

## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil analisis data Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing sebagai variabel mediasi. Subyek atau responden dalam penelitian ini adalah industry UKM Kerajinan Tenun di Desa Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman Yogyakarta. Jumlah kuisisioner yang disebarakan secara keseluruhan berjumlah 144 kuisisioner. Selanjutnya data akan dianalisis yaitu menggunakan program SPSS 17.

#### 4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 4.1.1. Uji Validitas

Uji validitas yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *product moment*. Suatu item dikatakan valid jika memiliki koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ ) dengan probabilitas  $< 0,05$ . Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1

#### Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Koef. Korelasi	p-value	Keterangan
<i>Supplay Chain</i>	SCM1	0.617	0.000	Valid

<i>Management</i>				
	SCM2	0.614	0.000	Valid
	SCM3	0.401	0.000	Valid
	SCM4	0.376	0.000	Valid
	SCM5	0.530	0.000	Valid
	SCM6	0.535	0.000	Valid
	SCM7	0.381	0.000	Valid
	SCM8	0.526	0.000	Valid
	SCM9	0.593	0.000	Valid
	SCM10	0.339	0.000	Valid
	SCM11	0.766	0.000	Valid
	SCM12	0.409	0.000	Valid
	SCM13	0.455	0.000	Valid
Keunggulan Bersaing	KB1	0.474	0.000	Valid
	KB2	0.499	0.000	Valid
	KB3	0.548	0.000	Valid
	KB4	0.683	0.000	Valid
	KB5	0.632	0.000	Valid
	KB6	0.554	0.000	Valid
	KB7	0.643	0.000	Valid
	KB8	0.628	0.000	Valid
	KB9	0.578	0.000	Valid

	KB10	0.533	0.000	Valid
Kinerja Perusahaan	KP1	0.417	0.000	Valid
	KP2	0.672	0.000	Valid
	KP3	0.457	0.000	Valid
	KP4	0.563	0.000	Valid
	KP5	0.510	0.000	Valid
	KP6	0.710	0.000	Valid
	KP7	0.484	0.000	Valid
	KP8	0.677	0.000	Valid
	KP9	0.365	0.000	Valid
	KP10	0.456	0.000	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.1 dari hasil perhitungan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) seluruhnya memiliki nilai p-value < 0,05. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan butir dinyatakan valid, dan seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian tersebut dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

#### 4.1.2. Uji Reliabilitas

Pengujian tingkat reliabilitas ini menggunakan alat bantu komputer program SPSS 17 yang memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach alpha ( $\alpha$ ). Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika

memiliki koefisien Cronbach's Alpha  $>0,6$  (Ghozali, 2005). Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut :

**Tabel 4.2**

**Hasil Pengujian Reliabilitas**

Variabel	Alpha Crobach	Nilai kritis	Hasil
<i>Supply Chain Management</i>	0.743	0.6	Reliabel
Keunggulan Bersaing	0.777	0.6	Reliabel
Kinerja Perusahaan	0.703	0.6	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan ringkasan hasil pengujian reliabilitas seperti yang terangkum pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* seluruh variabel lebih besar dari 0,6, maka seluruh butir pertanyaan dalam variabel penelitian tersebut adalah handal, dan seluruh butir pertanyaan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

**4.2. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui nilai suatu variabel, baik satu variabel ataupun lebih (*independen*) tanpa membikin perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lainnya (Sugiyono, 2016). Statistik deskriptif berupa karakteristik responden, serta penilaian konsumen terhadap variabel penelitian.

#### 4.2.1. Karakteristik Responden

##### a. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki - laki dan perempuan. Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan jenis kelamin seperti ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut:

**Tabel 4.3**  
**Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	47	41.2%
Wanita	67	58.8%
Total	114	100.0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa manajer pemilik atau yang bertanggung jawab Pada UKM Tenun Di Desa Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman, Yogyakarta adalah berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 47 orang atau sebesar 41,2% dan sisanya sebesar 67 orang atau 58,8% berjenis kelamin wanita. Hal ini menunjukkan bahwa yang menjadi manajer mayoritas adalah wanita dibandingkan laki-laki.

