

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KINERJA HUBUNGAN PEMASOK DAN PEMBELI
SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEUNGGULAN
BERSAING PADA BISNIS SKALA MIKRO
PENYEDIA MAKANAN DAN MINUMAN DI
KAWASAN UNDIP TEMBALANG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

Anitya Pinasthika Pramudita

12010113120078

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

**UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2017

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anitya Pinasthika Pramudita

Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120078

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KINERJA HUBUNGAN PEMASOK DAN
PEMBELI SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING PADA BISNIS
SKALA MIKRO PENYEDIA MAKANAN DAN
MINUMAN DI KAWASAN UNDIP
TEMBALANG.**

Dosen Pembimbing : Drs. Bambang Munas Dwiyanto,SE.,Dipl.Comm,MM

Semarang, Mei 2017

Dosen Pembimbing,

Drs. Bambang Munas Dwiyanto,SE.,Dipl.Comm,MM

NIP. 195809061987031001

PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anitya Pinasthika Pramudita

Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120078

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA HUBUNGAN PEMASOK DAN PEMBELI SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA BISNIS SKALA MIKRO PENYEDIA MAKANAN DAN MINUMAN DI KAWASAN UNDIP TEMBALANG.**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 9 Mei 2017

1. Drs. Bambang Munas Dwiyanto,SE,MM. ()
2. Dr. H. Susilo Toto Rahardjo.SE,MT. ()
3. Drs. Budi Sudaryanto, MT. ()

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Anitya Pinasthika Pramudita, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Hubungan Pemasok Dan Pembeli Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Bisnis Skala Mikro Penyedia Makanan Dan Minuman Kawasan UNDIP Tembalang**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagian tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja 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 seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri berarti gelar dan ijazah yang diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, Mei 2017

Yang membuat pernyataan,

Anitya Pinasthika Pramudita

NIM. 12010113120078

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Live as if you die tomorrow, learn as if you will live forever”

-Mahatma Gandhi

“Try not to become a man of success, but rather try to become a man of value”

-Albert Einstein

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini saya persembahkan khusus untuk kedua orang tua dan adik saya :

1. Bapak Mujianto
2. Ibu Dwi Praptiningsih
3. Adik, Marsha Ayu Pramesthi

ABSTRAK

Bisnis penyedia makanan dan minuman banyak tersebar di Kota Semarang. Apabila dilihat dari segi jumlahnya, bisnis skala mikro dalam bidang penyedia makanan dan minuman memiliki jumlah yang jauh lebih banyak apabila dibandingkan dengan bisnis dengan skala yang besar ataupun menengah. Namun, bisnis skala mikro dalam perkembangannya masih memiliki banyak kendala seperti kurangnya modal, tingkat SDM yang rendah dan kurangnya kesadaran untuk membangun hubungan yang baik terhadap pemasok, padahal pemasok memegang peran penting dalam kesuksesan bisnis. Ditambah dengan banyaknya pesaing bisnis yang ada, menuntut harus dimilikinya keunggulan bersaing dari masing masing bisnis supaya dapat bertahan dalam kondisi persaingan yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *information sharing*, *long term relationship* dan *process integration* terhadap keunggulan bersaing bisnis penyedia makanan dan minuman di kawasan UNDIP Tembalang dengan kinerja hubungan pemasok dan pembeli sebagai intervenning.

Mengambil sampel sebanyak 100 responden dengan teknik *simple random sampling* memilih responden yang merupakan pelaku bisnis mikro penyedia makanan dan minuman di kawasan UNDIP Tembalang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dimana analisis tersebut meliputi : uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, uji determinasi dan uji Sobel.

Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa variabel *information sharing* (0,546), *long term relationship* (0,304) dan *process integration* (0,136) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel intervenning yaitu kinerja hubungan pemasok dan pembeli . Sedangkan kinerja hubungan pemasok dan pembeli pengaruh positif dan signifikan (0,770) dengan variabel dependen yaitu keunggulan bersaing.

Kata Kunci : Pembagian informasi, hubungan jangka panjang , proses integrasi , kinerja hubungan pemasok dan pembeli dan keunggulan bersaing

ABSTRACT

Food and beverage business provider wide-spread in the city of Semarang. Judging from the quantity, micro businesses in the fields of food and beverage provider has more significant numbers when compared to businesses with large scale or the middle scale. However, development of micro-businesses still has many obstacles such as lack of fund, low levels of human resources and lack of awareness to build good relationships towards suppliers, whereas the supplier holds important role in business success. Added with the large number of existing business competitors, it requires domination to compete of each business in order to survive in the existing competitive conditions. This research's objectives are to test the influence of information sharing, long term relationship and process integration against the competitive advantage of food and beverage business in UNDIP Tembalang with supplier and buyer relationship performance as intervening.

Taking a sample of 100 respondents with simple random sampling technique selecting respondents who are micro business of food and beverage provider around UNDIP, Tembalang. The method of data analysis used is multiple regression analysis, where the analysis consists of: validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, t test, F test, determination test and Sobel test.

The result of multiple regression shows that the variable of information sharing (0,546), long term relationship (0,304) and process integration (0,136) have positive and significant influence to intervening variable that is supplier and buyer relationship performance. On the other hand, supplier and buyer relationship performance has positive and significant influence (0,770) with dependent variable that is competitive advantage.

