

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kinerja pemasaran merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari produk-produknya, keberhasilan kinerja pemasaran tercermin dari keberhasilan usahanya di dunia persaingan bisnis. Ketika perusahaan berkeinginan mempertahankan persaingan bisnis, maka perusahaan tersebut harus mempunyai *added value*. Nilai *added value* tidak hanya diukur dari segi harga murah saja, tetapi juga kualitas produk dan pelayanan perlu diperhatikan, sesuai dengan konsep dasar pemasaran yang berorientasi kepada pelanggan. Oleh karena itu, agar berhasil dalam bisnis jangka panjang, perusahaan harus mampu memberikan sebuah nilai yang superior kepada pelanggannya dengan terus menerus dan konsisten, dengan cara dengan mempertahankan kinerja pemasaran yang berkelanjutan (Depary, 2010). Kinerja pemasaran meliputi omzet penjualan, jumlah pelanggan, keuntungan, dan pertumbuhan penjualan (Voss GB dan Voss ZG., 2000). Sedangkan (Zhou & Yim, 2005) mengemukakan bahwa pertumbuhan penjualan, tingkat profit, *return on investment*, dan *market-share* dalam mengukur kinerja pemasaran. Kinerja Pemasaran merupakan konstruk dalam mengukur dampak penerapan strategi perusahaan (Ferdinand, 2000). Salah satu strategi perusahaan yang telah diterapkan untuk meningkatkan kinerja pemasaran kertas di Provinsi Jawa Barat dengan cara menerapkan konsep proses produksi dan pengiriman produk kepada pelanggan yang ramah lingkungan.

Kertas merupakan lembaran yang terbuat dari bubur rumput, jerami, dan kayu, yang biasa digunakan untuk menulis atau dijadikan pembungkus dan sebagainya (Education, 2008). Pada era industri 4.0 ini terdapat fenomena bahwa

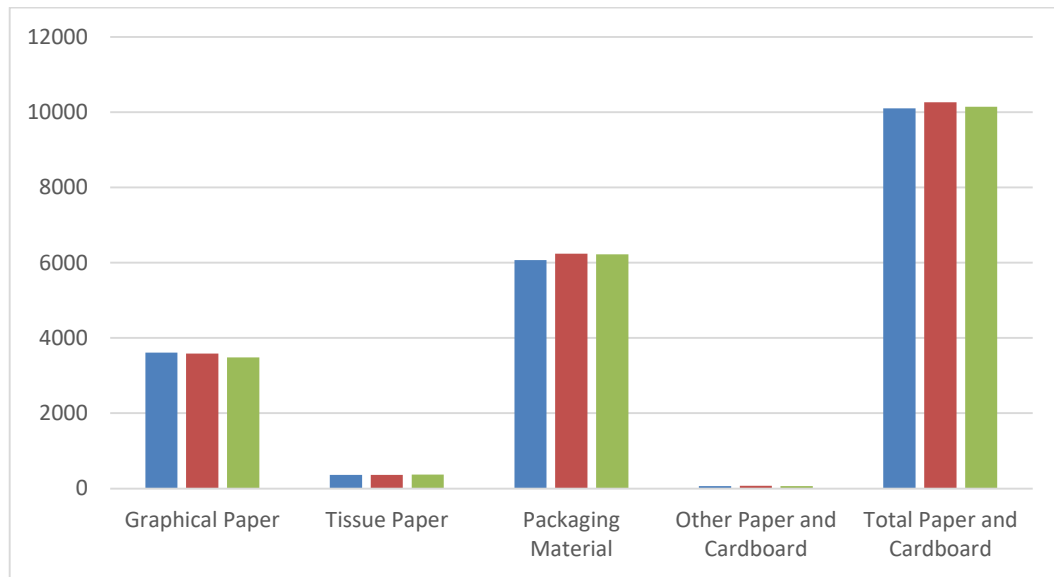
kertas “tidak diperlukan lagi”, sehubungan dengan munculnya teknologi yang semakin berkembang ke arah digital, yaitu seluruh proses bisnis terintegrasi antara pelaku usaha dengan dengan sistem informasi manajemen dan keuangan dari mulai hulu sampai hilir. Sebenarnya tidaklah demikian, kertas untuk jenis tertentu tetap

Osep Hijuzaman, 2020
PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

masih diperlukan, hal ini dibuktikan dengan masih tingginya permintaan terhadap produksi kertas dan pulp dunia.

Ekspor Kertas di Provinsi Jawa Barat mengalami penurunan dari Tahun 2014 ke Tahun 2015 sebesar 6,22% yaitu dari nilai US\$ 981,7 Juta menjadi US\$ 920.83 Juta. Dua Tahun kemudian mengalami kenaikan sebesar 9,04% dan 21,70% yaitu dari nilai US\$ 844,99 Juta menjadi US\$ 921,39 Juta dari Tahun 2016 ke Tahun 2017, serta dari nilai US\$ 921,39 Juta menjadi US\$ 1121,34 Juta Pada Tahun 2018 (BPS, 2018b).