##### b. Umur Responden

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan umur seperti ditunjukkan pada tabel 4.4 berikut:

**Tabel 4.4**

**Umur Responden**

Umur	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	7	6.1%
21 - 30 tahun	24	21.1%
31 - 40 tahun	45	39.5%
lebih dari 40 tahun	38	33.3%
Total	114	100.0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pemilik atau yang bertanggung jawab Pada UKM Tenun Di Desa Gamplong Sumber Rahayu Moyudan Sleman adalah berumur antara 31– 40 tahun yaitu sebanyak 45 orang atau sebesar 39,5%, berusia lebih dari 40 tahun sebesar 38 orang atau 33,3%, berusia antara 21 – 30 tahun sebanyak 24 orang atau 21,1%, dan kurang dari 20 tahun sebesar 7 orang atau 6,1%. Hal ini menunjukkan bahwa yang menjadi manajer mayoritas sudah dewasa, sehingga memiliki pengalaman yang cukup dalam pekerjaannya.

**c. Posisi / Jabatan**

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan posisi / jabatan responden seperti ditunjukkan pada tabel 4.5 berikut:

**Tabel 4.5**

**Posisi / Jabatan Responden**

Jabatan	Jumlah	Persentase
Pemilik	22	19.3%
Karyawan	92	80.7%
Total	114	100.0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pemilik atau yang bertanggung jawab Pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman mayoritas berstatus sebagai karyawan yaitu sebanyak 92 orang atau sebesar 80,7%, dan sisanya adalah pemilik UKM yaitu sebanyak 22 orang atau sebesar 19,3%.

**4.2.2. Persepsi Manajer terhadap Variabel Kinerja Perusahaan, SCM Dan Keunggulan Bersaing**

penelitian ini menjelaskan mengenai deskriptif penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian yang terdiri dari Kinerja Perusahaan, *Supply Chain Management (SCM)* dan keunggulan bersaing. Penilaian terhadap variabel penelitian ini diukur dengan skor terendah 1 (sangat tidak setuju), dan skor tertinggi adalah 5 (Sangat setuju). Sehingga dalam menentukan kriteria penilaian konsumen terhadap variabel penelitian dapat dilakukan dengan interval sebagai berikut :

Skor persepsi terendah adalah : 1

Skor persepsi tertinggi adalah : 5

$$5 - 1$$

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

$$5$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,79 = Sangat Tidak baik

1,80 – 2,59 = Tidak baik

2,60 – 3,39 = Cukup

3,40 – 4,19 = Baik

4,20 – 5,00 = Sangat Baik

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel penelitian dapat ditunjukkan dengan tabel berikut :

**a. Variabel Kinerja Perusahaan (Y)**

Hasil analisis deskriptif pada variabel Kinerja Perusahaan dapat ditunjukkan pada tabel berikut ;

**Tabel 4.6**

**Penilaian Variabel Kinerja Perusahaan**

No	Variabel Kinerja Perusahaan	Mean	Rata - rata
1	Usaha kami mampu mencapai pangsa pasar (market share) yang ditargetkan	3.83	Baik
2	Usaha kami mampu memperkenalkan produk baru disaat yang tepat	4.06	Baik



3	Usaha kami menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan dan persepsi pelanggan	4.28	Baik
4	Usaha kami mampu mencakup seluruh lingkup pasar dengan menggunakan sumber daya minimum	3.68	Baik
5	Usaha kami mampu memenuhi kebutuhan pelanggan	4.18	Baik
6	Usaha kami mampu mencapai tingkat pengembalian dari penjualan yang telah ditargetkan	3.96	Baik
7	Usaha kami mampu mencapai keuntungan (profit) yang telah ditargetkan	4.04	Baik
8	Usaha kami mampu mencapai tingkat pertumbuhan penjualan yang telah ditargetkan	3.95	Baik
9	Usaha kami mampu mencapai tingkat produktivitas yang telah ditargetkan	4.13	Baik
10	Usaha kami mampu mencapai biaya produksi yang telah ditargetkan atau lebih rendah	3.54	Baik
	Rata - rata total	3.97	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap Kinerja Perusahaan adalah sebesar 3,97. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada usaha kami menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan dan persepsi pelanggan dengan rata-rata sebesar 4,28 (sangat baik), dan penilaian terendah terjadi pada Usaha kami mampu mencapai biaya

