

**PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* (MANAJEMEN RANTAI PASOKAN)
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN UMKM USAHA DAGANG BAHAN
BANGUNAN KABUPATEN SLEMAN**

JURNAL



Nama : Ardin Nashrullah

Nomor Mahasiswa : 15311374

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2019

**PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (MANAJEMEN RANTAI PASOKAN)
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN UMKM USAHA DAGANG BAHAN
BANGUNAN KABUPATEN SLEMAN**

Ardin Nashrullah

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

Email: ardin.nashrullah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan pada UMKM usaha dagang bahan bangunan yang berada di Kabupaten Sleman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pembagian informasi terhadap kinerja perusahaan, hubungan jangka panjang terhadap kinerja perusahaan, kerjasama terhadap kinerja perusahaan, proses integrasi terhadap kinerja perusahaan pada UMKM usaha dagang bahan bangunan Kabupaten Sleman. Responden dalam penelitian ini berjumlah 90 orang secara acak baik pemilik atau karyawan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Data di analisis menggunakan perangkat lunak SPSS Subscription.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif secara signifikan dari pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama, dan proses integrasi terhadap kinerja perusahaan secara simultan. Secara parsial hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kerjasama tidak berpengaruh signifikan.

Kata Kunci : pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama, proses integrasi

ABSTRACT

This study discusses the influence of supply chain management on company performance in the MSME trade business in building materials located in Sleman Regency. The purpose of this study was to determine the effect of information sharing on company performance, long-term relationship to company performance, cooperation on company performance, the process of integration of company performance in the SMEs of the building material trading business in Sleman Regency. Respondents in this study amounted to 90 people randomly either owner or employee. The data collection method used was a questionnaire. Data were analyzed using SPSS Subscription software.

The results of this study indicate that there is a significant positive effect of information sharing, long-term relationships, cooperation, and the process of integration on company performance simultaneously. Partially the results of this study indicate that the cooperation variable has no significant effect.

Keywords : information sharing, long-term relationship, cooperation, process integration

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan persaingan bisnis pada era modern ini menciptakan berbagai kebutuhan konsumen yang semakin meningkat. Perusahaan berupaya memenuhi

kebutuhan tersebut dengan meningkatkan produktivitas, pelayanan yang cepat dan mudah, inovasi-inovasi baru agar tetap unggul dan bertahan di pasar. Perusahaan perlu mengetahui produk-produk yang disukai oleh konsumen.

Salah satu cara untuk memenuhi permintaan konsumen dengan mengelola rantai pasokan. Mengelola rantai pasokan akan menjadikan perusahaan selalu dapat memenuhi permintaan konsumen yang beragam. Selain dapat memenuhi jumlah barang, juga dapat mengetahui produk-produk yang disukai oleh konsumen.

Selanjutnya menurut Ariani (2013) pentingnya kerja sama supplier dengan perusahaan yang dibina dengan baik semakin disadari perusahaan, tidak hanya untuk kepentingan jangka pendek tetapi untuk kepentingan jangka panjang. Keuntungan jangka panjang yang dirasakan perusahaan jika kondisi ketika perusahaan membutuhkan pengiriman jangka panjang untuk kebutuhan mendesak, supplier dengan segera dapat memenuhi permintaan tersebut. Hubungan yang baik juga memberikan keuntungan dari ongkos pengiriman yang stabil, sehingga dapat mengurangi biaya secara lebih efisien. Supply Chain Management (SCM) adalah integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, perubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan (Heizer dan Render, 2004).

Supply Chain Management merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian berbagai organisasi yang lebih efisien dari supplier, manufaktur, distributor, retailer, dan customer. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai cost dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai service level yang diinginkan (Levi et al, 2000).

Ada empat elemen SCM yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Elemen itu adalah Information Sharing, Longterm Relationship, Cooperation, dan Process Integration yang dapat sebagai elemen mewakili analisis pengaruh yang disebabkan SCM terhadap kinerja perusahaan.

