

**ANALISIS *SUPPLY CHAIN INFORMATION INTEGRATION* DAN
BUSINESS PERFORMANCE PADA 10 UMK INDUSTRI FESYEN
BUSANA MUSLIM DI KOTA BANDUNG** f.



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Irfan Aulia Putra

2014120242

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2019

**SUPPLY CHAIN INFORMATION INTEGRATION AND BUSINESS
PERFORMANCE ANALYSIS AT 10 SMEs OF MODEST FASHION
INDUSTRY IN BANDUNG CITY** *f.*



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Management

By:

Irfan Aulia Putra

2014120242

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT**

Accredited by BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2019

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

***ANALISIS SUPPLY CHAIN INFORMATION INTEGRATION DAN
BUSINESS PERFORMANCE PADA 10 UMK INDUSTRI FESYEN
BUSANA MUSLIM DI KOTA BANDUNG***

Oleh:

Irfan Aulia Putra

2014120242

Bandung, Januari 2020

Ketua Program Sarjana Manajemen,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Istiharini", written over a vertical line.

Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing Skripsi,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Ria Satyarini", written over a vertical line.

Ria Satyarini, S.E., M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Irfan Aulia Putra
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 23 Mei 1996
No. Pokok Mahasiswa/ NPM : 2014120242
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi
Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS SUPPLY CHAIN INFORMATION INTEGRATION DAN BUSINESS PERFORMANCE PADA 10 UMK INDUSTRI FESYEN BUSANA MUSLIM DI KOTA BANDUNG

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan: Ria Satyarini, S.E., M.Si.
Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*Plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun
Bandung,

Pasal 25 Ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003:
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam

Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 200

Dinyatakan tanggal:

Pembuat pernyataan:



(Irfan Aulia Putra)

ABSTRAK

Ekonomi kreatif merupakan salah satu penggerak pertumbuhan perekonomian Indonesia dengan target mencapai Rp 1.200 triliun. Subsektor fesyen pada ekonomi kreatif berada pada peringkat kedua sebesar 18,01% yang memberikan kontribusi terhadap PDB Ekonomi Kreatif pada tahun 2016 dengan busana muslim sebagai salah satu penyumbangannya. Dengan semakin berkembangnya revolusi industri dan juga manajemen rantai pasok dari waktu ke waktu, perubahan tersebut memiliki dampak yang besar pada industri yang ada. Melihat perkembangan tersebut setiap pemilik usaha dituntut untuk menguasai teknologi terutama melakukan komunikasi dengan pemasoknya untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan penerapan *supply chain information integration* dan penilaian *business performance*.

Supply chain information integration merupakan bagaimana cara perusahaan dalam berbagi informasi dengan pemasoknya. *Supply chain information integration* dapat diukur dengan dua dimensi, yaitu *information technology* dengan enam indikator adalah perusahaan dengan pemasok utama memiliki hubungan komputer ke komputer, koordinasi antar perusahaan menggunakan hubungan elektronik, perusahaan menggunakan pengolahan transaksi dengan informasi yang menggunakan teknologi, kemampuan pengiriman surat elektronik, menggunakan transfer pesanan pembelian elektronik, menggunakan sistem informasi canggih untuk melacak dan/atau mempercepat pengiriman. Dimensi kedua adalah *information sharing* dengan indikator yaitu, perusahaan berbagi informasi sensitif, pemasok diberikan informasi, pertukaran informasi dilakukan secara rutin, informal dan/atau tepat waktu, memberikan informasi yang mungkin mempengaruhi pihak lain serta perusahaan melakukan komunikasi tatap muka dengan pemasok.

Kota Bandung dipilih sebagai objek penelitian karena ditargetkan menjadi pusat mode busana muslim di Indonesia bahkan dunia. Metode yang digunakan pada penelitian deskriptif ini adalah metode kualitatif dimana data diperoleh dari hasil observasi dan wawancara terhadap 10 UMK serta data diolah dan diukur menggunakan *scoring rubric* secara detail dan mendalam.

Hasil objek penelitian ini menunjukkan bahwa *supply chain information integration* yang dilakukan pada objek penelitian sudah baik. Hal tersebut dapat terlihat berdasarkan hasil *scoring rubric* dari indikator yang terpenuhi. Berbeda dengan *business performance* dimensi *operational performance* yang belum maksimal karena dari empat indikator masih terdapat dua indikator yang masih kurang baik karena masih banyak indikator yang belum terpenuhi.

Berdasarkan hasil analisis tiap variabel diperlukan beberapa perbaikan. Pada variabel *supply chain information integration*, perusahaan perlu menggunakan surat elektronik dalam komunikasi, perencanaan serta komunikasi tatap muka dengan pemasok. Sedangkan untuk *business performance* dimensi *operational performance* diperlukan perbaikan pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi pesanan pelanggan dengan waktu yang singkat serta dapat melakukan perubahan pesanan pelanggan dengan pemberitahuan yang mendadak.

Kata Kunci: Integrasi Informasi Rantai Pasok, Kinerja Bisnis, Usaha Mikro Kecil, Industri Busana Muslim

ABSTRACT

The creative economy is one of the drivers of Indonesia's economic growth with a target of IDR 1,200 trillion. The fashion sub – sector in the creative economy is ranked second at 18.01% which contributed to the GDP of the Creative Economy in 2016 with Muslim fashion as one of its contributors. With the development of the industrial revolution and supply chain management from time to time, this change has a great influence in the industry. Seeing this development, every business owner is required to use technology to communicate with suppliers to increase the company's needs. This can be done by implementing supply chain information integration and assessing business performance.

Supply chain information integration is about how companies share information with their suppliers. Supply chain information integration can be measured within two dimensions, the first one is information technology with six indicators: companies with major suppliers have a computer-to-computer link, inter-company coordination using electronic links, companies use transaction processing with information using technology, electronic mailing capabilities, using transfer of electronic purchase orders, using sophisticated information systems to track and / or speed up shipments. The second dimension is information sharing with indicators such as; companies share sensitive information, information provided to suppliers, information exchanges are done routinely, informally and / or on time, provide information that might affect other parties and the company communicates face to face with suppliers.

Bandung was chosen as the research object because it strives to be the hub of Muslim fashion in Indonesia and the world. The method used in this descriptive study is a qualitative method in which data is obtained from observations and interviews with 10 SMEs. The data will then be analysed with detailed and in-depth explanation. The results of data processing were measured using a rubric scoring and a comparison of the 10 SMEs studied.