Produksi kertas dunia selama 3 (tiga) tahun terakhir mengalami fluktuatif sejak Tahun 2016 s/d 2018. Berdasarkan Gambar 1.1 total produksi kertas Dunia Tahun 2016 sebesar 10.102 juta ton, yang terdiri dari kertas grafis 3.610 juta ton, kertas tisu 361 juta ton, bahan pembungkus kertas 6.068 juta ton dan kertas kardus 63 juta ton. Total produksi kertas Tahun 2017 sebesar 10.260 juta ton, yang terdiri dari kertas grafis 3.588 juta ton, kertas tisu 363 juta ton, bahan pembungkus kertas 6.239 juta ton dan kertas kardus 71 juta ton. Total produksi kertas Tahun 2018 sebesar 10.139 juta ton, yang terdiri dari kertas grafis 3.487 juta ton, kertas tisu 367 juta ton, bahan pembungkus kertas 6.222 juta ton dan kertas kardus 63 juta ton. Dengan demikian, total produksi kertas dunia dari Tahun 2016 ke 2017 naik sebesar 159 juta ton atau sebesar 1,55%, sedangkan total produksi kertas dari Tahun 2017 ke Tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 1,2% yaitu sebesar 122 juta ton, adapun data total produksi kertas dunia seperti terdapat pada Gambar 1.1 :



Gambar 1.1 Grafik Persebaran Produksi Kertas Dunia Tahun 2016-2018
 Sumber: The Swedish Forest Industry (Barklund, 2018)

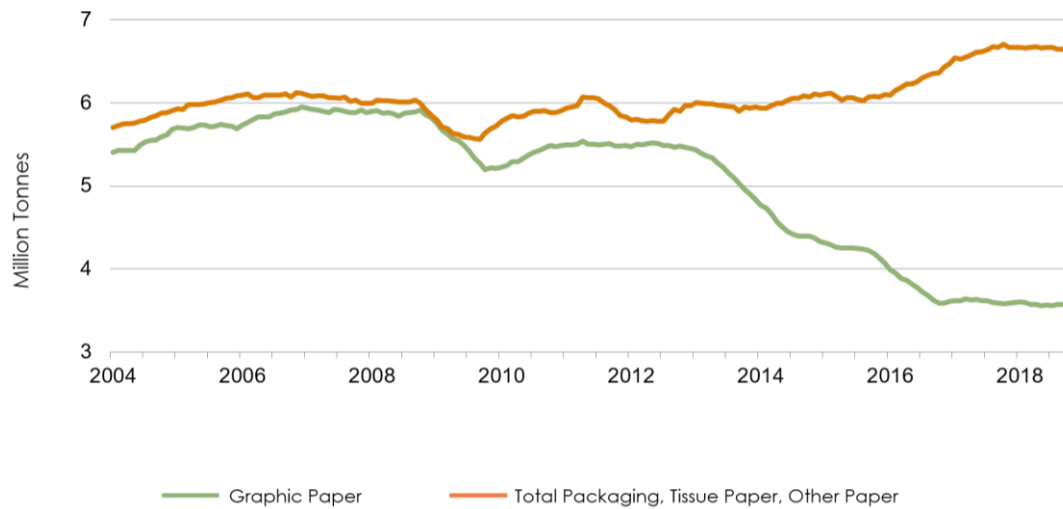
Menurut (Barklund, 2018), Total produksi kertas dari tahun 1980 s/d 2018, untuk kertas grafis mengalami penurunan secara signifikan, sementara itu, total produksi kertas untuk bahan pembungkus, tisu dan kertas lain mengalami kenaikan. Sehingga produksi kertas grafis cenderung mengalami penurunan, sedangkan produksi kertas pembungkus, tisu dan kertas lainnya cenderung mengalami kenaikan, seperti terdapat pada Gambar 1.2 :

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Gambar 1.2 *Grafik Persebaran Produksi Kertas Dunia Tahun 1980-2018*
 Sumber: The Swedish Forest Industry (Barklund, 2018)

