

BAB I

PENDAHULUAN

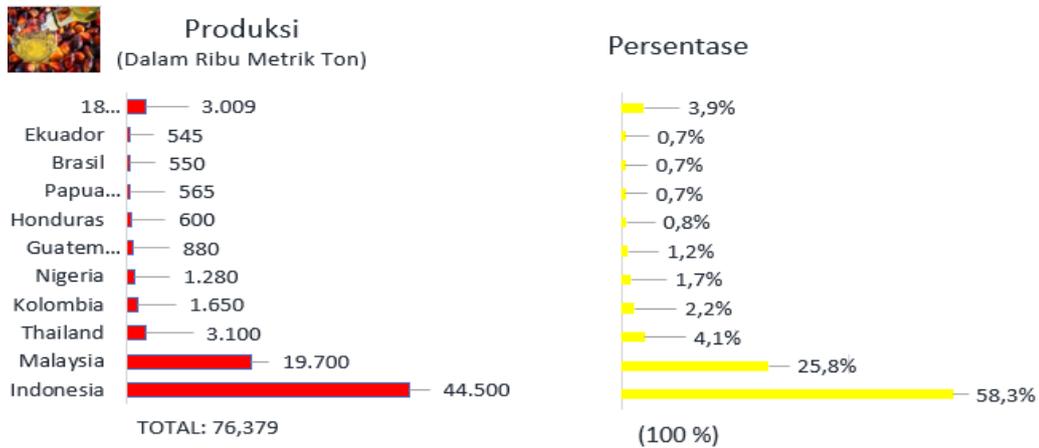
1.1 Latar Belakang

Industri minyak sawit memainkan peran penting dalam perekonomian global sebagai salah satu komoditas pertanian terbesar yang diperdagangkan di dunia. Dengan permintaan yang terus meningkat untuk minyak nabati, biodiesel, oleo kimia dan produk turunan lainnya, Industri minyak sawit telah menjadi tulang punggung bagi banyak negara produsen (Irawan., et al 2021).

Namun, industri ini juga dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks, yang mencakup volatilitas harga, tekanan lingkungan, perubahan kebijakan perdagangan internasional, serta permintaan konsumen yang semakin beragam. Dinamika ini menciptakan lingkungan bisnis yang tidak pasti dan menuntut bagi pemangku kepentingan industri minyak sawit, termasuk produsen, pemerintah, dan organisasi non-pemerintah. Ditengah kompleksitas ini, pemahaman yang mendalam tentang kondisi industri minyak sawit dalam konteks global menjadi krusial untuk mengembangkan strategi yang efektif untuk menjawab tantangan dan memanfaatkan peluang.

Indonesia merupakan salah satu produsen utama minyak sawit yang menguasai 58,3 % produksi sawit dunia (Dirjenbun, 2021), Sebagaimana Gambar 1.1 dibawah, dimana semenjak tahun 2006 Indonesia sudah menjadi produsen terbesar minyak kelapa sawit yang sebelumnya diduduki oleh Malaysia. Kelapa Sawit merupakan komoditas penting karena kelapa sawit mempunyai kontribusi signifikan bagi pembangunan di Indonesia.