Keywords: *Information sharing, long-term relationship, integration process, supplier and buyer relationship performance and competitive advantage.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang memberikan kemudahan dan kekuatan bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Bisnis Skala Mikro Penyedia Makanan Dan Minuman Kawasan UNDIP Tembalang**. Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta , Bapak Mujianto, Ibu Dwi Praptiningsih serta adik Marsha Ayu Pramesthi yang tiada henti memberikan doa, motivasi, semangat dan nasehat yang begitu berarti bagi penulis.
2. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang .
3. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E, M.E, selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Bapak Drs. Bambang Munas Dwiyanto,S.E, M.M., selaku dosen pembimbing atas waktu, perhatian kesabaran dan segala bimbingan serta arahannya selama penulisan skripsi ini. Sekaligus selaku dosen wali bagi penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
5. Bapak Dr. Susilo Toto Rahardjo M.T , terimakasih atas waktu dan saran yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal pengetahuan yang senantiasa memberikan bantuan dan saran dalam penyusunan skripsi.
7. Sahabat terbaik saya, Devy Arista Puspitaningrum dan Bethari Destianingrum yang terus memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi.
8. Kedua sepupu terbaik saya yang selalu memberika support dalam penyusunan skripsi ini , Ivan Satrio Wigunanto dan Yovita Nufi Putri
9. Partner yang telah membantu penyusunan skripsi, Vernando Ading Wijaya , yang senantiasa memberikan support dan saran terhadap penulis dalam penyusunan skripsi.
10. Sahabat jauh saya yang selalu setia memberikan dukungan dan saran dalam penyelesaian skripsi saya Marcellia Anci Indriantari
11. Pihak dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang yang telah memberikan data sekunder dalam penelitian ini
12. Pihak dari BPS Kota Semarang yang membantu memberikan Informasi dan data sebagai sumber data sekunder dalam penelitian ini.
13. Para responden, pelaku bisnis mikro penyedia makanan dan minuman di Kawasan UNDIP tembalang, yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini.
14. Seluruh staff tata usaha, pegawai perpustakaan dan karyawan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan bantuan selama masa studi
15. Seluruh pegawai perpustakaan Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang , yang telah membantu dalam menyediakan literatur yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi.
16. Teman-teman Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Angkatan 2013 yang selalu memberikan canda tawa dan support Yarra Waninda , Zhara Mauli Hermaya, Alien Dayinta Mahendra, Gry Padhvani, Rifka Anissa, Achmad Shobirin, Kharisma Islami, Andreana Yulia, Ardy Kurniawan, Elisabeth Lisato, Cintia Fanika,

Bramasto Adi, Andre Kurniawan, Firda Huwaidha, Jessica Theresia dan teman-teman Manajemen 2013 yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

17. Teman-teman dari Fakultas Hukum Universitas Diponegoro yang selalu memberikan support dan membantu menyelesaikan penulisan skripsi saya Anissa Inindita Pratiwi, Jenia Bella Riyanto, Arum Guritno , Shanti Kusuma Jayanti , Ditya Primanisa , Rahayu Tri Widayanti, dan Prameshwari R. Callista
18. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, Mei 2017

Penulis,

Anitya Pinasthika Pramudita

NIM. 12010113120078

DAFTAR ISI

Halaman	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.5 Sistematika Penelitian.....	20
BAB II LANDASAN TEORI	22
2.1 <i>Grand Theory</i>	22
2.2 Variabel Yang Digunakan Dalam Penelitian.....	26
2.2.1 Keunggulan Bersaing	26
2.2.2 Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli.....	35
2.2.3 <i>Information Sharing</i>	39
2.2.4 <i>Long Term Relationship</i>	42
2.2.4 <i>Process Integration</i>	47
2.3 Hubungan Antar Variabel	51
2.3.1 <i>Information Sharing</i> Dengan Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli.....	51
2.3.2. <i>Long Term Relationship</i> Dengan Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli.....	52
2.3.3 <i>Process Integration</i> Dengan Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli.....	53
2.3.3 Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli dengan Keunggulan Bersaing.....	55
2.4 Penelitian Terdahulu	56
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis	60
2.6 Hipotesis	61

BAB III METODE PENELITIAN	62
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	62
3.1.1 Variabel Penelitian	62
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	63
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	65
3.2.1 Populasi Penelitian	65
3.2.2 Sampel Penelitian	65
3.3 Jenis dan Sumber Data	66
3.3.1. Data Primer.....	66
3.3.2. Data Sekunder.....	67
3.4 Metode Pengumpulan Data	67
3.5 Metode Analisis Data	70
3.5.1 Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	70
3.5.1.1. Uji Validitas	70
3.5.1.2. Uji Reliabilitas	70
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	71
3.5.2.1. Uji Normalitas	71
3.5.2.2. Uji Multikolinieritas	72
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	72
3.5.3 Regresi Linier Berganda	73
3.5.4 Pengujian Hipotesis.....	74
3.5.4.1.Uji Statistik t	75
3.5.4.2.Uji Statistik F.....	76
3.5.5 Koefisien Determinasi (R ²)	77
3.6. Uji Sobel	78
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	80
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	80
4.2 Gambaran Umum Responden	81
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	81
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	82
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	82
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Kepemilikan.....	83
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	84
4.3 Analisis Kuantitatif	85
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Information Sharing</i>	86
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Long Term Relationship</i>	88