Total produksi pulp dunia selama 3 (tiga) tahun terakhir mengalami fluktuatif sejak Tahun 2016 s/d 2018, Berdasarkan Gambar 1.3 total produksi pulp Tahun 2016 adalah sebesar 11.569 juta ton, yang terdiri dari pulp yang dihasilkan dengan menggunakan mesin dan semi bahan kimia sebesar 3.280 juta ton, pulp yang dihasilkan dengan bahan kimia pemutih yang ramah lingkungan sebesar 3.897, dan zat kimia lain sebesar 4.392 juta ton. Total produksi pulp Tahun 2017 adalah sebesar 12.160 juta ton, yang terdiri dari pulp yang dihasilkan dengan menggunakan mesin dan semi bahan kimia sebesar 3.406 juta ton, pulp yang dihasilkan dengan bahan kimia pemutih yang ramah lingkungan sebesar 4.092, dan zat kimia lain sebesar 4.662 juta ton. Total produksi pulp Tahun 2017 adalah sebesar 11.942 juta ton, yang terdiri dari pulp yang dihasilkan dengan menggunakan mesin dan semi bahan kimia sebesar 3.352 juta ton, pulp yang dihasilkan dengan bahan kimia pemutih yang ramah lingkungan sebesar 4.072, dan zat kimia lain sebesar 4.518 juta ton. Dengan demikian, total produksi pulp dunia dari Tahun 2016 ke 2017 naik sebesar 591 juta ton atau sebesar 4,86%, sedangkan total produksi pulp dari Tahun

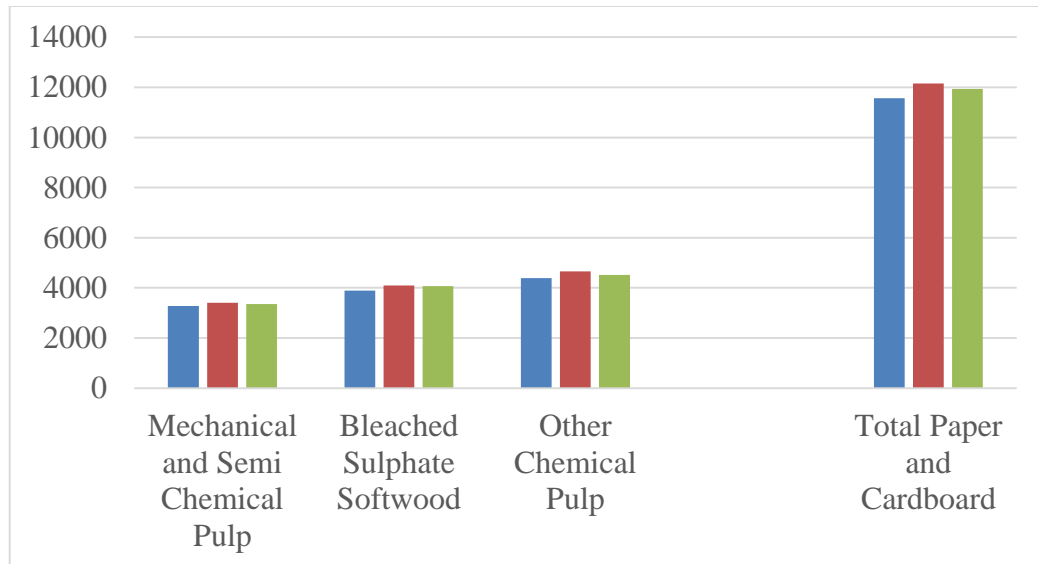
Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2017 ke 2018 turun sebesar 1,83% yaitu sebesar 218 juta ton, adapun data total produksi pulp dunia seperti terdapat pada Gambar 1.3 :



Gambar 1.3 Grafik Persebaran Produksi Pulp Dunia Tahun 2016-2018
Sumber: The Swedish Forest Industry (Barklund, 2018)

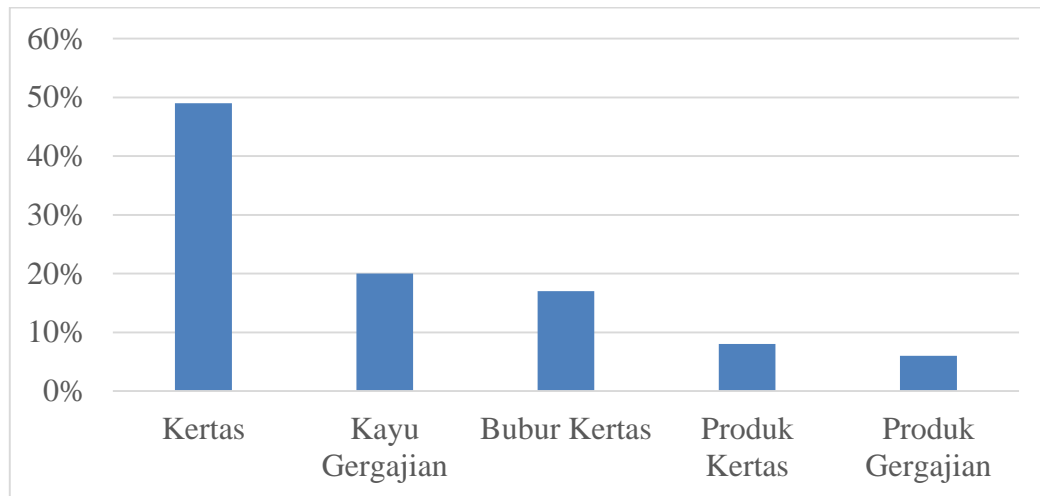
Adapun Ekspor kertas produk dari kayu hutan dunia pada Tahun 2018 adalah US\$ 13,76 Milyar, tertinggi adalah kertas 49% atau sebesar US\$ 7,33 Milyar, kemudian kayu gergajian 20% atau sebesar US\$ 2,99 Milyar, pulp 17% atau sebesar US\$ 2,54 Milyar, produk kertas 8% atau sebesar US\$ 1,2 Milyar, dan produk gergajian 6% atau sebesar US\$ 0,9 Milyar, seperti terdapat pada Gambar 1.4 :