Penghasil Minyak Sawit Dunia 2021



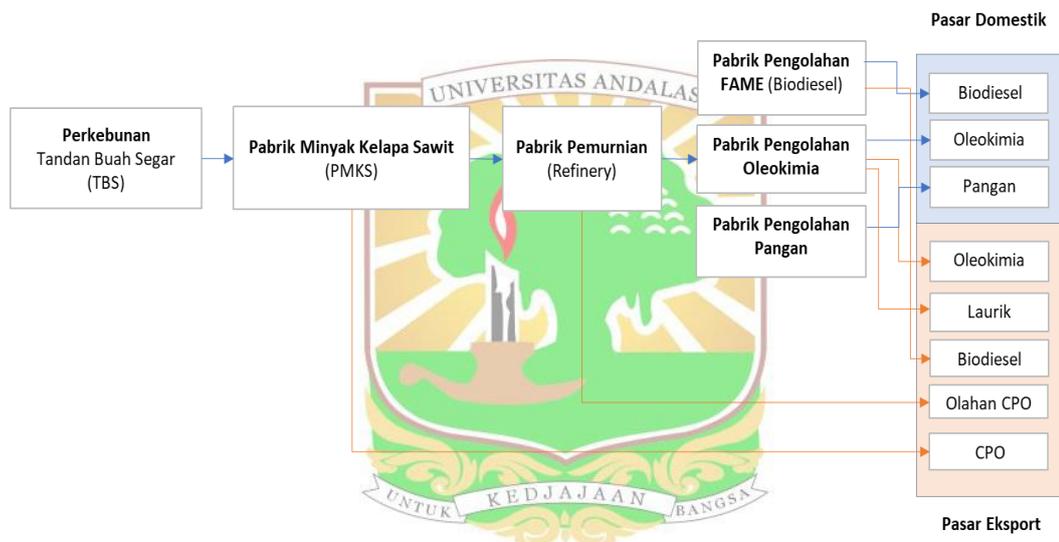
Sumber: Direktorat Jendral Perkebunan Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2021)

Gambar 1.1 Negara Produsen Minyak Sawit

Dari gambar 1.1 diatas dapat dilihat pada tahun 2021 bahwa Indonesia merupakan produsen minyak sawit dunia yang terbesar dengan produksi sebesar 44.500.000 metrik ton pertahun dengan persentase sebesar 58,3%, kemudian diikuti oleh Malaysia dengan produksi sebesar 19.700.000 metrik ton dengan presentase 25,8 % dan selanjutnya diikuti oleh Thailand dengan produksi 3.100.000 metrik ton dengan persentase 4,1 %.

Sebagai negara dengan sektor perkebunan kelapa sawit yang berkembang pesat, Indonesia memiliki potensi besar untuk memperoleh keuntungan dari industri ini. Namun, di tengah persaingan global yang semakin ketat, serta tuntutan untuk memenuhi standar keberlanjutan yang lebih tinggi, penting bagi perusahaan-perusahaan sawit di Indonesia untuk memperbaiki praktik manajemen rantai pasoknya (*Supply Chain Management Practices*) yang lebih baik.

Manajemen rantai pasok yang efektif akan membantu perusahaan-perusahaan ini untuk mengoptimalkan operasional mereka, mengurangi biaya, dan meningkatkan efisiensi. Dengan menerapkan praktik manajemen rantai pasok yang lebih baik, perusahaan-perusahaan sawit di Indonesia tidak hanya dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar global, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.



Sumber: Word Resource Institute (WRI) Indonesia (2021)

Gambar 1.2 Flow Process Rantai Pasok Minyak Kelapa Sawit

Sistem rantai pasok kelapa sawit sebagaimana Gambar 1.2 diatas dimulai dari perkebunan, pengolahan kelapa sawit, pabrik pengolahan CPO hingga didistribusikan ke konsumen melalui kapal di pelabuhan menjadi terintegrasi secara baik sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional (Ampuh Hadiguna 2013).

Manajemen rantai pasok adalah aspek kunci dalam operasi industri minyak sawit, yang mencakup produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran produk-produk minyak sawit. Praktik yang efektif dalam manajemen rantai pasokan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, meningkatkan kualitas produk, dan memenuhi standar keberlanjutan yang diperlukan oleh pasar global (Taticchi et al. 2015).

Manajemen rantai pasokan (supply chain management) adalah tulang punggung pengembangan industri hulu dan hilir minyak sawit. Dengan mengelola dan mengoptimalkan setiap tahap dalam rantai pasokan, supply chain management membantu meningkatkan efisiensi, menurunkan biaya, dan memastikan keberlanjutan serta kepatuhan terhadap standar global. Ini pada akhirnya memperkuat daya saing industri minyak sawit Indonesia di pasar internasional.

Pengembangan industri hulu dan hilir minyak sawit di Indonesia sangat terkait erat dengan manajemen rantai pasokan (supply chain management). Supply chain management mencakup koordinasi dan integrasi berbagai aktivitas yang terlibat dalam produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran produk minyak sawit, mulai dari tahap awal di industri hulu hingga produk akhir di industri hilir.