produksi yang telah ditargetkan atau lebih rendah dengan rata – rata sebesar 3,54 (baik). Hal ini berarti manajer telah memberikan penilaian yang setuju terhadap variabel Kinerja Perusahaan karena berada pada interval 3,40 – 4,19. Hal ini disebabkan karena perusahaan mampu mencapai pangsa pasar yang telah ditargetkan, menawarkan produk/jasa yang berkualitas, dan mampu memuaskan pelanggan.

**b. Variabel *Supply Chain Management* (X)**

Manajemen rantai pasokan terdiri dari 10 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 4.7 berikut :

**Tabel 4.7**

**Penilaian Variabel *Supply Chain Management***

No	Variabel Manajemen rantai pasokan	Mean	Rata - rata
1	Usaha kami selalu mengutamakan kualitas sebagai kriteria utama dalam memilih pemasok	4.44	Sangat Baik
2	Usaha kami selalu menyelesaikan masalah bersama-sama dengan pemasok	3.96	Baik
3	Usaha kami selalu membantu (memberi masukan) kepada pemasok dalam meningkatkan kualitas produk	4.11	Baik
4	Usaha kami memiliki program perbaikan terus-menerus yang melibatkan pemasok	3.88	Baik
5	Usaha kami selalu mengikutsertakan pemasok dalam membuat sebuah perencanaan strategi	3.19	Baik

6	Usaha kami selalu berinteraksi dengan pelanggan untuk menetapkan standar (standar pengiriman, standar dalam merespon pelanggan)	3.97	Baik
7	Usaha kami selalu mengukur dan mengevaluasi kepuasan pelanggan	4.26	Sangat Baik
8	Usaha kami selalu mencari tahu keinginan pasar dimasa depan	4.06	Baik
9	Usaha kami selalu memfasilitasi pelanggan yang membutuhkan bantuan / mengadakan complain	3.85	Baik
10	Usaha kami selalu menginformasikan isu-isu yang dapat mempengaruhi bisnis kami	3.36	Cukup
11	Usaha kami selalu menginformasikan isu-isu yang dapat mempengaruhi bisnis kami	3.43	Baik
12	Perusahaan kami selalu melakukan pertukaran informasi dengan mitra usaha dalam membuat perencanaan bisnis.	4.00	Baik
13	Usaha kami selalu bekerjasama dengan mitra usaha dalam menginformasikan keadaan/perubahan yang mungkin akan mempengaruhi bisnis keduanya	4.30	Sangat Baik
	Rata - rata total	3.91	Baik

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa rata - rata penilaian responden terhadap manajemen rantai pasokan adalah sebesar 3,91. Sedangkan penilaian

tertinggi terjadi pada item Baik dengan rata-rata sebesar 4,44 (sangat baik), dan penilaian terendah terjadi pada Usaha kami selalu menginformasikan isu-isu yang dapat mempengaruhi bisnis kami dengan rata – rata sebesar 3,36 (cukup). Hal ini berarti pengelola UKM telah memberikan penilaian yang setuju terhadap variabel *Supply Chain Management* karena berada pada interval 3,40 – 4,19. Hal ini disebabkan karena UKM telah *Strategy Supplier Partnership* yang baik, menjali *Custemor Relationship* yang kuat dan terbuka dalam *Information Sharing*.

**c. Variabel Keunggulan Bersaing (Z)**

Hasil analisis deskriptif pada variabel Keunggulan bersaing dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.8**  
**Penilaian Variabel Keunggulan bersaing**

No	Variabel Manajemen rantai pasokan	Mean	Rata - rata
1	Usaha kami menawarkan harga yang lebih rendah dibanding dengan pesaing	3.72	Baik
2	Usaha kami menawarkan harga yang sama rendahnya atau lebih rendah dibanding pesaing	3.48	Baik
3	Usaha kami menawarkan produk berkualitas tinggi dibanding dengan pesaing	4.19	Baik
4	Usaha kami menawarkan produk yang memiliki satandar tertentu dibanding pesaing	3.90	Baik