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

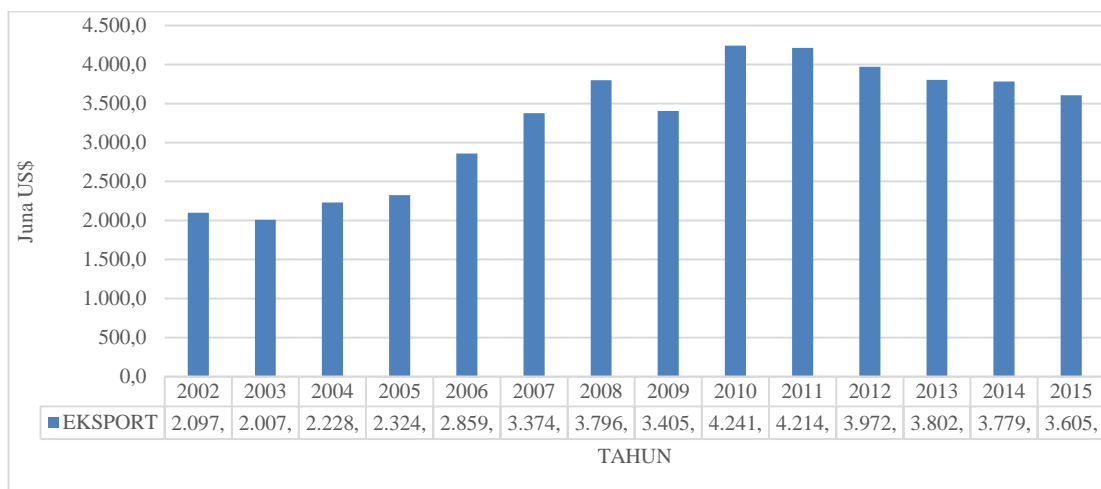
DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Gambar 1.4 Grafik Export Produksi Kayu Hutan Dunia Tahun 2018
Sumber: The Swedish Forest Industry (Barklund, 2018)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, Ekspor Kertas terdapat pada Gambar 1.5 :



Gambar 1.5 Grafik Export Kertas Republik Indonesia Tahun 2002 s/d 2015
Sumber: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (BPS, 2018a)

Osep Hijuzaman, 2020

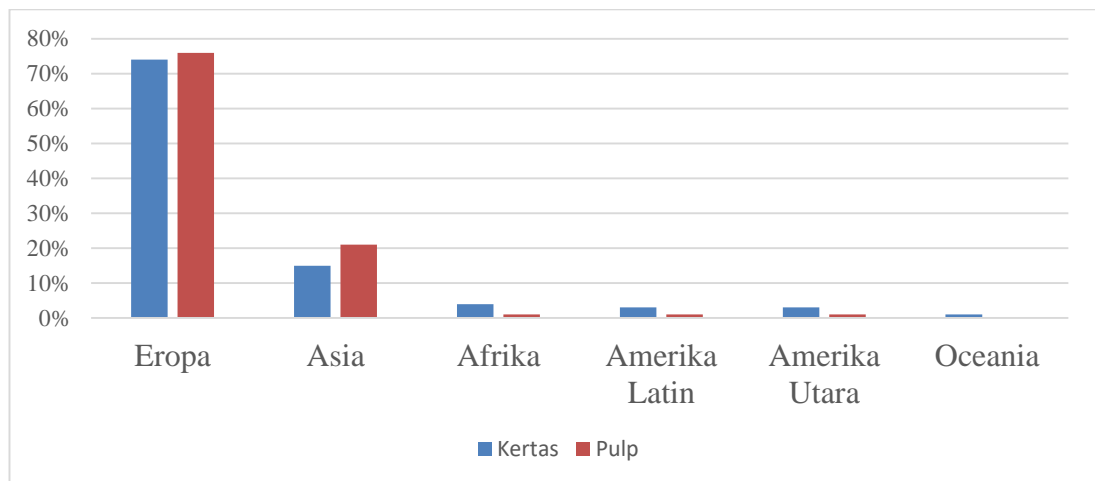
PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan Gambar 1.5 grafik *export* kertas Indonesia dari Tahun 2002 s/d 2010 mengalami kenaikan, namun pada Tahun 2011 s/d 2015 *export* kertas Indonesia mengalami penurunan.

