# BAB I PENDAHULUAN

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Laju pertumbuhan penduduk berbanding lurus dengan laju pertumbuhan pengguna internet di Indonesia. Pada awal tahun 2020, Indonesia menduduki peringkat kedelapan dari daftar negara yang paling banyak menghabiskan waktunya untuk berselancar internet (*Global Digital Reports 2020*, 2020). Hal tersebut didukung dengan penetrasi pengguna internet yang terus tumbuh. Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia hampir menyentuh angka 200 juta atau sekitar 196,7 juta jiwa hingga pada kuartal II/2020. Jumlah ini meningkat cukup tinggi hingga 8,9% atau sebanyak 23,5 juta jiwa dibandingkan tahun 2018.

Perkembangan teknologi dewasa ini tidak hanya menjadi sarana komunikasi dan bertukar informasi, namun juga turut mendukung perkembangan perekonomian berbasis elektronik. Saat ini diperkirakan lebih dari setengah transaksi perdagangan ritel telah menggunakan *e-commerce* (ATKearney, 2014). Hal tersebut didorong oleh semakin banyaknya orang-orang yang menggunakan gawai dalam mengakses internet. Faktor kemudahan dan kenyamanan menggunakan *smartphone* dalam mengakses internet, memungkinkan konsumen semakin intensif melakukan belanja *online* dalam transaksi pembelian barang-barang dalam pemenuhan kebutuhannya. Selain itu, harga sambungan internet yang semakin terjangkau juga menambah antusiasme masyarakat dalam menggunakan internet untuk mendukung berjalannya aktifitas sehari-hari.

