

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

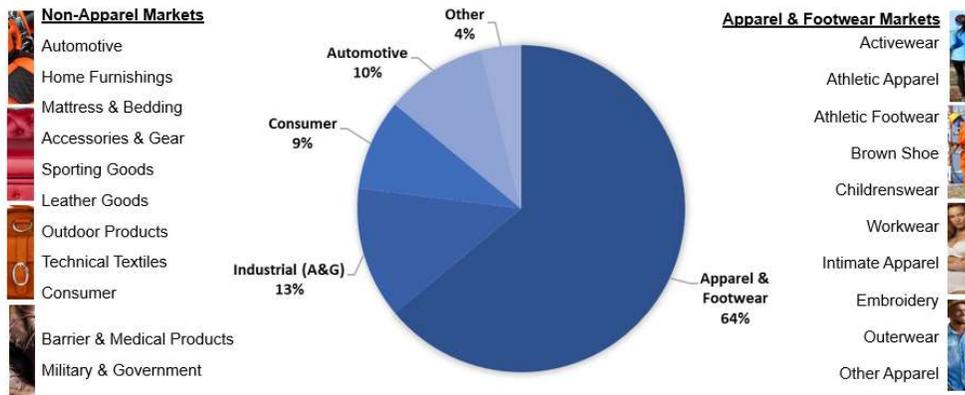
Perusahaan multinasional dari Amerika Serikat, XYZ LLC yang didirikan sejak tahun 1891, memiliki 28 lokasi pabrik benang jahit di berbagai negara, telah mendistribusi produknya di lebih dari 100 negara, dengan sekitar 15,000 karyawan melayani 25,000 pelanggan, menjadikannya sebagai salah satu produsen benang jahit terbesar di dunia.

Produk utama XYZ adalah benang jahit industri, seperti: *Polyester Core Polyester*, *Polyester Spun*, *Texturized Polyester*, *Texturized Nylon*, dan *Trilobal Polyester*, *Nylon Filament* dan *Polyester Filament* sebagai bahan baku berbagai aplikasi industri seperti : *Apparel*, *footwear*, *accessories*, *automotive*, *furniture* dan lain-lain.

Mempunyai misi sebagai pembuat komponen penting yang menyatukan berbagai hal (produk, reputasi, merek, dan perusahaan pelanggan).

Visi menjadi :

1. Perusahaan dengan perolehan pangsa pasar tercepat.
2. Perusahaan yang memiliki total pengembalian pemegang saham teratas.
3. Perusahaan dengan skor tinggi peningkatan keterlibatan karyawan dari tahun ke tahun.



Gambar 1 XYZ Market Segmentation

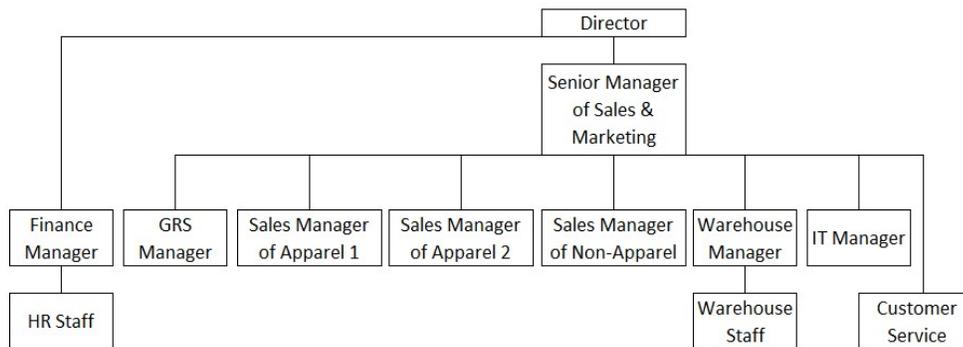
Sumber: *XYZ Company Profile 2023*

Secara umum XYZ membagi segmentasi pasarnya menjadi *Apparel*, *Footwear* dan *Non-Apparel*.