Pasar industri kehutanan pada Tahun 2018 adalah Benua Eropa menduduki peringkat pertama seluas 74% untuk kertas dan 76% untuk pulp, disusul kemudian Benua Asia 15% untuk kertas dan 21% untuk pulp, kemudian Afrika 4% untuk kertas dan 1% untuk pulp, Amerika Latin 3% untuk kertas dan 1% untuk pulp, Amerika Utara 3% untuk kertas dan 1% untuk pulp, dan Oceania 1% untuk kertas dan 0% untuk pulp.



Gambar 1.6 Grafik Pasar Utama Industri Kehutanan Dunia Tahun 2018
Sumber: The Swedish Forest Industry (Barklund, 2018)

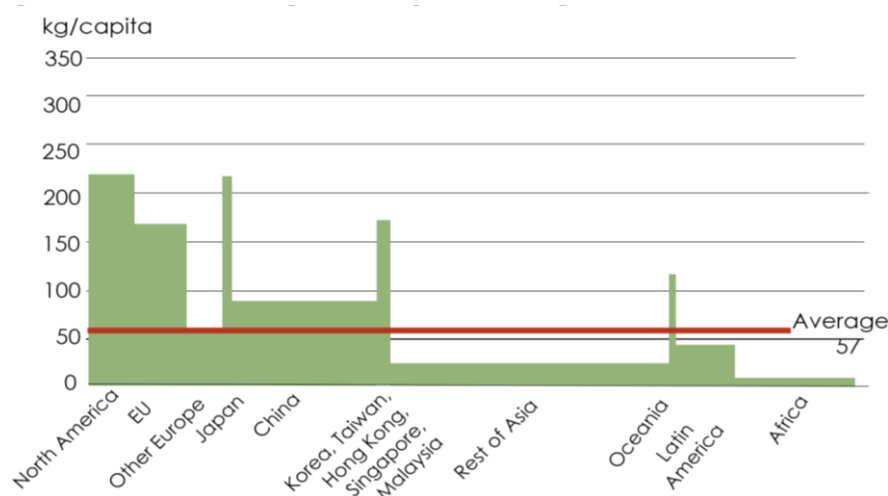
Benua pengonsumsi kertas di atas rata-rata 57 kg per kapita pada Tahun 2017, dengan urutan pertama terbanyak adalah Amerika Utara, disusul kemudian Eropa, Jepang, Taiwan, dan Oceania. Sedangkan Benua pengonsumsi kertas di bawah rata-rata 57 kg per kapita pada Tahun 2017, yaitu Eropa lainnya, China, Korea, Hongkong, Singapura, Malaysia, Amerika Latin, dan Afrika, seperti terdapat pada Gambar 1.7:

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Gambar 1.7 Grafik Tingkat Konsumsi Kertas Dunia Tahun 2017
Sumber: The Swedish Forest Industry (Barklund, 2018)

Berdasarkan data produksi kertas dan pulp di tingkat dunia seperti terdapat pada Gambar 1.1 dan Gambar 1.3, kemudian data ekspor kertas dunia seperti terdapat pada Gambar 1.4 dan data ekspor kertas di Indonesia Tahun 2002 s/d 2015, serta tingkat konsumsi kertas dan pulp tingkat dunia seperti pada Gambar 1.7, maka dipastikan industri kertas dan pulp tidak akan berhenti, bahkan sebaliknya kebutuhan kertas semakin meningkat. Namun, bahan baku pulp dan kertas Indonesia masih sangat minim, sehingga pengusaha mencari alternatif bahan baku dari kertas bekas dengan cara mekanisme impor, sehingga menyebabkan ketergantungan daur ulang dari kertas bekas masih sangat tinggi, hal ini akan berdampak pada kualitas produk pulp dan kertas. Disisi lain, proses produksi kertas dengan bahan baku kayu akan jauh berbeda kualitasnya jika dibandingkan dengan kualitas produksi dengan bahan baku kertas bekas. Produk pulp dan kertas dengan berbahan baku kayu akan jauh berkualitas lebih baik jika dibandingkan dengan pulp dan kertas yang berbahan baku kertas bekas dengan cara di daur ulang. Selain itu, kertas yang diproduksi dengan bahan baku kertas bekas akan kalah bersaing dengan produk kertas yang dihasilkan dengan bahan baku dari pohon. Hal ini, akan

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menyebabkan kinerja pemasaran kertas menurun. Sehingga diperlukan suatu metode yang tepat agar kualitas produksi kertas tetap berkualitas baik walaupun bahan baku yang digunakan berasal dari kertas bekas.

