

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan hal - hal yang berkaitan dengan hasil pengolahan data dan pembahasan dari hasil pengolahan data. Adapun pembahasan yang dimaksud meliputi : lokasi penelitian, karakteristik responden, asumsi klasik, pengujian analisis regresi linear berganda dan pembahasan.

4.1 Gambaran Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di UKM Bakpia yang berada di daerah Pathuk dan Kotagede Yogyakarta dengan objek penelitian yaitu manajer atau pengelola dan karyawan UKM Bakpia yang berada di Yogyakarta.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1. Jenis kelamin Responden

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden di UKM Bakpia

Tabel 4.1. Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Presentase %
Laki – Laki	36	45,0
Perempuan	44	55,0
Total	80	100,0

Sumber : data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di UKM Bakpia Yogyakarta sebagian besar adalah termasuk kategori perempuan yaitu sebanyak 44 responden (55%).

4.2.2. Usia

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden di UKM Bakpia

Tabel 4.2 Usia

Kategori	Frekuensi	Prosentase %
21 - 30 TAHUN	54	67,5
31 - 40 TAHUN	26	32,5
Total	80	100,0

Sumber : data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan umur di UKM Bakpia Yogyakarta sebagian besar adalah termasuk kategori 21 – 30 tahun yaitu sebanyak 54 responden (67,5%).

4.2.3. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden di UKM Bakpia

Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir

Kategori	Frekuensi	Prosentase %
SMA/SEDERAJAT	37	46,3
D1 - D3	12	15,0
SARJANA	31	38,8
Total	80	100,0

Sumber : data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir di UKM Bakpia Yogyakarta sebagian besar adalah termasuk kategori SMA yaitu sebanyak 37 responden (46,3%).

4.2.4 Deskripsi Data Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian di analisis untuk mengetahui deskriptif terhadap

masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah : 1

Skor penilaian tertinggi adalah : 5

$$\text{Interval } \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Berdasarkan hasil di atas, sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Baik
2. 1,81 – 2,60 = Tidak Baik
3. 2,61 – 3,40 = Netral
4. 3,41 – 4,20 = Baik
5. 4,21 – 5,00 = Sangat Baik

Hasil analisis deskriptif terhadap variable penelitian dapat ditunjukkan sebagai berikut:

1. *Information Sharing*

Tabel 4.4 Information Sharing

No	Item Pertanyaan	Rata-Rata	Keterangan
Information Sharing			
1	Pertukaran informasi dilakukan secara tepat waktu	4.75	Sangat Baik
2	Informasi mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja dapat membantu semua pihak	4.58	Sangat Baik
3	Bertukar informasi dengan pemasok secara berkesinambungan baik secara formal maupun non formal	4.34	Sangat Baik
4	Pertukaran informasi dilakukan secara transparan dan akurat	4.24	Sangat Baik
Rata-Rata		4.48	Sangat Baik

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variable *information sharing* adalah sebesar 4,48 yaitu pada kriteria setuju. Selanjutnya nilai paling tinggi adalah sebesar 4,75 (sangat baik) yaitu pada indikator pertukaran informasi dilakukan secara tepat waktu, kemudian nilai paling rendah sebesar 4,28 (sangat baik) pada indikator pertukaran informasi dilakukan secara transparan dan akurat.

2. Cooperation

Tabel 4.5 Cooperation

No	Item Pertanyaan	Rata-Rata	Keterangan
Cooperation			
1	Manajer dan bawahan bekerjasama dalam melakukan perencanaan dan peramalan penjualan	4.39	Sangat Baik
2	Kerjasama antara manajer dan karyawan ditetapkan berdasarkan kondisi yang objektif	4.44	Sangat Baik
3	UKM kami bekerjasama dengan pemasok agar dapat meningkatkan hubungan berkelanjutan	4.75	Sangat Baik
Rata-Rata		4.53	Sangat Baik

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variable *cooperation* adalah sebesar 4.53 yaitu pada kriteria setuju. Selanjutnya nilai paling tinggi adalah sebesar 4,75 (sangat baik) yaitu pada indikator UKM bekerjasama dengan pemasok agar dapat meningkatkan hubungan berkelanjutan, kemudian nilai paling rendah sebesar 4,39 (sangat baik)

pada indikator manajer dan bawahan bekerjasama dalam melakukan perencanaan dan peramalan penjualan.