5	Usaha kami melakukan pengiriman barang atau produk kepada konsumen tepat waktu dibanding dengan pesaing	3.98	Baik
6	Usaha kami melakukan pengiriman barang atau produk kepada konsumen sesuai dengan jumlah dan pesanan dibanding dengan pesaing	4.05	Baik
7	Usaha kami menyediakan produk-produk dengan keunggulan (fitur baru) dibanding dengan pesaing	4.12	Baik
8	Usaha kami selalu melakukan inovasi produk seiring dengan perubahan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing	4.13	Baik
9	Usaha kami merupakan pioneer dalam memperkenalkan produk baru dibanding dengan pesaing	3.89	Baik
10	Usaha kami bergerak cepat dalam mengembangkan produk baru dibanding dengan pesaing	3.78	Baik
	Rata - rata total	3.94	Baik

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap Keunggulan bersaing adalah sebesar 3,94. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada Usaha kami menawarkan produk berkualitas tinggi dibanding dengan pesaing dengan rata-rata sebesar 3,4 (baik), dan penilaian terendah terjadi pada Usaha kami menawarkan harga yang sama rendahnya atau lebih rendah dibanding pesaing dengan

rata – rata sebesar 3,48 (baik). Hal ini berarti pengelola UKM telah memberikan penilaian yang setuju terhadap variabel Keunggulan bersaing karena berada pada interval 3,40 – 4,19. Hal ini disebabkan karena UKM telah menawarkan harga kompetitif, pengiriman barang tepat waktu, melakukan inovasi produk dan produknya merupakan pionir dibandingkan pesaing

#### **4.3. Analisis Kuantitatif**

Analisis Kuantitatif yaitu cara menganalisis data dengan menggunakan statistik inferensial yang digunakan untuk membuktikan hipotesis. Analisis Kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah Path Analysis yaitu analisis jalur dengan pendekatan analisis regresi linear berganda dan analisis regresi linier sederhana. Sebelum dilakukan path analysis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

##### **4.3.1 Uji Asumsi Klasik**

Pengujian yang digunakan dalam asumsi klasik adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linieritas.

##### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data-data yang digunakan dalam analisis regresi ini telah berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.9**

**Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		114
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	.30593197
	Absolute	.084
Most Extreme Differences	Positive	.084
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.897
Asymp. Sig. (2-tailed)		.396

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2019

Hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa residual hasil analisis regresi memiliki probabilitas sebesar  $0,396 > 0,05$ . Dengan demikian data berdistribusi normal.

**b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas suatu model dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1, maka model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan pada tabel 4.10 berikut :

**Tabel 4.10**

**Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	SCM (X)	.781	1.280
	Keunggulan Kompetitif (Z)	.781	1.280

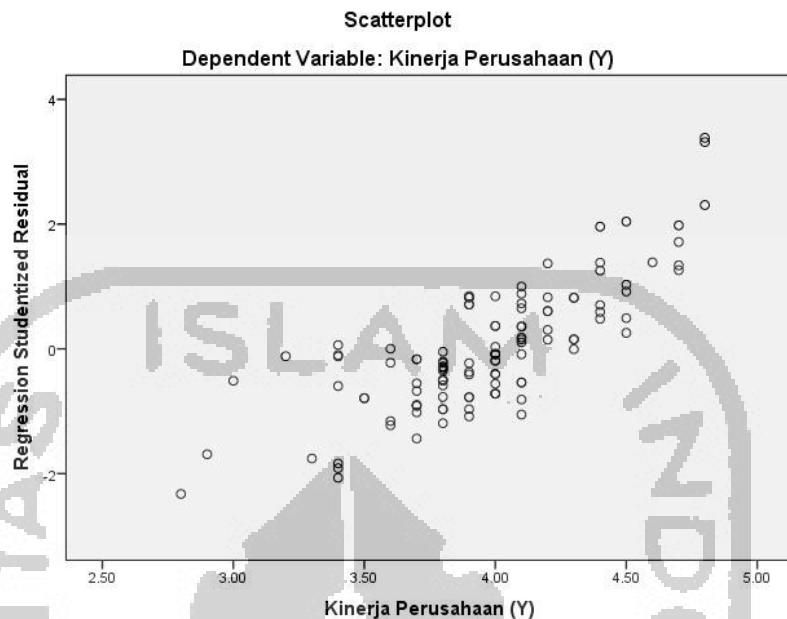
Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa seluruh variabel *independent* yang terdiri dari *Supply Chain Management* dan Keunggulan bersaing memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1. Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Pengujian terhadap heteroskedastisitas dilakukan dengan *scatterplot* yaitu dengan melihat sebaran residual untuk setiap pengamatan terhadap nilai prediksi Y. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada lampiran dan salah satunya ditunjukkan pada gambar 4.1 berikut





Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitaas

Berdasarkan gambar diatas terlihat data residual pada model regresi, data menyebar baik diatas maupun dibawan titik 0 dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

#### 4.3.2. Hasil Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda untuk *Supplay Chain Management* (X) dan keunggulan bersaing (Z) terhadap Kinerja Perusahaan (Y) mempunyai formula sebagai berikut:

$$Y = B_0 + B_1X + B_2Z + e_1$$

Hasil analisis regresi linier berganda dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.11**

**Estimasi Regresi Linear Berganda**

Variabel Penelitian	b	Beta	T	Sig
(Constant)	1.278		3.919	0.000
SCM (X)	0.445	0.450	5.332	0.000
Keunggulan Kompetitif (Z)	0.242	0.265	3.141	0.002
R <sup>2</sup>	0.384			
F	34.532		Sig.F	0.000

Sumber : Data primer Diolah, 2019

Pada Tabel 4.11 di atas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program komputer didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 1,278 + 0,450 X + 0,265 Z$$

$$e1 = \text{Standar error } (\sqrt{1 - R^2}) = \sqrt{(1 - 0,384)} = 0,785$$

**1. Uji F**

Analisis dari hasil uji F (uji serentak) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan bahwa variabel-variabel *Supply Chain Management* dan Keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman.

Hasil uji F diperoleh **F<sub>hitung</sub>** sebesar 34,532 dan **p value** sebesar 0,000, sehingga  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel *Supply*

*Chain Management* dan Keunggulan bersaing pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman secara signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

## 2. Uji t

Uji t dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel terikatnya atau dependen. Dengan membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan tingkat signifikansi 5%.

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *Supply Chain Management* (X) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,332 dan p value sebesar 0,000 yang berarti  $0,000 < 0,05$  artinya ada pengaruh variabel *Supply Chain Management* secara signifikan terhadap Kinerja Perusahaan pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman.

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Keunggulan bersaing (X) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,141 dan p value sebesar 0,002 yang berarti  $0,002 < 0,05$ , artinya ada pengaruh variabel Keunggulan bersaing secara signifikan terhadap Kinerja Perusahaan pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman.

## 3. Interpretasi Persamaan Regresi

Setelah dilakukan pengujian model regresi dengan uji F yang hasilnya signifikan dan dilakukan pengujian untuk masing – masing variabel dengan uji t, yang semuanya signifikan, maka hasil analisis tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut ;

a = konstanta adalah sebesar 1,278, artinya jika tidak ada perubahan variabel manajemen rantai pasokan dan Keunggulan bersaing maka besarnya Kinerja Perusahaan akan sebesar 1,278 satuan.

b1 = Variabel *Supply Chain Management* (X) mempengaruhi Kinerja Perusahaan dengan koefisien BETA positif sebesar 0,450. Adanya pengaruh positif sebesar 0,450 ini menunjukkan bahwa jika meningkat satu-satuan manajemen rantai pasokan pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman maka variabel kinerja meningkat sebesar 0,450.

b2 = Variabel Keunggulan bersaing (Z) mempengaruhi Kinerja Perusahaan dengan koefisien BETA yang positif sebesar 0,265. Adanya pengaruh positif sebesar 0,265 ini menunjukkan bahwa jika meningkat satu-satuan Keunggulan bersaing pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman maka variabel Kinerja akan meningkat sebesar 0,265.