Tingginya produksi kertas dari daur ulang, perlu penanganan serius dari pemegang kepentingan dalam pengadaan bahan mentah, proses produksi, pembuangan hasil produksi, sampai pengiriman produk kepada konsumen dengan konsep ramah lingkungan atau yang disebut konsep *Green Supply Chain Management*, disingkat menjadi *GSCM* dalam Disertasi ini. Menurut (Chin-Shan, Xu, Marlow, & Lu, 2013; Srivastava, 2007), *GSCM* yang meliputi *Green Policy*, *Green Shipping*, *Green Marketing*, *Green Collaboration with Supplier*, *Green Collaboration with Partner*, dan *Green Collaboration with Customer* merupakan integrasi semua lini rantai pasokan, mulai dari pengadaan bahan mentah sampai kepada pengiriman produk ke konsumen yang ramah lingkungan dengan tujuan mengurangi limbah dan hemat energi, serta mencegah bahan berbahaya, yang diiringi dengan arus dan timbal balik sistem informasi dan pengelolaan keuangan sebagai suatu sistem. *Green Marketing* dan *Green Collaboration with Customer* merupakan ujung tombak keberhasilan Kinerja Pemasaran dalam *GSCM*, hal ini dikarenakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu produk diterima atau tidaknya oleh konsumen. *Green Marketing* dan *Green Collaboration with Customer* merupakan konsep pemasaran yang tidak hanya memuaskan keinginan konsumen akan tetapi juga memperhatikan kepentingan konsumen terhadap lingkungan. *Green Marketing* merupakan variasi terminologi dari *societal marketing* (Kotler & Armstrong, 2004), ada empat pertimbangan dalam pengambilan keputusan pemasaran untuk memenuhi tanggung jawab sosial yaitu : keinginan kosumen, kepentingan konsumen, persyaratan perusahaan, dan kesejahteraan sosial. Perusahaan melalui aktivitas *Green Marketing* tentunya akan berusaha untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, namun terkendala dengan

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

image dari konsumen terhadap produk yang ramah lingkungan, dimana konsumen tidak dapat membedakan antara produk yang ramah lingkungan dengan produk yang tidak ramah lingkungan. Bahkan penggunaan simbol sebagai produk yang ramah lingkungan juga nampaknya tidak cukup merubah *image* konsumen, tetap saja memilih produk yang harganya murah walaupun tidak tahu bahwa produk tersebut tidak ramah lingkungan. Oleh karena itu, betapa pentingnya pengetahuan konsumen terhadap produk yang ramah lingkungan. Hal ini menjadi tugas dari *marketer* sebagai *Green Collaboration with Customer* agar terbentuk hubungan antara karyawan dan konsumen yang harmoni satu dengan yang lainnya, sehingga kepuasan konsumen bisa tercapai sebagai visi misi dari reputasi perusahaan. Menurut (Fombrun, C. J, 1996) bahwa reputasi perusahaan yang baik dipastikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, rantai reputasi perlu dibentuk terlebih dahulu oleh pihak manajemen, dengan cara menghubungkan sikap karyawan dengan sikap pelanggan sebagai sesuatu pekerjaan yang mempunyai nilai tambah, sehingga apabila reputasi ini sudah terbentuk, maka daya saing perusahaan diharapkan akan meningkat. Porter menemukan bahwa atribut dari lingkungan membentuk konteks yang memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan dalam bersaing. Inilah *Theory Gap* yang penulis coba angkat dalam penelitian, dimana konsep GSCM mengangkat *issue* mengenai ramah lingkungan sedang SCM mengabaikan tentang lingkungan.

Pada penelitian ini juga diungkapkan masalah dengan *Gap Research* bahwa *Supply Chain Management* berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran. sebagai variabel *independent* adalah *Supply Chain Management* bukan *Green Supply Chain Management*, sedangkan variabel *dependent*-nya adalah Kinerja Organisasi. Namun demikian Kinerja Pemasaran sebagai bagian yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan untuk Variabel *Green Supply Chain Management* di dalam penelitian ini tidak dibahas, yang merupakan variabel *independent* dari Disertasi