The findings of this research object indicate that the supply chain information integration conducted on the research object is adequate. It can be seen based on the results of scoring rubric of the met indicators. In contrast to business performance, the operational performance dimension is not optimal yet. Out of four indicators, two indicators are still insufficient as there are still many indicators that have not been achieved.

Based on the analysis of each variable, several improvements are needed. In the supply chain information integration variable, companies need to use electronic mail in communication, planning and face-to-face communication with suppliers, as well as to have sophisticated information systems to track and / or speed up deliveries. Whereas for business performance the operational performance dimension requires improvement in the company's ability to fulfil customer orders in a short time and can make changes to customer orders with sudden notice.

Key Words: Supply Chain Information Integration, Business Performance, SMEs, Modest Fashion Industry

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis *Supply Chain Information Integration* dan *Business Performance* pada 10 UMK Industri Fesyen Busana Muslim di Kota Bandung” tepat pada waktunya. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan penulis dalam jenjang Pendidikan S1, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa selama masa perkuliahan terdapat banyak rintangan dan dalam penulisan skripsi ini juga terdapat banyak kekurangan karena adanya keterbatasan yang dimiliki. Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan tidak luput dari banyak pihak yang memberikan dukungan maupun moril maupun materil kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan yang nikmat kepada penulis dan atas kehendak-Nya penulis dapat memperoleh pendidikan hingga jenjang S1.
2. Ayah Rudi Hasan Putra dan Ibu Nurmalia Sari selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan, menyayangi, membimbing dan memberikan dukungan yang tidak terbatas kepada penulis. Terima kasih banyak Yah, Bu.
3. Farhan AUFAR Putra dan Nadya Alya Putri selaku adik kandung penulis yang selalu mendoakan, mendukung, berbagi pengalaman dan cerita bersama penulis.
4. Liony Widjaja selaku *partner* penulis yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi, dan selalu ada untuk berbagi cerita dan berbagi kasih sayang. Terima kasih sudah selalu menemani di semester akhir ini.
5. Ibu Ria Satyarini, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu serta tenaga, memberikan ilmu dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Fernando Mulia, S.E., M.Kom, selaku dosen wali penulis yang telah membimbing dan memberi arahan kepada penulis selama masa kuliah.

7. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
8. Ibu Dr. Istiharini, CMA, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
9. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan, atas semua pembelajaran yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
10. Seluruh narasumber yang telah bersedia untuk memberikan data dan informasi yang dibutuhkan untuk kelengkapan tugas akhir ini.
11. Tim *Supply Chain*, Wafi, Cornel, dan Leonora terima kasih sudah saling membantu, melengkapi, dan mendukung untuk penyelesaian tugas akhir ini.
12. “RUPS” pertemanan yang baru terbentuk di waktu-waktu terakhir masa kuliah. Fadhi, Haritzsani, Valdo, Adwin, Bregas, para sahabat penulis di masa kuliah yang selalu berbagi cerita dan menyemangati penulis.
13. Rumah Gang Sukatma tempat berkumpul dan bermain penulis di akhir masa kuliah. Dede dan Nando sahabat yang selalu berbagi cerita dan menyemangati penulis.
14. MPM Gober 2016/2017 tempat bagi penulis untuk dapat berkembang hingga seperti saat ini. Terima kasih atas waktunya dalam kepengurusan PM UNPAR.
15. Kantor *Public Relation* UNPAR tempat penulis magang dan berkembang sebagai individu. Terima kasih Mba Magenta, Ko Sofyan, Kak Memet, Egi, Yudis, Liony, Matthew, Cintya, Andin, Rangga, Stefanie, Henry.
16. Seluruh keluarga besar Manajemen Unpar, baik angkatan 2014 maupun angkatan lainnya yang telah membantu penulis berkembang selama masa kuliah. *See you on top!*
17. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih banyak.

Bandung, Desember 2019

Irfan Aulia Putra

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Kegunaan Penelitian	18
1.5 Kerangka Pemikiran	19
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Supply Chain Information Integration	21
2.2 Dimensi Supply Chain Information Integration	21
2.2.1 Information Technology	23
2.2.2 Information Sharing	24
2.3 Performance	26
2.4 Usaha Mikro dan Kecil	29
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	30
3.1 Metode Penelitian	30
3.1.1 Langkah-Langkah Penelitian	31
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data	32
3.1.3 Sampel	33
3.1.4 Teknik Pengolahan Data	34
3.2 Variabel	36
3.2.1 Supply Chain Information Integration	36
3.2.2 Business Performance	37
3.2.3 Operasionalisasi Variabel	37
3.3 Objek Penelitian dan Profil Responden	44

4.1 Supply Chain Information Integration	53
4.1.1 Information Technology	53
4.1.1.1 Perusahaan dengan Pemasok Utama Memiliki Hubungan	
Antara Komputer dengan Komputer	54
4.1.1.2 Koordinasi yang Digunakan Antar Perusahaan Menggunakan	
Hubungan Elektronik	54
4.1.1.3 Perusahaan Telah Menggunakan Pengolahan Transaksi dengan	
Informasi yang Telah Menggunakan Teknologi	58
4.1.1.4 Kemampuan Pengiriman Surat Elektronik dengan Pemasok	
Utama	59
4.1.1.5 Menggunakan Transfer Pesanan Pembelian Secara Elektronik	
.....	60
4.1.1.6 Menggunakan Sistem Informasi Canggih Untuk Melacak	
dan/atau Mempercepat Pengiriman	61
4.1.2 Information Sharing	66
4.1.2.1 Perusahaan Berbagi Informasi Sensitif (Keuangan, Produksi,	
Desain, Penelitian, dan/atau Kompetisi)	66
4.1.2.2 Pemasok Diberikan Informasi Apapun yang Dapat Membantu	
Mereka	67
4.1.2.3 Pertukaran Informasi Sering Terjadi, Secara Informal	
dan/atau Tepat Waktu	70
4.1.2.4 Perusahaan Saling Memberi Informasi Tentang Peristiwa atau	
Perubahan yang Mungkin Mempengaruhi Pihak Pemasok ...	73
4.1.2.5 Perusahaan Sering Melakukan Perencanaan / Komunikasi	
Tatap Muka dengan Pemasok	75
4.2 Operational Performance	80
4.2.1 Perusahaan Dapat Memenuhi Pesanan dari Pelanggan dengan	
Waktu yang Singkat	80
4.2.2 Pengiriman kepada Pelanggan Dapat Dilakukan Sesuai dengan	
Jadwal	82

