

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan hasil penelitian mengenai pengaruh strategi biaya, strategi kualitas, strategi pengiriman, dan strategi fleksibilitas terhadap *lean supply chain strategy* pada UKM di Yogyakarta. Data yang digunakan merupakan data primer hasil kuesioner yang berjumlah 50 orang responden. Pembahasan ini meliputi uraian tentang karakteristik responden, pengujian validitas dan reliabilitas terhadap item-item kuesioner dari variabel penelitian guna memperoleh kevalidan dan kesahihan data penelitian yang dimaksudkan untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan dapat digeneralisasikan, deskripsi variabel penelitian, dan pengujian hipotesis penelitian.

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Responden yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 50 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mengantarkan langsung kepada calon responden. Kuesioner yang disebar kepada responden sebanyak 50 kuesioner. Keterangan lebih lengkap mengenai pengumpulan kuesioner dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Data Kuesioner yang Disebar

No	Nama Usaha	Kuesioner	Kuesioner Tidak Kembali	Total
1	MARTABAK KING AMYGOS	1	0	1
2	ROTI BAKAR KANGGO	1	0	1

3	KENARI CELL	2	0	2
4	MIU MIU CONCAT	1	0	1
5	FREMILT CONCAT	1	0	1
6	KHABKUM CONCAT	2	0	2
7	ROTI BAKAR SWASTA	1	0	1
8	ROTI BAKAR BY IA	1	0	1
9	ROTI JOHN CONCAT	1	0	1
10	ILHAM ELEKTRONIK	1	0	1
11	ILHAM TAHU POCONG	1	0	1
12	MINASAMODRA SEAFOOD	1	0	1
13	SEDYORUKUN SEAFOOD	1	0	1
14	SEGORO WARUNG SEAFOOD	1	0	1
15	KETOPRAK JAKARTA PAK YUS	1	0	1
16	ANGKRINGAN TAMBAKBOYO	1	0	1
17	MANGGA FOTOCOPY	1	0	1
18	CEMARA FOTOCOPY	1	0	1
19	WM. MBAH MUL	1	0	1
20	DE' WANTI	3	0	3
21	REBUNG DEPAN PAMELA	1	0	1
22	MAMAMIA JUICE	1	0	1
23	LOTEK BU ROJO	1	0	1
24	GADO GADO MBAHJUM	1	0	1
25	LESEHAN TINIE	1	0	1
26	PENYETAN MAS KARJO	1	0	1
27	PENYETAN MASJAN	1	0	1
28	PENYETAN MAS KOBIS	1	0	1
29	NASI GORENG SEDAP MALAM	3	0	3

30	BURJO MAHARASA	1	0	1
31	UGD CAFÉ	1	0	1
32	SEBLAK CONCAT	1	0	1
33	LESEHAN FAJAR	1	0	1
34	YAMIE RAJA	1	0	1
35	KANTIN ANNISA	1	0	1
36	TOKO BESI TAJIR	1	0	1
37	MARTABAK 312	1	0	1
38	RAHIM FOOD	1	0	1
39	SPORT FASHION	1	0	1
40	TOKO PAK GINO	1	0	1
41	PENYETAN WANABE	1	0	1
42	TOKO KENARI	1	0	1
43	BENGGEL MAS GONDRONG	1	0	1
44	TOKO PRIMA	1	0	1
	TOTAL	50	0	50

Sumber : Data Diolah

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran responden, apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda beranggapan sama ataukah tidak. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai karakteristik responden adalah lama usaha, pendidikan, jumlah karyawan, lama kerjasama dengan pemasok.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Frekuensi	Persentase
Lama usaha	≤ 5 tahun	22	44,0
	6 – 10 tahun	13	26,0
	> 10 tahun	15	30,0
	Total	50	100,0
Pendidikan	SD	5	10,0
	SMP	7	14,0
	SMU	19	38,0
	Diploma	6	12,0
	Sarjana S1	10	20,0
	Sarjana S2	3	6,0
	Total	50	100,0
Jumlah Karyawan	≤ 10 orang	31	62,0
	11-20 orang	14	28,0
	21-30 orang	4	8,0
	31-40 orang	1	2,0
	Total	50	100,0
Lama bekerjasama dengan pemasok	≤ 5 tahun	22	44,0
	6 – 10 tahun	13	26,0
	> 10 tahun	15	30,0
	Total	50	100,0

Sumber :Data diolah, 2019.