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ini, dan sebagai variabel *dependent* adalah Kinerja Pemasaran, sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis. Penelitian (Rahmasari, 2011), terungkap bahwa Praktek *Supply Chain Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Indikator dari kinerja perusahaan meliputi produktivitas, pertumbuhan penjualan, serta pangsa pasar. Sebagai variabel *independent* adalah *Supply Chain Management*, bukan *Green Supply Chain Management*, dan juga sebagai variabel *dependentnya* adalah Kinerja Perusahaan, bukan Kinerja Pemasaran. Sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis. Penelitian (Maddeppungeng, Abdullah, & Kaswan, 2015), terungkap bahwa Manajemen *Supply Chain Management* dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan daya saing perusahaan. Sebagai variabel *independent* adalah Manajemen *Supply Chain Management* bukan *Green Supply Chain Management* dan sebagai variabel *dependent* adalah Kinerja Perusahaan dan Daya Saing Perusahaan, bukan Kinerja Pemasaran. Sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis. Dari hasil penelitian (Turangan & Wijaya, 2018), terungkap bahwa *Green purchasing*, *green manufacturing*, dan *green packaging* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *reverse logistics*. Sebagai variabel *independent* adalah *Green purchasing*, *green manufacturing*, dan *green packaging*, ketiga variabel tersebut merupakan indikator variabel *independent* Disertasi yang sedang diteliti saat ini oleh penulis, namun sebagai variabel *dependent reverse logistics*, bukan untuk mengukur Kinerja Pemasaran. Sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis. Dalam penelitian (Zhu & Sarkis, 2004), Praktik GSCM cenderung memiliki hubungan yang saling menguntungkan dalam hal kinerja lingkungan dan ekonomi. Sebagai variabel *independent* adalah GSCM, dengan indikator yaitu *Internal Environmental Management*, *External GSCM*, *Investment Recovery*, dan *Eco-Design*. Sedangkan indikator variabel *independent* Disertasi ini

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

adalah *Green Policy, Green Shipping, Green Marketing, Green Colaboration With Supplier, Green Colaboration With Partner, dan Green Colaboration With Customer*. Adapun variabel *dependent*-nya adalah Kinerja Organisasi dengan indikator *Environment* dan *Economic*. Perbedaan dengan Disertasi penulis adalah terletak pada indikatornya dan variabel *dependent* nya. Selain itu, tidak ada variabel mediasi. Sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis. Dalam penelitian (Puryono, Mustafid, & Jie, 2016), GSCM dapat memberikan informasi dan pengaruh terhadap kinerja keuangan Perusahaan. Metode analisis adalah *Analytic Hierarchy Process (AHP)* sedangkan Metode analisis dalam Disertasi penulis adalah Regresi Berganda dengan Mediasi dari F. Hayes. Sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis. Dalam penelitian (Suryaningrat, Firdusah, & Novita, 2016), Konsep GSCM menghasilkan kondisi finansial yang baik. Sebagai variabel *independent* adalah GSCM, dan yang menjadi variabel *dependent* adalah Analisis Finansial dengan Indikator NPV, IRRR dan Benefit Cost Rasio. Sedangkan dalam penelitian penulis yang menjadi variabel *dependent* adalah Kinerja Pemasaran. Sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis. Dalam penelitian (Erta, Witjaksono, & Hartono, 2018), Implementasi GSCM memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap daya saing UKM. Variabel *dependent* adalah daya saing, sedangkan dalam penelitian Disertasi penulis, daya saing merupakan mediator. Sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis. Dalam penelitian (Susanty, Santosa, & Tania, 2006), implementasi GSCM dapat meningkatkan kinerja UKM di Pekalongan. Metode Analisis adalah *Importance Performance Analysis* dan Metode Delphi, sedangkan dalam Disertasi penulis metode analisisnya adalah Regresi Berganda dengan Mediasi, Sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis. Dalam Penelitian (Mafini & Muposhi, 2017), bahwa tiga praktik GSCM,

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yaitu, *green procurement*, *green logistics and green manufacturing* memberikan efek positif UKM. Metode analisis yang digunakan adalah SEM sedangkan dalam Disertasi penulis metode analisisnya adalah Regresi Berganda dengan Mediasi. Selain itu, indikator dalam penelitian ini adalah *green procurement*, *green logistics and green manufacturing* berbeda dengan indikator penelitian penulis. Sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis.

Berdasarkan Penelitian (Erta et al., 2018; Kenneth, Jr, Whitten, & Inman, 2005; Maddeppungeng et al., 2015; Mafini & Muposhi, 2017; Puryono et al., 2016; Rahmasari, 2011; Suryaningrat et al., 2016; Susanty et al., 2006; Turangan & Wijaya, 2018; Zhu & Sarkis, 2004), diduga terdapat Pengaruh *Impelementasi GSCM* terhadap Kinerja Pemasaran. Hasil penelitian (Shekari & Ghatari, 2013) membuktikan bahwa *GSCM* memiliki hubungan positif dengan *Reputasi Perusahaan sebesar 0,68*. Hal tersebut membuktikan bahwa *GSCM* berpengaruh terhadap *Reputasi Perusahaan*. Penelitian terdahulu yang dilakukan (Z. Awang & Jusoff, 2009) hasilnya membuktikan bahwa *Reputasi Perusahaan* berpengaruh positif terhadap Daya Saing Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *Reputasi Perusahaan* berpengaruh terhadap Daya Saing Perusahaan. Berdasarkan penelitian (Ghatari, 2013) dan (Z. H. Awang & Jusoff, 2009), diduga Reputasi Perusahaan menjadi mediasi dalam Pengaruh *Implementasi GSCM* terhadap Kinerja Pemasaran. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa *GSCM* berpengaruh terhadap Daya Saing Perusahaan (*Competitiveness*), seperti dilakukan oleh (Antai, 2011) yang melakukan penelitian pada Industri Manufaktur di Helsinki Finlandia. Hasil Penelitiannya bahwa membuktikan *GSCM* berpengaruh terhadap Daya Saing Perusahaan (*Competitiveness*). Sehingga penulis menduga bahwa Daya Saing memediasi Pengaruh *Implementasi Green Supply Chain* terhadap Kinerja Pemasaran.