4.2.3 Perusahaan dapat Merubah Pesanan Pelanggan dengan Pemberitahuan yang Mendadak.....	87
4.2.4 Perusahaan dapat Membuat Pengisian Kembali/ Restock dengan Sedikit Kecacatan kepada Pelanggan.....	91
4.3 Scoring Rubric	98
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar Grafik Pertumbuhan PDB dan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Indonesia (2009-2019E)	1
Gambar 1.2	Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor	5
Gambar 1.3	Ekspor Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor Tahun 2016.....	6
Gambar 1.4	Pemetaan Asal Ekspor Ekonomi Kreatif	6
Gambar 1.5	Pasar Konsumsi Busana Muslim.....	7
Gambar 1.6	Peringkat 10 Besar dalam Modest Fashion.....	8
Gambar 1.7	Gambar Grafik Pertumbuhan Busana Muslim Wanita di Jawa Barat	12
Gambar 1.8	Persentase Pemanfaatan Media Internet Berdasarkan Subsektor Ekonomi Kreatif.....	15
Gambar 3. 1	Contoh Scoring Rubric.....	34
Gambar 3. 2	Jumpsuit.....	45
Gambar 3. 3	Dress	45
Gambar 3. 4	Dress dengan Bordir	45
Gambar 3. 5	Outer	46
Gambar 3. 6	Rok.....	46
Gambar 3. 7	Kulot	46
Gambar 3. 8	Kemeja.....	47
Gambar 3. 9	Outer dan Kulot.....	47
Gambar 3. 10	Hijab Polos	47
Gambar 3. 11	Hijab Premium Print.....	47
Gambar 3. 12	Hijab Pink	48
Gambar 3. 13	Hijab Biru.....	48
Gambar 3. 14	Hijab Abu.....	48
Gambar 3. 15	Inner Gamis Tanpa Lengan	49
Gambar 3. 16	Inner Gamis.....	49
Gambar 3. 17	Inner Legging Wudhu	49
Gambar 3. 18	Dress.....	50
Gambar 3. 19	Blouse.....	50
Gambar 3. 20	Outer Denim	50
Gambar 3. 21	Setelan Syar'i	50

Gambar 3. 22 Sarimbit	50
Gambar 3. 23 Ciput Bandana	51
Gambar 3. 24 Tanktop Pendek Rayon	51
Gambar 3. 25 Ciput Arab	51
Gambar 3. 26 Kemeja.....	52
Gambar 3. 27 Outer	52

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penentuan Skor pada <i>Scoring Rubric</i> dengan 6 Indikator	35
Tabel 3.2 Penentuan Skor pada <i>Scoring Rubric</i> dengan 5 Indikator	35
Tabel 3.3 Penentuan Skor pada <i>Scoring Rubric</i> dengan 4 Indikator	35
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel: <i>Supply Chain Information Integration</i> dan <i>Business Performance</i>	38
Tabel 4. 1 Scoring Rubric Dimensi Information Technology	64
Tabel 4. 2 Scoring Rubric Dimensi Information Sharing	78
Tabel 4. 3 Scoring Rubric Dimensi Operational Performance	96
Tabel 4. 4 Scoring Rubric Seluruh Dimensi	98
Tabel 4. 5 Perbandingan Skor Supply Chain Information Integration dan Operational Performance	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara dengan feybyfera	114
Lampiran 2 Wawancara dengan Hello Aime	119
Lampiran 3 Wawancara dengan Inara Hijab	124
Lampiran 4 Wawancara dengan Kintan Gallery	129
Lampiran 5 Wawancara dengan L.tru	134
Lampiran 6 Wawancara dengan NJ Fabrics	140
Lampiran 7 Wawancara dengan RDA Hijab	145
Lampiran 8 Wawancara dengan Salmahira Basics	150
Lampiran 9 Wawancara dengan Sarah Syari	155
Lampiran 10 Wawancara dengan Ziah Hijab	160

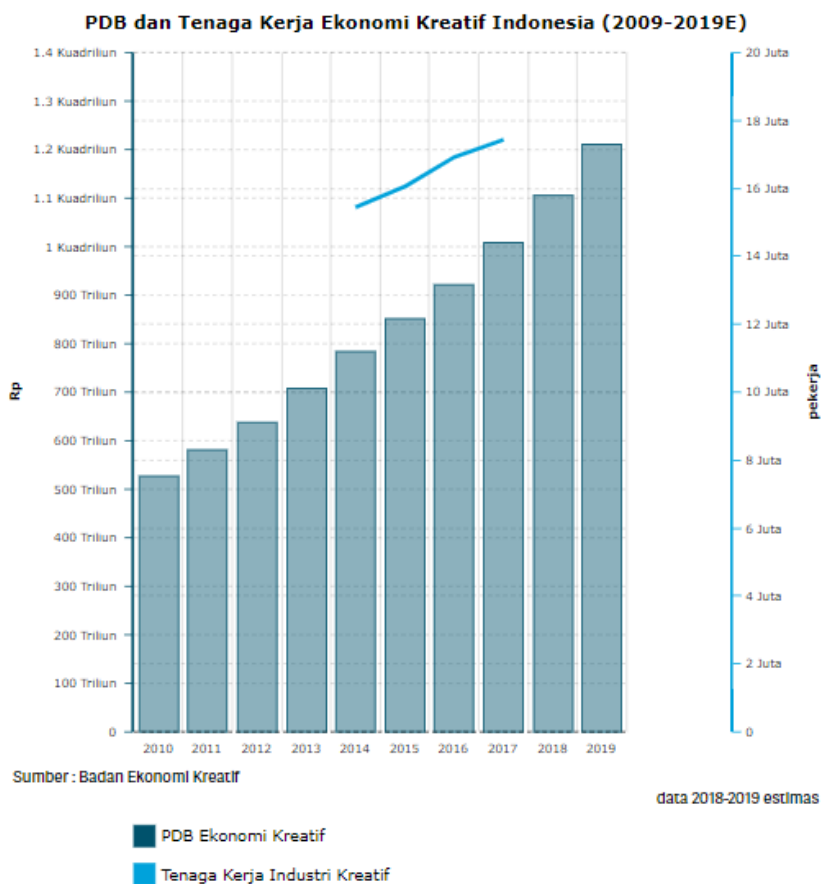
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya ekonomi kreatif di Indonesia yang begitu pesat dan besarnya dukungan pemerintah, Indonesia khususnya di pemerintah Presiden Joko Widodo ingin menjadikan sektor ekonomi kreatif sebagai penggerak pertumbuhan perekonomian Indonesia (KOMINFO). Dalam hal ini bisa dibuktikan dengan target dari kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Triawan Munaf dalam Rencana Strategis 2015-2019 dimana PDB ekonomi kreatif dibidik 6,75% dan dalam nilai sekitar Rp 1.200 triliun.