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa mayoritas UKM berusia dibawah 5 tahun yaitu sebanyak 22 responden (44,0%). Hal ini memperlihatkan bahwa rata-rata UKM masih baru dan mulai melakukan pertumbuhan. Selanjutnya tingkat pendidikan yang dimiliki oleh para pemilik atau pimpinan UKM sebagian

besar adalah SMU yaitu sebanyak 19 orang (38,0%). Hal ini menunjukkan sudah cukup baiknya pendidikan formal yang dimiliki para pemilik atau pimpinan UKM dalam menjalankan usahanya. Diharapkan dengan pendidikan yang baik akan membantu UKM dalam meningkatkan kinerjanya.

Selanjutnya jumlah karyawan yang ditanggung dari UKM, menunjukkan bahwa mayoritas UKM memiliki karyawan antara 2--30 orang yaitu sebanyak 45 UKM (90,0%). Banyaknya jumlah karyawan dapat menunjukkan semakin besarnya usaha UKM yang telah dijalankan oleh para pengusaha UKM tersebut dalam menjalankan roda usahanya, sehingga banyaknya karyawan ini juga dapat menggambarkan besar kecilnya usaha yang dijalankan. Kemudian berdasarkan lamanya bekerjasama dengan pemasok menunjukkan sebagian besar telah bekerjasama selama lebih dari 6 tahun yaitu sebanyak 28 UKM atau sebesar 56,0%. Hal ini menunjukkan bahwa UKM sudah cukup lama menjalin kerjasama dengan para pemasok.

4.3 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji validitas

Pengujian validitas dilakukan berdasarkan analisis item yaitu mengkorelasikan skor setiap item dengan skor variabel (hasil penjumlahan seluruh skor item pertanyaan). Teknik korelasinya memakai *Pearson Correlation*, dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 25. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung

lebih besar dari r tabel. Hasil uji validitas pada variabel penelitian dengan metode *Pearson Correlation* adalah sebagai berikut.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Biaya (X1)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,817	0,2787	Valid
X1.2	0,893	0,2787	Valid
X1.3	0,800	0,2787	Valid
X1.4	0,628	0,2787	Valid

Sumber: Data diolah, 2019.

Hasil uji validitas berdasarkan hasil perhitungan variabel strategi biaya dengan menggunakan SPSS 25.0 dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan dalam angket valid, karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0,2787, sehingga item pertanyaan dapat mengukur dengan cermat atas variabel yang diteliti.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Kualitas (X2)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,910	0,2787	Valid
X2.2	0,845	0,2787	Valid
X2.3	0,840	0,2787	Valid

Sumber: Data diolah, 2019.

Hasil uji validitas berdasarkan hasil perhitungan variabel strategi kualitas dengan menggunakan SPSS 25.0 dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan dalam angket valid, karena memiliki nilai r hitung lebih

besar dari 0,2787, sehingga item pertanyaan dapat mengukur dengan cermat atas variabel yang diteliti.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Pengiriman (X3)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,832	0,2787	Valid
X3.2	0,929	0,2787	Valid

Sumber: Data diolah, 2019.

Hasil uji validitas berdasarkan hasil perhitungan variabel strategi pengiriman dengan menggunakan SPSS 25.0 dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan dalam angket valid, karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0,2787, sehingga item pertanyaan dapat mengukur dengan cermat atas variabel yang diteliti.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Fleksibilitas (X4)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X4.1	0,814	0,2787	Valid
X4.2	0,889	0,2787	Valid
X4.3	0,880	0,2787	Valid

Sumber: Data diolah, 2019.

Hasil uji validitas berdasarkan hasil perhitungan variabel strategi fleksibilitas dengan menggunakan SPSS 25.0 dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan dalam angket valid, karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0,2787, sehingga item pertanyaan dapat mengukur dengan cermat atas variabel yang diteliti.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel *Lean supply chain strategy* (Y)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1.1	0,754	0,2787	Valid
Y1.2	0,870	0,2787	Valid
Y1.3	0,784	0,2787	Valid
Y1.4	0,763	0,2787	Valid

Sumber: Data diolah, 2019.