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Menurut (Ferdinand, 2000) bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan dengan mempraktikkan salah satu strategi perusahaan sebagai salah satu untuk mencapai tujuan organisasi, maka akan meningkatkan kinerja perusahaan. Keunggulan yang tercipta karena adanya praktik *Supply Chain Management* mampu meningkatkan kinerja perusahaan (Han et al, 1998). Inda Sukati menyatakan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara implementasi *Supply Chain Management* dan kinerja bisnis (Sukati, Hamid, & Baharun, 2013). Berdasarkan penelitian (Augusty, 2000; Fombrun, C. J, 1996; Sukati et al., 2013), diduga Reputasi dan Daya Saing memediasi Pengaruh *Implementasi GSCM* terhadap Kinerja Pemasaran.

Berdasarkan latar belakang Penelitian di atas bahwa diduga terdapat Pengaruh *GSCM* terhadap Kinerja Pemasaran, namun tidak menemukan pengaruh tidak langsung mediasi Reputasi dan Daya Saing Perusahaan pada Pengaruh Implementasi *GSCM* terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan Kertas di Provinsi Jawa Barat, oleh karena itu maka menjadi *Gap Theory* penulis dalam penelitian Disertasi ini. Adapun Novelty yang akan dihasilkan dari penelitian ini adalah Pengaruh Tidak langsung Reputasi dan Daya Saing Perusahaan pada Pengaruh Implementasi *GSCM* terhadap Kinerja Pemasaran pada Perusahaan Kertas di Provinsi Jawa Barat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Implementasi *GSCM* berpengaruh langsung terhadap kinerja pemasaran pada Perusahaan Kertas di Jawa Barat
2. Apakah Terdapat efek tidak langsung reputasi perusahaan, sehingga reputasi perusahaan menjadi variabel *mediasi* pengaruh langsung dari implementasi *GSCM* terhadap kinerja pemasaran pada Perusahaan Kertas di Jawa Barat

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3. Apakah Terdapat efek tidak langsung daya saing perusahaan, sehingga daya saing perusahaan menjadi variabel *mediasi* pengaruh langsung dari implementasi *GSCM* terhadap kinerja pemasaran pada Perusahaan Kertas di Jawa Barat
4. Apakah Terdapat efek tidak langsung reputasi dan daya saing perusahaan, sehingga reputasi dan daya saing perusahaan menjadi variabel *mediasi* pengaruh langsung implementasi *GSCM* terhadap kinerja pemasaran pada Perusahaan Kertas di Jawa Barat

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan latar belakang masalah di atas maka penelitian ini dilakukan untuk menguji teori *GSCM* dengan jalan :

1. Menganalisa pengaruh langsung dari implementasi *GSCM* terhadap kinerja pemasaran.
2. Menganalisa mediasi reputasi perusahaan *pada* pengaruh implementasi *GSCM* terhadap kinerja pemasaran pada Perusahaan Kertas di Jawa Barat.
3. Menganalisa mediasi daya saing perusahaan *pada* pengaruh implementasi *GSCM* terhadap kinerja pemasaran pada Perusahaan Kertas di Jawa Barat.
4. Menganalisa mediasi reputasi dan daya saing perusahaan *pada* pengaruh implementasi *GSCM* terhadap kinerja pemasaran pada Perusahaan Kertas di Jawa Barat

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengembangkan pengetahuan, teknologi, dan/atau seni baru di dalam bidang Ilmu Manajemen melalui riset, hingga menghasilkan karya kreatif, original, dan teruji, serta diharapkan mampu memecahkan permasalahan ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni di dalam bidang Ilmu Manajemen melalui pendekatan inter, multi, dan transdisipliner khususnya pada bidang Ilmu Manajemen dengan kajian *Green Supply Chain Management (GSCM)*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Menjadi masukan bagi industri manufaktur khusus perusahaan yang berada di kawasan industri Provinsi Jawa Barat dalam meningkatkan proses produksi yang ramah lingkungan melalui faktor-faktor *GSCM*. Selain itu, juga dapat menjadi masukan bagi praktisi manajemen pemasaran dalam merancang program *GSCM*.