Gambar 1.1
Gambar Grafik Pertumbuhan PDB dan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif
Indonesia (2009-2019E)



Sumber: Bekraf

Dapat dilihat dari grafik gambar 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan industri di sektor ekonomi kreatif dalam 10 tahun terakhir selalu mengalami peningkatan dalam menyumbang PDB dan penyerapan tenaga kerja. Pada tahun 2017, tercatat bahwa ekonomi kreatif menyumbang PDB hingga Rp 1.000 triliun dan meningkat menjadi Rp 1.105 triliun di tahun 2018 (KOMPAS.com, 2018). Pemerintah telah meluncurkan Peraturan Presiden nomor 142 Tahun 2018 tentang rancangan induk pengembangan ekonomi kreatif nasional (Rindekraf), dengan tujuan menjadikan ekonomi kreatif sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional.

Didefinisikan oleh Bekraf, ekonomi kreatif adalah penciptaan sebuah nilai tambah dari kreativitas yang dilindungi kekayaan intelektual, bersumber dari pengelolaan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi. Konsep ini telah memicu ketertarikan tersendiri untuk melakukan kajian tersendiri seputar Ekonomi Kreatif dan menjadikan Ekonomi Kreatif model utama pengembangan ekonomi. Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Menurut Howkins (2005) menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan. Studi Ekonomi Kreatif terbaru mendefinisikan Ekonomi Kreatif (United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), 2010) sebagai:

“An evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development.”

Dengan penjabaran lebih lanjut sebagai berikut: (UNCTAD, 2010)

- Mendorong peningkatan pendapatan, penciptaan pekerjaan, dan pendapatan ekspor sekaligus mempromosikan kepedulian sosial, keragaman budaya, dan pengembangan manusia.
- Menyertakan aspek sosial, budaya, dan ekonomi dalam pengembangan teknologi, Hak Kekayaan Intelektual, dan pariwisata.

- Kumpulan aktivitas ekonomi berbasis pengetahuan dengan dimensi pengembangan dan keterhubungan lintas sektoral pada level ekonomi mikro dan makro secara keseluruhan.
- Suatu pilihan strategi pengembangan yang membutuhkan tindakan lintas kementerian dan kebijakan yang inovatif dan multidisiplin.
- Di jantung Ekonomi Kreatif terdapat Industri Kreatif.

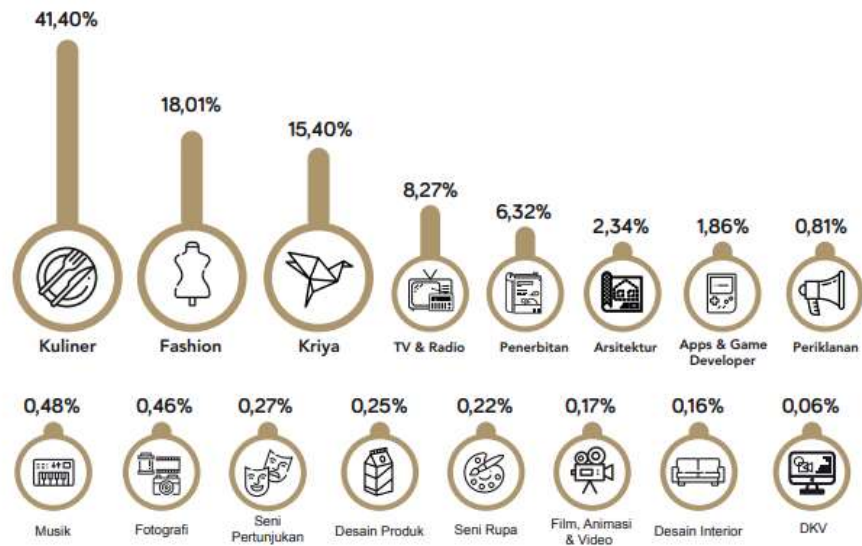
Berdasarkan data statistik dan hasil survei yang dilakukan Bekraf pada tahun 2018, sektor ekonomi kreatif dinyatakan memberikan kontribusi sebesar 7,44 persen naik sebelumnya 7,38 persen terhadap total perekonomian nasional. Indonesia memiliki 16 subsektor industri ekonomi kreatif, yaitu:

- Kuliner, merupakan subsektor yang berhubungan dengan masak-memasak (KBBI).
- Fesyen, suatu gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok (Bekraf).
- Kriya, segala kerajinan yang berbahan kayu, logam, kulit, kaca, keramik, dan tekstil yang dianggap sebagai salah satu ciri khas Bangsa Indonesia (Bekraf).
- Televisi, kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi secara berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara dan gambar yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan, dan Radio, kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi secara berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan (Bekraf).
- Penerbitan, suatu usaha atau kegiatan mengelola informasi dan daya imajinasi untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar dan/atau audio ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik, melalui media cetak, media digital, ataupun media daring, untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial ataupun seni dan budaya yang lebih tinggi (Bekraf).

- Arsitektur, praktik dan profesi arsitek, yaitu menawarkan atau memberikan layanan profesional yang berhubungan dengan perancangan dan konstruksi bangunan (Bekraf).
- Aplikasi dan *Game Developer*, desain dan pengembangan berbagai jenis aplikasi digital (Bekraf).
- Periklanan, segala bentuk pesan yang suatu produk yang disampaikan melalui suatu media (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia).
- Musik, segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi/ komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik (Bekraf).
- Fotografi, industri yang mendorong penggunaan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu dalam memproduksi citra dari satu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk di dalamnya media perekam cahaya, media penyimpanan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk meningkatkan kesejahteraan dan menciptakan kesempatan kerja (Bekraf).
- Seni Pertunjukan, cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis dan penampil, yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton, baik dalam bentuk lisan, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan tubuh atau tarian yang terjadi secara langsung di dalam ruang dan waktu yang sama (Bekraf).
- Desain Produk, proses kreasi sebuah produk yang menggabungkan unsur fungsi dengan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat (Bekraf).
- Seni Rupa, karya yang diciptakan dengan keahlian tertentu berupa seni pahat dan seni lukis (KBBI).
- Desain Interior, kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior, menyediakan layanan terkait ruang interior untuk meningkatkan kualitas hidup, dan memenuhi aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan publik (Bekraf).
- Film, lakon (cerita) gambar hidup (KBBI).