Hasil uji validitas berdasarkan hasil perhitungan variabel *lean supply chain strategy* dengan menggunakan SPSS 25.0 dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan dalam angket valid, karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0,2787, sehingga item pertanyaan dapat mengukur dengan cermat atas variabel yang diteliti.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai Cronbach's *Alpha* instrumen dari masing-masing variabel yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbachs Coefficient Alpha* lebih kecil 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliabel*. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Strategi biaya (X1)	0,799	Reliabel
Strategi kualitas (X2)	0,828	Reliabel
Strategi pengiriman (X3)	0,688	Reliabel
Strategi fleksibilitas (X4)	0,825	Reliabel
<i>Lean supply chain strategy</i> (Y)	0,798	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2019.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai koefisien *cronbach's alpha* untuk variabel tersebut memiliki nilai koefisien *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60; maka kesimpulannya bahwa instrumen tersebut reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data sesungguhnya.

4.4 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi dan kemudian di analisis untuk mengetahui strategi biaya, strategi kualitas, strategi pengiriman, strategi fleksibilitas dan *lean supply chain strategy*. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui gambaran hasil penelitian dari variabel-variabel yang diteliti, dengan interval perhitungan sebagai berikut.

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Nilai Maksimum}}$$

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

Berikut ini adalah kategori dari masing-masing interval, yaitu:

Tabel 4.9
Interval Skala

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah
1,80 s/d 2,59	Rendah
2,60 s/d 3,39	Cukup
3,40 s/d 4,19	Tinggi
4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi

1. Strategi biaya

Penilaian responden tentang variabel strategi biaya yang dilakukan oleh UKM yang ada di Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10
Distribusi Jawaban Responden Tentang Strategi Biaya

No	Item Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	Perusahaan kami melakukan aktivitas produksi dengan biaya minimal atau serendah-rendahnya	3,96	Tinggi
2	Perusahaan kami melakukan cara-cara untuk melakukan produksi dengan biaya lebih rendah	3,74	Tinggi
3	Perusahaan kami berupaya untuk memproduksi produk dengan produktivitas yang tinggi	3,90	Tinggi
4	Perusahaan kami berusaha untuk selalu meningkatkan pemanfaatan kapasitas	3,84	Tinggi
	Rata-rata	3,86	Tinggi

Sumber : Data diolah, 2019.

Berdasar tabel di atas dapat ditunjukkan respon penilaian pada variabel strategi biaya memiliki skor rata-rata sebesar 3,86 yang berada dalam interval (3,40 s/d 4,19) atau dalam kategori tinggi. Hal ini menjelaskan bahwa

para pemilik usaha atau pimpinan dari UKM yang ada di Yogyakarta telah menjalankan strategi pembiayaan dalam menjalankan usahanya dengan baik, diantaranya dengan melakukan aktivitas produksi dengan biaya minimal atau serendah-rendahnya.

2. Strategi kualitas

Penilaian responden tentang strategi kualitas yang ada di UKM yang ada di Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.11

Distribusi Jawaban Responden Tentang Strategi Kualitas

No	Item Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	Perusahaan kami menciptakan produk yang memiliki kesesuaian tinggi dengan kualitasnya	4,22	Sangat Tinggi
2	Perusahaan kami menghasilkan produk yang awet dan tahan lama	3,84	Tinggi
3	Perusahaan kami menghasilkan produk yang sangat andal dari segi kualitasnya	3,80	Tinggi
	Rata-rata	3,95	Tinggi

Sumber : Data diolah, 2019.

Berdasar tabel di atas dapat ditunjukkan respon penilaian pada variabel strategi kualitas memiliki skor rata-rata sebesar 3,95 yang berada dalam interval (3,40 s/d 4,19) atau dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa para pemilik usaha atau pimpinan dari UKM yang ada di Yogyakarta senantiasa menciptakan produk yang sesuai dengan selera konsumen dan memiliki kesesuaian tinggi dengan kualitasnya.

3. Variabel Strategi pengiriman

Penilaian responden terhadap strategi pengiriman pada UKM yang ada di Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.12

Distribusi Jawaban Responden Tentang Strategi Pengiriman

No	Item Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	Perusahaan kami melakukan pengiriman dengan tepat waktu sesuai dengan yang telah dijanjikan kepada konsumen	4,02	Tinggi
2	Perusahaan kami melakukan pengiriman barang dalam waktu yang lebih singkat dari waktu yang dijanjikan	3,70	Tinggi
Rerata		3,86	Tinggi

Sumber : Data diolah, 2019.