3. *Supply Chain Integration*

Tabel 4.6 *Supply Chain Integration*

No	Item Pertanyaan	Rata-Rata	Keterangan
Supply Chain Integration			
1	Aktivitas logistik merupakan aktifitas yang terkoordinasi antara manajer dengan bawahan	4.35	Sangat Baik
2	Aktivitas logistic memiliki integrasi yang baik	4.29	Sangat Baik
3	UKM kami selalu berhubungan dengan pemasok maupun pengecer dalam kondisi apapun	4.26	Sangat Baik
Rata-Rata		4.30	Sangat Baik

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variable *supply chain integration* adalah sebesar 4,30 yaitu pada kriteria sangat baik. Selanjutnya nilai paling tinggi adalah sebesar 4,35 (sangat baik) yaitu pada indikator Aktivitas logistik merupakan aktifitas yang terkoordinasi antara manajer dengan bawahan, kemudian nilai paling rendah sebesar 4,26 (sangat baik) pada indikator UKM selalu berhubungan dengan pemasok maupun pengecer dalam kondisi apapun.

4. *Longterm Relationship*

Tabel 4.7 *Longterm Relationship*

No	Item Pertanyaan	Rata-Rata	Keterangan
Longterm Relationship			
1	Perusahaan menjalin hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok	4.56	Sangat Baik
2	Hubungan proyek jangka panjang menjadi dasar hubungan aliansi antara perusahaan dengan pemasok	4.31	Sangat Baik
3	Kerjasama jangka panjang menjadi dasar hubungan antara perusahaan dengan pemasok	4.44	Sangat Baik
Rata-Rata		4.44	Sangat Baik

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variable *longterm relationship* adalah sebesar 4,44 yaitu pada kriteria sangat baik. Selanjutnya nilai paling tinggi adalah sebesar 4,56 (sangat baik) yaitu pada indikator Perusahaan menjalin hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok, kemudian nilai paling rendah sebesar 4,31 (sangat baik) pada indikator hubungan proyek jangka panjang menjadi dasar hubungan aliansi antara perusahaan dengan pemasok.

5. Kinerja Perusahaan

Tabel 4.8 Kinerja Perusahaan

No	Item Pertanyaan	Rata-Rata	Keterangan
Kinerja Perusahaan			
1	Tingkat kehabisan stock barang tinggi	3.14	Baik
2	Permintaan konsumen terhadap barang tinggi	3.58	Baik
3	Kualitas barang dari distributor bagus	3.76	Baik
4	Jumlah barang yang cacat rendah	3.78	Baik
5	Barang selalu tersedia di distributor	3.76	Baik
6	Biaya order ke distributor tinggi	3.40	Netral
7	Perputaran persediaan tinggi	3.66	Baik
8	Tingkat complain dari konsumen rendah	3.86	Baik
9	Konsumen puas dengan produk dari distributor yang dijual di perusahaan	3.98	Baik
10	Konsumen puas dengan kinerja perusahaan	3.93	Baik
Rata-Rata		3.68	Baik

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variable kinerja perusahaan sebesar 3,68 yaitu pada kriteria baik. Selanjutnya nilai paling tinggi adalah sebesar 3,98 (baik) yaitu pada indikator konsumen puas dengan produk dari distributor yang dijual di perusahaan, kemudian nilai paling rendah sebesar 3,14 (netral) pada indikator tingkat kehabisan stock barang tinggi.