1.1.1 Sejarah XYZ Indonesia

Pada tanggal 1 Agustus 2018, XYZ sebagai Perusahaan induk, membuka kantor cabang penjualan dan gudang produk jadi di kota Bandung, Indonesia dengan nama PT. XYZ, melalui skema model bisnis *trading company* yang hanya membeli dan menyimpan stok produk jadi dari rekanan atau perusahaan cabang XYZ di negara lain seperti China, Vietnam, India dan Sri Lanka dan kemudian melayani aktifitas penjualan *business to business* di Indonesia.

Segmentasi penyediaan benang jahit khususnya untuk industri *apparel* atau pakaian adalah melalui rekanan atau *licensed partner*. Namun untuk industri *footwear* atau alas kaki belum dapat disediakan secara lokal, sehingga masih *import finish good* seluruhnya dari pabrik cabang di *cluster XYZ* lainnya seperti China, India, atau Vietnam.



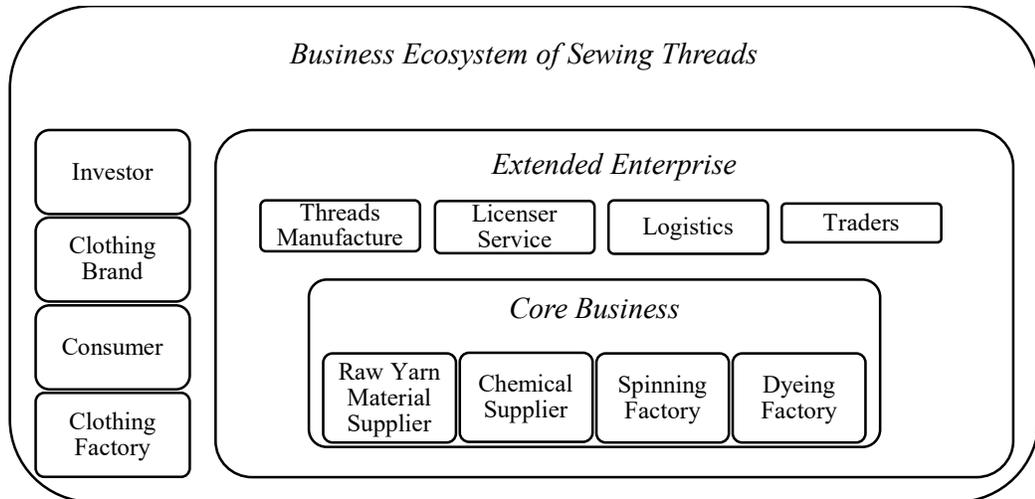
Gambar 2 Struktur Organisasi PT. XYZ 2022

Sumber: Dokumentasi PT. XYZ 2023

Struktur PT. XYZ dipimpin oleh seorang Direktur Utama yang membawahi seorang *Senior Sales Manager* dan *Finance Manager*.

Senior Sales Manager membawahi tim sales dan juga *warehouse* beserta *IT*.