Berdasar tabel di atas dapat ditunjukkan respon penilaian pada variabel strategi pengiriman memiliki skor rata-rata sebesar 3,86 yang berada dalam interval (3,40 s/d 4,19) atau dalam kategori tinggi. Hal ini menjelaskan bahwa sejumlah UKM yang ada di Yogyakarta telah menjalankan strategi pengiriman dengan baik, diantaranya dengan memenuhi jadwal pengiriman dilakukan dengan tepat waktu sesuai dengan yang telah dijanjikan kepada konsumen.

4. Variabel Strategi fleksibilitas

Penilaian dari strategi fleksibilitas pada UKM yang ada di Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.13
Distribusi Jawaban Responden Tentang Strategi Fleksibilitas

No	Item Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	Perusahaan kami menciptakan lini produk yang luas kepada konsumen	4,22	Sangat Tinggi
2	Perusahaan kami segera memperkenalkan produk baru yang telah diciptakannya kepada pasar	3,84	Tinggi
3	Perusahaan kami melakukan perubahan pada bauran produk dengan lebih cepat guna memenuhi perubahan selera konsumen	3,68	Tinggi
Rerata		3,91	Tinggi

Sumber : Data diolah, 2019.

Berdasar tabel di atas dapat ditunjukkan respon penilaian pada variabel strategi fleksibilitas memiliki skor rata-rata sebesar 3,91 yang berada dalam interval (3,40 s/d 4,19) atau dalam kategori tinggi. Hal ini menjelaskan para pemilik usaha atau pimpinan UKM yang ada di Yogyakarta menjalankan usahanya dengan tingkat fleksibilitas tinggi. Hal ini antara lain dilakukan dengan melakukan perubahan pada bauran produk dengan lebih cepat guna memenuhi perubahan selera konsumen.

5. *Lean supply chain strategy*

Penilaian responden tentang variabel *lean supply chain strategy* yang dilakukan oleh UKM yang ada di Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.14
Distribusi Jawaban Responden Tentang *Lean Supply Chain Strategy*

No	Item Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	Perusahaan kami merasa jumlah pasokan produk dari para pemasok dapat diprediksi sebelumnya	4,56	Sangat Tinggi
2	Perusahaan kami merasa pasokan produk yang diberikan oleh pemasok kepada kami memiliki sedikit limbah yang dihasilkan	4,22	Sangat Tinggi
3	Perusahaan kami memandang perlunya mempertahankan hubungan yang panjang dan tetap dengan sejumlah pemasok yang ada	4,22	Sangat Tinggi
4	Perusahaan kami memilih sejumlah pemasok berdasarkan kinerja yang mereka berikan yaitu pemasok yang memberikan biaya rendah dan kualitas produk yang baik	4,28	Sangat Tinggi
Rata-rata		4,32	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah, 2019.

Berdasar tabel di atas dapat ditunjukkan respon penilaian pada variabel *lean supply chain strategy* memiliki skor rata-rata sebesar 4,32 yang berada dalam interval (4,20 s/d 5,00) atau dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menjelaskan bahwa para pemilik usaha atau pimpinan dari UKM yang ada di Yogyakarta sudah sangat baik dalam menjalankan usahanya, sehingga perusahaan memiliki kinerja yang baik dan mampu bersaing dengan UKM-UKM lain yang ada dan sedang tumbuh dengan gencarnya di Kota Yogyakarta. Hal ini antara lain ditandai dengan memiliki sejumlah pemasok yang memberikan biaya rendah dan kualitas produk yang baik dan

mampu mempertahankan hubungan yang panjang dan tetap dengan sejumlah pemasok yang ada.

4.5 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji model regresi sehingga diperoleh model regresi dari metode kuadrat terkecil yang menghasilkan estimator linier tidak bias. Model regresi yang diperoleh terbebas dari gejala berdistribusi normal, multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Berikut hasil uji asumsi klasik adalah sebagai berikut :

4.5.1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Analisis ini dilakukan dengan bantuan program SPSS dari menu nonparametric test. Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal, dan jika $p \geq 0,05$ maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat ditunjukkan pada Tabel 4.14 berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,33506718
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,055
	Negative	-,073
Kolmogorov-Smirnov Z		,514
Asymp. Sig. (2-tailed)		,954

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah, 2019.