4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Process Integration</i>	90
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli	93
4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing	95
4.4 Analisis Data	96
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	96
1. Uji Validitas	96
2. Uji Reliabilitas	98
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	99
1. Uji Normalitas	99
2. Uji Multikolonieritas	100
3. Uji Heterokedasitas	101
4.4.3 Analisis Regresi Berganda	103
4.4.4 Pengujian Hipotesis	107
1. Uji t	107
2. Uji Signifikansi Simultan (uji F)	109
3. Koefisien Determinasi (R^2)	111
4.4.5 Uji Sobel	113
4.5 Pembahasan	115
BAB V PENUTUP	125
5.1 Kesimpulan	125
5.1.1 Kesimpulan Hasil Penelitian	125
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian	127
5.2 Keterbatasan Penelitian	129
5.3 Saran	129
5.3.1 Saran Bagi Bisnis	129
5.3.2 Saran Penelitian Yang Akan Datang	131
DAFTAR PUSTAKA	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Kriteria UMKM Berdasarkan Aset dan Omset.....	5
Tabel 1.2. PDB Menurut Sektor Ekonomi (Dalam Miliar Rupiah)	7
Tabel 1.3. PDRB UMKM Kota Semarang Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Berlaku Tahun 2014-2015.....	10
Tabel 1.4. PDRB UMKM Sektor Perdagangan, Perhotelan dan Restoran Kota Semarang Tahun 2012-2015.....	12
Tabel 2.1. Pengukuran Proses dalam <i>Supply Chain</i>	37
Tabel 2.2. Perbandingan <i>Supply Chain</i> Efisien dan <i>Supply Chain</i> Responsif.....	38
Tabel 2.3. Penelitian Terdahulu.....	57
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	63
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	82
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Pendidikan.....	83
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Status Kepemilikan.....	83
Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	84
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Information Sharing</i>	86
Tabel 4.7. Deskripsi Indeks <i>Information Sharing</i>	88
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Long Term Relationship</i>	89
Tabel 4.9. Deskripsi Indeks <i>Long Term Relationship</i>	90
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Process Integration</i>	91
Tabel 4.11. Deskripsi Indeks <i>Process Integration</i>	92
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli.....	93
Tabel 4.13. Deskripsi Indeks Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli.....	94
Tabel 4.14. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.....	95
Tabel 4.15. Deskripsi Indeks Keunggulan Bersaing.....	96
Tabel 4.16. Uji Validitas.....	97
Tabel 4.17. Uji Reliabilitas.....	98
Tabel 4.18. Histogram Normalitas.....	99
Tabel 4.19. P.Plot Yang Menunjukkan Normalitas.....	100
Tabel 4.20. Uji Multikoloneritas.....	101
Tabel 4.21. Uji Heteroskedasdisitas.....	102
Tabel 4.22. Koefisien Regresi Berganda dan Hasil Uji t Regresi ke-1.....	104
Tabel 4.23. Koefisien Regresi Berganda dan Hasil Uji t Regresi ke-2.....	106
Tabel 4.24. Hasil Uji F.....	110
Tabel 4.25. Hasil Uji F.....	111
Tabel 4.26. Uji Koefisien Determinasi Regresi Ke-I.....	112
Tabel 4.27. Uji Koefisien Determinasi Regresi Ke-II.....	112

Tabel 4.28 Perhitungan <i>Information Sharing</i> Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli.....	113
Tabel 4.29 Perhitungan <i>Long Term Relationship</i> Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli.....	114
Tabel 4.30 Perhitungan <i>Process Integration</i> Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Manajemen Rantai Pasokan.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Perkembangan UMKM Menurut Sektor Ekonomi Tahun 2015	6
Gambar 2.1. Signifikansi Model <i>Supply Chain</i> dan 3 Macam Aliran yang Dikelola.....	25
Gambar 2.2. Dampak Positif <i>Good Information Sharing</i> dalam Bisnis.....	41
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	138
Lampiran 2 Data Tanggapan Responden	147
Lampiran 3 Analisis Deskripsi Responden	158
Lampiran 4 Frekuensi Tanggapan Responden	161
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	167
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	170
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	174
Lampiran 8 Hasil Regresi	179

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan aktivitas yang selalu ada dan selalu mendampingi hidup manusia. Di era modern sekarang ini dapat diketahui bahwa bisnis telah berkembang dengan sangat pesat dan cepat. Banyak sekali bidang atau sektor yang dapat dikembangkan menjadi sebuah bisnis, hal ini dikarenakan permintaan konsumen yang selalu berkembang menjadi lebih kompleks yang biasanya didasari dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu bertambah. Maka dari itu banyak sekali bisnis yang berlomba-lomba untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, dimana konsumen inilah yang nantinya akan meningkatkan profit atau keuntungan dari bisnis itu sendiri, fenomena dimana pelaku bisnis menciptakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pasar atau konsumen sering disebut sebagai "*market oriented*", dan bisnis yang ada sekarang menjalankan kegiatan bisnisnya sesuai dengan permintaan pasar .

Fenomena "*market oriented*" yang berkembang di era modern ini, mengakibatkan persaingan yang semakin ketat antar bisnis yang ada. Pelaku bisnis berusaha semaksimal mungkin untuk selalu menyediakan produk terbaik dan menarik bagi konsumennya. Penyediaan produk yang terbaik dan menarik bagi konsumen tidak pernah lepas dengan bagaimana kinerja dari bisnis atau performa

sebuah bisnis. Dalam menciptakan sebuah produk, baik dalam bentuk barang ataupun jasa sebuah bisnis membutuhkan beberapa pihak untuk menyediakan sumber pembuatan produk yang berupa bahan baku, dan juga pihak yang menyalurkan produk jadinya sampai ke tangan konsumen akhir. Pihak-pihak tersebut saling berhubungan dan berkaitan di dalam kegiatan bisnis.

Fredendall dan Hill (2001) menjelaskan bahwa, Proses dari bahan baku awal ke konsumsi akhir dari produk jadi yang menghubungkan seluruh pihak dalam proses tersebut disebut sebagai *supply chain*.

Pihak yang dimaksud ikut berpartisipasi dalam penyediaan bahan baku awal sampai konsumsi akhir dijelaskan kembali oleh Pujawan dan Mahendrawati (2010) yaitu meliputi *supplier*, *manufacturer*, *distributor*, *retailer* dan *customer*. Ketika pihak tersebut berintegrasi untuk menciptakan produk yang murah, berkualitas dan cepat maka konsep tersebut disebut sebagai *supply chain management*.