4.3 Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas

4.3.1 Uji Validitas

Untuk mengukur validitas kuesioner yang diberikan kepada responden maka digunakan rumus korelasi Produk Moment yaitu menurut (Sugiyono, 2005). Teknik korelasinya memakai *Pearson Correlation*. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki r hitung $>$ r tabel (Ghozali, 2001). Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
INFORMATION SHARING	Item 1	0,713	0,220	Valid
	Item 2	0,856	0,220	Valid
	Item 3	0,900	0,220	Valid
	Item 4	0,878	0,220	Valid
COOPERATION	Item 1	0,819	0,220	Valid
	Item 2	0,738	0,220	Valid
	Item 3	0,746	0,220	Valid
SUPPLY CHAIN INTEGRATION	Item 1	0,865	0,220	Valid
	Item 2	0,864	0,220	Valid
	Item 3	0,697	0,220	Valid
LONGTERM RELATIONSHIP	Item 1	0,843	0,220	Valid
	Item 2	0,786	0,220	Valid
	Item 3	0,785	0,220	Valid
KINERJA PERUSAHAAN	Item 1	0,466	0,220	Valid
	Item 2	0,760	0,220	Valid
	Item 3	0,450	0,220	Valid
	Item 4	0,551	0,220	Valid
	Item 5	0,725	0,220	Valid
	Item 6	0,481	0,220	Valid
	Item 7	0,488	0,220	Valid
	Item 8	0,426	0,220	Valid
	Item 9	0,285	0,220	Valid
	Item 10	0,253	0,220	Valid

Sumber :Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan besarnya nilai r hitung seluruh butir pertanyaan nilainya lebih besar dari r table 0,220. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid dan kuisisioner dalam penelitian ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya yaitu regresi linier berganda.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Teknik yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal dalam penelitian ini dengan teknik Cronbach's alpha (Ghozali, 2001). Apabila nilai *Cronbach's CoefficientAlpha* lebih besar dari 0,60, maka kuisisioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbach's CoefficientAlpha* lebih kecil 0,60, maka kuisisioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliabel*. Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai kritis	Keterangan
Information Sharing	0,853	0,60	Reliable
Cooperation	0,650	0,60	Reliable
Supply Chain Integration	0,737	0,60	Reliable
Longterm Relationship	0,776	0,60	Reliable
Information Sharing	0,618	0,60	Reliable

Sumber :Data primer diolah, 2019

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,60. Dengan

mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Ghozali (2001), maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal.

4.4 Analisis Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolineritas.

4.4.1 Uji Normalitas

Uji ini adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan kolmogorov smirnov. Hasil uji Normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,22895136
Most Extreme Differences	Absolute	,100
	Positive	,100
	Negative	-,094
Kolmogorov-Smirnov Z		,896
Asymp. Sig. (2-tailed)		,399

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui nilai *asympt.sig* untuk semua variabel > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolineartias

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* (α).

Tabel 4.12 Uji Multikolineartias

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Information Sharing	0,653	1,531	Tidak terjadi multikolinieritas
Cooperation	0,689	1,450	Tidak terjadi multikolinieritas
Supply Chain Integration	0,714	1,400	Tidak terjadi multikolinieritas
Longterm Relationship	0,662	1,510	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance value* > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Suatu asumsi penting dari model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan (*disturbance*) yang muncul dalam regresi adalah homoskedastisitas, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian yang sama. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Batas	Keterangan
Information Sharing	0,611	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Cooperation	0,852	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Supply Chain Integration	0,986	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Longterm Relationship	0,531	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas

Sumber : Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, dengan demikian variabel yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi heterokedasitas

4.5 Analisis Hipotesis

4.5.1 Hasil Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS. SPSS adalah suatu program *software* komputer yang digunakan untuk mengolah data baik parametrik maupun nonparametrik, seperti ditunjukkan pada Tabel berikut ini ;

Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	beta	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	6,395				
Information Sharing	0,303	0,193	2,043	0,045	Signifikan
Cooperation	0,999	0,386	4,192	0,000	Signifikan
Supply Chain Integration	0,394	0,181	1,997	0,049	Signifikan
Longterm Relationship	0,476	0,211	2,240	0,028	Signifikan
F hitung	23,934				
Sig F	0,000				
R square	0,537				
Variabel Dependent	: Kinerja Perusahaan				

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 6,395 + 0,303 X_1 + 0,999 X_2 + 0,394 X_3 + 0,476 X_4$$

1. Konstanta = 6,395

Artinya jika tidak ada variabel terikat yang mempengaruhi Kinerja Perusahaan sebesar 6,395 satuan.