Hasil uji normalitas dengan metode *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan angka sig. sebesar 0,954 atau lebih besar dari 0,05 artinya seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki data yang berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen dalam sebuah model regresi berganda. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Sebuah model regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent secara kuat. Untuk dapat mendeteksi ada tidaknya problem multikolinieritas pada sebuah model regresi, dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) dimana nilai VIF harus di bawah nilai 10. Jika nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) hasil regresi lebih besar dari 10 maka dapat dipastikan ada multikolinieritas di antara variabel bebas tersebut. Berikut adalah hasil perhitungan dengan bantuan *statistical software* SPSS lewat pengujian regresi berganda untuk mencari nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) pada model regresi yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.16
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 StrategiBiayaX1	,563	1,776
StrategiKualitasX2	,532	1,880
StrategiPengirimanX3	,946	1,057
StrategiFleksibilitasX4	,690	1,448

a. Dependent Variable: LeanSupplyChainStrategyY
Sumber : Data diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui hasil perhitungan dengan menggunakan *SPSS 25.0* menunjukkan bahwa nilai VIF kurang dari 10 untuk semua variabel independen (bebas). Hal ini dapat disimpulkan bahwa persamaan model regresi tidak mengandung masalah multikolinieritas yang artinya tidak ada korelasi diantara variabel-variabel bebas sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.5.3 Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas mengandung pengertian bahwa variasi residual tidak sama untuk semua pengamatan. Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena varian gangguan berbeda antara satu observasi ke observasi lain. Cara yang dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya gejala Heterokedastisitas pada model regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode uji Glejser. Bila nilai (sig) $> 0,05$ maka dinyatakan tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Hasil perhitungan dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.17
Hail Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	Sig	Kesimpulan
Strategi Biaya (X1)	0,523	Tidak Terjadi heterokedastisitas
Strategi Kualitas (X2)	0,323	Tidak Terjadi heterokedastisitas
Strategi Pengiriman (X3)	0,557	Tidak Terjadi heterokedastisitas
Strategi Fleksibilitas (X4)	0,455	Tidak Terjadi heterokedastisitas

Dari tabel di atas diperoleh bahwa seluruh variabel bebas mempunyai nilai sig. yang lebih besar dari taraf signifikan 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.6 Pengujian Statistik

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu variabel strategi biaya, strategi kualitas, strategi pengiriman, dan strategi fleksibilitas terhadap variabel dependen dalam hal ini adalah *lean supply chain strategy*. Hasil analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 25.00 dapat ditunjukkan seperti pada Tabel 4.18 sebagai berikut :

Tabel 4.18
Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t _{hitung}	Sign. t	Keterangan
Konstanta	1,912			
Strategi biaya	0,227	2,298	0,026	Signifikan
Strategi kualitas	0,252	2,394	0,021	Signifikan
Strategi pengiriman	-0,073	-0,742	0,462	Signifikan
Strategi fleksibilitas	0,208	2,287	0,027	Signifikan
Adjuste R Square = 0,516				
F hitung = 14,067				
Signifikan F = 0,000				

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Pada Tabel 4.18 di atas, hasil perhitungan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,912 + 0,227X_1 + 0,252X_2 - 0,073X_3 + 0,208X_4$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa :

1) Konstanta

Nilai konstanta sebesar 1,912 yang berarti bahwa jika tidak ada perubahan variabel bebas yang terdiri dari variabel strategi biaya, strategi kualitas, strategi pengiriman, dan strategi fleksibilitas yang mempengaruhi *lean supply chain strategy* maka besarnya *lean supply chain strategy* pada UKM di Yogyakarta sebesar 1,912.

2) Koefisien strategi biaya

Nilai koefisien strategi biaya sebesar 0,227. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan strategi biaya satu per satuan maka variabel *lean*

supply chain strategy (Y) akan naik sebesar 0,227 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap

3) Koefisien strategi kualitas

Nilai koefisien strategi kualitas sebesar 0,252. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan strategi kualitas satu per satuan maka variabel *lean supply chain strategy* (Y) akan naik sebesar 0,252 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4) Koefisien strategi pengiriman

Nilai koefisien strategi pengiriman sebesar -0,073. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan strategi pengiriman satu per satuan maka variabel *lean supply chain strategy* (Y) akan turun sebesar 0,073 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

5) Koefisien strategi fleksibilitas

Nilai koefisien strategi fleksibilitas sebesar 0,208. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan strategi fleksibilitas satu per satuan maka variabel *lean supply chain strategy* (Y) akan naik sebesar 0,208 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

2. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan Tabel 4.18 menunjukkan besarnya nilai *Adjusted R²* yang diperoleh sebesar 0,516. Hal ini berarti variasi perubahan *lean supply chain strategy* pada UKM di Yogyakarta dipengaruhi oleh variasi dari strategi

biaya, strategi kualitas, strategi pengiriman, dan strategi fleksibilitas sebesar 51,6%, sedangkan sisanya sebesar 48,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini.