Menurut Rahadi (2012), perusahaan dalam mengimplementasikan Supply Chain Management (SCM), bertujuan untuk meningkatkan daya saing yang diwujudkan dalam peningkatan kinerja operasional. Pembagian informasi (Information sharing) merupakan elemen penting dalam supply chain management, karena dengan adanya pembagian informasi yang transparan dan akurat dapat mempercepat proses rantai pasokan mulai dari supplier sampai ke pasar atau ke tangan konsumen. Hubungan jangka panjang (Long Term Relationship) bisa tercipta dengan adanya hubungan yang berkesinambungan antara semua pihak yang terlibat dalam supply chain management, dan dengan kerjasama (Cooperation) yang baik dan saling menguntungkan hal tersebut dapat dilakukan. Selanjutnya adalah proses yang terintegrasi (Process integration) dari penggabungan keseluruhan semua kegiatan yang ada di manajemen rantai pasokan agar semua kegiatan berjalan dengan lancar.

UMKM menguasai 99% kegiatan bisnis di Indonesia. Adapun salah satu permasalahan dari UMKM yaitu permasalahan pada produktivitas. Sebagian dari pelaku UMKM tidak berkenan untuk merubah cara-cara yang selama ini dijalani. Padahal kemajuan dunia tak bisa di bendung lagi. Banyak proyek-proyek pembangunan dan renovasi perumahan

yang ada di Indonesia. Karenanya perlu untuk menyediakan produk yang dibutuhkan untuk menjalankan proyek. Hal ini merupakan peluang bagi pelaku UMKM yang bergerak di bidang dagang bahan bangunan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh manajemen rantai pasok pada UMKM dan dampaknya terhadap kinerja perusahaan. Pada penelitian ini penulis berfokus pada UMKM Dagang Bahan Bangunan di Kabupaten Sleman.

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawan (2018) memiliki tujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh dari variable independent yaitu pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama, dan proses integrasi terhadap variabel dependen yaitu kinerja operasional (Studi Pada Careffour Ambarukmo Plaza Yogyakarta). Populasi pada penelitian ini sejumlah 30 karyawan. Sampel yang diambil merupakan seluruh populasi yang ada karena menggunakan teknik sampling jenuh. Penelitian dan pengolahan data menggunakan analisis linier berganda dengan alat pengolahan data SPSS. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama, proses integrasi berpengaruh positif terhadap kinerja operasional Careffour Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

Suhong Li, Bhanu ragu-nathan, T.S Ragu-Nathan, S. Subba Rao (2006) dalam penelitiannya yang berjudul "The Impact Of Supply chain Management Practices On Competitive Advantage And Organizational Performance". Tujuan penelitian ini adalah menguji hubungan supply chain management terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Penelitian ini mengusulkan praktik SCM yaitu Strategy supplier partnership, Customer relationship, Level of Information sharing, Quality of information sharing dan Propostmen. Sedangkan keunggulan bersaing price, quality, delivery dependability, product innovation dan time to market. Dan kinerja organisasi dengan dimensi market performance dan financial performance. Metode yang digunakan yaitu dengan data yang dikumpulkan sebanyak 196 organisasi yang menggunakan supply chain management. Kemudian instrumen diuji statistik dengan convergen validity, discriminant validity, reability, and the validation of second-order construct. Hasil penelitian supply chain management dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja organisasi, dan keunggulan kompetitif berdampak positif bagi organisasi.

Pada penelitian Santi (2018) memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara supply chain management terdapat keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan pada UKM industri kuliner di Kabupaten Sleman. Variabel Supply Chain Management di ukur dari beberapa indikator yaitu strategy supplier partnership, customer relationship, dan information sharing. Variabel keunggulan bersaing di ukur dari 5 indikator yaitu price, quality, delivery dependability, product innovation, time to market. Sedangkan variabel kinerja perusahaan di ukur dari 2 indikator yaitu kinerja operasional dan kinerja keuangan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner dan responden yang dijadikan sampel sebanyak 93 UKM. Metode analisis yang digunakan regresi linier berganda dengan menggunakan alat pengolahan data SPSS 20. Penelitian ini berhasil membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara supply chain management terhadap keunggulan bersaing, supply chain

management terhadap kinerja perusahaan, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan.