Menurut Fredendall dan Hill (2001) Konsep *supply chain management* merupakan sebuah konsep baru, dimana pada tahun 1960 an belum dikenal integrasi antar divisi di dalam sebuah perusahaan dan pada 1970 an integrasi antar divisi sudah dikenal, namun integrasi antar pelaku bisnis dan perusahaan baik dari *supplier*, *manufacturer*, *distribution*, *retailer* dan *customer* belum dilakukan. Konsep *supply chain management* sendiri baru dikenal di tahun 1980 an dimana konsep tersebut baru pertamakali digunakan oleh konsultan logistik, namun praktek pada umumnya sudah mulai berkembang dan dilaksanakan pada tahun

1990 an, serta menegaskan bahwa integrasi dari fungsi di dalam perusahaan dan pihak dalam konsep *supply chain management* dapat meningkatkan profit perusahaan.

Penjelasan tersebut didukung dan dilengkapi oleh Indrajit dan Djoko Pranoto (2006) bahwa *supply chain management* pada hakikatnya merupakan perluasan dan penyempurnaan ilmu manajemen logistik, dimana peran manajemen logistik adalah mengatur arus barang dalam perusahaan saja, sedangkan *supply chain* mengatur arus barang, arus informasi dan arus sumber daya lain nya , yang diperlukan oleh pelanggan serta meliputi antar perusahaan

Bozarth dan Heinfield (2008) menjelaskan bahwa *supply chain management* merupakan pendukung strategi perusahaan secara keseluruhan dan rantai pasokan merupakan pendukung strategi manajemen operasi. Segala hal yang dibutuhkan guna memenuhi kebutuhan pelanggan dengan tujuan untuk mencapai biaya minimum dengan kualitas maksimum di pertimbangkan di dalam *supply chain management*.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Menurut Boone dan Kurtz (2007) Bisnis adalah seluruh aktivitas dan

usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa.

Bisnis, di dalam Undang-Undang disebut sebagai dunia usaha. Menurut Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, pasal 1 ayat 1 dalam point 5 menyebutkan bahwa, Dunia Usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar yang melakukan kegiatan perekonomian di Indonesia. Dalam Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 Tentang usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah diartikan sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang, perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang
2. Usaha Kecil adalah 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 ataupun usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana diatur dalam undang-undang
3. Usaha menengah adalah 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

dengan Usaha Kecil ataupun Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

Didalam Undang Undang UMKM telah dijelaskan juga bagaimana kriteria dari Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah menurut aset dan omset penjualan sebagai berikut :

Tabel 1.1.
Kriteria UMKM
Berdasarkan Aset dan Omset

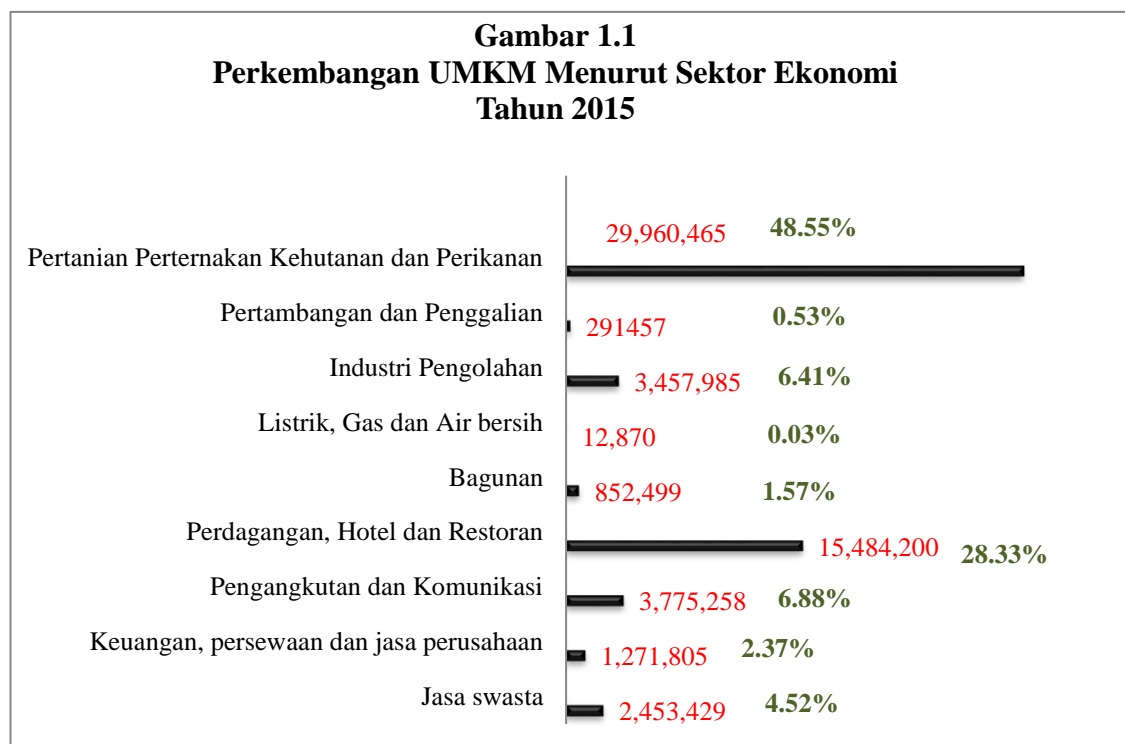
Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal Rp. 50.000.000	Maksimal Rp. 300.000.000
Usaha Kecil	>Rp. 50.000.000 s/d Rp. 500.000.000	>Rp.300.000.000 s/d Rp.2.500.000.000
Usaha Menengah	>Rp. 500.000.000 s/d Rp.10.000.000.000	>Rp.2.500.000.000 s/d Rp. 50.000.000.000