#### 4. Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi (*R square*) pengaruh *Supply Chain Management* dan keunggulan bersaing terhadap Kinerja Perusahaan adalah

sebesar 0,384. Hasil ini dapat diartikan bahwa Kinerja Perusahaan dapat dijelaskan sebesar 38,4% oleh variabel manajemen rantai pasokan dan Keunggulan bersaing serta sisanya sebesar 61,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

### 4.3.3. Hasil Regresi Linear Sederhana

#### 4.3.3.1. Pengaruh *Supplay Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing

Model regresi linear sederhana untuk *Supplay Chain Management* (X) terhadap Keunggulan Bersaing (Z) mempunyai formula sebagai berikut:

$$Z = B_0 + B_3X + e_2$$

Hasil analisis regresi linier sederhana dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.12**

#### Estimasi Regresi Linear Sederhana

Variabel Penelitian	B	Beta	T	sig
(Constant)	1.946		5.478	0.000
SCM (X)	0.507	0.468	5.601	0.000
R <sup>2</sup>	0.219			

Dep. Var: Keunggulan Bersaing

Sumber : Data primer Diolah, 2019

Pada Tabel 4.12 di atas perhitungan regresi linear sederhana dengan menggunakan program komputer didapat hasil sebagai berikut:

$$Z = 1,946 + 0,468X$$

$$e1 = \text{Standar error } (\sqrt{1 - R^2}) = \sqrt{(1 - 0,219)} = 0,884$$

### 1. Uji t

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *Supplay Chain Management* (X) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,601 dan p value sebesar 0,000 yang berarti  $0,000 < 0,05$  artinya ada pengaruh variabel *Supplay Chain Management* secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan : ***Supply Chain Management* berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing, dapat didukung.**

### 2. Interpretasi Persamaan Regresi

a = konstanta adalah sebesar 1,946, artinya jika tidak ada perubahan variabel manajemen rantai pasokan maka besarnya Keunggulan bersaing akan sebesar 1,946 satuan.

B = Variabel *Supplay Chain Management* (X) mempengaruhi Keunggulan Bersaing dengan koefisien BETA positif sebesar 0,468. Adanya pengaruh positif sebesar 0,468 ini menunjukkan bahwa jika meningkat satu-satuan manajemen rantai pasokan pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman maka variabel Keunggulan bersaing meningkat sebesar 0,468.

### 3. Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi (*R square*) pengaruh *Supplay Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 0,219. Hasil ini dapat diartikan bahwa Keunggulan Bersaing dapat dijelaskan sebesar 21,9% oleh variabel *Supplay Chain Management* dan sisanya sebesar 78,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

#### 4.3.3.2. Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan

Model regresi linear sederhana untuk Keunggulan bersaing (*Z*) terhadap Kinerja Perusahaan (*Y*) mempunyai formula sebagai berikut:

$$Y = B_0 + B_4Z + e_3$$

Hasil analisis regresi linier sederhana dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.13**

#### Estimasi Regresi Linear Sederhana

Variabel Penelitian	B	Beta	T	sig
(Constant)	2.262		7.541	0.000
KEUNGGULAN BERSAING (Z)	0.434	0.475	5.714	0.000
R <sup>2</sup>	0.226			

Dep. Var: Keunggulan Bersaing

Sumber : Data primer Diolah, 2019

Pada Tabel 4.13 di atas perhitungan regresi linear sederhana dengan menggunakan program komputer didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 2,262 + 0,475Z$$

$$e1 = \text{Standar error } (\sqrt{1 - R^2}) = \sqrt{(1 - 0,226)} = 0,880$$

### 1. Uji t

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing (Z) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,714 dan p value sebesar 0,000 yang berarti  $0,000 < 0,05$  artinya ada pengaruh variabel Keunggulan Bersaing secara signifikan terhadap kinerja perusahaan pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan : **Keunggulan Bersaing berpengaruh terhadap kinerja perusahaan , dapat didukung.**

### 2. Interpretasi Persamaan Regresi

a = konstanta adalah sebesar 2,262, artinya jika tidak ada perubahan variabel Keunggulan Bersaing maka besarnya kinerja perusahaan akan sebesar 2,262 satuan.

