

**PENGARUH IMPLEMENTASI SCM TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA UKM BATIK YOGYAKARTA**

JURNAL



Ditulis oleh :

Nama : Visca Clarisa
NomorMahasiswa : 14311189
Jurusan : Manajemen
BidangKosentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

**Pengaruh Implementasi SCM Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Keunggulan
Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada UKM Batik Yogyakarta**

JURNAL

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar
Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam**

Indonesia



Disusun oleh :

Nama : Visca Clarisa
NIM : 14311189
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh implementasi SCM terhadap kinerja perusahaan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel Interfening pada UKM Batik Yogyakarta

Nama : Visca Clarisa Ariyanto

NIM : 14311189

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi



Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

Siti Nurul Ngaini, Dra., MM,

**PENGARUH IMPLEMENTASI SCM TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA UKM BATIK YOGYAKARTA**

Visca Clarisa

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam

Indonesia Email : viscaclarisa@gmail.com

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi implementasi SCM terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu manager atau supervisor UKM batik di Yogyakarta, dengan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 pemilik, manager atau supervisor UKM batik di Yogyakarta. Dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) diperoleh hasil bahwa tidak terdapat pengaruh dan signifikan implementasi SCM terhadap keunggulan bersaing, Keunggulan bersaing secara positif berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Kata Kunci : implementasi SCM, keunggulan bersaing dan Kinerja Perusahaan.

Abstract - This study aims to determine the implementation of SCM on corporate performance as an intervening variable. The population used in this study is the manager or supervisor of SMEs batik in Yogyakarta, with the number of samples in this study were 60 owners, managers or supervisors batik SMEs in Yogyakarta. By using Structural Equation Modeling (SEM) analysis using Partial Least Square (PLS) method, there is significant and significant result to SCM on the superiority, significant competitive advantage to company performance.

Keywords: SCM implementation, competitive advantage and Company Performance.

I. PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan bisnis semakin ketat, baik konsumen dari kalangan menengah sampai kalangan atas menginginkan produk-produk yang mereka beli memiliki standar kualitas yang tinggi dan memiliki harga yang cukup ekonomis. Sehingga menekan perusahaan untuk menciptakan produk-produk mereka dengan lebih selektif lagi dan selalu dapat berinovasi dari waktu ke waktu. Perusahaan harus bisa berupaya untuk meningkatkan produktifitas, pelayanan yang cepat, melakukan inovasi-inovasi terus menerus agar dapat bertahan di pasar.

Agar perusahaan dapat bersaing maka salah satunya di perlukan penerapan *Supply Chain Management*. Menurut Li et al.(2006)Implementasi *Supply Chain Management* dapat didefinisikan sebagai suatu rangkaian aktifitas yang dilakukan organisasi/industri untuk mendorong manajemen yang efektif terhadap *supplychain* nya. Terdapat lima dimensi implementasi *Supply Chain Management (Strategic Supplier Partnership, Customer Relationship, Information Sharing, Level of Information quality and Postponement)*. Hasil penelitian ini mengidentifikasi bagaimana praktek *Supply Chain Management*berpengaruh positif terhadap peningkatan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan (Li et al., 2006).

Jika dimensi-dimensi dalam *Supply Chain Management* tersebut telah terbentuk maka suatu industri dapat bersaing di pasar. Menurut Kotler&Amstrong (2003) dalam Suharto&Devie (2013) keunggulan bersaing mampu menawarkan nilai lebih rendah ataupun memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi, dibandingkan dengan para pesaing. Keunggulan bersaing mampu menciptakan posisi

dimana ia dapat bertahan dari para pesaingnya. Semua merupakan kemampuan dari organisasi yang dapat membedakan diri dari pesaingnya dan merupakan keputusan manajemen yang kritis(Li et al.,2006).

Kemampuan suatu perusahaan untuk dapat bersaing secara tidak langsung berdampak pada kinerja perusahaan. Definisi Kinerja organisasi (*Organizational Performance*) adalah hasil dari output organisasi yang dihasilkan dan kemudian diukur atau dibandingkan dengan output yang diharapkan. Indikator-indikator kinerja perusahaan menurut para ahli terdapat beberapa indikator-indikator dalam kinerja perusahaan dan yang paling sering digunakan dalam penelitian empiris adalah kinerja keuangan (*financial performance*), kinerja operasional (*operational performance*), dan kinerja berbasis pasar (*market-based performance*) (Jahanshahi et al., 2012).