Sumber : Undang- Undang Nomor 20 Tentang UMKM, 2008

Bank Indonesia dan LPPI (2015) mengemukakan UMKM memiliki peranan penting dan menyeluruh dalam pembangunan ekonomi Nasional. Diantaranya dalam hal pertumbuhan ekonomi, tenaga kerja serta pendistribusian hasil pembangunan . UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis yang menerpa pada tahun 1997-1998 di Indonesia, hanya UMKM yang tetap mampu berdiri kokoh, Karena Mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu bergantung pada pinjaman atau modal dari luar dalam mata uang asing. Pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat terus, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Pada tahun itu, jumlah usaha di Indonesia sebanyak

56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, UMKM sebanyak 56.534.592 unit atau 99.99%. Sisanya sekitar 0.01% atau 4.968 unit adalah usaha besar.

Menurut ISIC dalam Bank Indonesia dan LPPI (2015) UMKM yang ada di Indonesia, di klasifikasikan menjadi 9 sektor, yang telah dilakukan pendataan di tahun 2015, tentang perkembangan UMKM menurut sektor ekonomi di Indonesia sabagai berikut :



Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM dalam Bank Indonesia dan LPPI , 2015

Jika ditinjau dari sektor ekonomi UMKM di Indonesia yang memiliki proporsi unit usaha terbesar sampai terkecil berdasarkan grafik pendataan oleh kementerian koperasi dan UMKM adalah sektor : 1. Pertanian , peternakan,

kehutanan dan perikanan (48,85%); 2. Perdagangan, hotel dan restoran (28,83%) ; 3. Pengangkutan dan komunikasi (6,88%); 4. Industri pengolahan (6,41%); 5. Jasa – jasa (4,52%); 6. Keuangan, persewaan dan jasa perusahaan (2,37%) ; 7. Bagunan (1,57%) ; 8. Pertambangan dan Penggalian (0,53%) ; 9. Listrik gas dan air bersih (0,03%).

Berdasarkan perkembangan Produk Domestik Bruto Tahun 2014-2015 peluang untuk meningkatkan kapasitas usaha UMKM masih memiliki prospek cukup besar terutama bagi sektor sektor ekonomi UMKM yang menyumbang PDB dalam porsi besar.

Tabel 1.2

Produk Domestik Bruto Menurut Sektor Ekonomi (Dalam Miliar Rupiah)

Lapangan Usaha		Atas Dasar Harga berlaku		Atas Dasar Harga Konstan	
		2014	2015	2014	2015
Pertanian, Peternakan, Kehutanan & Perikanan	UMKM	962.048,20	1.010.335,80	292.111,16	310.886,70
	UB	41.973,30	48.773,20	12.294,60	16.919,60
Petambangan & Penggalian	UMKM	102.884,80	128.475,00	24.570,80	30.498,20
	UB	564.262,40	707.997,70	161.864,60	219.065,80
Industri Pengolahan	UMKM	567.205,00	786.297,30	186.449,20	191.551,90
	UB	1.129.124,00	1.412.848,80	408.863,90	375.541,40

Listrik, Gas dan Air Bersih	UMKM	3.779,20	6.714,30	1.351,20	2.691,60
	UB	47.624,40	40.906,50	16.696,50	28.977,00
Bangunan	UMKM	227.246,20	279.845,40	54.551,60	62.666,30
	UB	397.607,70	358.718,80	95.511,70	130.975,90
Perdagangan Hotel & Restoran	UMKM	845.414,70	1.147.600,70	384.575,10	361.705,80
	UB	30.634,30	39.319,20	16.025,90	29.408,70
Pengangkutan & Komunikasi	UMKM	189.740,50	220.278,60	79.395,80	99.676,80
	UB	208.931,20	254.879,20	137.998,90	127.498,60
Keuangan Persewaan, & Jasa Perusahaan	UMKM	288.028,20	329.605,00	139.982,10	161.436,50
	UB	170.413,40	239.145,90	80.663,90	73.021,90
Jasa-jasa	UMKM	280.046,50	394.419,50	119.584,50	148.212,20
	UB	11.798,80	20.925,30	5.455,10	6.374,90
PDB UMKM		3.466.393,30	4.303.571,50	1.282.571,80	1.369.326,00
PDB UB		2.602.369,50	3.123.514,60	935.375,20	1.007.784,00
PDB NASIONAL		6.068.762,80	7.427.086,10	2.217.947,00	2.377.110,00

Sumber : Kementerian Koperasi dan UMKM dalam Bank Indonesia dan LPPI 2015

Dari tabel 1.2. diatas dapat diketahui bahwa UMKM memberi sumbangan terhadap PDB sebesar 60% . Tabel diatas juga menunjukkan sumbangan UMKM terhadap PDB selama kurun waktu 2014-2015 terus mendominasi dibanding usaha besar. Lima sektor ekonomi yang memberikan sumbangan besar terhadap PDB adalah :

1. Perdagangan Hotel dan Restoran
2. Pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan
3. Industri pengolahan
4. Jasa-jasa
5. Keuangan ,persewaan dan Jasa perusahaan.

Dari kelima sektor ekonomi tersebut, sumbangan terhadap PDB sektor industri pengolahan; perdagangan, hotel dan restoran ; dan jasa-jasa cenderung mengalami kenaikan, sementara untuk pertanian dan jasa keuangan mengalami penurunan. Dengan demikian, sektor ekonomi yang berpotensi dan dapat menjadi pilihan adalah sektor industri pengolahan ; perdagangan, hotel dan restoran; dan jasa-jasa.