1.1.2 Ekosistem Bisnis Industri Benang Jahit di Indonesia

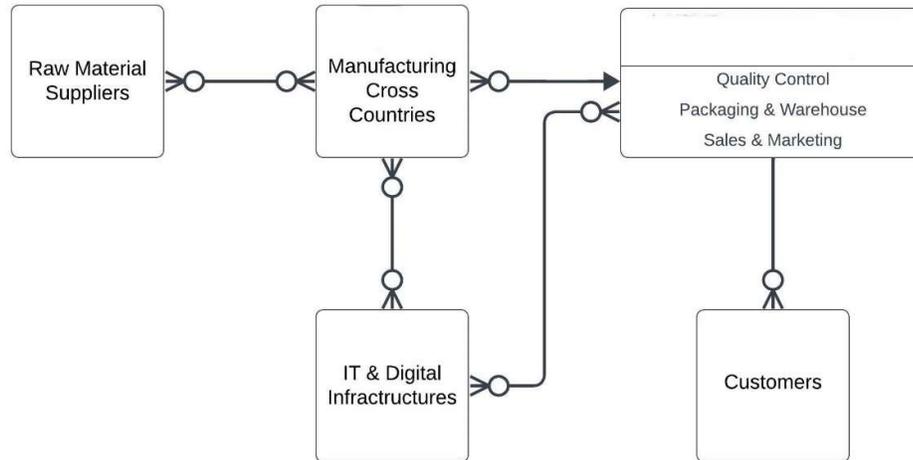


Gambar 3 Ekosistem Industri Benang Jahit di Indonesia

Sumber: Olahan Peneliti 2024

Bentuk kerja sama antara pembeli produk akhir *clothing brand* kepada produsen benang jahit sebagai penyedia bahan baku untuk selanjutnya dikirimkan kepada pabrik pembuatan produk akhir sebagai pihak ketiga yaitu *clothing factory* adalah menjadi pihak yang menyetujui dan menominasi minimum spesifikasi bahan baku serta mengatur pilihan bebas terbatas pembelian bahan baku oleh *Clothing Factory*, sehingga tujuan menjaga kualitas akhir produknya menjadi terkontrol.

1.1.3 Diagram Hubungan Antar Unit *Cluster Supply Chain*



Gambar 4 Diagram Hubungan Antar Unit *Cluster Supply Chain*

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

Raw Material Suppliers menyediakan bahan baku untuk pabrik XYZ yang tersebar di beberapa negara dalam cluster.

XYZ Indonesia menerima produk jadi dari pemasok produk jadi yaitu pabrik XYZ dari negara-negara di *area cluster*, kemudian produk akan di cek kualitasnya oleh *Quality Control*, dan menyerahkan produk yang telah disetujui ke *Packaging & Warehouse*, untuk selanjutnya menunggu *Sales & Marketing*, mengatur pengiriman produk akhir ke para *Customers*.

IT & Digital Infrastructures mendukung konektivitas dan infrastruktur sistem digital di seluruh unit-unit terkait untuk meningkatkan efisiensi dan manajemen data khususnya pada kegiatan di unit XYZ *Thread Manufacturing*, XYZ Indonesia meliputi *Quality Control*, *Packaging & Warehouse*, *Sales & Marketing*.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Industri benang jahit merupakan sektor strategis dalam rantai pasok global industri sandang khususnya pakaian dan alas kaki sebagai bahan baku utama proses penjahitan dan penggabungan komponen utama pembentuk lainnya seperti tekstil,

kulit, kulit sintetis, proses bordir dan sebagainya. Sebagian besar benang jahit saat ini terbuat dari bahan sintetis, seperti *polyester* atau *nylon*. Benang sintetis ini sebagian besar telah menggantikan serat alami seperti katun atau linen, khususnya pada aplikasi penjahitan pakaian dan alas kaki.

Perkembangan industri pakaian jadi dan alas kaki akan terus meningkat dari tahun ke tahun seiring meningkatnya populasi manusia (Sachs 2006). Namun, Sebagian besar produsen menghadapi penurunan harga dari pembeli karena perlambatan ekonomi, dan peningkatan biaya dari pemasok untuk bahan baku dan pengirimannya (Berg et al. 2023). Kondisi yang tidak menentu, kenaikan gaji pekerja, *overhead* biaya produksi dan energi yang terus meningkat, menyebabkan *clothing brand* atau pembeli produk awal sebagai pemesan dan pemberi order pabrik pakaian dan alas kaki harus melakukan penyesuaian rantai nilai untuk mengatasi hal ini agar siklus ekosistem industrinya dapat bertahan (Magnus et al. 2024), salah satunya melalui perubahan model produk yang menggunakan sedikit penjahitan sehingga menurunkan *line* produksi penjahitan yang butuh paling banyak tenaga kerja yang akan menurunkan biaya tenaga kerja, juga opsi lainnya mencari penyedia bahan baku yang memiliki kualitas prima tetapi dengan harga yang lebih rendah melalui penawaran volume pembelian yang besar dengan pemesanan secara global (Magnus et al. 2024).