2. $b_1 = 0,303$

Artinya jika Variabel Information Sharing meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja Perusahaan akan meningkat sebesar 0,303 dengan anggapan variable bebas lain tetap.

3. $b_2 = 0,999$

Artinya jika Variabel Cooperation meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja Perusahaan akan meningkat sebesar 0,999 dengan anggapan variable bebas lain tetap.

4. $b_3 = 0,394$

Artinya jika Variabel Supply Chain Integration meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja Perusahaan akan meningkat sebesar 0,394 dengan anggapan variable bebas lain tetap.

5. $b_4 = 0,476$

Artinya jika Variabel Longterm Relationship meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja Perusahaan akan meningkat sebesar 0,476 dengan anggapan variable bebas lain tetap.

4.5.2 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar **0,045** ($0,045 < 0,05$). Nilai tersebut dapat

membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa ada Pengaruh Information Sharing terhadap Kinerja Perusahaan.

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar **0,000** ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa ada Pengaruh Cooperation terhadap Kinerja Perusahaan.

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar **0,049** ($0,049 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa ada Pengaruh Supply Chain Integration terhadap Kinerja Perusahaan.

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar **0,028** ($0,028 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa ada Pengaruh Longterm Relationship terhadap Kinerja Perusahaan.

4.5.3 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji f)

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar **0,000** ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh *information sharing, cooperation, supply chain integration, longterm relationship* terhadap Kinerja Perusahaan.

4.5.4 Koefisien Determinasi (*r square*)

Berdasarkan analisis regresi linear berganda menunjukkan besarnya koefisien determinasi (r^2 square) = 0,537, artinya variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 53,7% sisanya sebesar 46,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Information Sharing terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar **0,045** ($0,045 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa ada Pengaruh *Information Sharing* terhadap Kinerja Perusahaan.

Adanya pembagian informasi yang jelas antara outlet dengan distributor mengenai keinginan konsumen berdampak terhadap kemajuan outlet, karena rata-rata outlet membeli produk yang ditawarkan distributor melakukan pemesanan mengenai produk yang diinginkan konsumen. Hal ini sejalan dengan teori mengenai *Information Sharing* yang menjamin tersedianya data tepat waktu sehingga data yang dimiliki dapat dibagikan disepanjang rantai pasokan, serta dapat merespon perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen lebih cepat. Kualitas informasi juga sangat di butuhkan karena informasi yang cepat dan berkualitas juga dapat digunakan dan dibagikan disepanjang rantai pasokan. Oleh karena itu, pemahaman faktor-faktor yang mempengaruhi *Information Sharing* dan kualitas

informasi sangat dibutuhkan untuk menunjang Kualitas dan proses pembagian informasi. *Information sharing* adalah intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya untuk saling berbagi informasi kepada partner berkaitan dengan strategi-strategi bisnis bersama. Information sharing juga memungkinkan anggota rantai pasok untuk mendapatkan, menjaga, dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan untuk memastikan pengambilan keputusan menjadi efektif, dan merupakan factor yang mampu mempererat elemen-elemen kolaborasi secara keseluruhan oleh karena itu kemacetan industry dapat dikurangi dengan adanya information sharing (Simatupang & Sridharan dalam Yaqoub,2012).

Penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Ibrahim dan Hamid (2012) yang mengemukakan factor anteseden yang harus diperhatikan dalam pengelolaan rantai pasokan untuk menjamin kualitasinformasi mencakup tiga hal utama yaitu: ketidak pastian lingkungan, fasilitator intra-organisasional dan hubungan inter-organisasional menyatakan bahwa information sharing dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki efisiensi dan efektivitas rantai pasokan dan merupakan factor yang paling penting untuk mencapai koordinasi yang efektif dalam rantai pasokan serta menjadi pengendali di sepanjang rantai pasokan.