Dalam Industri hulu minyak kelapa sawit, supply chain management bertugas memastikan pasokan bahan baku yaitu tandan buah segar (TBS) yang stabil dan berkualitas tinggi. Sistem informasi terintegrasi membantu memantau stok dan mengelola persediaan bahan baku secara real-time.

Peningkatan infrastruktur dan efisiensi logistik dalam pengangkutan tandan buah segar (TBS) dari perkebunan ke pabrik pengolahan memainkan peran krusial dalam memastikan bahan baku tiba dalam kondisi yang akan berpengaruh langsung langsung pada kualitas produk yaitu Crude Palm Oil (CPO) yang dihasilkan dari pengolahan Pabrik Minyak Kelapa Sawit (PMKS). Di PMKS CPO disimpan di tangki hasil produksi (storage tank) yang dirancang untuk menjaga kualitas dan mencegah degradasi selama masa penyimpanan.

Dari tangki penyimpanan, kemudian CPO didistribusikan melalui berbagai moda transportasi, seperti truk tangki dan kapal tanker, ke pusat-pusat industri hilir dimana rata-rata berlokasi di daerah Pelabuhan. Lokasi Pelabuhan dipilih untuk industri hilir agar lebih efisien dalam proses penerimaan bahan baku CPO dan proses pengiriman hasil produksi.

Pada industri hilir minyak kelapa sawit, yaitu proses pengolahan bahan baku CPO yang diolah menjadi berbagai produk turunan yang bernilai tambah tinggi, termasuk industri produk pangan seperti minyak goreng, industri bahan oleokimia seperti sabun dan deterjen, serta industri bahan bakar biodiesel yang semakin banyak dibutuhkan sebagai bahan bakar campuran solar.

Selain dikirim ke industri pengolahan, CPO juga dikirim dan disimpan di fasilitas penyimpanan yang disebut bulking tank sebelum dikirim untuk tujuan ekspor atau dikirim ke berbagai lokasi di dalam negeri untuk memenuhi kebutuhan industri lokal terutama daerah dengan supply CPO yang terbatas. Proses distribusi ini harus dikelola dengan sangat hati-hati, mengingat pentingnya menjaga produk

selama perjalanan hingga tiba ditangan konsumen atau di pabrik pengolahan lanjut.

Dengan manajemen supply chain yang efektif, seluruh proses ini dioptimalkan untuk memastikan bahwa produk minyak sawit Indonesia dapat bersaing di pasar global, sekaligus memenuhi kebutuhan dalam negeri secara efisien.

Minyak sawit merupakan menjadi penyumbang utama pendapatan devisa bagi Indonesia di sektor non-migas. Indonesia merupakan produsen Crude Palm Oil (CPO) terbesar di dunia sejak tahun 2006 (Irawan., et al 2021). Total produksi CPO ditahun 2023 adalah sebesar 50,07 juta ton atau naik sebesar 7,15 persen dari tahun 2022 sebesar 46,73 juta ton (GAPKI, 2024) dan sebanyak 70 % produk CPO di Indonesia telah diekspor dan selebihnya dikonsumsi di dalam negeri .