B = Variabel Keunggulan Bersaing (Z) mempengaruhi kinerja perusahaan dengan koefisien BETA positif sebesar 0,475. Adanya pengaruh positif sebesar 0,475 ini menunjukkan bahwa jika meningkat satu-satuan Keunggulan Bersaing pada UKM Tenun Di Desa Gamplong,



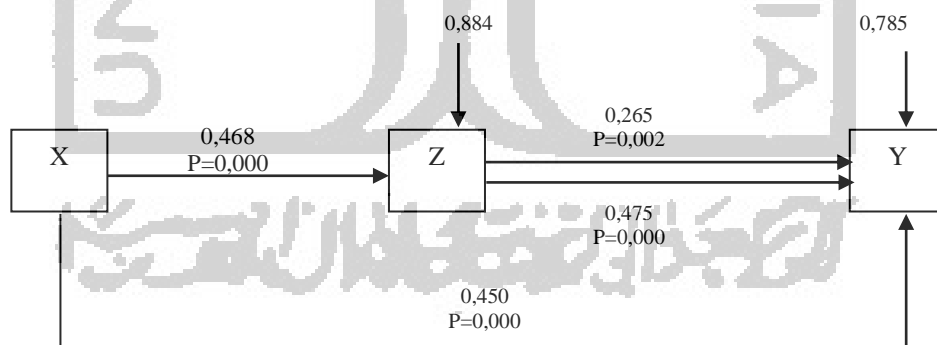
Sumber Rahayu Moyudan Sleman maka variabel kinerja meningkat sebesar 0,475.

### 3. Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi (*R square*) pengaruh Keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan sebesar 0,262. Hasil ini dapat diartikan bahwa kinerja perusahaan dapat dijelaskan sebesar 22,6% oleh variabel Keunggulan bersaing dan sisanya sebesar 71,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

#### 4.3.4. Model Diagram Jalur

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda dan analisis regresi linier sederhana maka dapat digambarkan diagram jalur sebagai berikut:



Gambar 4.2. Diagram Jalur Model Penelitian

Dari hasil analisis jalur dapat ditentukan besarnya pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung sebagai berikut :

- a) Pengaruh langsung X ke Z = 0,468

- b) Pengaruh langsung Z ke Y = 0,265
- c) Pengaruh tidak langsung X ke Z ke Y =  $0,468 \times 0,265 = 0,124$
- d) Pengaruh langsung X ke Y = 0,450
- e) Pengaruh Total =  $0,450 + 0,124 = 0,574$

Berdasarkan gambar diagram jalur dapat diketahui bahwa pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing secara signifikan terbukti. Hal ini dibuktikan dengan koefisien jalur (Beta) sebesar 0,468 dan  $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ . Begitu juga dengan pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan terbukti signifikan, dengan koefisien jalur (beta) sebesar 0,265 dan  $\text{sig} = 0,002 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa Keunggulan bersaing berpengaruh secara tidak langsung terhadap Kinerja Perusahaan dengan koefisien jalur tidak langsung sebesar 0,124. Hasil uji sobel test menunjukkan bahwa Z hitung sebesar 2,8699 dan sig sebesar  $0,0041 < 0,05$ , maka peran keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi atas pengaruh *Supplay Chain Management* terhadap kinerja perusahaan pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman terbukti secara signifikan.

Berdasarkan analisis jalur diatas maka hipotesis ketiga yang menyatakan “**Supply Chain Management berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi**” **didukung.**

#### 4.4. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis Regresi Linier Berganda di atas menunjukkan bahwa ada pengaruh secara signifikan variabel Keunggulan bersaing dan *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman. Hasil juga menemukan bahwa *Supply Chain Management* berpengaruh secara tidak langsung terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing. Hasil penelitian ini telah sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasil penelitian ini telah sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Li *et.al.*, (2006) dan Suharto dan Divie (2013) yang membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara Supply Chain Management terhadap keunggulan bersaing, Supply Chain Management terhadap kinerja perusahaan, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan.