Sektor Perdagangan Hotel dan Restoran apabila dilihat dari gambar 1.1 memiliki proporsi yang cukup besar yaitu 28,3%, dan cenderung mengalami kenaikan. Maka dari itulah dapat dilihat sampai di tahun 2015 perkembangan sektor ekonomi di bidang Perdagangan Hotel dan Restoran menempati posisi ke 2 yaitu sebesar 28,3% pada seluruh jenis UMKM yang ada di Indonesia. Lalu ditinjau dari segi Produk Domestik Bruto dapat dilihat bahwa dari sektor perdagangan, hotel dan restoran dalam UMKM memiliki sumbangan yang besar terhadap PDB UMKM di Indonesia pada tahun 2010-2011, yaitu sekitar 24-29% dari seluruh PDB UMKM yang ada.

Setelah mengetahui bagaimana kondisi PDRB Nasional pada tabel 1.2. diatas , maka selanjutnya juga harus diketahui secara lebih rinci dan jelas Selain dari PDRB Nasional juga terdapat PDRB kota semarang mulai tahun 2012 sampai dengan 2015 dengan rincian tabel sebagai berikut.

Tabel 1.3
PDRB UMKM Kota Semarang
Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Berlaku
Tahun 2014-2015

Lapangan Usaha	PDRB Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Berlaku (Juta Rupiah)			
	2012	2013	2014	2015
Pertanian, Tanaman Pangan, Kehutanan dan Perikanan	507.479,00	556.458,53	588.074,44	631.643,07
Petambangan & Penggalian	71.628,18	76.895,53	81.153,58	87.942,37
Industri Pengolahan	10.485.836,89	11.807.056,29	13.396.296,80	15.026.452,04
Listrik, Gas dan Air Bersih	66.2149,05	714.798,51	776.041,22	890.419,76
Bangunan	8.603.094,85	9.535.471,27	10.562.309,17	11.710.345,24
Perdagangan Hotel & Restoran	12.116.788,70	13.574.943,60	15.460.952,20	17.559.840,78
Pengangkutan & Komunikasi	4.260.136,15	4.627.328,82	5.091.566,72	5.737.208,38
Keuangan Persewaan, & Jasa Perusahaan	1.184.271,7	1.299.332,24	1.452.004,58	1.643.028,32
Jasa-jasa	5.506.806,27	6.269.125,63	6.976.255,85	7.805.945,59
JUMLAH PDRB	43.398.190,77	48.461.410,41	54.384.654,53	61.092.825,55

Sumber : BPS Kota Semarang, 2016

Ditinjau dari PDRB Kota Semarang, Pendapatan terbesar kota Semarang berasal dari sektor Perdagangan, hotel dan restoran. Mulai dari tahun 2012 sampai tahun 2015 dapat dilihat dari tabel 1.3 bahwa sektor perdagangan, hotel dan restoran memiliki proporsi kurang lebih sekitar 28% dari total PDRB yang ada. Selain itu pula, PDRB yang dihasilkan dari sektor perdagangan, hotel dan restoran selalu meningkat dari tahun ke tahun selama periode 2012 sampai 2015. Hal ini dapat disimpulkan bahwa bisnis perdagangan, hotel dan restoran merupakan bisnis yang memiliki banyak peluang untuk mendapatkan profit.

Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM dalam Bank Indonesia dan LPPI(2015) sektor Perdagangan hotel dan restoran terbagi lagi menjadi 3 yaitu bisnis perdagangan, bisnis perhotelan dan bisnis restoran. Ketiga bisnis tersebut sudah tidak dapat diragukan lagi jumlahnya dan pentingnya bisnis tersebut untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di Indonesia khususnya di kota Semarang. Sebagai salah satu kota besar di Indonesia, Semarang memiliki banyak bisnis yang bergerak di sektor perdagangan, perhotelan dan restoran, dan bisnis tersebut menyumbangkan pendapatan terbesar ke dalam pendapatan daerah di kota Semarang hal ini dibuktikan dengan tabel PDRB diatas. Dari sektor bisnis tersebut tentunya ada salah satu bisnis yang paling memberikan dampak ke pendapatan daerah kota Semarang, baik itu bisnis perdagangan, bisnis perhotelan maupun restoran. Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 1.4.
PDRB UMKM Sektor Perdagangan, Perhotelan dan Restoran
Kota Semarang
Tahun 2012-2015

Lapangan Usaha	PDRB Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Berlaku (Juta Rupiah)			
	2012	2013	2014	2015
Perdagangan Besar & Eceran	10.020.749,85	11.238.204,78	12.867.002,19	14.612.351,07
Hotel	909.671,85	998.146,38	1.103.932,30	1.253.007,13
Restoran	1.186,367	1.338.592,44	1.490.017,71	1.694.482,59
Perdagangan Hotel & Restoran	12.116.788,70	13.574.943,60	15.460.952,20	17.559.840,78

Sumber : BPS Kota Semarang, 2016

Dari tabel 1.4 , dapat diketahui bahwa Pendapatan tertinggi dari sektor perdagangan, hotel dan restoran diduduki oleh bisnis perdagangan baik itu dalam skala yang besar maupun skala yang kecil, peringkat kedua diduduki oleh bisnis restoran dan peringkat bisnis perhotelan. Meskipun demikian jumlah pendapatan dari masing masing sektor perdagangan, hotel dan restoran terus meningkat mulai dari tahun 2012-2015 hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat kemungkinan potensi bisnis yang berkembang dari sektor tersebut.