Tabel 1.1 Volume dan Nilai Ekspor Minyak Sawit Indonesia

Ekspor Minyak Sawit Menurut Negara Tujuan Utama, 2018 - 2022

NEGARA TUJUAN	TAHUN									
	2018		2019		2020		2021		2022	
	Berat Bersih	Nilai FOB								
	"000 Ton	"000.000 US\$								
India	6.346,2	3.561,5	4.576,6	2.252,0	4.568,7	2.987,3	3.088,7	3.337,8	4.996,3	5.320,6
Tiongkok	4.166,5	2.637,6	5.791,1	3.019,7	4.390,5	2.867,5	4.703,1	4.825,9	3.836,8	3.991,1
Pakistan	2.458,5	1.445,7	2.215,9	1.169,1	2.487,0	1.667,4	2.674,3	2.794,3	2.805,0	3.129,4
Belanda	1.161,1	711,6	914,9	480,2	682,8	460,2	567,0	615,7	529,4	683,2
Amerika Serikat	1.112,8	756,8	1.189,0	658,6	1.123,7	784,5	1.640,2	1.816,8	1.789,6	2.222,2
Spanyol	1.168,6	718,7	1.078,8	572,0	1.135,9	757,4	992,8	996,8	626,5	667,6
Mesir	936,9	577,7	1.095,1	581,1	970,9	657,7	1.035,3	1.119,2	678,2	818,0
Bangladesh	1.402,3	846,7	1.351,5	705,2	1.026,6	697,2	1.319,4	1.363,2	1.322,4	1.475,2
Italia	888,9	544,8	751,5	410,2	944,7	626,6	622,7	622,7	595,7	659,2
Singapura	424,5	240,1	580,3	274,7	360,6	234,4	55,7	63,6	107,6	146,0
Lainnya	9.236,1	5.857,6	10.003,4	5.451,6	9.634,7	6.703,8	10.290,8	11.050,0	8.933,1	10.515,6
Jumlah	29.302,4	17.898,8	29.548,1	15.574,4	27.326,1	18.444,0	26.990,0	28.606,0	26.220,6	29.628,1

Catatan: Data Diolah dari Dokumen Kepabeanaan Ditjen Bea dan Cukai (PEB dan PIB)

Sumber: Diolah dari dokumen kepabeanaan Ditjen Bea dan Cukai (PEB dan PIB) Tahun 2023

Dari table 1.1 diatas tentang volume dan nilai ekspor minyak sawit, secara total ekspor minyak sawit Indonesia adalah sebesar 26.220.600 Ton dengan nilai 29.628.100.000 US\$ dengan India masih menjadi importir terbesar dengan volume sebesar 4.996.300 Ton dengan nilai 5.320.600.000 US\$.

Fluktuasi harga minyak sawit merupakan hal yang menjadi masalah, dengan harga yang masih ditentukan oleh bursa Rotherdam dan Malaysia, walaupun pemerintah sudah mencoba menciptakan bursa sendiri dengan menjadikan bursa Indonesia sebagai referensi harga CPO dunia yang diatur dalam *Peraturan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi nomor 7 tahun 2023*.



Sumber: Databoks (2024)

Gambar 1.3 Fluktuasi Harga Minyak Sawit

Fluktuasi harga minyak sawit dapat kita lihat pada gambar 1.3 diatas berdasarkan harga CIF Rotterdam dari bulan Februari 2022 sampai dengan Februari 2024 dapat dilihat mengalami fluktuasi yang cukup tinggi dimana diawal periode mengalami kenaikan dengan puncaknya pada bulan Februari sampai Juni 2022 dan kemudian turun sampai dengan akhir periode bulan Februari 2024.

Adanya isu dalam Supply Chain mendorong pentingnya dilakukan identifikasi faktor-faktor untuk mengetahui variabel kegagalan dan kesuksesan rantai pasok minyak kelapa sawit Indonesia. Kondisi dan permasalahan yang terjadi harus segera diatasi untuk meningkatkan produktivitas dan menjamin pasokan-pasokan minyak sawit ke negara-negara pengimpor minyak kelapa sawit (Ampuh Hadiguna 2013). Dengan adanya fluktuasi harga ini dapat menyebabkan ketidakstabilan dalam stok minyak sawit ditingkat produsen, perusahaan manufactur dan konsumen. Jika harga minyak sawit terlalu rendah, produsen mungkin mengurangi produksi atau meninggalkan pasar sehingga yang dapat mengurangi ketersediaan produk di pasaran. Perusahaan mungkin meningkatkan atau menurunkan atau menahan stok sebagai respon terhadap fluktuasi harga untuk mengelola risiko.

Selain itu Industri minyak sawit saat ini juga menghadapi tantangan dari lembaga swadaya masyarakat (LSM) nasional dan internasional pro-lingkungan dan sosial yang mengembangkan *black campaign* isu lingkungan dan sosial. Sehingga dalam perdagangan internasional, konsumen yang memilih untuk membeli minyak sawit sensitif terhadap berbagai isu negatif atau kampanye hitam (*black campaign*). Uni Eropa terus gencar mengampanyekan minyak sawit tidak

sehat, penyebab deforestasi (penggundulan) hutan hujan tropis, penyebab pemanasan global, korupsi, pekerja anak dibawah umur, dan pelanggaran hak asasi manusia.

Isu *black campaign* terhadap industri kelapa sawit dapat mempengaruhi setiap tahap dalam rantai pasok, dari produksi bahan baku hingga distribusi produk akhir, dan memaksa industri untuk beradaptasi dan berinovasi untuk tetap kompetitif dan berkelanjutan. Perusahaan yang menggunakan minyak sawit dalam produk mereka mungkin mengurangi pembelian atau mencari sumber alternatif minyak lain yang dianggap lebih berkelanjutan. Kondisi ini menyebabkan *multiflier effect* bagi dunia industri minyak sawit, yang akan dirasakan sampai kepada tingkat petani.

Rantai pasok dalam industri minyak kelapa sawit sangat dipengaruhi oleh lokasi supplier, industri pengolahan, dan konsumen yang tersebar secara geografis. Hal ini menciptakan hambatan rantai pasokan yang kompleks, yang memerlukan optimasi logistik dan operasi untuk mencapai efisiensi. Perbaikan Sistem Logistik Nasional (Sislognas) adalah salah satu prioritas yang dilakukan oleh pemerintah untuk menjaga pertumbuhan ekonomi nasional. Ini terjadi ditengah masalah disrupsi rantai pasokan global yang dihadapi dunia saat ini. Pemerintah terus mempercepat peningkatan kinerja logistik nasional dengan memperbaiki beberapa sasaran strategis yang ditetapkan dalam Peraturan Presiden nomor 26 tahun 2012 tentang cetak biru pengembangan Sislognas. Perhitungan biaya logistik nasional adalah salah satu cara untuk mengukur kinerja sektor logistik. Oleh karena itu, pelaku usaha logistik harus berpartisipasi dan

memberikan masukan ke dalam metode perhitungan biaya logistik nasional yang dapat menunjukkan kinerja logistik Perusahaan.

Fluktuasi harga, kampanye hitam, dan lokasi industri dapat mengakibatkan masalah pada kualitas bahan baku dan hasil produksi perusahaan. Sebagai contoh, mutu tandan buah segar (TBS) yang digunakan sebagai bahan baku di pabrik kelapa sawit bisa menurun yaitu dengan naiknya asam lemak bebas atau *Free Fatty Acid* (FFA), begitu pula dengan mutu crude palm oil (CPO) yang dihasilkan dari pabrik kelapa sawit serta bahan baku untuk industri refinery. Akibatnya, efektivitas dan efisiensi dalam proses pengolahan terganggu, sehingga biaya produksi meningkat dan pengolahan menjadi naik dan tidak efisien.

Faktor-faktor tersebut mempengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan. Fluktuasi harga dapat menyebabkan ketidakstabilan dalam perencanaan dan pengelolaan keuangan. Kampanye hitam bisa merusak citra perusahaan dan menurunkan permintaan pasar terhadap produk. Sementara itu, lokasi industri yang tidak strategis bisa meningkatkan biaya logistik dan mengurangi akses ke bahan baku berkualitas. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan strategi yang komprehensif untuk mengelola risiko ini, seperti diversifikasi pemasok bahan baku, investasi dalam teknologi pengolahan yang lebih efisien, serta membangun hubungan baik dengan komunitas dan pemerintah setempat.

Pertumbuhan rantai pasokan bertujuan untuk meningkatkan profitabilitas, respon pelanggan dan kemampuan untuk memberikan nilai kepada pelanggan dan juga untuk meningkatkan interkoneksi dan saling ketergantungan antar perusahaan. Karena perluasan pasar dari pasar domestik ke pasar global

meningkatkan permintaan pelanggan, misalnya menuntut harga yang lebih rendah, pengiriman lebih cepat, produk atau layanan berkualitas lebih tinggi dan meningkatkan variasi barang (Braunscheidel et al., 2009).

Konsumen akhir di pasar saat ini ditentukan oleh keberhasilan atau kegagalan praktik manajemen rantai pasokan. Mereka menyatakan bahwa memberikan produk yang tepat, dengan harga yang tepat, pada waktu yang tepat kepada pelanggan tidak hanya meningkatkan keberhasilan kompetitif tetapi juga kunci untuk bertahan hidup (Thatte., 2007).

Organisasi yang memiliki sistem yang baik akan mendapat manfaat dari penerapan manajemen rantai pasokan. Manajemen rantai pasok berarti mengelola distribusi produk untuk memenuhi permintaan konsumen. Jebarus et al., (2001) menyatakan bahwa. Konsep tersebut menekankan pada model terintegrasi yang mencakup seluruh jalur produk yaitu dari pemasok, produsen, pengecer dan konsumen. Sehingga mulai saat ini, proses komunikasi informasi antara berbagai pihak menjadi jelas karena hubungan antara pemasok dan konsumen akhir telah menjadi satu kesatuan.

Model distribusi produk dapat digantikan oleh konsep manajemen rantai pasokan. Perencanaan produksi, logistik, dan distribusi adalah semua bagian dari model baru supply chain management. Proses integrasi antara manufaktur, pemasok, pergudangan, dan gudang disederhanakan oleh system manajemen rantai pasok. Dengan hal ini, produk dapat dibuat dan didistribusikan dengan kuantitas yang tepat, pada waktu yang tepat, dan dengan layanan terbaik untuk pelanggan dengan tujuan untuk meminimalkan biaya (efisien) .

Beberapa proses yang dilakukan dalam manajemen rantai pasokan terintegrasi termasuk hubungan jangka panjang antara industri dan pemasok. Proses-proses ini memungkinkan semua pihak yang terlibat untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan sehingga dapat membangun hubungan yang bertahan lama. Beberapa metrik manajemen rantai pasokan termasuk strategi jalinan dengan pemasok dan jalinan dengan pelanggan, kualitas, tingkat berbagi informasi dan penundaan berbagi informasi antara pemilik perusahaan dan pemasok. Respon cepat terhadap pengiriman bahan baku sangat penting dalam manajemen rantai pasokan (Li et al. 2006).

Manajemen rantai pasokan memiliki dua tujuan, yang pertama adalah untuk mengoptimalkan kinerja organisasi dan kinerja rantai pasokan secara keseluruhan (Gorane et al., 2015). Sejalan dengan pendapat tersebut, Li et al., (2006) menjelaskan bahwa praktik manajemen rantai pasokan harus diterapkan agar tetap kompetitif dalam persaingan. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan ini, perusahaan perlu mengembangkan praktek manajemen rantai pasok (*Supply Chain Management Practices*) yang efektif. Praktek manajemen rantai pasok ini merupakan kegiatan bisnis dengan melaksanakan praktek kemitraan pemasok strategis, hubungan pelanggan dan melaksanakan berbagi informasi antar perusahaan yang diperlukan untuk memastikan pengiriman produk yang cepat dan efisien kepada pelanggan. Dengan cara ini, perusahaan dapat membangun dan mempertahankan keunggulan bersaing dalam pasar yang kompetitif.

Selain meningkatkan Praktek Manajemen rantai Pasok, Perusahaan dalam dunia bisnis industri minyak sawit yang sangat kompetitif saat ini, organisasi

perlu dan harus mengembangkan rantai pasokan mereka untuk merespons kebutuhan pelanggan dengan efektif. Menurut Thatte et al., (2007), respons rantai pasokan (*supply chain responsiveness*) terdiri dari tiga sub-komponen utama: respons sistem operasi, respons proses logistik, dan respons jaringan pemasok.

Respons sistem operasi mencerminkan kemampuan sistem manufaktur perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan permintaan pelanggan, meliputi operasi manufaktur dan jasa. Duclos et al., (2003) dan Lumnus et al., (2003) menekankan bahwa daya tanggap setiap perusahaan dalam rantai pasokan adalah bagian integral dari keseluruhan respons rantai pasokan.