#### **4.4.1. Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing**

Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti semakin baik manajemen rantai pasokan maka keunggulan bersaing semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Suhong Li *et.al.*, (2006), Suharto dan Devie (2013), Anatan (2010), dan penelitian Pratama (2015) menemukan bahwa *Supply Chain Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Manajemen Rantai Pasokan merupakan seperangkat pendekatan agar dapat mengefisienkan integrasi supplier, manufaktur, gudang dan penyimpanan, agar suatu barang yang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, dalam lokasi yang tepat, dalam waktu yang tepat, untuk meminimalkan biaya dan

memberikan layanan lebih kepada pelanggan. Tujuan yang hendak dicapai dari setiap supply chain adalah untuk memaksimalkan nilai yang dihasilkan secara keseluruhan. Supply chain yang terintegrasi akan meningkatkan keseluruhan nilai yang dihasilkan oleh supply chain tersebut sehingga mampu bersaing di pasar.

#### **4.4.2. Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan**

Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan. Hal ini berarti semakin baik keunggulan bersaing maka kinerja perusahaan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Suhong Li *et.al.*, (2006), Suharto dan Devie (2013) dan Pratama (2015) yang menemukan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Suatu perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing mempunyai makna perusahaan, memiliki kapabilitas dan mampu bersaing pada satu atau lebih kapabilitas berikut dibandingkan pesaingnya: harga lebih rendah, kualitas lebih tinggi, waktu pengiriman lebih cepat. Kapabilitas-kapabilitas tersebut akan meningkatkan kinerja perusahaan secara menyeluruh (Mentzer et al., 2000). Keunggulan Bersaing akan membawa pada peningkatan kinerja perusahaan secara menyeluruh dan kinerja rantai pasokan. Dengan kata lain, keunggulan Bersaing akan membawa dampak pada peningkatan kinerja perusahaan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, dan efektivitas hubungan antar perusahaan dalam rantai pasokan khususnya terkait dengan reliabilitas, responsiveness, fleksibilitas, biaya, dan aset (Anatan, 2010). Perusahaan yang mampu menawarkan barang

dengan harga lebih rendah dibanding pesaing dan kualitas lebih tinggi akan mampu mendorong penjualan, sehingga profit margin dan return on investment dapat ditingkatkan juga. Perusahaan dengan inovasi produk dan waktu pengiriman yang cepat mampu meningkatkan pangsa pasar dan penjualan yang memiliki makna bahwa perusahaan memiliki tingkat responsif, fleksibilitas, dan reliabilitas yang tinggi sehingga kemampuan untuk meningkatkan aset perusahaan lebih tinggi (Anatan, 2010).

#### **4.4.3. Pengaruh keunggulan bersaing Dalam Memediasi Hubungan *Supply Chain Management* Terhadap kinerja perusahaan**

Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan keunggulan bersaing dalam memediasi pengaruh Praktek *Supply chain* terhadap Kinerja Perusahaan. Hal ini berarti semakin baik keunggulan bersaing telah mampu memediasi hubungan antara *Supply Chain Management* terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Suhong Li *et.al.*, (2006) menemukan bahwa keunggulan bersaing merupakan mediator yang signifikan atas hubungan SCM dengan kinerja perusahaan.

Model konsep rantai pasokan yang dikembangkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa praktik-praktik manajemen rantai pasokan mempunyai dampak secara tidak langsung terhadap kinerja rantai pasokan (Suhong Li *et.al.*, 2006, Suharto dan Devie (2013). Praktik-praktik manajemen rantai pasokan diharapkan dapat meningkatkan kinerja rantai pasokan secara menyeluruh setelah mampu memiliki keunggulan bersaing. Misalnya strategi membangun kemitraan dengan pemasok memiliki pengaruh langsung terhadap biaya dan tingkat respon

terhadap kebutuhan konsumen (Carr & Person, 1999), praktik-praktik hubungan dengan konsumen juga memiliki pengaruh terhadap tingkat responsif perusahaan terhadap kebutuhan konsumen (De Toni & Nassimbeni, 2000). Makin tingginya *level information sharing* akan mengakibatkan makin rendahnya biaya (Lin, Huang, & Lin, 2002).