4.6.2 Pengaruh Cooperation terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut dapat

membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa ada Pengaruh *Cooperation* terhadap Kinerja Perusahaan.

Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa *Cooperation* berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja operasional outlet. Adanya kerjasama yang solid antara pemilik outlet dan distributor berdampak pada penjualan outlet, karena tugas distributor menyalurkan produk ke outlet selain itu outlet selalu menggunakan distributor yang sama dalam kelengkapan produk. Indrajit dan Djokopranoto (2002) mengatakan, Kerjasama (*cooperation*) merupakan salah satu alternative yang terbaik dalam melakukan supply chain management yang optimal. Alasannya karena diantara organisasi atau perusahaan yang berada pada jaringan supply chain management, sudah pasti memerlukan sistem informasi yang akurat, dan lancar serta memerlukan kepercayaan antara peserta pengadaan barang dan jasa. Semua itu bisa tercapai dengan adanya kerjasama yang baik. Adanya kerjasama dengan supplier yang dapat diandalkan diharapkan akan menghasilkan pengertian dan pemahaman yang baik akan kebutuhan dan keperluan masing-masing pihak (Cempakasari dan Yoestini, 2003). Ketika sebuah perusahaan percaya dengan mitra kerjasamanya dan benar-benar memperlakukan mitra tersebut dengan adil, perusahaan tersebut akan memandang lebih hubungan tersebut sebagai asset strategic dan alat strategik yang akan memperkuat kemampuan bersaing perusahaan (Ariefin, 2004).

Sejalan dengan penelitian Ariani dan Dwiyanto (2013) bahwa untuk mendapatkan kinerja yang baik melalui sebuah kerjasama, hubungan yang baik antara kedua belah pihak mutlak diperlukan, kualitas hubungan dapat diukur dengan mengadopsi dimensi-dimensi pengukuran yang digunakan yaitu kepercayaan (trust) dan kejujuran sebagai dimensi-dimensi penyusun kualitas suatu hubungan kerjasama.

4.6.3 Pengaruh Supply Chain Integration terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,049 ($0,049 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh Supply Chain Integration terhadap Kinerja Perusahaan.

Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa Integration Process berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja operasional. Tujuan dari supply chain management adalah untuk mengintegrasikan proses bisnis utama perusahaan mulai dari hubungan ke hulu (upstreams) dan ke hilir (downstreams) bahkan sampai ke pengguna akhir, melalui penyediaan produk, jasa dan informasi yang memberikan nilai tambah bagi konsumen dan stakeholder lainnya (Setiawan dan Rahardian, 2005). Integrasi merupakan penggabungan bagian-bagian atau aktivitas-aktivitas hingga membentuk keseluruhan, integrasi dapat meningkatkan hubungan disetiap rantai nilai, memfasilitasi pengambilan keputusan, memungkinkan terjadinya penciptaan nilai dan prostransfer dari supplier sampai ke

pelanggan akhir untuk mengoperasikan aliran informasi, pengetahuan, peralatan, dan asset fisik. Management Integrasi dalam supply chain menunjukkan sebuah proses kerjasama yang kompleks antara perusahaan dengan pemasok dan pembeli yang mana bila dikelola akan dapat meningkatkan efisiensi dalam operasi perusahaan dan lebih jauh dapat meningkatkan profit perusahaan serta memberikan kepuasan bagi semua pihak. Standarisasi yang terjadi pada integrasi menjadikan integrasi harus dapat dikarakteristikan sebagai kerjasama, kolaborasi, berbagi informasi (information sharing), kepercayaan (trust), kemitraan (partnership), berbagi teknologi (shared technology), kompatibilitas, berbagi risiko dan manfaat, komitmen dan visi yang sama, kebergantungan dan berbagi proses utama (Hamidin dan Surendro, 2010).