Batik adalah kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain tersebut, kemudian di olah dan di proses dengan cara tertentu sehingga memiliki kekhasan. Batik adalah jenis kerajinan asli Indonesia yang mempunyai corak khas sebagai cerminan budaya Indonesia. Proses pembuatan batik sendiri harus dilakukan oleh para ahlinya yang sudah ahli dalam ilmu membatik. Di Indonesia batik di buat di berbagai daerah, salah satunya di Yogyakarta. Yogyakarta merupakan salah satu pusat pengerajin batik terbesar di Indonesia. Industri batik merupakan jenis UMKM yang ada di Yogyakarta. UMKM merupakan salah satu penopang perekonomian bangsa. Dengan adanya UMKM ini sangat membantu dalam mengatasi masalah pengangguran, UMKM banyak menekan masalah pengangguran yang ada selama ini, menyediakan lapangan kerja bagi yang membutuhkan, mengurangi angka kemiskinan .Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan UMKM batik harus memiliki SCM yang baik guna memenuhi kebutuhan

pelanggan. Dengan demikian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh implementasi SCM terhadap kinerja perusahaan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel Intervening pada UKM Batik Yogyakarta”.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah dimensi implementasi SCM berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.
2. Untuk mengetahui apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi akademik

Manfaat bagi akademik adalah diharapkan dapat menambah referensi wawasan serta sebagai referensi bagi penulis selanjutnya.

2. Manfaat bagi UMKM

Manfaat bagi UMKM adalah diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi untuk meningkatkan kinerja operasional dan kinerja SCM UMKM.

II. URAIAN PENELITIAN

Industri Batik UKM Yogyakarta

Industri tekstil dalam dunia bisnis merupakan industri yang mempunyai kontribusi paling besar untuk pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Batik merupakan karya seni dan budaya warisan leluhur bangsa Indonesia yang dikagumi dunia. Keistimewaan batik Yogyakarta adalah para pembatiknya selalu mengikuti perkembangan zaman tetapi tetap kental dengan ciri khasnya Industri tekstil ini sebagian besar merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai salah satu prioritas pembangunan ekonomi di Indonesia.

Indikator UKM Batik Yogyakarta

Variabel *strategic supplier*

Strategic supplier partnership adalah sebuah hubungan jangka panjang antara organisasi dengan pemasoknya. *Strategic supplier partnership* ini di rancang khusus untuk memanfaatkan kemampuan strategis dan operasional dari organisasi, yang mana digunakan untuk membantu mencapai manfaat berkelanjutan yang signifikan (Li et al., 2006).

Variabel *Customer relationship*

Customer relationship adalah kumpulan dari beberapa praktek yang memiliki tujuan untuk mengelola keluhan jangka panjang, membangun hubungan jangka panjang yang baik dengan para pelanggan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Li et al., 2006).

Variabel *Level of Information Sharing*

Level of information sharing memiliki definisi berbagi informasi memiliki dua aspek yaitu kuantitas dan kualitas (Li et al., 2006). Kedua aspek itu penting untuk praktik SCM dan telah diperlakukan sebagai konstruksi independen dalam penelitian SCM sebelumnya. Level diartikan aspek kuantitas pembagian informasi mengacu pada sejauh mana informasi terkait mitra supplychain suatu industri.

Variabel *Quality of Information Sharing*

Quality of information sharing mencakup aspek akurasi, ketepatan waktu, kecukupan, dan kredibilitas informasi yang dipertukarkan (Li et al., 2006).

Variabel Keunggulan Bersaing

Menurut Kotler & Armstrong (2003) keunggulan bersaing mampu menawarkan nilai lebih rendah ataupun memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi, dibandingkan dengan para pesaing. Keunggulan bersaing muncul dari nilai atau manfaat yang diciptakan perusahaan kepada pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya.

Variabel Kinerja Perusahaan

Kinerja merupakan seluruh tindakan atau aktivitas dari organisasi pada periode tertentu dengan referensi pada jumlah standar yaitu biaya-biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya (Srimindarti, 2004).