Respons proses logistik mengacu pada kemampuan sistem distribusi dan pergudangan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan permintaan pelanggan. Fawcett et al., (1992) menyatakan bahwa logistik yang responsif adalah komponen penting pada strategi rantai pasokan yang adaptif. Manajemen logistik dan manajemen distribusi mencakup berbagai aktivitas seperti transformasi barang dari pemasok kepada produsen, kemudian pengiriman ke pusat distribusi hingga ke pengguna akhir, serta termasuk juga pergudangan, pengemasan, pengiriman, perencanaan dan manajemen transportasi, manajemen inventaris, Cadangan logistik serta pelacakan dan pengiriman pesanan (Ricker dan Kalakota, 1999; Duclos et al., 2003; Thatte et al., 2007).

Respons jaringan pemasok mencerminkan kemampuan pemasok utama perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan permintaan perusahaan. Menurut Christopher et al., (2004), kunci dari responsivitas ini adalah memiliki mitra yang responsif dan fleksibel baik di hulu maupun di hilir. Kemampuan suatu

Perusahaan untuk merespon dengan cepat terhadap permintaan para pelanggan sangat bergantung pada kecepatan pemasok dalam menyesuaikan volume produksi.

Dalam usaha untuk membangun keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*), Perusahaan atau industri minyak sawit harus memiliki kelebihan dibandingkan dengan perusahaan lain dimana dianjurkan untuk mengembangkan sistem yang unik sehingga memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya (Heizer & Render, 2004). Inti dari keunggulan bersaing perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan secara efisien dan untuk mempertahankannya dalam kompetisi global. Hal ini mewajibkan perusahaan untuk merancang strategi bersaing agar tetap berkelanjutan dan memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya.

Praktik *supply chain management* telah mendapatkan pengakuan luas sebagai instrumen penting untuk meningkatkan daya tanggap dan mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar yang sangat kompetitif. Perusahaan yang memahami potensi manajemen rantai pasokan memposisikan diri mereka secara efektif dan membedakan diri mereka dari para pesaing mereka. Sejumlah besar penelitian telah secara meyakinkan menunjukkan bahwa *supply chain management* yang efektif adalah strategi strategis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. temuan studi oleh Baqleh et al.,(2023) mengungkapkan bahwa tingkat praktik *supply chain management* yang lebih baik dapat meningkatkan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) perusahaan.

Sementara itu, penelitian lain oleh Tarafdar et al.,(2017);Sukati et al.,(2012); menunjukkan bahwa hubungan pemasok mendukung produksi kooperatif komoditas baru, khas, dan terjangkau. Lebih lanjut, Nimeh et al.,(2018) menemukan bahwa hubungan pelanggan yang kuat meningkatkan pengiriman, kualitas, dan fleksibilitas. Berbagi pengetahuan meningkatkan kualitas, keterjangkauan, ketergantungan pasokan, inovasi produk, dan kecepatan ke pasar (Thatte et al., 2013).

Meskipun para ahli telah mengakui bahwa *supply chain management* yang efektif dapat memberikan banyak manfaat bagi kesuksesan bisnis, literatur tentang topik ini masih terbatas, dan terdapat kurangnya pemahaman mengenai implikasi dari penerapan dan penyebaran berbagai praktik *supply chain management*. Menurut survei yang dilakukan oleh Alahmad (2021), ada kekhawatiran bahwa manajemen tingkat atas mungkin tidak sepenuhnya memahami bagaimana berbagai teknik SCM memengaruhi kinerja rantai pasokan dan praktik mana yang memiliki dampak terbesar. Selain itu, penelitian tentang hubungan antara teknik SCM dan keunggulan kompetitif telah memberikan hasil yang beragam.