Di era sekarang ini, dimana segala hal selalu dituntut untuk serba instan dan cepat, menuntut para pelaku bisnis untuk dapat mengikuti dan melihat fenomena tersebut. Kebutuhan manusia terutama kebutuhan pangan/ makan untuk sehari hari sudah mulai berubah , dimana sebelumnya masyarakat berusaha mengolah sendiri bahan mentah menjadi masakan, namun sekarang masyarakat lebih cenderung untuk membeli langsung masakan jadi. Tren serba instan dan

cepat yang ada di masyarakat dilihat oleh pelaku bisnis restoran atau rumah makan untuk menciptakan bisnis mereka sehingga mendapatkan profit atau keuntungan. Hal tersebutlah yang membuat jumlah usaha restoran dari usaha besar sampai UMKM banyak tersebar di Kota Semarang , khususnya di daerah kampus UNDIP Tembalang yang mayoritas penduduk atau masyarakatnya terdiri dari mahasiswa dan rata rata bukan mahasiswa yang menetap di Semarang, maka dari itu rumah makan menjadi kebutuhan utama mahasiswa yang menuntut segala hal serba praktis.

Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang (2016) Kecamatan Banyumanik dan Tembalang yang merupakan kawasan UNDIP, terdapat 352 mikro yang sudah terdata, dari keseluruhan usaha mikro tersebut 60 persen diantaranya atau sekitar 220 usaha , merupakan usaha rumah makan. Sisanya adalah usaha untuk toko kelontong, fotokopi, depo air minum, rumah kos dan lain lain. Maka dari itu usaha rumah makan merupakan penyumbang terbesar pendapatan wilayah kecamatan Tembalang dan Banyumanik.

Kementrian koperasi dan UMKM dalam Bank Indonesia dan LPPI (2015) menjelaskan bahwa Restoran/rumah makan disebut kegiatan penyediaan makan dan minum adalah usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan permanen maupun tidak permanen yang menjual dan menyajikan makan dan minuman untuk umum ditempat usahanya.

Di kota Semarang khususnya kecamatan Tembalang dan Banyumanik terdapat berbagai jenis bisnis restoran atau rumah makan , dari mulai yang berskala besar sampai mikro. Namun yang menarik untuk dibahas adalah restoran berskala UMKM atau rumah makan dengan skala UMKM. Namun bisnis UMKM memiliki banyak masalah yang harus dihadapi selama bisnis tersebut berjalan, menurut Akmal dan Triajie dalam Ariani (2013) diantaranya :

1. Keterbatasan modal

Mayoritas modal sendiri digunakan bagi pengusaha bisnis UMKM , peminjaman modal dari tidak berani dilakukan karena masalah kurangnya pemahaman dalam hal prosedur.

2. Pengadaan bahan baku

Pengadaan bahan baku sering menjadi masalah, yang utama adalah naik turunnya kebutuhan pokok di pasar yang mau atau tidak para pelaku bisnis UMKM rumah makan harus ikut merasakan imbasnya.

3. Peranan teknologi kurang optimal

Pengaplikasian teknologi dalam bisnis UMKM di Indonesia termasuk masih kurang, penyebabnya adalah kualitas sumber daya manusia yang masih rendah karena tingkat pendidikan yang masih kurang.

4. Sumber Daya Manusia

Produktivitas karyawan menjadi salah satu faktor penting yang menjadikan bisnis UMKM rumah makan berkembang. Namun produktivitas

masih terbilang rendah karena kurangnya pelatihan dan juga masih rendahnya tingkat upah.

5. Kurangnya tenaga ahli sebagai pengelola UMKM

Mayoritas latar belakang pendidikan pengelola UMKM merupakan lulusan SD sampai SMA, hal tersebut menyebabkan masih sempitnya pola pikir dan kurang berkembang untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

6. Masalah kemitraan

Sulit mempertemukan produsen dan pelaku bisnis UMKM dalam hubungan kemitraan, karena mereka pelaku bisnis dan produsen bahan baku memiliki kepentingan dan kemauan yang berbeda.

Mayasari dalam Ariani (2013) juga berpendapat bahwa pendatang baru dalam persaingan bisnis akan membawa kapasitas baru, kemungkinan untuk merebut pangsa pasar, dan juga merebut sumberdaya yang dimiliki oleh bisnis. Akibatnya dapat terjadi peningkatan biaya dan harga produk menjadi turun.

Peningkatan produktivitas dalam bisnis mikro penyedia makanan dan minuman merupakan hal yang penting dan diperlukan. Menurut Pearce dan Robinson (2009) strategi yang sesuai untuk dapat bertahan di pasar sangat diperlukan oleh bisnis yang berguna untuk menghadapi persaingan, ancaman, dan peluang pasar. Bisnis harus dapat mendesain dan memiliki strategi *supply chain management* agar mampu mengarahkan jalannya tujuan yang ingin dicapai dalam meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga perusahaan mampu bertahan dan berhasil dalam persaingan. *Information sharing* (pembagian informasi), *long*

termrelationship (hubungan jangka panjang) , *dan process integration* (integrasi proses) merupakan bagian dari faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja rantai pasokan pada bisnis . Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Desi Ariani (2013) mengenai pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan, dengan memasukkan variabel *Information sharing* (pembagian informasi), *long term relationship* (hubungan jangka panjang) , *dan process integration* (integrasi proses) dalam penelitian dan memperoleh hasil bahwa variabel tersebut berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasokan perusahaan.