- Desain Komunikasi Visual, proses desain yang tujuan utamanya adalah menyampaikan gagasan atau ide yang menggunakan bantuan visual (Bekraf)

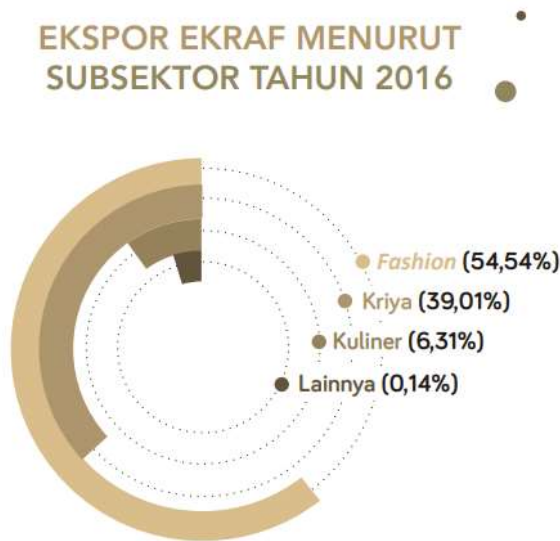
Gambar 1.2
Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor



Sumber: Bekraf

Pada gambar 1.2, dapat dilihat bahwa subsektor fesyen berada pada peringkat kedua sebesar 18.01% yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB Ekonomi Kreatif pada tahun 2016. Menurut Bekraf pula, tren fesyen yang berubah dengan cepat ini disebabkan dengan semakin tingginya tingkat produktivitas desainer yang tinggi dan semakin banyaknya anak muda kreatif yang ingin berkreasi dengan industri ini (Bekraf).

Gambar 1.3
Ekspor Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor Tahun 2016



Sumber: Bekraf

Berdasarkan data yang ada pada gambar 1.3, dapat dilihat bahwa subsektor fesyen berada pada peringkat pertama sebesar 54,54% untuk kegiatan ekspor ekonomi kreatif pada tahun 2016. Jika dibandingkan dengan subsektor lainnya (kriya, kuliner, dan lainnya), subsektor fesyen memberikan kontribusi yang lebih besar.

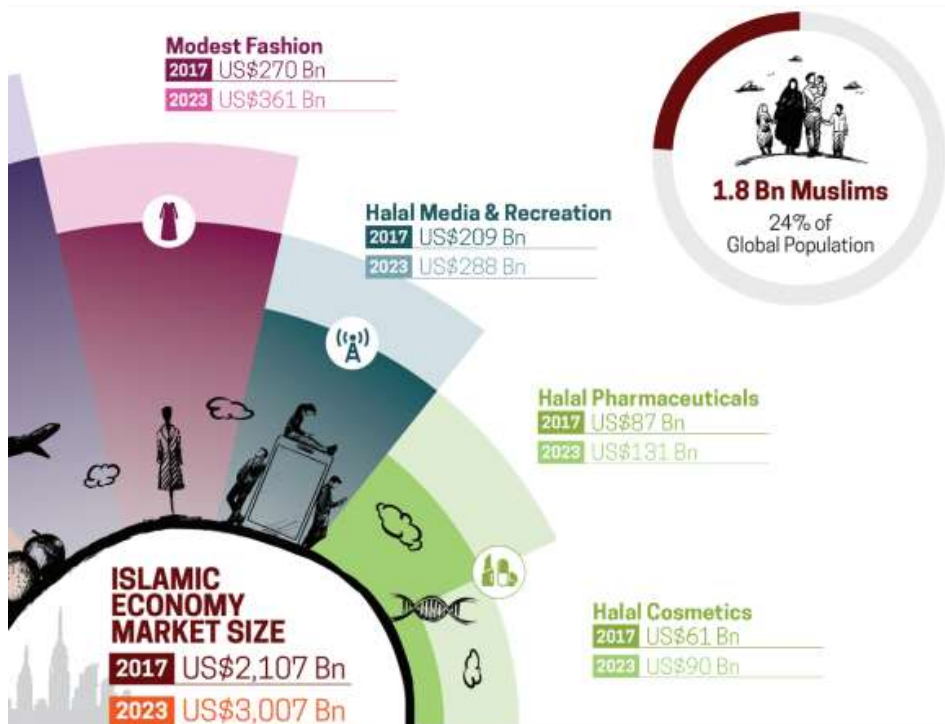
Gambar 1.4
Pemetaan Asal Ekspor Ekonomi Kreatif



Sumber: Bekraf

Dari gambar 1.4, dapat disimpulkan bahwa dari total kegiatan ekspor, Jawa Barat menjadi penyumbang terbesar secara keseluruhan subsektor ekonomi kreatif sebesar 31,96% pada tahun 2016. Pada keseluruhan Jawa Barat dan Jawa Timur yang memberikan kontribusi yang paling besar pada ekspor ekonomi kreatif dengan persentase diatas 24%. Jawa Barat jika dibandingkan dengan daerah lainnya seperti Banten dan Jawa Tengah memiliki persentase 2 kali lipat. Bahkan jika persentase ekspor ekonomi kreatif daerah Jawa Tengah, DKI Jakarta, Kep. Riau, Bali, DI Yogyakarta, Riau, Sumatra Utara dijumlahkan Jawa Barat masih memiliki persentase ekspor ekonomi kreatif yang lebih tinggi.

Gambar 1.5
Pasar Konsumsi Busana Muslim



Sumber: State of the Global Islamic Economy Report 2018/2019

Dalam laporan *State of the Global Islamic Economy Report* 2018/2019 bahwa populasi penduduk dunia beragama muslim mencapai 1.8 triliun dimana angka tersebut merupakan 24% dari total populasi di dunia. Dengan potensi yang dimiliki Indonesia sebagai populasi penduduk agama

Islam terbesar di dunia dan dengan pengeluaran mencapai USD 218.8 triliun di sektor ekonomi Islam. Dan pada laporan *State of the Global Islamic Economy Report 2018/2019* Indonesia masuk dalam 10 besar dalam penilaian *The Global Islamic Economy Indicator* (GIEI). Indonesia pada tahun 2018/2019 menggantikan Brunei dalam ekonomi global Islam, yang sebelumnya menempati peringkat 10. Pada tahun yang sama, tingkat konsumsi Indonesia dalam produk fesyen mengalami peningkatan menjadi USD 20 triliun dan menjadi peringkat ketiga (*Global Islamic Economy Gateway*, 2018). Dapat dilihat pada gambar 1.5, laporan *State of the Global Islamic Economy Report* Pasar global industri fesyen busana muslim di tahun 2017 mencapai USD 270 triliun dan potensi perkembangan di tahun 2023 mencapai USD 361 triliun.