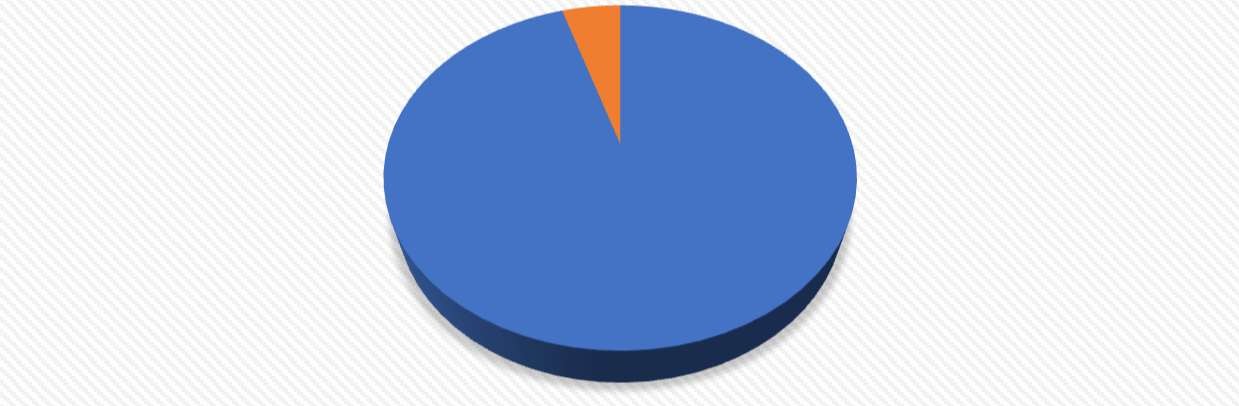
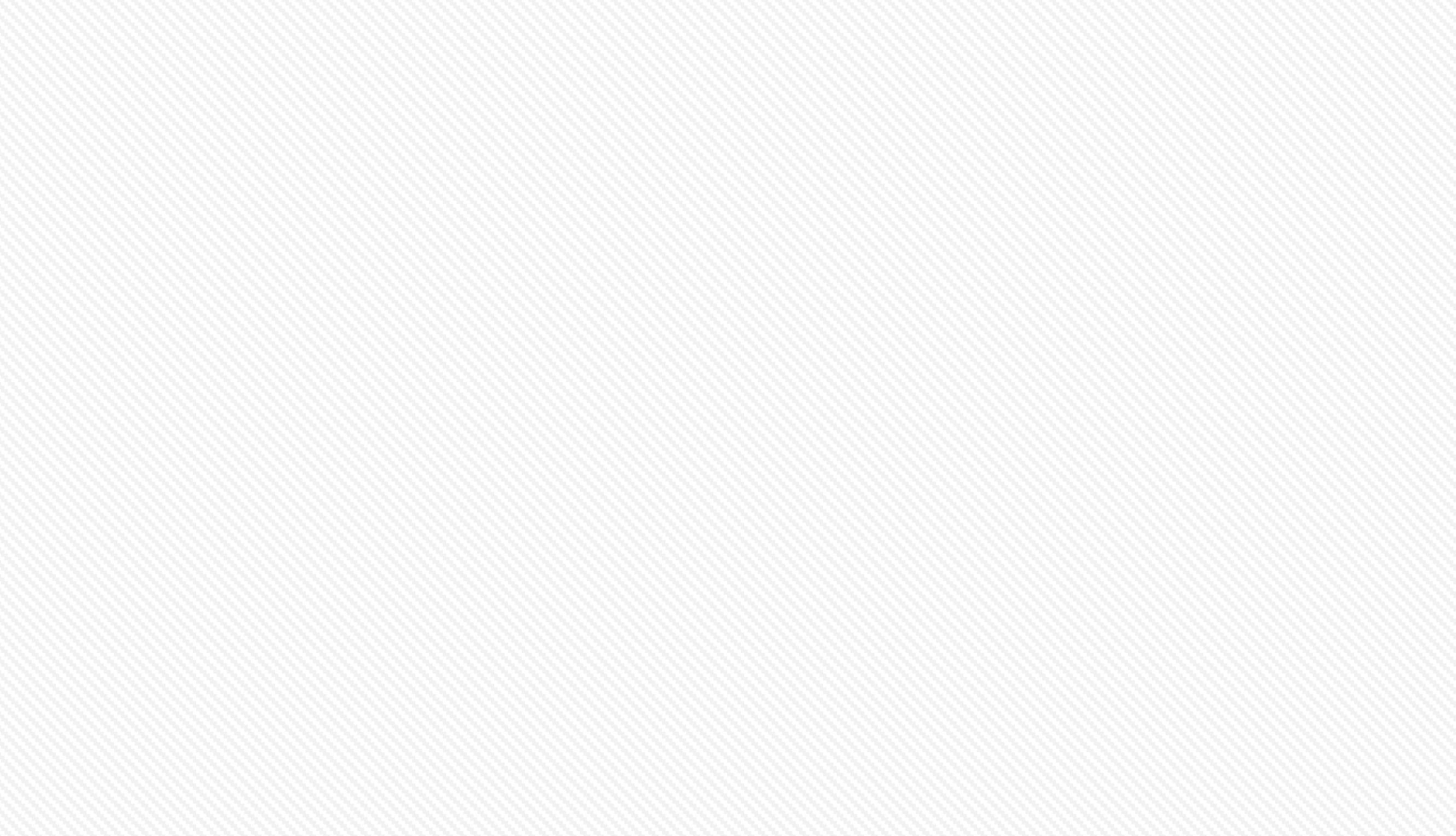
Sebaran geografis konsumen pengguna *E-Commerce* turut meluas, dan kini tidak hanya terkonsentrasi pada pusat-pusat ekonomi di pulau Jawa atau di kota- kota besar saja. Penetrasi internet dan penggunaan *smartphone* semakin memperluas sebaran konsumen yang menggunakan transaksi belanja secara *online*. Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan *E-Commerce* tertinggi di dunia. Bahkan di tahun 2020, hampir seluruh pengguna internet, tepatnya 88% pengguna di Indonesia telah membeli produk secara *online*. Hal ini dibuktikan dengan jumlah

transaksi pembelian melalui *E-Commerce* meningkat 18,1% hingga 98,3 juta transaksi dengan total transaksi senilai 1,4 juta USD (SIRCLO, 2020).