III. METODE PENELITIAN

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2010). Penentuan jumlah sampel ini didasarkan pada Roscoe (1975), yang menyatakan bahwa ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 pemilik, manager atau supervisor UKM batik di Yogyakarta.

Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah analisa yang menggunakan angka-angka dan perhitungan statistik deskriptif untuk menghasilkan gambaran secara jelas mengenai suatu peristiwa atau keadaan, Uji yang digunakan yaitu Uji Validitas dan Uji reliabilitas.

Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)

Adapun alat analisis yang digunakan adalah metode *Partial Least Square* (PLS) dan dibantu dengan software smartPLS 3.0. Ada dua tahap pengujian dalam PLS, yaitu *outermodel* dan *inner model*.

Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji t)

Pembuktian hipotesis dapat pula menggunakan uji t untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen (X) secara parsial atau individual terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2005).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Inner Model (Model Struktural)

Pengujian inner model (model struktural) digunakan untuk pengujian hipotesis. Model struktural mencakup pengujian determinasi atau r^2 (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen yaitu kinerja perusahaan dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Nilai r^2 yang tinggi mengindikasikan bahwa semakin baik model prediksi dari model penelitian.

Uji Determinasi atau Analisis Varians (r^2)

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen yaitu *customer relationship*, keunggulan bersaing, *level of information sharing*, *quality of information sharing* dan *strategic supplier partnership* terhadap kinerja perusahaan. Hasil dari pengujian determinasi (r^2) ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1 Nilai r^2

	R Square	R Square Adjusted
Keunggulan Bersaing	0,329	0,280
Kinerja Perusahaan	0,211	0,197

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa *customer relationship*, *level of information sharing*, *quality of information sharing* dan *strategic supplier partnership* mampu menjelaskan variabilitas keunggulan bersaing sebesar 28,0%, sisanya 72,0% diterangkan oleh konstruk lainnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan *customer relationship*, *level of information sharing*, *quality of information sharing* dan *strategic supplier partnership* dan keunggulan bersaing mampu menjelaskan variabilitas konstruk kinerja perusahaan sebesar 19,7%, sisanya 80,3% diterangkan oleh konstruk lainnya yang diluar keempat konstruk yang diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dilakukan berdasarkan hasil uji model struktural (*inner model*) yang meliputi output R^2 , koefisien parameter dan t-statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak diantaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antarkonstrak, t-statistik, dan *p-values*. Dengan menggunakan smartPLS 3.0 yang peneliti gunakan, nilai-nilai tersebut dapat dilihat dari hasil *bootstrapping*. *Rules of thumb* yang digunakan adalah t-statistik $>1,96$ dengan tingkat signifikansi atau *p-value* 0,05 (5%) dan beta bernilai positif. Hasil uji hipotesis penelitian dapat dilihat dalam tabel 2.