Fenomena tersebut mendistrupsi operasional dan proses bisnis kegiatan industri benang jahit saat ini secara global sehingga harus beradaptasi pada perubahan tren secara global agar dapat bertahan.

Tuntutan adaptasi pada industri benang jahit adalah mampu menyediakan kapasitas volume produksi yang besar dengan harga jual yang kompetitif dan kualitas yang ramah lingkungan dan sesuai dengan standar yang telah ditentukan oleh pemesan atau pembeli.

Urgensi dari kesulitan adaptasi harga jual benang jahit dan kapasitas pasokannya secara global pada permintaan tren pasar sebagai salah satu bahan baku utama produk pakaian dan alas kaki adalah menyebabkan terganggunya siklus ekosistem rantai nilai pasokan industri ini secara keseluruhan.

Konsep keunggulan kompetitif berkelanjutan dengan menekankan bahwa pendapatan yang berkelanjutan dan inovasi adalah kunci untuk kelangsungan hidup perusahaan (M. E. Porter 2008). Perusahaan yang terus berinovasi dan mempertahankan pendapatan yang tinggi akan mampu bertahan dalam jangka panjang. Banyak industri menghadapi ancaman yang mempengaruhi bisnis mereka, mendorong perubahan model bisnis, struktur budaya, serta keterampilan dan kompetensi organisasi (Weill e Woerner 2015).

Mengidentifikasi hubungan antara kinerja rantai pasokan dan pencapaian penjualan yang optimal untuk mencapai keunggulan kompetitif dan memenuhi potensi pasar (Lee 2004). Rantai pasokan yang sukses harus memiliki tiga atribut utama: *Agility* (ketangkasan), *Adaptability* (kemampuan beradaptasi), dan *Alignment* (keselarasan). Ketidakmampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar merupakan salah satu faktor utama yang menyebabkan terganggunya rantai pasokan (Lee 2004).

Agility adalah kemampuan untuk merespon cepat terhadap fluktuasi permintaan yang tidak terduga memungkinkan rantai pasokan untuk merespon dengan cepat terhadap perubahan permintaan dan gangguan tak terduga. *Adaptability* adalah kemampuan untuk menyesuaikan desain rantai pasokan agar dapat memenuhi perubahan dalam lingkungan pasar dengan mengubah konfigurasi rantai pasokan dalam jangka panjang sebagai respons terhadap perubahan pasar. *Alignment* memastikan bahwa semua perusahaan dalam rantai pasokan memiliki insentif yang selaras untuk bekerja sama demi kepentingan bersama (Lee 2004). Faktor-faktor pendukung kinerja berkelanjutan seperti komitmen *Top Management*, adopsi teknologi, dan persaingan pasar dapat memoderasi hubungan antara *Triple A* dan kinerja *supply chain* yang berkelanjutan (Jia, Li, e Zhang 2024).

Revolusi industri 4.0 telah membuat adopsi perkembangan teknologi digital menjadi salah satu modal utama yang sangat dibutuhkan para pelaku industri dalam mengembangkan usahanya, memberikan peluang ditetapkannya sistem otomasi sehingga menjadi lebih produktif, efisien dan mendorong inovasi yang jauh lebih besar (Schwab 2016). *Digital Connectivity* telah menjadi aspek krusial dalam

mengoptimalkan kinerja operasional, terutama pada *Cluster Supply Chain* (Fernandez-Escobedo, Eguía-Peña, e Aldaz-Odrizola 2023).

Peta ekonomi dunia saat ini didominasi oleh *Cluster* (M. E. Porter 2008). Sistem klusterisasi memberikan peluang bagi organisasi untuk merampingkan dan memperpendek rantai pasokannya, karena para mitra dan sumber daya terkait terkonsentrasi di suatu wilayah berdekatan, sehingga dapat memfasilitasi pertukaran, meningkatkan daya saing, meningkatkan inovasi, dan membangun rasa saling percaya. Di negara-negara seperti Jerman, Italia, India, dan Amerika Serikat, pengembangan klaster industri telah dan masih memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan produktivitas dan mengasah kemampuan mereka untuk bersaing secara efektif di kawasan global (Brenner, 2005; Antoldi, 2006; Biswas et al., 2007; DeWitt dkk., 2006).