Selain mempermudah masyarakat umum sebagai pengguna dan konsumen, *E-Commerce* terbukti berperan dalam efisiensi proses bisnis para pelaku usaha. Kemudahan dalam menjangkau pelanggan baru dapat menghasilkan penghematan biaya dan waktu dalam proses pelayanan pelanggan oleh pihak pengusaha. Menurut *World Bank*, salah satu layanan yang berperan penting dalam penilaian efektifitas *E-Commerce* adalah ketepatan waktu pengiriman produk kepada pelanggan. Untuk mencapai efektifitas tersebut, tentu saja perusahaan perlu memperhatikan alur proses bisnis dari hulu ke hilir. Untuk itu dibutuhkan diterapkannya *supply chain management* yang baik dan tepat dengan tujuan mempermudah sistem distribusi barang dan juga memberi jaminan ketersediaan berbagai produk bagi pelanggan.

PT Jagapatidotcom merupakan perusahaan ritel makanan sehat yang memasarkan produk serta melakukan seluruh transaksinya melalui sistem *E- Commerce*. Sebagai perusahaan ritel, PT Jagapatidotcom menjadi mata jaringan utama dalam *supply chain management* karena berinteraksi secara langsung dengan konsumen akhir. Oleh karena itu, perusahaan bertanggung jawab untuk menganalisis keinginan dan kebutuhan pelanggan untuk memastikan bahwa produk yang diinginkan pelanggan tersedia.

Namun dalam pelaksanaan proses bisnisnya, PT Jagapatidotcom menerima komplain pelanggan yang tidak sedikit. Komplain yang berasal dari pelanggan ini disebabkan oleh berbagai hal pemicu dalam proses bisnis perusahaan. Berdasarkan laporan pesanan terproses pada periode kuartal III-IV 2021 yaitu bulan Juli- Desember 2021 di PT Jagapatidotcom, dari rata-rata 5663 pesanan yang terhitung masuk di data *marketplace* per bulannya, sebanyak lebih dari 467 pesanan tidak terproses yang artinya sekitar 4,80% dari total pesanan masuk. Pesanan tidak terproses ini terjadi karena pemrosesan pesanan melebihi waktu yang ditentukan, sehingga terbatal otomatis oleh sistem *marketplace*.



Total Pesanan Kuartal III-IV PT Jagapatidotcom

**Pesanan Tidak Terproses**

**5%**

**Pesanan Selesai 95%**

Pesanan Selesai

Pesanan Tidak Terproses

**Gambar 1.1.** Total Pesanan Kuartal III-IV PT Jagapatidotcom

Kerugian akibat tidak terprosesnya pesanan ini berdampak pada citra perusahaan di mata konsumen/pelanggan karena perusahaan tidak dapat memenuhi kebutuhan pelanggan tepat waktu dan juga tidak dapat menangani keluhan ataupun komplain pelanggan sesegera mungkin. Apabila hal tersebut berlanjut, maka akan berpengaruh terhadap kenyamanan pelanggan yang kemudian akan berdampak pada intensi pelanggan untuk beralih ke perusahaan pesaing (Bansal, et. al., 2005).

Salah satu upaya dalam meminimalisir kerugian dan mempertahankan citra perusahaan adalah dengan mengoptimalkan koordinasi alur pelaksanaan *supply chain management*. Rangkaian alur *supply chain* pada setiap perusahaan berbeda- beda sehingga memiliki risiko yang berbeda-beda pula. Maka dalam upaya meminimalisir kerugian tersebut perlu dilakukan manajemen risiko pada proses *supply chain* untuk dapat mengidentifikasi apa saja hal yang memicu tidak terprosesnya pesanan pada *marketplace*.

Pujawan dan Geraldin (2009) mengembangkan model manajemen risiko rantai pasok menggunakan metode konsep *House Of Quality* (HOQ) dan *Failure Models and Effects Analysis* (FMEA) untuk menyusun suatu framework dalam mengelola risiko rantai pasok yang dikenal dengan istilah pendekatan *House Of Risk* (HOR). Pendekatan HOR bertujuan untuk mengidentifikasi risiko dan merancang strategi penanganan untuk mengurangi probabilitas kemunculan dari agen risiko dengan memberikan tindakan pencegahan pada agen risiko. Agen risiko atau penyebab risiko merupakan faktor penyebab yang mendorong timbulnya

risiko. Oleh karena itu dengan mengurangi agen risiko berarti dapat mengurangi timbulnya beberapa kejadian risiko.