Tabel 2. Path Coefficient

Hipotesis	Beta (β)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
<i>Strategi Supplier Partnership</i> -> keunggulan bersaing	0,267	0,303	0,096	2,781	0,006
<i>Customer Relationship</i> -> keunggulan bersaing	0,459	0,468	0,111	4,155	0,293
<i>Level of Information Sharing</i> -> keunggulan bersaing	-0,067	-0,106	0,132	0,510	0,610
<i>Quality of Information Sharing</i> -> keunggulan bersaing	0,398	0,369	0,127	3,129	0,002
keunggulan bersaing -> kinerja perusahaan	0,459	0,468	0,111	4,155	0,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Hipotesis pertama menguji apakah Strategi Supplier Partnership secara positif berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada Strategi Supplier Partnership terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,267 dan p-value sebesar 0.006. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis pertama **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa *Strategi Supplier Partnership* secara positif berpengaruh dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Hipotesis kedua menguji menguji apakah *Customer Relationship* secara positif berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada *Customer Relationship* terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,459 dan p-value sebesar 0.293. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel tidak **signifikan**. karena $p\text{-value} > 0,05$ sehingga hipotesis kedua **ditolak**. Hal tersebut membuktikan bahwa *Customer Relationship* secara positif berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Hipotesis ketiga menguji apakah *Level of Information Sharing* secara negatif berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada *Level of Information Sharing* terhadap keunggulan bersaing sebesar -0,067 dan p-value sebesar 0.610. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel tidak **signifikan**. karena $p\text{-value} > 0,05$ sehingga hipotesis ketiga **ditolak**. Hal tersebut membuktikan bahwa *Level of Information Sharing* secara negatif dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Hipotesis keempat menguji apakah *Quality of Information Sharing* secara positif berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada *Quality of Information Sharing* terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,389 dan p-value sebesar 0.002. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis keempat **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa *Quality of Information Sharing* secara positif berpengaruh dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Hipotesis kelima menguji apakah keunggulan bersaing secara positif berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada keunggulan bersaing terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,459 dan p-value sebesar 0.000. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis kelima **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa keunggulan bersaing secara positif berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Strategi Supplier Partnership* secara positif berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing
2. *Customer Relationship* secara positif berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing
3. *Level of Information Sharing* secara berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing
4. *Quality of Information Sharing* secara positif berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing
5. Keunggulan bersaing secara positif berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh bahwa *Customer Relationship* secara positif berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing, maka dapat disarankan bagi pihak UKM untuk lebih memperhatikan hubungan dengan pelanggan, lebih mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen. Dengan demikian dapat meningkatkan kinerja operasional UKM.
2. Berdasarkan hasil koefisien determinasi parsial diperoleh hasil bahwa *customer relationship, level of information sharing, quality of information sharing, strategic supplier partnership* dan keunggulan bersaing mampu menjelaskan variabilitas kontrak kinerja perusahaan sebesar 19,7%, sisanya 80,3% diterangkan oleh kontrak lainnya yang diluar keempat kontrak yang diteliti dalam penelitian ini. Dengan

demikian dapat disarankan untuk penelitian lanjutan menggunakan variabel lain guna mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja operasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani Desi, Dwiyanto M.D., (2013), Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat), *Diponegoro Journal Of Management Volume 2, Nomor 3, hal:1-10*
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Carton, Robert B. (2004). *Measuring Organizational Performance : An Exploratory Study*. A Dissertation Submitted to the Graduate Faculty of University of Georgia in Partial
- Gunasekaran A, Patel C, Tirtiroglu E. (2001) Performance measures and metrics in a supply chain environment. *International Journal of Operations and Production Management*;21(1/2):71–87.
- Heizer, Jay and Render, Barry. (2004). *Operations Management*, 7th Edition, Pearson Education. Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Jahanshahi, Asghar Afshar et al., 2012, “Electronic Commerce Applications among Indian Small and Medium Enterprises”, *Information Management and Business Review*, 2(6): 276-286.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 (edisi 11). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2003). *Dasar- Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi ke-9. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T.S. & Subba Rao, S. 2006. “The Impact of Supply Chain Management Practise on Competitive Advantage and Organizational Performance,” *Omega*, 34(1). 107 – 124.
- Monczka, R. M., Petersen, K. J., Handfield, R. B., & Ragatz, G. L. (2008). Success factors in strategic supplier alliances: The buying company perspective. *Decision Sciences*, Vol. 29 (3), pp.553-577.
- Porter, Michael E., (1993). *Keunggulan Bersaing – Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Erlangga, Jakarta.
- Rahadi, Dedi Rianto. (2012). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan. *Proceeding Seminar Sistem Produksi X*. Universitas Bina Darma.
- Roscoe, 1975, dikutip dari Uma Sekaran, 2006, *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2013. *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.

- Srimindarti, Ceacilia. 2004. *Balanced Scorecard Sebagai Alternatif untuk Mengukur Kinerja Fokus Ekonomi*. Vol. 3, No. 1, April.
- Stonebrake, Peter W.; Leong G. Keony (1994), *Operations Strategy: Focusing on Competitive Excellence*, Allyn and Bacon, USA
- Suharto, Regina dan Devie. (2013). Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Business Accounting Review*. Vol. 1. No 2, 2013.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Vessey, Iris. 1991. Cognitive Fit: A Theory-Based Analysis of the Graphs Versus Table Literature. *Decision Sciences* 22, 219-241.
- Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan. 2011. *Partial Least Square Path Modeling*. Salemba Infotek