LANDASAN TEORI

Information Sharing

Information sharing atau pembagian informasi merupakan intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya untuk saling berbagi informasi kepada partner berkaitan dengan strategi-strategi bisnis Bersama (Ariani, 2013). Gambaran dari variable ini dapat diukur dari unsur utama pembagian informasi yaitu, pembagian informasi yang kontinyu secara efisien mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja.

Long-term Relationship

Long-term relationship atau hubungan jangka panjang merupakan kolaborasi yang kuat dalam konteks value chain atau supply chain melalui hubungan antara perusahaan dan pemasok (Kanter dan Lesatri, 2009). Hubungan kerjasama jangka panjang antara toko dengan pemasok dalam lingkungannya dapat diukur dari komunikasi, loyalitas, dan kepercayaan.

Cooperation

Kerjasama merupakan sebuah situasi yang ditandai ketika beberapa pihak bekerja bersama-sama untuk meraih tujuan yang menguntungkan bersama. Kerjasama yang efektif adalah suatu keinginan untuk mengembangkan hubungan yang akan menghasilkan trust dan komitmen. Para pemasok dan perusahaan perlu mengetahui bagaimana kerjasama dikembangkan dan mempertahankannya untuk menjalani hubungan kolaboratif jangka panjang yang memuaskan. Aktivitas yang kooperatif merupakan alat utama bagi setiap perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan outcomes (Ariani, 2013).

Process Integration

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 proses transfer dari *supplier* sampai ke pelanggan akhir untuk mengoperasikan aliran informasi, pengetahuan, peralatan, dan asset fisik (Ariani, 2013). Integrasi dalam rantai pasok 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 (Fitrianto, 2016).

Kinerja Perusahaan

Untuk mengetahui standarisasi pencapaian yang diperoleh organisasi yang sesuai dengan visi dan misi yang dianut, maka perlu adanya kinerja yang memuaskan. "*Performance is: (1) the process or manner of performing, (2) a notable action or achievement, (3) the performing of a play or other entertainment*" (Goyal dalam Rahmasari, 2011). Ariani (2013) menjelaskan bahwa kinerja perusahaan adalah sesuatu yang dihasilkan perusahaan dalam masa

periode tertentu dengan merujuk pada standar yang telah ditentukan. Kinerja perusahaan merupakan hasil yang dapat diukur dan ditentukan dengan menunjukkan kondisi empirik perusahaan dari berbagai ukuran yang ditetapkan. Kinerja usaha merujuk pada seberapa banyak perusahaan berorientasi pada pasar serta tujuan keuntungan.

HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan dari latar belakang, tujuan penelitian, rumusan masalah, dan landasan teori, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

H₁: *Information Sharing* Berpengaruh Signifikan terhadap Kinerja Perusahaan

H₂: *Long-term Relationship* Berpengaruh Signifikan terhadap Kinerja Perusahaan

H₃: *Cooperation* Berpengaruh Signifikan terhadap Kinerja Perusahaan

H₄: *Process Integration* Berpengaruh Signifikan terhadap Kinerja Perusahaan

METODOLOGI PENELITIAN

Variabel Penelitian

Menurut Sekaran (2011), variabel penelitian adalah suatu atribut untuk membedakan nilai. Nilai pun berbeda dalam definisinya yang membedakan suatu aspek berdasarkan objek dan waktu untuk kemudian diambil pokok pemikirannya.

Populasi dan Sampel

Menurut Sekaran (2006), sampel adalah sebagian dari populasi. Populasi pada penelitian ini adalah UMKM dagang bahan bangunan di Kabupaten Sleman. Sampel akan diambil berjumlah 90 UMKM di Kabupaten Sleman. Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan instrument berupa kuesioner.