Berdasarkan pemikiran tersebut, pada penelitian ini akan dilakukan identifikasi risiko serta agen risiko yang dapat memicu terjadinya suatu risiko, serta ulasan strategi penanganan yang dapat diterapkan untuk menanggulangi probabilitas timbulnya agen risiko pada proses *supply chain* perusahaan dengan menggunakan metode *House of Risk* (HOR) untuk dapat menentukan prioritas dari strategi penanganan. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Penilaian Risiko Proses *Supply Chain* pada Perusahaan *E-Retail* Menggunakan Metode *House of Risk***” sebagai bahan referensi perusahaan dalam upaya meningkatkan pelayanan perusahaan.

# Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah:

* + 1. Apa saja yang menjadi sumber risiko terbesar pada proses *supply chain* di PT Jagapatidotcom?
    2. Apa saja usulan tindakan yang paling efektif untuk dilakukan dalam upaya mengurangi terjadinya risiko pada proses bisnis *supply chain* di PT Jagapatidotcom?

# Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan agar dapat memberikan jawaban terhadap masalah yang telah dirumuskan dan memberikan manfaat yang sesuai dengan yang dikehendaki.

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

* + 1. Untuk mengetahui sumber risiko terbesar pada proses *supply chain* di PT Jagapatidotcom.
    2. Untuk mengetahui usulan tindakan yang paling efektif untuk dilakukan dalam upaya mengurangi terjadinya risiko pada proses bisnis *supply chain* di PT Jagapatidotcom.

# Manfaat Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak- pihak berikut:

* + 1. Bagi instansi terkait dapat bermanfaat sebagai bahan acuan atau refrensi perbaikan pelayanan.
    2. Bagi pihak lain adalah sebagai dasar untuk melakukan penelitian pada masa yang akan datang dan menambah pengetahuan.

# Batasan Penelitian

Untuk menghasilkan penelitian yang sesuai dengan tujuan utama, maka diberikan batasan dalam melakukan penelitian.

Batasan masalah antara lain :

* + 1. Penelitian dilakukan di PT Jagapatidotcom.
    2. Objek penelitian berfokus pada analisis aktifitas *supply chain* di PT Jagapatidotcom dengan melakukan observasi pada divisi operasional.
    3. Data dalam penelitan berupa hasil pengamatan diambil pada proses bisnis di PT Jagapatidotcom yang berlangsung selama periode kuartal III-IV 2020.
    4. Analisis aktifitas *supply chain* dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Supply Chain Operations Reference* (SCOR) level 1.
    5. Analisis identifikasi dan penilaian risiko dilakukan dengan menggunakan pendekatan *House of Risk* (HOR).

# Sistematika Penelitian

Penulisan laporan tugas akhir ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

# BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dipaparkan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan pemecahan masalah, manfaat pemecahan masalah, kerangka berfikir, dan sistematika penulisan laporan.

# BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis mengemukakan tentang berbagai referensi atau tinjauan pustaka yang mendukung kajian dan analisa yang penulis sampaikan.

# BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis mengemukakan tentang cara yang penulis lakukan dalam proses penelitian yang merupakan gambaran terhadap penelitian, hal ini menyangkut data-data hasil penelitian.

# BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini penulis mengemukakan mengenai penjelasan tentang variabel penelitian serta tahapan dalam pengolahan data.

# BAB V : ANALISIS DATA

Pada bab ini penulis mengemukakan tentang kajian atau analisis terhadap materi yang penulis angkat sesuai dengan judul, latar belakang, teori dan tujuan penelitian.

# BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis mengemukakan tentang kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis dari proses penelitian berupa jawaban dari tujuan penelitian, dan beserta saran yang diberikan kepada pihak perusahaan maupun pengembangan penelitian di masa yang akan datang.