Pembagian informasi (*Information sharing*) merupakan elemen penting dalam manajemen rantai pasokan , karena dengan adanya *information sharing* yang selalu dikomunikasikan antara pelaku bisnis dengan mitra bisnisnya akan membuat informasi sebagai salah satu faktor keberhasilan *supply chain* menjadi akurat serta akan mempercepat proses rantai pasokan mulai dari supplier sampai ke pasar atau ketangan pelanggan . Hubungan jangka panjang (*Long term relationship*) dapat terbentuk dengan adanya kerjasama yang selanjutnya akan menjadi hubungan yang berkesinambungan antara semua pihak yang terlibat dalam *supply chain management*, Selanjutnya yang tidak kalah penting adalah Integrasi proses (*Process Integration*) yang merupakan penggabungan keseluruhan semua aktivitas yang ada di manajemen rantai pasokan baik yang berada dari segi internal maupun eksternal perusahaan.

Hubungan antara pelaku bisnis dengan pemasok harus selalu dipelihara dengan baik, hal tersebut karena tingkat ketergantungan bisnis terhadap pemasok sangat tinggi dan harus diusahakan dapat terjalin jangka panjang, karena baik

perusahaan berskala besar maupun bisnis UMKM selalu melakukan kegiatan *supply chain management*.

Salah satu kunci keberhasilan dari suatu bisnis adalah kemampuan untuk memiliki dan mempertahankan satu atau beberapa keunggulan bersaing (*competitive advantage*), yang dapat dicapai dari segi internal perusahaan. Menurut (Lena Elitan dan Lina Anatan, 2008) keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing perusahaan salah satunya dapat dicapai dengan *Supply Chain Management*. Maka dari itu pelaku bisnis harus memperhatikan kinerja *supply chain management* khususnya pada bagian hulu yaitu hubungan antara pemasok dan pembeli, karena hal tersebut merupakan kunci sebuah bisnis untuk memenangkan persaingan. Maka dari itu bagian hulu dapat disebut sebagai hubungan pemasok dengan pembeli. Terlebih lagi dapat dilihat melalui tabel 1.3. yang menunjukkan bahwa bisnis sektor perdagangan, perhotelan dan restoran menempati peringkat pertama dalam memberikan sumbangan PDRB terbesar di kota Semarang selama tahun 2014-2015. Dari sektor tersebut dibagi menjadi 3 jenis usaha dan usaha restoran atau bisnis penyedia makanan dan minuman berada dalam peringkat kedua di dalam sektor tersebut yang menjadi alasan kuat untuk mengambil bisnis penyedia makanan dan minuman sebagai objek penelitian.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini berjudul ***“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Bisnis Skala Mikro Penyedia Makanan Dan Minuman Di Kawasan UNDIP Tembalang.”***

1.2. Perumusan Masalah

Saat ini persaingan dalam bisnis penyedia makanan dan minuman sangat ketat, karena semakin hari semakin banyak bermunculan bisnis rumah makan dengan berbagi macam variasi dan cita rasa yang lezat dan harga yang bersaing satu sama lainnya. Selain itu adanya masalah lain seperti masalah modal dan tenaga kerja juga harus diselesaikan untuk mengoptimalkan produktivitas kinerja bisnis rumah makan tersebut.

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, dapat dilihat bahwa untuk menciptakan keunggulan bersaing dan meningkatkan kinerja perusahaan maka perusahaan harus bisa mengoptimalkan *supply chain management* khususnya pada kinerja hubungan pemasok dan pembeli untuk meningkatkan kinerja bisnisnya dan memiliki keunggulan kompetitif lewat kinerja hubungan pemasok dan pembeli. Dengan demikian rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Apakah *information sharing* (pembagian informasi) berpengaruh terhadap kinerja hubungan pemasok dan pembeli pada bisnis skala mikro penyedia makanan dan minuman ?
- b. Apakah *long term relationship* (hubungan jangka panjang) berpengaruh terhadap kinerja hubungan pemasok dan pembeli pada bisnis skala mikro penyedia makanan dan minuman ?

- c. Apakah *process integration* (integrasi proses) berpengaruh terhadap kinerja hubungan pemasok dan pembeli pada bisnis skala mikro penyedia makanan dan minuman ?
- d. Apakah kinerja hubungan pemasok dan pembeli berpengaruh terhadap keunggulan bersaing bisnis skala mikro penyedia makanan dan minuman ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Menganalisis pengaruh *information sharing* (pembagian informasi) terhadap kinerja hubungan pemasok dan pembeli pada bisnis skala mikro penyedia makanan dan minuman.
- b. Menganalisis pengaruh *long term relationship* (hubungan jangka panjang) terhadap kinerja hubungan pemasok dan pembeli pada bisnis skala mikro penyedia makanan dan minuman
- c. Menganalisis pengaruh *process integration* (integrasi proses) terhadap kinerja hubungan pemasok dan pembeli pada bisnis skala mikro penyedia makanan dan minuman
- d. Menganalisis pengaruh kinerja hubungan pemasok dan pembeli terhadap keunggulan bersaing bisnis skala mikro penyedia makanan dan minuman

1.4 Manfaat penelitian

Dari penelitian ini manfaat yang dapat diperoleh antara lain :

1. Bagi usaha/bisnis UMKM

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menjadi sumber referensi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja hubungan pemasok dan pembeli pada bisnis dan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing dalam bisnis.

2. Bagi akademik

Diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengetahui lebih banyak tentang kinerja hubungan pemasok dan pembeli terhadap keunggulan bersaing bisnis.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, untuk lebih memudahkan pemahaman mengenai skripsi ini maka sistematika penulisan akan ditulis bab demi bab sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab Ini berisi latar belakang masalah yang menjadi dasar peneliti melakukan penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisi mengenai variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data , serta metode pengumpulan data.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan teknik analisis yang ditetapkan untuk selanjutnya dilakukan pembahasan hasil analisis tersebut.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian