

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pengukuran kinerja *supply chain* merupakan sistem yang bertujuan untuk membantu memonitoring jalannya aplikasi *supply chain management (SCM)* di perusahaan agar berjalan dengan baik, efektif dan *efisien*. *SCM* adalah suatu kesatuan proses dan aktivitas produksi mulai *raw material* (Bahan Baku) di peroleh dari pemasok, proses penambahan nilai (produksi) yang merubah bahan baku menjadi barang jadi, proses penyimpanan persediaan barang (*inventory*) sampai proses pengiriman barang tersebut ke konsumen. Oleh karena itu indikator kinerja yang digunakan lebih bersifat spesifik dan relatif berbeda dengan sistem pengukuran kinerja organisasi. Sistem pengukuran kinerja yang terintegrasi akan lebih berorientasi pada pencapaian misi, tujuan strategis atau *stakeholder* yang dibuat atau diinginkan organisasi perusahaan. (Wigaringtyas,2013)

Persaingan bisnis yang semakin ketat pada era globalisasi ini yang menuntut perusahaan untuk kembali menyusun strategi dan taktik bisnisnya sehari-hari. Fungsi dari persaingan terletak pada bagaimana perusahaan dan atau jasanya dapat menjadi lebih baik, lebih murah, dan cepat dibanding pesaingnya. Untuk itu dalam rangkaian kerja tersebut sebuah perusahaan harus dapat memperbaiki kinerjanya agar dapat terus bersaing dan mengalami kemajuan. (Muhammad, 2017)

Industri otomotif motor tanah air terbilang menjanjikan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi, jauh mengalahkan penjualan mobil. Setiap tahun penjualan otomotif motor terbilang tinggi. Penjualan *wholesales* sepeda motor mulai Januari - Juni 2018 mencapai 3.002.753 unit. Dalam data Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI), penjualan masih didominasi oleh merek motor Jepang, yaitu Honda, Suzuki dan Yamaha.

Penjualan sepeda motor di Indonesia 6 kali lebih banyak jika dibandingkan dengan mobil. Rata-rata penjualan sepeda motor 6 juta unit/tahun, sementara penjualan mobil hanya 1 juta unit/tahun. Angka tersebut menempatkan Indonesia pada posisi teratas di antara negara-negara kawasan Asia Tenggara. Sementara

pada posisi kedua ada Vietnam yang pertumbuhannya cukup signifikan hingga mencapai angka 3 juta unit. (Sigit,2017)

Kendaraan roda dua tak hanya menempatkan diri sebagai kebutuhan, namun bagian dari gaya hidup masyarakat. Jumlah pengendara terus meningkat, bahkan menyentuh hingga segmen pelajar sekolah menengah atas. Meningkatnya pengguna sepeda motor di Indonesia tentu saja diikuti dengan meningkatkan kebutuhan *spare part* dan aksesoris motor. Salah satu *spare part* yang penting dan banyak dibutuhkan pengguna maupun produsen motor adalah *bearing*. *Bearing* adalah sebuah elemen mesin yang berfungsi untuk membatasi gerak relatif antara dua atau lebih komponen mesin agar selalu bergerak pada arah yang diinginkan (Onny, 2016).

Salah satu perusahaan manufaktur bearing terkemuka di dunia adalah *SKF Group*. *SKF Group* melakukan ekspansi usaha di seluruh dunia salah satunya di Indonesia. PT. SKF Indonesia merupakan perusahaan *bearing* di Indonesia yang menjadi bagian dari *SKF Group* dan juga tergabung juga dalam group *PT Astra Otoparts Tbk (AUTO)* karena telah di akuisisi 40% sahamnya oleh *AUTO*.

PT Astra Otoparts Tbk (AUTO) menambah kepemilikan 25,8 persen saham di PT SKF Indonesia senilai Rp 67,1 miliar. Akuisisi tersebut menjadikan persentase kepemilikan Astra Otoparts atas PT SKF Indonesia itu naik menjadi 40 persen dari sebelumnya hanya 14,2 persen. Dengan menambah sahamnya di SKF Indonesia, anak usaha PT Astra International Tbk (ASII) tersebut ingin mengembangkan bisnis bearing dalam pemenuhan pasar domestik dan internasional. Peningkatan saham itu, juga untuk meningkatkan produktivitas operasional dan pemasaran SKF Indonesia. (Elisa,2015)

Naiknya daya beli masyarakat Indonesia terhadap sepeda motor yang diikuti dengan bertambahnya saham PT Astra Otoparts Tbk (AUTO), secara langsung mempengaruhi produksi bearing yang akan di produksi PT. SKF, terlebih lagi PT. *PT Astra Otoparts Tbk (AUTO)* ingin mengembangkan bisnis bearing di pasar domestik dan internasional. Dengan ini, PT. SKF Indonesia harus mampu memenuhi target produksi bearing untuk memenuhi pesanan pelanggan.

Salah satu produk *bearing* PT. SKF Indonesia yang terus mengalami peningkatan permintaan adalah tipe 6301. Tipe 6301 telah banyak digunakan oleh produsen sepeda motor di Indonesia seperti Honda, Yamaha, Suzuki dan lain-lain.

Bagaimana upaya dari PT. SKF Indonesia untuk terus meningkatkan produksi bearing tipe 6301 untuk memenuhi permintaan baik dari *Original Equipment Manufacture (OEM)* maupun *After Market (AM)*. PT. SKF Indonesia mempunyai 15 channel produksi bearing, Channel 7 merupakan lini produksi yang permanen untuk memproduksi tipe 6301.

Dalam kurun waktu Mei-Juli 2018 perusahaan belum melakukan upaya untuk perbaikan secara menyeluruh untuk bisa mencapai target yang ditetapkan, hanya upaya perbaikan bersifat sementara dan di beberapa bagian saja. Oleh karena itu, perlu dilakukan identifikasi masalah penyebab lebih dalam belum terpenuhinya target produksi yang telah ditentukan untuk *Channel 7* agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

PT. SKF Indonesia belum memiliki sistem pengukuran kinerja *supply chain*, hanya mengukur beberapa bagian departemen dan hanya memuat aspek *output* saja pada bagian produksi dengan beberapa indikator kinerja seperti efisiensi material, efisiensi mesin dan efisiensi total produksi bearing. Pengukuran dengan indikator tersebut dinilai belum lengkap karena tidak mencakup seluruh permasalahan perusahaan yang menganalisa kinerja perusahaan secara keseluruhan, yaitu pengukuran kinerja *SCM* yang lebih lengkap, sistematis dan lebih terintegrasi.

Nilai kinerja perusahaan perlu diketahui sehingga prioritas indikator-indikator yang memerlukan perbaikan dapat diketahui yang kemudian dapat diberikan usulan perbaikan untuk membangun performansi perusahaan menjadi lebih baik dan sesuai dengan target yang diharapkan perusahaan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah yang ada adalah:

1. Bagaimana kinerja perusahaan di PT. SKF Indonesia?
2. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan kinerja perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang telah dirumuskan pada rumusan masalah, tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Mengukur kinerja perusahaan di PT SKF Indonesia.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan kinerja perusahaan?

## 1.4 Batasan Penelitian

Untuk lebih fokus dan tidak menyimpang dari tujuan, maka perlu dilakukan pembatasan masalah, berikut merupakan batasan penelitian yang digunakan pada Tugas Akhir yang mana sebagai berikut:

1. Pengukuran Kinerja hanya pada bagian Departemen Produksi PT. SKF Indonesia
2. Proses pengambilan data terbatas pada internal dan eksternal yang tersedia di setiap divisi PT. SKF Indonesia dan tidak membahas tentang aset perusahaan dikarenakan data tersebut adalah data rahasia.
3. Pengukuran kinerja perusahaan menggunakan metode *SCOR*.
4. Data yang digunakan adalah data yang diambil pada bulan Mei-Juli 2018.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian tersebut terdapat beberapa manfaat yang dapat berguna bagi beberapa pihak terkait, adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa dapat dijadikan referensi untuk penelitian lainnya atau sebagai rujukan untuk kasus yang lainnya.

2. Bagi pihak PT. SKF Indonesia, penelitian ini dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam mengambil keputusan.
3. Bagi STIMLOG dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang terkait.

## **1.6 Tempat Penelitian**

Tempat dilangsungkannya penelitian berada di PT. SKF Indonesia yang berlokasi di Jl. Tipar - Inspeksi Cakung Drain Cakung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13910

## **1.7 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi mengenai teori, landasan, paradigma, cara pandang, metoda metoda yang telah ada dan atau akan digunakan, dan konsep yang telah diuji kebenarannya.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah metodologi penelitian.

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini berisi mengenai tinjauan objek yang dikaji, pengumpulan data dan cara pengolahan data tersebut.

### **BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi mengenai analisis dari tinjauan objek yang dikaji, pengolahan dan pengumpulan data yang diolah.

### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian tersebut dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Bab ini memberikan informasi mengenai darimana saja bahan yang didapat selama penelitian, baik itu dari buku, jurnal maupun dari internet.

## LAMPIRAN

Bab ini berisi tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan serta data lain yang menunjang penelitian tersebut.