Integrasi rantai pasok memiliki dampak signifikan secara langsung pada *operational performance*, penting untuk menciptakan dan menerapkan strategi dan teknologi integrasi rantai pasok yang tepat secara internal maupun eksternal, untuk meningkatkan kinerja dan keunggulan kompetitif (Masa'deh et al. 2022).

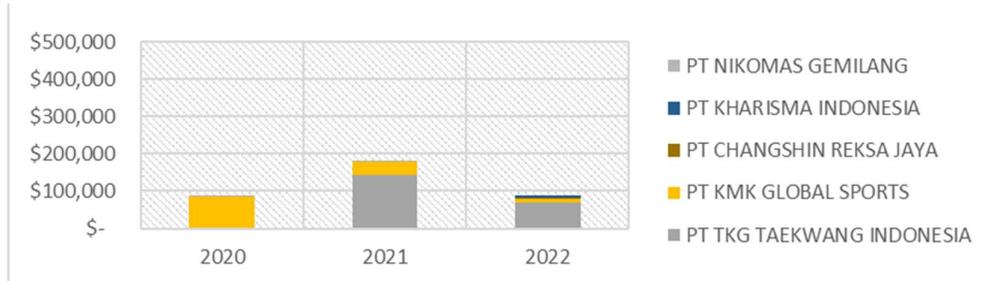
Integrasi rantai pasok mempengaruhi hubungan interaktif kemampuan kompetitif perusahaan dan kemampuan operasional rantai pasok untuk peningkatan *operational performance* (Kim 2006).

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan *Operational Performance* melalui peningkatan *Cluster Supply Chain Capability* dengan penerapan *Digital Connectivity* pada perusahaan multinasional XYZ LLC.

Berdasarkan wawancara dengan *Senior Sales Manager* yang membawahi langsung tim penjualan di kantor PT. XYZ di kota Bandung, pada tanggal 2 Maret 2023, terdapat isu menurunnya angka penjualan divisi *footwear* secara signifikan di tahun 2022, dan beratnya potensi pertumbuhan pada sektor penjualan ini.

Tabel 1 PT. XYZ *Footwear Sales Achievement* 2020-2022

Sumber: Dokumentasi PT. XYZ 2023



Tabel 2 PT. XYZ *AOP Achievement Trendline*

Sumber: Dokumentasi PT. XYZ 2023

	Footwear Customers	Brand	Full Year			Grand Total
			2020	2021	2022	
1	PT TKG TAEKWANG INDONESIA	Nike	\$ 324	\$ 142,762	\$ 70,450	\$ 213,536
2	PT KMK GLOBAL SPORTS	Nike	\$ 86,510	\$ 35,038	\$ 7,294	\$ 128,843
3	PT CHANGSHIN REKSA JAYA	Nike			\$ 5,044	\$ 5,044
4	PT KKHARISMA INDONESIA	Others			\$ 4,921	\$ 4,921
5	PT NIKOMAS GEMILANG	Adidas	\$ 754	\$ 46		\$ 799
	GRAND TOTAL SALES ACHIEVEMENT		\$ 87,588	\$ 177,846	\$ 87,709	\$ 353,143
	ANNUAL OPERATING PLAN (AOP)		\$ 600,000	\$ 900,000	\$1,500,000	\$3,000,000
	SALES ACHIEVEMENT VS AOP		15%	20%	6%	13%
	SALES VS MARKET POTENTIAL		0.15%	0.30%	0.15%	0.59%

Dari tabel 1 dan tabel 2 terlihat rincian penjualan divisi *footwear* dengan tren penurunan signifikan di tahun 2022, dan angka pencapaian *year-on-year* yang jauh dibawah angka *Annual Operating Plan (AOP)* yang ditetapkan XYZ sebagai induk perusahaan PT. XYZ.

Dikarenakan belum tersedia pabrik benang jahit divisi *footwear* di Indonesia maka, saat ini tim *customer service (CS)* divisi *footwear* menggunakan sistem aplikasi terintegrasi *JD Edwards (JDE)* berbasis *Oracle* untuk penginputan setiap order masuk dari pelanggan dan memesan produk jadi impor benang jahit ke beberapa pemasok yang masih satu grup XYZ yaitu pabrik XYZ China, India ataupun Vietnam.

Wawancara lainnya dengan *Finance Manager* PT. XYZ, terdapat isu menurunnya keuntungan nilai pendapatan bersih karena komponen *import cost* yang besar.

laporan keuangan PT. XYZ sejak kurun waktu tahun 2020 sampai 2022 diperoleh dari permohonan resmi kepada *Finance Manager* PT. XYZ melalui email pada tanggal 17 Mei 2023.

Tabel 3 *Financial Report* PT. XYZ *Full Year* 2020 – 2022

Sumber: Dokumentasi PT. XYZ 2023

DESCRIPTION	FULL YEAR 2020	% COST TO NET SALES	FULL YEAR 2021	% COST TO NET SALES	FULL YEAR 2022	% COST TO NET SALES
TOTAL SALES	\$ 2,422,938		\$ 3,782,569		\$ 4,043,388	
SALES REBATE	\$ 148,760		\$ 185,018		\$ 235,475	
NET SALES	\$ 2,274,178		\$ 3,597,551		\$ 3,807,913	
OTHER INCOME	\$ 41,120				\$ 31,942	
TOTAL GROSS INCOME	\$ 2,315,298		\$ 3,597,551		\$ 3,839,855	
MATERIAL PURCHASE	\$ 1,520,174	67%	\$ 2,330,711	65%	\$ 2,226,396	58%
IMPORT EXPENSE	\$ 313,767	14%	\$ 298,382	8%	\$ 328,209	9%
DIRECT WAGES	\$ 43,944	2%	\$ 72,065	2%	\$ 186,849	5%
COGS TOTAL	\$ 1,877,886	83%	\$ 2,701,158	75%	\$ 2,741,454	72%
SELLING/ADMIN EXPENSES	\$ 678,269	30%	\$ 819,774	23%	\$ 975,029	26%
EBITDA	\$ (240,857)	-11%	\$ 76,618	3%	\$ 123,372	5%
INTEREST EXPENSE	\$ 103		\$ 44		\$ 18	
INTEREST INCOME	\$ (19,979)		\$ (13,444)		\$ (9,258)	
TRANSLATION - EXCHANGE	\$ 12,504		\$ 5,675		\$ (60,236)	
TAX	\$ -		\$ 18,689		\$ 39,665	
TOTAL NET INCOME	\$ (233,486)		\$ 65,654		\$ 153,184	

Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan pihak terkait diatas, analisa awal terdapat kaitan penurunan penjualan dan pendapatan dikarenakan kurang efektifnya sistem pemesanan produk impor dengan biaya yang besar mengakibatkan harga jual tinggi, rendahnya keuntungan dan persediaan stok sisa yang menumpuk lama, sehingga daya saing penjualan dan pertumbuhan menjadi rendah.

Saat ini, tantangan permintaan perubahan pasar yang cepat adalah penyediaan volume produk yang besar, multi-spesies, multi-frekuensi, waktu pengiriman yang pendek, dan harga yang sangat kompetitif dari banyak produsen. Daya saing produsen bergantung pada produktivitas dan kemampuan beradaptasi, bukan pada skalanya. Melalui pembagian pesanan antara produsen, kolaborasi dapat mencapai

target produksi yang sesuai dengan keinginan pasar, dan mampu memenuhi permintaan pelanggan yang semakin meningkat dalam hal kualitas produk, biaya, dan waktu pengiriman (Sabri 2019).