3. Pengujian hipotesis

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial antara strategi biaya, strategi kualitas, strategi pengiriman, dan strategi fleksibilitas terhadap *lean supply chain strategy*. Untuk melakukan pengujian ini digunakan uji t. Dengan membandingkan nilai signifikan t dengan signifikan 0,05.

a. Pengujian pengaruh strategi biaya terhadap *lean supply chain strategy*

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.18 diperoleh nilai signifikansi pada variabel strategi biaya sebesar 0,026. Dikarenakan nilai signifikan ini lebih kecil dari 0,05 atau ($0,026 < 0,05$) maka menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel strategi biaya terhadap *lean supply chain strategy*. Berdasarkan pengujian ini, maka hipotesis pertama yang menyatakan strategi biaya berpengaruh positif terhadap *lean supply chain strategy* terbukti.

b. Pengujian pengaruh strategi kualitas terhadap *lean supply chain strategy*

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.18 diperoleh nilai signifikansi pada variabel strategi kualitas sebesar 0,021. Dikarenakan nilai signifikan ini lebih kecil dari 0,05 atau ($0,021 < 0,05$) maka menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel strategi kualitas terhadap *lean supply chain strategy*. Berdasarkan pengujian ini, maka hipotesis kedua yang

menyatakan strategi kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap *lean supply chain strategy* terbukti.

c. Pengujian pengaruh strategi pengiriman terhadap *lean supply chain strategy*

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.18 diperoleh nilai signifikansi pada variabel strategi pengiriman sebesar 0,462. Dikarenakan nilai signifikan ini lebih besar dari 0,05 atau ($0,462 > 0,05$) maka menunjukkan tidak adanya pengaruh dari variabel strategi pengiriman terhadap *lean supply chain strategy*. Berdasarkan pengujian ini, maka hipotesis ketiga yang menyatakan strategi pengiriman berpengaruh positif signifikan terhadap *lean supply chain strategy* tidak terbukti.

d. Pengujian pengaruh strategi fleksibilitas terhadap *lean supply chain strategy*

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.18 diperoleh nilai signifikansi pada variabel strategi fleksibilitas sebesar 0,027. Dikarenakan nilai signifikan ini lebih kecil dari 0,05 atau ($0,027 < 0,05$) maka menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel 0,027 terhadap *lean supply chain strategy*. Berdasarkan pengujian ini, maka hipotesis keempat yang menyatakan strategi fleksibilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *lean supply chain strategy* terbukti.

4.7. Pembahasan

4.7.1. Pengaruh Strategi Biaya terhadap Lean Supply Chain Strategy

Hasil uji hipotesis 1 penelitian ini menunjukkan variabel strategi biaya terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *lean supply chain strategy*, yang berarti makin baiknya strategi biaya yang dilakukan oleh UKM akan meningkatkan strategi mereka dalam usahanya menjaga kinerja UKM dengan para pemasok. Ini menjadikan perusahaan menghasilkan kinerja yang lebih baik karena manajemen rantai pasokan mampu meminimalisir keseluruhan biaya untuk memenuhi dan melayani kebutuhan konsumen. Perusahaan berupaya mendapatkan keunggulan kompetitif melalui keputusan tentang produksi dan desain jaringan rantai pasokan yang semakin penting (Macchion *et al.*, 2015). Dalam pengambilan keputusan, perusahaan memerlukan strategi operasi dan strategi rantai pasokan yang bagus dan selaras, salah satunya adalah dengan strategi biaya. Hal ini sejalan dengan penelitian Yinan *et al* (2017) yang menyimpulkan bahwa strategi biaya berpengaruh signifikan terhadap rantai pasokan *lean*. Enriquez *et al* (2015) yang menyebutkan bahwa strategi berdampak pada pengelolaan rantai pasokan di UKM manufaktur yang melakukan pengelolaan rantai pasokan. Sukati *et* (2012) menunjukkan praktik manajemen rantai pasokan memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja rantai pasokan.