Gambar 1.6
Peringkat 10 Besar dalam *Modest Fashion*



Sumber: State of the Global Islamic Economy Report 2018/2019)

Dalam laporan *State of the Global Islamic Economy Report* 2018/2019 dikatakan bahwa Indonesia menempati peringkat kedua terbaik hanya di bawah UAE dalam hal fesyen busana muslim. Indonesia mendapatkan penilaian GIEI sebesar 34 yang sebelumnya pada laporan *State of the Global Islamic Economy Report* 2017/2018 sebesar 20. Tetapi Indonesia masih tertinggal jauh dari UAE dalam hal ini yang mendapatkan penilaian GIEI sebesar 106. Dalam hal ini Indonesia masih dapat melakukan pengembangan dan peningkatan dalam sektor fesyen busana muslim.

Peningkatan ini tidak lepas dari dukungan pemerintah dan Bekraf dalam membantu pertumbuhan perekonomian Indonesia pada sektor ekonomi kreatif khususnya fesyen busana muslim yang dapat terlihat dalam acara *Muslim Fashion Festival* (MUFFEST) Indonesia yang merupakan acara tahunan yang ditujukan sebagai penguatan perekonomian Indonesia melalui industri fesyen muslim lokal. Ini merupakan bentuk dari visi yang ingin dicapai oleh pemerintah Indonesia yaitu untuk membuat Indonesia menjadi kiblat fesyen muslim dunia di tahun 2020. Serta dengan adanya program dari Bekraf kerjasama dengan perbankan syariah yaitu Modest Fashion Founders Fund (MFFF) dimana akan memberikan modal untuk pertumbuhan ekonomi di bidang fesyen busana muslim.

Menurut mantan Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sapta Nirwandar, Indonesia memiliki potensi sebagai salah satu pusat mode dunia, khususnya untuk busana muslim, karena Indonesia memiliki sumber daya kreatif dan warisan budaya yang melimpah. Di masa depan, Indonesia bisa menjadi sumber inspirasi untuk pengembangan mode dunia. Akli Djumadie, Direktur Pengelola HijUp.com, juga sependapat bahwa Indonesia memiliki potensi besar di bidang fesyen dan tekstil. Menurut Akli, Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia sejatinya sangat berpotensi menjadi kiblat fesyen muslim dunia. Hal itu tidaklah sulit diwujudkan, mengingat beberapa faktor penunjang seperti tersedianya bahan baku yang melimpah dan iklim kreatif industri fesyen yang sangat kondusif.

Presiden Republik Indonesia Joko Widodo mengatakan bahwa melihat potensi dan sebuah kekuatan dari para desainer busana muslim dan memiliki keyakinan bahwa Indonesia memiliki kekuatan besar dalam menguasai pasar busana muslim dunia. Dimana pasar fesyen sendiri secara nasional dalam satu tahun mencapai Rp 166 Triliun dimana busana muslimnya mencapai Rp 54 Triliun. Banyak sekali faktor yang membuat *fashion* muslim terus berkembang. Dari munculnya banyak komunitas seperti *Hijabers Community*, *Hijabers Mom*, sampai dengan banyaknya penyelenggaraan *bazaar*, dan peragaan busana muslim. Dampaknya sangat terlihat jika dulu lebih banyak wanita dewasa saja yang menggunakan hijab, saat ini hijab semakin dikenal dan digemari oleh wanita-wanita yang usianya lebih muda, bahkan remaja putri. Tentu dengan pengenalan bahwa dengan berhijab pun masih bisa terlihat modis. Apalagi, mereka dapat berkreasi dengan variasi hijab yang semakin kreatif.

Menurut mantan Dirjen Industri Kecil Menengah (IKM) Kementerian Perindustrian, Euis Saidah terdapat kurang lebih 20 juta penduduk Indonesia yang menggunakan hijab. Hal ini selaras dengan perkembangan industri *fashion* muslim sebesar tujuh persen setiap tahun. Dengan begitu tidak heran Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI) bermimpi dapat mengembangkan *fashion* muslim Indonesia tidak hanya di dalam negeri, bahkan sampai ke tingkat dunia. Mimpi menjadi *fashion* muslim sebagai ikon *fashion* Indonesia di mata dunia bukanlah tanpa tantangan. Hal ini pun diakui Euis yang menjabarkan Indonesia memiliki setidaknya lima tantangan dalam mengembangkan industri *fashion*, yakni bahan baku, teknologi, kemampuan sumber daya manusia, pemasaran, dan modal. IKM masih banyak mengerjakan produknya dengan teknologi yang sangat sederhana. Hal ini bisa diatasi dengan bantuan pemerintah untuk memberikan subsidi pengadaan bahan baku atau mesin. Sedangkan untuk meningkatkan kualitas kemampuan dan pengetahuan IKM, dilakukan pelatihan agar kualitas produk mampu memenuhi pasar dunia (vivanews.com).

Industri busana muslim di Indonesia termasuk dalam Usaha Mikro Kecil atau yang biasa disingkat UMK. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Sedangkan Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.

Kontribusi sektor usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap produk domestik bruto meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen dalam lima tahun terakhir. Serapan tenaga kerja pada sektor ini juga meningkat, dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen pada periode yang sama. Meskipun indikator kontribusi terhadap pembentukan produk domestik bruto (PDB) dan serapan tenaga kerja naik, akses sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMK) ke rantai pasok produksi global sangat minim. Kontribusi UMK di Indonesia terhadap rantai pasok global hanya 0,8 persen (Kemenperin.go.id). Dari segi jumlah pelaku UMK pun terus meningkat. Pada tahun 2018 sendiri rasio wirausaha di Indonesia mencapai 7 persen dari total penduduk keseluruhan. Sebelumnya pada 2014, rasio wirausaha di Tanah Air baru sekitar 1.55% kemudian meningkat menjadi 1.65% pada 2016 dan bergerak ke 3.1% pada akhir 2017 (Media Indonesia, 2018).

Gambar 1.7
Gambar Grafik Pertumbuhan Busana Muslim Wanita di Jawa Barat



Sumber: ekbis.sindonews.com

Pertumbuhan busana muslim di Jawa Barat semakin meningkat dari tahun ke tahun, dimana pada tahun 2015 berada di angka 9,80 persen - 2016 15,47 persen - 2017 20,48 persen dan terakhir pada tahun 2018 54,25 persen.

Berdasarkan berita industri di kemenperin.go.id Jawa Barat memiliki potensi yang sangat besar pada sektor industri. Data Kementerian Perindustrian, Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah industri terbanyak. Jawa Barat merupakan penyumbang ketiga terbesar pada PDB yaitu sebesar 14.07 persen setelah DKI Jakarta dan Jawa Timur. Salah satu bidang usaha yang memberikan kontribusi signifikan di Jawa Barat adalah industri busana muslim. Dengan semakin banyaknya pelaku industri ini, maka tiap perusahaan dituntut untuk melakukan inovasi dalam membuat suatu nilai tambah dan pembeda dengan yang lainnya. Dengan adanya nilai tambah tersebut bisa menjadikan keunggulan mereka dengan pesaing agar mereka dapat bertahan di pasar.

Dengan pertumbuhan yang signifikan tersebut Kemenperin memacu daya saing IKM dan desainer fesyen muslim di Indonesia, untuk dapat berinovasi dan meningkatkan produktivitasnya serta dapat memperkuat *brand* sehingga dapat menembus pasar ekspor. Apalagi, saat

ini sedang bergulirnya era revolusi industri 4.0 menuntut pelaku usaha untuk dapat memanfaatkan teknologi digital atau dapat mengintegrasikan dengan lini produksinya. Dengan adanya penerapan industri 4.0 dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas bagi sektor manufaktur. Dengan bantuan Gati Wibawaningsih (Direktur Jendral Industri Kecil Menengah), mengupayakan bahwa akan mengintegrasikan sektor hulu dan hilir dalam memajukan industri busana muslim nasional (Kemenperin.go.id)

Dengan semakin berkembangnya manajemen rantai pasok dari waktu ke waktu, perubahan tersebut memiliki dampak yang besar terhadap industri yang ada. Fenomena yang terjadi saat ini adalah dengan adanya *supply chain management 4.0*, yang mana bukan hanya berfokus kepada perangkat teknologi saja melainkan juga harus memperhatikan pada kegiatan produksi, transportasi, dan penyimpanan barang (berlangsung secara fisik). Dalam penerapan *supply chain managemen*, Indonesia masih menggunakan *supply chain management 3.0* seharusnya Indonesia sudah memasuki tahapan yang baru agar dapat menyesuaikan dengan industri global yang ada (bisnis.com, 2018). Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia menilai, sejumlah tantangan yang harus disiapkan untuk menghadapi era revolusi industri 4.0. Pemanfaatan dalam hal teknologi otomatisasi sendiri yang dapat membuat bisnis sektor logistik dapat bertahan. Menurut Nofrisel sebagai Kadin bidang Logistik, *Supply Chain*, dan SDM mengatakan bahwa pada nantinya perkembangan di bidang teknologi akan memberikan pengaruh di industri logistik dan *supply chain*. Hal ini akan mendorong *supply chain* di Indonesia untuk saling berkolaborasi secara intensif (IPOTNEWS, 2018). Chairman *Supply Chain Indonesia* Setijadi bahwa tantangan yang perlu dihadapi dalam revolusi industri 4.0 adalah penguasaan teknologi, dengan begitu akan meningkatkan efisiensi di sektor logistik dalam hal proses pertukaran data, kemudahan dalam mengakses data yang akurat juga akan mempermudah perusahaan dalam melakukan perencanaan tingkat persediaan, sehingga akan

berdampak pada efisiensi biaya persediaan maupun pergudangan (Bisnis.com, 2019).

Fenomena yang terjadi saat ini adalah di Indonesia masih tertinggal dalam penerapan *supply chain management* dikarenakan masih menggunakan cara-cara tradisional dalam melakukan kegiatannya. Sehingga hal tersebut menyebabkan kinerja bisnis yang kurang maksimal pada perusahaan. Untuk dapat bersaing dengan pasar global dunia yang lebih besar, perusahaan khususnya disini UMK di Kota Bandung harus bisa menerapkan *supply chain management* yang lebih baik. Salah satu caranya dengan menerapkan *supply chain information integration* hal ini untuk melihat sejauh mana perusahaan dengan mitra rantai pasoknya melakukan komunikasi menggunakan aplikasi elektronik dan teknologi agar adanya standarisasi pertukaran informasi. Dengan penerapan *supply chain information integration* nantinya akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan atau kinerja bisnis.

Dalam mendukung semakin majunya manajemen rantai pasok yang ada di Indonesia, maka perlu dilakukan dengan adanya penerapan *supply chain integration* dalam sebuah perusahaan dalam melakukan kegiatan mereka secara lebih baik. Dengan adanya *supply chain integration* ini dapat menghasilkan sebuah penilaian pada kinerja perusahaan dalam hal operasional, biaya, dan inovasi.

Gambar 1.8
Persentase Pemanfaatan Media Internet Berdasarkan
Subsektor Ekonomi Kreatif

PERSENTASE PEMANFAATAN MEDIA INTERNET
BERDASARKAN SUBSEKTOR EKRAF



Sumber: Bekraf

Dalam hal ini khususnya dalam pemanfaatan media internet berdasarkan subsektor ekonomi kreatif dapat dilihat bahwa masih dapat banyak yang dikembangkan terlebih lagi dengan adanya revolusi industri 4.0 di Indonesia para pelaku bisnis harus dapat lebih menyesuaikan dengan penggunaan teknologi yang ada khususnya internet. Dalam hal ini bahkan subsektor ekonomi kreatif fashion masih kurang dalam pemanfaatan media internet dengan nilai hanya sebesar 7,09%.

Dengan adanya pemanfaatan internet yang optimal akan mendukung pembagian informasi yang lebih baik. Dalam hal ini khususnya perusahaan dalam membagikan informasi dengan mitra rantai pasoknya dan juga pelanggan mereka. Wong *et al.* (2015) mengatakan *supply chain information integration* adalah bagaimana perusahaan dapat membagikan

informasi antar mitra rantai pasoknya dengan menghubungkan aplikasi elektronik untuk dapat memfasilitasi standarisasi pembagian informasi.

Prajogo *et al.* (2012) mengatakan *supply chain information integration* adalah bagaimana perusahaan dapat menyeimbangkan aspek sosial (*information sharing*) dan aspek teknis (*information technology*) untuk dapat meningkatkan pihak yang berhubungan dalam hal koordinasi, partisipasi, dan aktivitas pemecahan masalah. *Supply chain information integration* dalam Wong *et al.* (2015) mengatakan bahwa dengan semakin baiknya pembagian informasi antar mitra rantai pasok akan searah dengan perbaikan kinerja.

Kinerja atau *performance* sendiri merupakan gambaran tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan atau *program* maupun kebijakan dalam rangka mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi yang tertuang dalam *strategic planning* suatu organisasi (Sartika, 2015). Berdasarkan pengertian diatas maka dapat dikatakan bahwa kinerja merupakan gambaran hasil kerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut. Dalam mengetahui sebaik apa kinerja dalam suatu perusahaan maka harus dilakukan pengukuran terhadap kinerja tersebut. Pengukuran dapat dilakukan secara beragam terhadap kondisi kerja yang ada baik mencakup kinerja keuangan maupun non keuangan. Kinerja keuangan sendiri merupakan hasil dari data pendapatan dan keuangan yang berasal dari kegiatan operasi, sedangkan kinerja non-keuangan dalam hal ini berupa kinerja operasional yaitu kinerja yang pada dasarnya mengukur aspek hasil dari proses organisasi. Dalam Industri fesyen busana muslim pengukuran kinerja terhadap penggunaan bahan baku, tenaga kerja, kualitas produk, proses produksi, dan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan operasi di dalam perusahaan menjadi hal penting karena berkaitan dengan tujuan perusahaan, adapun hal tersebut dapat diukur berdasarkan kinerja operasional.

Kota Bandung yang termasuk dalam kawasan Jawa Barat, memiliki potensi yang sangat besar dalam busana muslim. Wajar apabila Kota Bandung dijadikan sebagai pusat mode busana muslim di Indonesia

bahkan di dunia. Hal ini terlihat dari dengan banyaknya pelaku usaha fesyen busana muslim yang ada di Kota Bandung, bahkan di Kota Bandung sangat banyak outlet-outlet yang menyediakan khusus fesyen busana muslim.

Para pelaku bisnis di Bandung ditetapkan sebagai objek penelitian ini merujuk pada Kota Bandung yang menjadi daerah dengan kontribusi paling besar pada industri bisnis fesyen muslim di Indonesia, dimana penelitian ini berfokus pada 10 perusahaan. Untuk mengetahui lebih lanjut tentang *supply chain information integration* dan *operational performance* maka dilakukan penelitian dengan judul “**Analisis *Supply Chain Information Integration* dan *Business Performance* pada 10 UMK Industri Fesyen Busana Muslim di Kota Bandung**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Supply Chain Information Integration* pada 10 perusahaan industri busana muslim di Kota Bandung saat ini?
2. Bagaimana *Business Performance* pada 10 perusahaan industri busana muslim di Kota Bandung saat ini?
3. Bagaimana arah pengembangan / perbaikan *Supply Chain Information Integration* dan *Business Performance* industri busana muslim di Bandung pada skala usaha mikro, kecil, dan menengah (UMK)?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui *Supply Chain Information Integration* pada 10 perusahaan industri busana muslim di Kota Bandung saat ini.
2. Mengetahui *Business Performance* pada 10 perusahaan industri busana muslim di Kota Bandung saat ini.
3. Mengetahui arah pengembangan / perbaikan *Supply Chain Information Integration* dan *Business Performance* industri busana muslim di Bandung pada skala usaha mikro, kecil, dan menengah (UMK).

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan penulis dan dapat membantu penulis dalam menerapkan ilmu secara nyata yang selama ini telah dipelajari terutama dalam bidang manajemen operasi.

2. Pemerintah

Hasil dari penelitian ini menggambarkan kondisi industri busana muslim sektor usaha mikro, kecil, dan menengah di Bandung serta dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam mengambil keputusan

yang berkaitan dengan kebijaksanaan pelaksanaan *Supply Chain Information Integration* dan *Business Performance*.

3. Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam memberikan informasi mengenai *Supply Chain Information Integration* dan *Business Performance* industri fesyen busana muslim, serta dapat menjadi acuan dan referensi pembaca dalam melakukan penelitian.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dengan semakin berkembangnya industri fesyen busana muslim di Indonesia dan memiliki target bahwa Indonesia khususnya Kota Bandung menjadi pusat mode busana muslim di dunia. Hal ini harus didukung dengan penerapan *supply chain integration* yang baik dengan pemasok agar memiliki kinerja yang baik dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan kajian penelitian yang dilakukan Wong *et al.* (2015) bahwa *supply chain information integration* memiliki hubungan positif dengan *business performance*. Karena dengan adanya integrasi informasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan pemasoknya akan meningkatkan kinerja dari perusahaan.

Penelitian ini menganalisis bagaimana perusahaan menerapkan *supply chain information integration* dengan pemasok. *Supply chain information integration* adalah bagaimana perusahaan dalam melakukan pertukaran informasi dengan pemasok dan meningkatkan koordinasi, partisipasi, dan aktivitas pemecahan masalah yang terbagi menjadi dua aspek yaitu aspek sosial (*information sharing*) dan aspek teknis (*information technology*) (Prajogo *et al.*, 2012). Dalam variabel *supply chain information integration* menurut Prajogo *et al.* (2012) terbagi menjadi dua aspek utama yaitu:

1. *Information technology*, pertukaran informasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan pemasok telah menggunakan teknologi elektronik.
2. *Information sharing*, pertukaran informasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada pemasok melibatkan informasi penting, informasi yang dapat membantu pemasok, dan bagaimana pertukaran informasi berlangsung

Berdasarkan beberapa jurnal yang menjadi tinjauan kinerja atau *performance* memiliki banyak dimensi yang berbeda-beda dalam setiap kajian penelitian yang telah dilakukan sebelumnya seperti pada jurnal Barbara B. Flynn (2010), Prajogo *et al.* (2012), dan Moehariono (2012). Menurut Wong *et al.* (2015) *business performance* terbagi menjadi dua dimensi yaitu:

1. *Cost performance*, penilaian kinerja perusahaan berdasarkan segi finansial (*cost reduction, inventory cost*).
2. *Operational performance*, penilaian kinerja perusahaan berdasarkan segi operasi (*lead time, few errors*). Dalam dimensi ini terdapat 4 indikator yang dapat menunjukkan kinerja operasional yang dilakukan oleh perusahaan yaitu perusahaan dapat memenuhi pesanan dari pelanggan dengan waktu yang singkat, pengiriman kepada pelanggan dapat dilakukan sesuai dengan jadwal, perusahaan dapat merubah pesanan dengan permintaan pelanggan dengan pemberitahuan yang mendadak, dan perusahaan dapat membuat pengisian kembali/ *restock* dengan sedikit kecacatan kepada pelanggan.

Dimensi *operational performance* menjadi dimensi yang paling sering muncul dalam jurnal yang dijadikan sebagai tinjauan dimensi kinerja atau *performance*.

Fokus utama dari penelitian ini adalah bagaimana penerapan *supply chain information integration* yang telah dilakukan oleh UMK industri fesyen busana muslim di Kota Bandung dan bagaimana *business performance* yang ada saat ini serta pengembangannya.