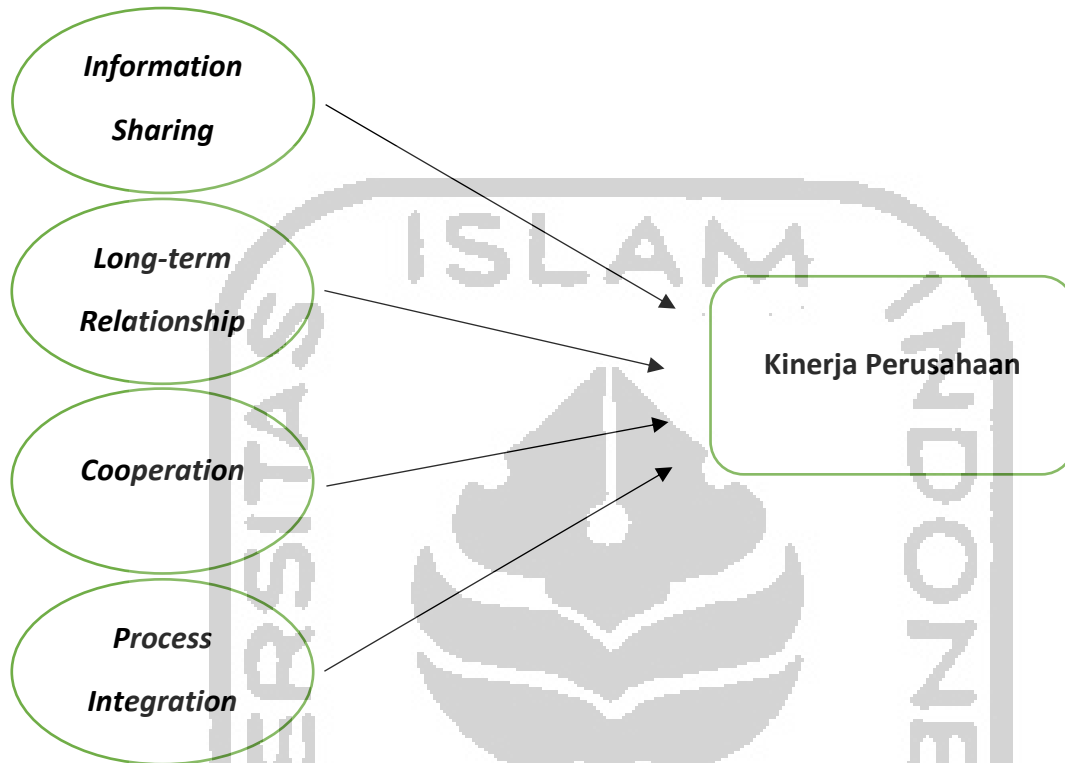
Metode Penelitian

Metode pengumpulan data primer ini dilakukan dengan kuesioner yang diberikan kepada pemilik atau karyawan yang bertanggung jawab pada UMKM dagang bahan bangunan. Kuesioner ini berisi sejumlah pertanyaan sebagai penjabaran dari indikator-indikator variabel yang ada. Untuk mengukur variable-variabel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Ghozali 2013:47). Alat ukur yang digunakan adalah kuesioner yang akan diuji validitas dan realibitasnya. Untuk masing-masing responden mempunyai 5 alternatif jawaban (skala likert). Masing-masing prioritas dari kelima point tersebut, yaitu:

1. Sangat Setuju (SS) : diberi nilai 5
2. Setuju (S) : diberi nilai 4
3. Cukup Setuju (CS) : diberi nilai 3
4. Tidak Setuju (TS) : diberi nilai 2

5. Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi nilai 1

Kerangka Pemikiran



HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif Variabel

Information Sharing (X1)

Secara keseluruhan responden menyatakan baik pada variabel *information sharing* dengan rata-rata sebesar 4,02. Pendapat tertinggi terjadi pada item informasi mengenai aspek produk dan bahan dasar dapat membantu pemasok dan pelanggan dengan jumlah mean sebesar 4,13 dalam kategori baik dan yang terendah terjadi pada item perusahaan kami selalu bertukar informasi dengan karyawan Gudang secara berkesinambungan baik formal maupun informal dengan nilai mean sebesar 3,90 masih dalam kategori baik.