4.7.2 Pengaruh Strategi Kualitas terhadap Lean Supply Chain Strategy

Hasil uji hipotesis 2 penelitian ini menunjukkan variabel strategi kualitas terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *lean supply chain strategy*, yang berarti jika UKM telah menerapkan dengan baik atas strateginya

dalam menciptakan kualitas dalam hal ini kualitas produknya akan membuat UKM tersebut mampu bertahan dalam menjalankan usahanya dikarenakan mereka memiliki kinerja yang semakin baik yang disebabkan oleh baiknya strategi kualitas yang telah dijalanannya. Dengan demikian, perusahaan seharusnya melakukan perbaikan terus-menerus secara berkala dengan pemasok agar kualitas dan mutu yang dihasilkan oleh pemasok sesuai dengan keinginan perusahaan. Kualitas dan mutu yang dihasilkan pemasok mempengaruhi perusahaan dalam kinerjanya baik dalam produksi dan penjualannya (Regina dan Devie, 2013). Menurut Li *et al* (2006), kualitas merupakan hal utama dalam perusahaan untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Perusahaan menawarkan produk yang berkualitas agar pelanggan meningkat dan loyal. Penelitian Li *et al* (2006) menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan yang efektif berpotensi meningkatkan keunggulan kompetitif. Enriquez *et al* (2015) yang menyebutkan bahwa strategi berdampak pada pengelolaan rantai pasokan di UKM manufaktur yang melakukan pengelolaan rantai pasokan. Sukati *et al* (2012) menunjukkan praktik manajemen rantai pasokan memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja rantai pasokan. Terbukti dengan manajemen rantai pasokan yang terintegrasi mulai dari hubungan terhadap pemasok dan pelanggan, kualitas mampu mempertahankan dan memperkuat daya saingnya dalam memenangkan persaingan di pasar.

4.7.3 Pengaruh Strategi Pengiriman terhadap Lean Supply Chain Strategy

Hasil pengujian hipotesis 3 pada variabel strategi pengiriman menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan terhadap *supply chain strategy*, yang artinya strategi yang telah diterapkan dalam hal pengiriman belum

memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kinerja usaha UKM. Dengan demikian, hasil pengujian ini belum sependapat dengan beberapa penelitian. Belum sependapat dan sejalan dengan hasil penelitian penelitian Yinan *et al* (2017) yang menyimpulkan bahwa strategi pengiriman berpengaruh signifikan terhadap rantai pasokan *lean*. Enriquez *et al* (2015) yang menyebutkan bahwa strategi berdampak pada pengelolaan rantai pasokan di UKM manufaktur yang melakukan pengelolaan rantai pasokan. Sukati *et al* (2012) menunjukkan praktik manajemen rantai pasokan memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja rantai pasokan.

4.7.4 Pengaruh Strategi Fleksibilitas terhadap Lean Supply Chain Strategy

Hasil dari uji hipotesis 4 pada variabel strategi fleksibilitas terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *lean supply chain strategy*, yang artinya tingkat fleksibilitas yang dimiliki perusahaan mampu memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kinerjanya. Ini sependapat dengan Macchion *et al* (2015) yang mengungkapkan bahwa strategi fleksibilitas merupakan salah satu cara yang dilakukan guna mendapatkan keunggulan kompetitif melalui keputusan tentang produksi dan desain jaringan rantai pasokan yang kini semakin penting. Untuk itu, perusahaan harus memilih *supplier* bahan baku yang fleksibel dan sanggup untuk mendukung proses produksi yang dilakukan. Perencanaan manajemen rantai pasokan harus membuat jaringan yang fleksibel dan responsif untuk produk cacat, konsumen, dan membentuk layanan aduan konsumen yang memiliki masalah dengan produk yang dikirimkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Yinan *et al* (2017) yang menyimpulkan bahwa strategi

fleksibilitas berpengaruh signifikan terhadap rantai pasokan *lean and agile*. Enriquez *et al* (2015) yang menyebutkan bahwa strategi berdampak pada pengelolaan rantai pasokan di UKM manufaktur yang melakukan pengelolaan rantai pasokan. Sukati *et* (2012) menunjukkan praktik manajemen rantai pasokan memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja rantai pasokan.