Sementara digitalisasi akan mengubah cara interaksi perusahaan dalam rantai nilai dari hulu ke hilir, meningkatkan akuisisi data, pergudangan, dan analitik data (M. E. Porter e Heppelmann 2014). Proses ini melibatkan berbagai pihak seperti produsen, pengelola gudang, vendor, pengangkut, distributor, dan pengecer. Digitalisasi mendorong konektivitas yang lebih kuat dalam ekosistem rantai pasok dengan pertumbuhan digital (Nadkarni et al. 2021). Platform digital memainkan peran penting dalam memfasilitasi interaksi dan transaksi antar pengguna (Parker, Van Alstyne, e Jiang 2016), serta memberikan dampak besar pada kemampuan rantai pasok dalam pengadaan, pengelolaan persediaan, dan pengiriman produk seperti membantu dalam hal kolaborasi, memperbaiki perkiraan permintaan dan pengadaan, serta meningkatkan efisiensi (Liu et al. 2022a). Perusahaan mengembangkan konektivitas digital untuk mengakses dan berbagi informasi dengan mitra rantai pasokan (Wong, Lai, e Bernroider 2015). Selain itu, dalam industri terdapat turbulensi teknologi yang terkait dan mengacu pada tingkat kemajuan teknologi dalam suatu industri, dengan siklus pendek dari penerimaan hingga penggantian (Song et al. 2005). *Digital connectivity* meningkatkan kinerja rantai pasokan dengan meningkatkan koordinasi dan aliran informasi di antara para mitra. Integrasi ini mengarah pada pengambilan keputusan yang lebih baik dan efisiensi operasional (Zhou et al. 2023a). Perusahaan yang memanfaatkan *supporting digital integrasi supply chain connectivity* dapat meningkatkan *operational performance* yang signifikan pada masa ini.

Sehingga judul tesis yang kami fokuskan adalah “Studi Peningkatan *Cluster Supply Chain Capability* Pada PT. XYZ Melalui Penerapan *Digital Connectivity*”

1.3 Perumusan Masalah

Peningkatan pendapatan dan keuntungan adalah salah satu tujuan utama PT. XYZ agar dapat tumbuh berkembang dan bertahan di era perubahan cepat.

Pertumbuhan dan perkembangan dalam perusahaan itu sangat penting agar mampu beradaptasi dengan tantangan dan ancaman, serta meningkatkan efisiensi bisnis. (Bevanda, Živaljević, e Pejović 2020)

Pertumbuhan bisnis sangat penting untuk keberlanjutan jangka panjang, karena membuka peluang penambahan pelanggan baru dan pembiayaan internal yang signifikan serta menghasilkan keuntungan yang baik untuk kontribusi pada kemakmuran dan pengembangan organisasi secara keseluruhan. (Centon et al. 2023)

Fenomena turunnya penjualan divisi *footwear* PT. XYZ karena masalah tingginya harga jual produk jadi benang jahit impor yang tidak kompetitif, menyebabkan turunnya daya beli, dan merupakan efek berantai dari akar masalah *Management Supply Chain* yang belum optimal.

Penelitian terbaru telah menganalisa bahwa perusahaan-perusahaan yang bertahan telah melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan ketahanan *Supply-Chain*, kemudian menganalisis hubungan antara operasi, karakteristik rantai pasokan, dan strateginya. Definisi dari kerangka kerja "Triple-P" yang mencocokkan strategi ketahanan dengan pola dasar rantai pasokan dengan memeriksa *Product, Partnership, and Process Complexity* (Cohen et al. 2022).

Strategi persaingan, dampak operasional dan analisis lima kekuatan (*Five Forces Analysis*), dapat membantu menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian penjualan, juga hubungan antara keunggulan kompetitif dan keberhasilan operasional suatu perusahaan (M. E. Porter 2008b), Pengambilan keputusan strategis dan manajemen yang efektif, serta berfokus pada strategi organisasi dan bagaimana manajer dapat mencapai tujuan jangka panjang dengan mengelola sumber daya secara efisien (Drucker 2018), dan fokus pada keunggulan kompetitif, memahami dan melayani pelanggan dengan baik, inovasi berkelanjutan, dan pemilihan tim manajemen yang kompeten (Collins 2019).