Tabel 4.1
Information Sharing (X1)

No	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Perusahaan kami selalu membagi informasi kepada pemasok mengenai aspek produk, dan bahan/barang yang dijual.	4,03	Baik
2	Perusahaan kami selalu bertukar informasi dengan pemasok secara berkesinambungan baik formal maupun informal.	3,90	Baik

3	Informasi mengenai aspek produk, dan bahan dasar, dapat membantu pemasok dan pelanggan.	4,13	Baik
4	Pengiriman informasi mengenai permintaan barang dapat dilakukan dengan mudah.	4,00	Baik
	Mean Total	4,02	Baik

Sumber : Data Primer diolah 2019

Long-term Relationship(X2)

Secara keseluruhan responden menyatakan baik pada variabel *long-term relationship* dengan rata-rata sebesar 4,06. Pendapat tertinggi terjadi pada item perusahaan kami selalu berhubungan timbal balik jangka panjang dengan jumlah mean sebesar 4,18 dalam kategori baik dan yang terendah terjadi pada item hubungan jangka panjang merupakan investasi antara perusahaan kami dengan pemasok dengan nilai mean sebesar 3,90 masih dalam kategori baik.

Tabel 4.2
Longterm Relationship

No	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Perusahaan kami selalu menjalin hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok.	4,18	Baik
2	Permintaan produk jangka panjang menjadi dasar hubungan aliansi antara usaha kami dengan pemasok.	3,99	Baik
3	Hubungan jangka panjang merupakan investasi antara perusahaan kami dengan pemasok.	3,90	Baik
4	Perusahaan kami sering menjalin hubungan timbal balik dengan pelanggan.	4,17	Baik
	Mean Total	4,06	Baik

Sumber : Data Primer diolah 2019

Cooperation(X3)

Secara keseluruhan responden menyatakan baik pada variabel *cooperation* dengan rata-rata sebesar 3,78. Pendapat tertinggi terjadi pada item kerjasama antara perusahaan kami dan pemasok dapat meningkatkan hubungan berkelanjutan dengan jumlah mean sebesar 3,97 dalam kategori baik dan yang terendah terjadi pada item perusahaan kami dan pemasok bekerja sama dalam melakukan perencanaan dan peramalan penjualan dengan nilai mean sebesar 3,60 masih dalam kategori baik.

Tabel 4.3
Cooperation (X₃)

No	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Perusahaan kami dan pemasok bekerja sama dalam melakukan perencanaan dan peramalan penjualan.	3,60	Baik
2	Kerjasama antara perusahaan kami dan pemasok ditetapkan berdasarkan kondisi yang objektif.	3,84	Baik
3	Kerjasama antara perusahaan kami dan pemasok dapat meningkatkan hubungan berkelanjutan.	3,97	Baik
4	Perusahaan kami dan pemasok bekerjasama dalam membangun usaha.	3,71	Baik
	Mean Total	3,78	Baik

Sumber : Data Primer diolah 2019

Process Integration(X₄)

Secara keseluruhan responden menyatakan baik pada variabel *process integration* dengan rata-rata sebesar 4,07. Pendapat tertinggi terjadi pada item aktifitas logistik merupakan aktifitas yang terkoordinasi antara perusahaan kami dengan karyawan dengan jumlah mean sebesar 4,21 dalam kategori sangat baik dan yang terendah terjadi pada item pemenuhan kebutuhan barang dapat dipenuhi pemasok dengan baik dengan nilai mean sebesar 3,86 masih dalam kategori baik.

Tabel 4.4
Process Integration (X₄)

No	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Aktifitas logistik merupakan aktifitas yang terkoordinasi antara perusahaan kami dengan karyawan.	4,21	Sangat Baik
2	Aktifitas logistik perusahaan kami memiliki integrasi yang baik dengan pemasok.	4,13	Baik
3	Pemasok selalu memberikan barang dengan kualitas baik.	4,06	Baik
4	Pemenuhan kebutuhan barang dapat dipenuhi pemasok dengan baik.	3,86	Baik
	Mean Total	4,07	Baik

Sumber : Data Primer diolah 2019

Kinerja Perusahaan(Y)

Secara keseluruhan responden menyatakan baik pada variabel kinerja perusahaan dengan rata-rata sebesar 3,97. Pendapat tertinggi terjadi pada item konsumen puas dengan pelayanan yang ada di perusahaan saya dengan jumlah mean sebesar 4,31 dalam

kategori sangat baik dan yang terendah terjadi pada item tingkat kehabisan stok barang yang ditawarkan perusahaan kami tinggi dengan nilai mean sebesar 3,52 masih dalam kategori baik.