Sejalan dengan penelitian Rahmasari (2011) bahwa integrasi dalam supply chain menunjukkan sebuah proses kerjasama yang kompleks antara perusahaan dengan pemasok dan pembeli yang mana bila dikelola akan dapat meningkatkan efisiensi dalam operasi perusahaan dan lebih jauh dapat meningkatkan profit perusahaan serta memberikan kepuasan bagi semua pihak.

4.6.4 Pengaruh Longterm Relationship terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,028 ($0,028 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh Longterm Relationship terhadap Kinerja Perusahaan”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Long Term Relationship berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja operasional outlet. Kepercayaan dipandang sebagai unsure mendasar bagi keberhasilan suatu hubungan (relationship). Hubungan akan tercipta dari kepercayaan yang terus berlanjut, tanpa adanya kepercayaan suatu hubungan tidak akan bertahan dalam jangka waktu yang panjang (Bernard,2011). Unsur lain yang diperlukan didalam suatu hubungan adalah komitmen, komitmen didefinisikan sebagai keyakinan salah satu pihak bahwa membina hubungan dengan pihak lain merupakan hal yang penting dan berpengaruh terhadap manfaat optimal yang didapat oleh kedua pihak dalam berhubungan (Morgan dan Hunt dalam Bernard, 2011). Pada prinsipnya tujuan akhir yang ingin dicapai dalam pengelolaan hubungan jangka panjang adalah profitabilitas perusahaan yang di peroleh melalui hubungan terus menerus serta saling menguntungkan sehingga terciptanya hubungan jangka panjang yang konsisten dan berkesinambungan. Hubungan jangka panjang sebagai persepsi mengenai saling ketergantungan pembelit erhadap pemasok baik dalam konteks produk atau hubungan yang diharapkan akan membawa manfaat bagi pembeli dalam jangka panjang.

Sejalan dengan peneltiaan Fitrianto dan Sudaryanto (2016) bahwa hubungan antara supplier, customer, dan perusahaan, harus dikelola dengan baik danselalu ditingkatkan agar terjalin hubungan yang berkelanjutan dan supplier ikut bertanggungjawab terhadap kualitasp roduk serta agar distribusi produk dari hulu ke hilir tepat pada waktunya sampai ke pengguna

akhir. Maka peningkatan hubungan yang baik dalam jangka panjang serta saling adanya kepercayaan antara perusahaan, supplier dan customers sangat diperlukan agar mencapai efisiensi dalam kinerja perusahaan.

4.7. Implikasi Manajerial

Penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat dibentuk dari kualitas produk yang dihasilkan, penyampaian produk yang tepat waktu, memenuhi kebutuhan konsumen, dan juga kepuasan konsumen meningkat. Oleh karena itu, hal tersebut dapat dibentuk dan didapatkan melalui kinerja perusahaan yang baik, dari sistem integrasi *supply chain management* perusahaan.

Aktivitas – aktivitas yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dapat dilihat integrasi pasokan logistik, baik dari sistem distribusi yang baik, pembagian informasi yang tepat dan akurat, kerjasama yang dibangun dengan baik, dan hubungan baik dengan supplier juga sangat berpengaruh untuk meningkatkan integrasi pasokan logistik perusahaan. Adanya pembagian informasi yang jelas, tepat, dan akurat dapat mencegah terjadinya keterlambatan pasokan dan berdampak terhadap kemajuan outlet. Cooperation atau kerjasama yang dibangun antara outlet dengan supplier dapat menghasilkan pengertian dan pemahaman yang baik akan kebutuhan dan keperluan masing-masing pihak sehingga dapat berdampak pada kemajuan perusahaan outlet. Adanya pembagian informasi dan kerjasama yang baik dapat membantu *supply chain integration* yang baik. Dengan adanya integrasi yang baik dalam supply chain maka dapat meningkatkan efisiensi dalam

operasi perusahaan dan lebih jauh dapat meningkatkan profit perusahaan serta memberikan kepuasan bagi semua pihak. Hubungan jangka panjang yang dibangun antara outlet dengan supplier dapat menguntungkan pelanggan dalam jangka waktu yang panjang, karena supplier ikut bertanggung jawab terhadap produk.