Digital Connectivity dalam *Management Supply Chain* mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk menghubungkan dan mengintegrasikan berbagai mitra rantai pasokan, proses, dan sistem. Dengan tujuan berbagi informasi tanpa batas, pelacakan secara *real-time*, dan pengambilan keputusan yang efisien di seluruh

jaringan rantai pasokan (Queiroz e Fosso Wamba 2020). Bisnis dengan pertumbuhan yang tinggi mengandalkan kombinasi teknologi yang canggih, agresivitas pasar, dan keunggulan fungsional untuk kinerja keuangan yang unggul (Pearce e Pearce 2020).

Transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan (Pereira et al. 2022). Revolusi industri 4.0 dan teknologi terkait seperti *Internet of Things* (IoT), *Big Data*, dan *Cloud Computing* telah menjadikan *Digital Connectivity* sebagai pendekatan yang sangat *Disruptive* untuk sistem manajemen rantai pasokan yang dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi rantai pasokan dan logistik, termasuk peningkatan efisiensi, pengurangan biaya, peningkatan layanan pelanggan, dan peningkatan keberlanjutan (Queiroz e Fosso Wamba 2020)

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang mencerminkan fenomena permasalahan yang telah dirumuskan dalam latar belakang dan perumusan masalah, maka pertanyaan penelitian yang muncul adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Digital Connectivity* dapat meningkatkan *Cluster Supply Chain Capability* pada PT. XYZ ?
2. Apakah peningkatan *Cluster Supply Chain Capability* akan meningkatkan *Procurement Performance* pada PT. XYZ ?

1.5 Tujuan Penelitian

Pentingnya pemahaman bagaimana *Digital Connectivity* dapat meningkatkan *Cluster Supply Chain Capability* dalam industri benang jahit, akan menjadi dasar rasional penelitian ini. Sehingga dapat mengidentifikasi perubahan, tantangan, dan peluang yang dihadapi perusahaan multinasional XYZ , khususnya kantor cabang yang beroperasi di Indonesia dengan model bisnis *trading company* agar mampu bertahan dan tumbuh berkembang signifikan.

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis penerapan *digital connectivity* terhadap efisiensi dan efektifitas *cluster supply chain capability* di XYZ LLC
2. Menilai dampak pada *procurement performance* dengan peningkatan *cluster supply chain capability* di XYZ LLC.
3. Memberikan sudut pandang terbaru sebagai masukan pada efektivitas penerapan *digital connectivity* untuk meningkatkan *cluster supply chain capability* di XYZ LLC.

1.6 Fokus Penelitian

Penelitian ini akan fokus pada studi peningkatan *Cluster Supply Chain Capability* melalui penerapan *Digital Connectivity* dalam konteks penjualan benang jahit divisi *Footwear* perusahaan PT.XYZ di Indonesia.

1.7 Manfaat Penelitian

1. Bagi pihak akademisi, penelitian ini akan berkontribusi dalam pengembangan ilmu dan sumbangan kontribusi baru pada bidang *Digital Bussines Strategy*, khususnya pada bidang *Management Operational* Perusahaan untuk peningkatan dan pertumbuhan yang efektif dan efisien.

2. Menambah referensi mengenai teori, model, dan metode penelitian yang dapat digunakan pada penelitian selanjutnya, dengan fokus pada pengembangan metode, objek, dan variabel baru yang dapat memberikan manfaat dan wawasan baru bagaimana *Digital Connectivity* dapat meningkatkan *Procurement Performance* dengan meningkatkan *Cluster Supply Chain Capability*.

3. Memberikan masukan kepada perusahaan multinasional XYZ bagaimana mengoptimalkan *Cluster Supply Chain Capability* melalui penerapan *Digital Connectivity* untuk peningkatan *Procurement Performance*.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.