Tabel 4.5
Kinerja Perusahaan (Y)

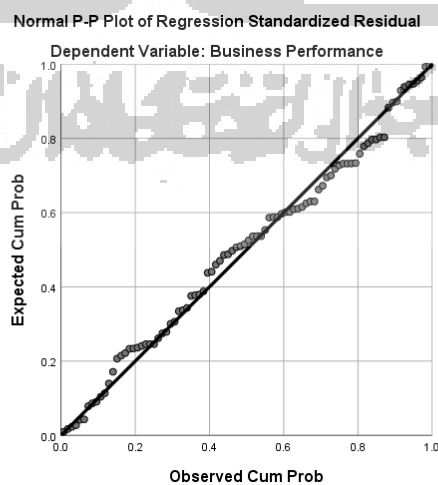
No	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Tingkat kehabisan stok barang yang ditawarkan perusahaan kami tinggi.	3,52	Baik
2	Permintaan konsumen terhadap barang tinggi.	3,90	Baik
3	Jumlah barang yang cacat dalam perusahaan kami rendah.	3,88	Baik
4	Kualitas barang dari pemasok baik.	4,00	Baik
5	Barang selalu tersedia di distributor/pemasok.	3,66	Baik
6	Biaya order ke distributor rendah jika pembelian dalam jumlah yang banyak.	4,23	Sangat Baik
7	Perputaran persediaan tinggi.	3,64	Baik
8	Komplain dari konsumen rendah.	4,14	Baik
9	Konsumen puas dengan produk dari pemasok yang dijual di perusahaan kami.	4,33	Sangat Baik
10	Konsumen puas dengan pelayanan yang ada di perusahaan saya.	4,39	Sangat Baik
	Mean Total	3,97	Baik

Sumber : Data Primer diolah 2019

2. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik (statistik inferensial). Hasil pada pengujian menghasilkan asymptotic significance lebih besar dari 0,05.

Gambar 4.1
Normal P-Plot



Gambar 4.1 menampilkan bahwa titik-titik bergerak mengikuti garis diagonal atau berdistribusi normal, maka model regresi layak digunakan.

3. Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik adalah model yang tidak terdapat permasalahan hubungan antar variabel independen atau uji multikolinieritas. Nilai VIF dan tolerance menjadi alat ukur untuk menilai ada tidaknya masalah multikolinieritas. Apabila nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,10, sehingga maka tidak ada gejala multikolinieritas. Tabel 4.1 menampilkan hasil uji multikolinieritas.

Tabel 4.6
Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

<i>Coefficients^a</i>			
Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	VIF
1	<i>Information Sharing</i>	.359	2.785
	<i>Longterm Relationship</i>	.356	2.808
	<i>Cooperation</i>	.869	1.150
	<i>Process Intergration</i>	.680	1.471

