yang mempengaruhi produk serta aspek kualitas barang, yang meliputi: pengembangan produk, proses pengadaan, perencanaan, pengendalian produksi, pengawasan produksi serta distribusi.

Rantai pasok pada sebuah perusahaan mempunyai arti yang penting, karena adanya rantai pasok bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mengoptimalkan keuntungan. Dengan adanya *supply chain* perusahaan dapat mengawasi pengelolaan aliran informasi, produk, dan dana dari hulu ke hilir maupun sebaliknya.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa *Enterprise Resource Planning* berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif Alomari *et al.*, (2018). Penelitian ini juga di dukung dengan penelitian Muhammad Nawawi dan Dabella Yunia (2021), *Enterprise Resource Planning* berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif. Hasil yang sama juga di buktikan dalam penelitian Erick Bagas Kurniawan dan Mudiantono (2019), *Enterprise Resource Planning* berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

Penelitian yang dilakukan Widodo *et al.*, (2021) dengan judul pengaruh *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. Hasil dari penelitian ini *supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Penelitian yang dilakukan Ramadhan, F. K., & Alhazami, L. (2023) dengan judul pengaruh *supply chain management, total quality management, marketing capability* terhadap *competitive advantage* kecap

di kabupaten majalengka. Hasil penelitian ini menunjukkan *supply chain management* berpengaruh terhadap *competitive advantage*.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *Enterprise Resource Planning* (ERP), *Supply Chain Management* (SCM) dan Keunggulan Kompetitif dengan judul: **“Pengaruh *Enterprise Resource Planning* (ERP) Terhadap *Supply Chain Management* (SCM) dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Kompetitif di *Franchise 5hayam Tasikmalaya*.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka diidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Enterprise Resource Planning* (ERP), *Supply Chain Management* (SCM) dan dampaknya terhadap keunggulan kompetitif pada *Franchise 5hayam Tasikmalaya*.
2. Bagaimana pengaruh *Enterprise Resource Planning* (ERP) terhadap keunggulan kompetitif pada *Franchise 5hayam Tasikmalaya*.
3. Bagaimana pengaruh *Supply Chain Management* (SCM) terhadap keunggulan kompetitif pada *Franchise 5hayam Tasikmalaya*.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis *Enterprise Resource Planning* (ERP), *Supply Chain Management* (SCM) dan dampaknya terhadap keunggulan kompetitif pada *Franchise 5hayam Tasikmalaya*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Enterprise Resource Planning* (ERP) terhadap keunggulan kompetitif pada *Franchise 5hayam Tasikmalaya*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Supply Chain Management* (SCM) terhadap keunggulan kompetitif pada *Franchise 5hayam Tasikmalaya*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini disusun dengan harapan memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Dapat memberikan pemahaman dan menambah wawasan serta pengetahuan, khususnya dalam bidang ERP terhadap SCM dan dampaknya terhadap keunggulan kompetitif. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkaya literatur ilmiah dan pemahaman mengenai “Pengaruh *Enterprise Resource Planning* (ERP) Terhadap *Supply Chain Management* (SCM) dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Kompetitif” (Studi Kasus di *Franchise 5hayam Tasikmalaya*).

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai topik yang bersangkutan dengan penelitian serta memberikan pengalaman mengenai penelitian yang dapat digunakan dimasa yang akan datang.
2. Perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak perusahaan sebagai bahan masukan dan pertimbangan yang berarti dalam keunggulan kompetitif kedepannya.
3. Akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pembendaharaan perpustakaan Universitas Siliwangi dan sebagai bahan pembandingan bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian terhadap permasalahan yang serupa dimasa yang akan datang.
4. Pihak lain, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan pelengkap bagi peneliti lain dalam bidang manajemen operasional khususnya dalam hal ERP terhadap SCM dan dampaknya terhadap keunggulan kompetitif.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *frenchise* 5hayam yang terletak di Kota Tasikmalaya.

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang telah dilaksanakan sejak bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan Oktober 2024. Untuk waktu penelitian yang rinci dapat dilihat pada lampiran 1.