Sementara beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Sukati et al.,(2012), dan Thatte et al.,(2013) telah menunjukkan bahwa praktik SCM memiliki dampak positif terhadap keunggulan kompetitif perusahaan, penelitian lain seperti yang dilakukan oleh Banerjee et al.,(2017), tidak menemukan adanya hubungan antara pembagian informasi dan daya tanggap rantai pasokan. Faktor-faktor lain yang diidentifikasi dalam literatur meskipun sangat menarik, tidak dimasukkan dalam penelitian ini karena panjangnya survei dan kekikiran

instrumen pengukuran. Oleh karena itu, penelitian ini mengadopsi dari Li et al., (2006) kemitraan pemasok strategis, hubungan pelanggan, dan berbagi informasi sebagai tiga dimensi praktik SCM.

Penelitian yang lebih mendalam tentang *Supply Chain Management Practices (SCMP)* dengan dimensi, *Supply Chain Responsiveness (SCR)*, dan *Competitive Advantage (CA)*, masih sedikit penelitian yang secara khusus mengidentifikasi dan mengukur dengan dimensi *Supply Chain Manajemen Practices*, *Supply chain Responsiveness* yang spesifik dan relevan dalam konteks industri minyak sawit.

Dari latar belakang yang sudah dipaparkan diatas maka peneliti tertarik dan berkeinginan untuk mengadakan penelitian yang lebih mendalam, oleh karena itu peneliti memilih judul **“Investigasi Hubungan Antara Supply Chain Management Practices dan Supply Chain Responsiveness terhadap Competitive Advantage Pada Industri Minyak Sawit di Indonesia”**.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Competitive Advantage* pada industri minyak sawit di Indonesia?.
2. Bagaimana pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Supply Chain Responsiveness* pada industri minyak sawit di Indonesia?.
3. Bagaimana pengaruh *Supply Chain Responsiveness* terhadap *Competitive Advantage* pada industri minyak sawit di Indonesia?.

4. Bagaimana Pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Competitive Advantage* dengan *Supply Chain Responsiveness* sebagai variabel Mediasi pada industri minyak sawit di Indonesia?.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari Penelitian adalah:

1. Untuk mengkaji pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Competitive Advantage* pada industri minyak sawit di Indonesia.
2. Untuk mengkaji pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Supply Chain Responsiveness* pada industri minyak sawit di Indonesia.
3. Untuk mengkaji pengaruh pengaruh *Supply Chain Responsiveness* terhadap *Competitive Advantage* pada industri minyak sawit di Indonesia.
4. Untuk mengkaji pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Competitive Advantage* dengan *Supply Chain Responsiveness* sebagai variabel Mediasi pada industri minyak sawit di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian adalah:

1. Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *Supply Chain Management Practices*, *Supply Chain Responsiveness* dan *Competitive Advantage*.
2. Bagi Praktisi, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan perusahaan dalam merespon kondisi perusahaan untuk meningkatkan

Competitive Advantage perusahaan melalui *Supply Chain Management Practices* dan *Supply Chain Responsiveness*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan penjelasan dari keseluruhan penelitian yang dilakukan dimana masing-masing bab secara singkat dan jelas, adapun sistematika penulisan penelitian ini yaitu:

BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan. Ini juga memberikan uraian singkat tentang bab yang ada dalam penelitian.

BAB II Tinjauan Literatur

Bab ini memberikan tinjauan literatur yang mencakup teori dan konsep tentang *Supply Chain Management Practices (SCMP)*, *Supply Chain Responsiveness (SCR)*, dan *Competitive Advantage (CA)*. Bab ini juga membahas hipotesis awal penelitian yang dibuat berdasarkan literatur tersebut.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini membahas mengenai desain penelitian, objek dan lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulandata, pengolahan data, variabel penelitian serta pengukuran variabel dan teknik analisis data.

BAB IV Analisa Data dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang masalah inti melalui pengujian dengan metode analisis dan selanjutnya dengan menggunakan konsep teori sebagai pedoman sehingga tercipta beberapa pokok kesimpulan berupa inti dari penelitian.

BAB V Penutup

Bab ini memberikan ulasan yang diambil dari pembahasan dan analisa terkait penelitian yang sudah dilakukan, kemudian mengemukakan saran yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan.