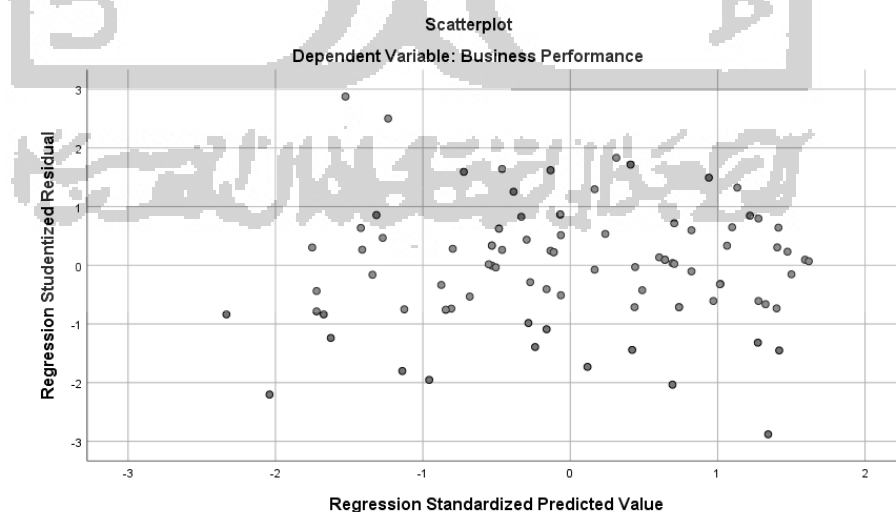
Sumber : Data Primer diolah 2019

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Analisis asumsi klasik pada uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *scatter plot* nilai residual variabel dependen. Pengambilan kesimpulan diketahui dari memperhatikan sebaran plot data. Jika sebaran data tidak mengumpul di satu sudut / bagian maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga dikatakan data adalah homogen. Hasil pengujian Heteroskedastisitas dapat ditunjukkan pada gambar 4.2, berikut: Gambar 4.2 menampilkan hasil uji heteroskedastisitas.

Gambar 4.2
Scatterplot



Berdasarkan Gambar 4.2 terlihat data residual berupa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model

regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yaitu variance residual dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap (homoskedastisitas).

Hasil Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari *information sharing*, *longterm relationship*, *cooperation*, *process integration*, dan *kinerja perusahaan*. Tabel 4.3 menampilkan hasil regresi linier berganda.

Tabel 4.7
Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi	t hitung	Sig (p-value)
Konstanta	11,583		
<i>Information Sharing</i> (X1)	0,517	2,193	0,031
<i>Long-term Relationship</i> (X2)	0,504	2,314	0,023
<i>Cooperation</i> (X3)	0,152	0,974	0,333
<i>Process Integration</i> (X4)	0,572	3,086	0,003
F hitung		25,467	
Sig-F		0,000	
Adjusted R ²		0,524	

Sumber : Data Hasil Regresi, 2019

Model persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 11,583 + 0,517X_1 + 0,504X_2 + 0,152X_3 + 0,572X_4 + e$$

2. Uji F (Simultan)

Uji F ditujukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau serentak variabel independent terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan 0,05 atau 5%. Berikut ini prosedur uji F.

Tabel 4.13 menunjukkan hasil nilai F hitung sebesar 25,467 dan sig-F (p-value) sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi 0,05 atau 5%, maka hasil tersebut signifikan karena nilai p-value (0,000) < 0,05 sehingga dapat disimpulkan *information sharing*, *long-term relationship*, *cooperation*, dan *process integration* berpengaruh secara serentak dan signifikan terhadap *business performance*.

3. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5%. Berikut ini prosedur Uji T.

Pengujian Variabel Information Sharing (X1)

Tabel 4.13 dihasilkan nilai koefisien regresi 0,517 dan t hitung 2,193. Pada t tabel yaitu 1,988, maka hasil tersebut signifikan karena t hitung (2,193) > t tabel (1,988) sehingga dapat disimpulkan *information sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan sehingga hipotesis pertama didukung.

Pengujian Variabel Long-term Relationship (X2)

Tabel 4.13 dihasilkan nilai koefisien regresi 0,504 dan t hitung 2,314. Pada t tabel yaitu 1,988, maka hasil tersebut signifikan karena t hitung (2,314) > t tabel (1,988) sehingga dapat disimpulkan *long-term relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan sehingga hipotesis kedua didukung.

Pengujian Variabel Cooperation (X3)

Tabel 4.13 dihasilkan nilai koefisien regresi 0,152 dan t hitung 0,974. Pada t tabel yaitu 1,988, maka hasil tersebut tidak signifikan karena t hitung (0,974) < t tabel (1,988) sehingga dapat disimpulkan *cooperation* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan sehingga hipotesis ketiga tidak didukung.

Pengujian Variabel Process Integration (X4)

Tabel 4.13 dihasilkan nilai koefisien regresi 0,572 dan t hitung 3,086. Pada t tabel yaitu 1,988, maka hasil tersebut signifikan karena t hitung (3,086) > t tabel (1,988) sehingga dapat disimpulkan *process integration* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan sehingga hipotesis keempat didukung.

Elemen SCM Paling Berpengaruh

Tabel 4.13 memperlihatkan nilai-nilai koefisien regresi dari semua elemen SCM, dapat disimpulkan bahwa elemen yang paling berpengaruh secara dominan yaitu variabel *process integration* dengan memiliki nilai regresi sebesar 0,572.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pengaruh *information sharing* terhadap kinerja perusahaan

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa pemilihan supplier berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil ini berarti peningkatan pemilihan supplier akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Keberhasilan supply chain sangat tergantung kepada sistem informasinya, dengan adanya informasi partner bisnis dalam rantai pasok dapat diperhitungkan (Pujawan dan Mahendrawathi, 2010). Kurangnya koordinasi dari pihak-pihak yang terlibat dalam supply chain akan menimbulkan distorsi Informasi yang disebut dengan fenomena bullwhip effect (Parwati dan Andrianto, 2009). Sedangkan Bullwhip Effect itu sendiri didefinisikan oleh Susilo (2008) sebagai peningkatan variabilitas permintaan yang terjadi pada setiap level supply chain sebagai akibat adanya distorsi informasi.

Hasil ini sesuai penelitian Fitrianto dan Sudaryanto (2016) yang membuktikan pembagian informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Pengaruh Long-term Relationship terhadap Kinerja Perusahaan

Hubungan antara supplier, customer, dan perusahaan, harus dikelola dengan baik dan selalu ditingkatkan agar terjalin hubungan yang berkelanjutan dan supplier ikut bertanggungjawab terhadap kualitas produk 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 customer sangat diperlukan agar mencapai efisiensi dalam kinerja perusahaan (Rahmasari, 2011).

Kanter dalam Lesatri (2009) mengungkapkan bahwa hubungan perusahaan dengan pemasok merupakan kolaborasi yang paling kuat dalam konteks value chain atau supply chain. Dalam hal ini, pemasok berperan untuk menyediakan material atau bahan input yang digunakan oleh perusahaan. Kualitas material dan kemampuan dalam pendistribusian material tersebut tergantung pada kinerja pemasok yang selanjutnya berpengaruh pada kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Rachmawan (2018) yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa variabel hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Pengaruh Cooperation terhadap Kinerja Perusahaan

Indrajit dan Djokopranoto (2002) mengatakan, Kerjasama (cooperation) merupakan salah satu alternatif yang terbaik dalam melakukan manajemen supply chain 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 tidak akan bisa tercapai tanpa adanya kerjasama yang baik.

Kerjasama merupakan sebuah situasi yang ditandai ketika beberapa pihak bekerja bersama-sama untuk meraih tujuan yang menguntungkan bersama. Kerjasama yang efektif adalah suatu keinginan untuk mengembangkan hubungan yang akan menghasilkan trust dan komitmen. Para pemasok dan perusahaan perlu mengetahui bagaimana kerjasama dikembangkan dan mempertahankannya untuk menjalani hubungan kolaboratif jangka panjang yang memuaskan. Aktivitas yang kooperatif merupakan alat utama bagi setiap perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan outcomes (Bujang, 2007). Pentingnya kerjasama supplier dengan perusahaan yang dibina dengan baik semakin disadari perusahaan, tidak hanya untuk kepentingan dalam jangka pendek tetapi juga untuk jangka panjang. Perusahaan dapat memperoleh banyak keuntungan dari kerjasama jangka panjang. Hal ini dirasakan dalam kondisi ketika perusahaan membutuhkan kiriman bahan baku untuk kebutuhan mendesak, supplier dapat segera memenuhi permintaan tersebut, karena hubungan yang telah terbina dengan baik selama ini. Hubungan baik supplier dengan perusahaan juga akan memberikan keuntungan pada ongkos pengiriman yang stabil, sehingga dapat mengurangi biaya secara lebih

efisien (Rahardian, 2011). Variabel ini berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan namun tidak berpengaruh secara signifikan dalam penelitian ini.

Pengaruh *Process Integration* terhadap Kinerja Perusahaan

Suatu integrasi harus dapat dicapai bagi organisasi atau perusahaan yang berada pada jaringan manajemen rantai pasok dan seluruh mata rantai pengadaan barang. Tujuan dari manajemen rantai pasok 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 di setiap rantai nilai, memfasilitasi pengambilan keputusan, memungkinkan terjadinya penciptaan nilai dan proses transfer dari supplier sampai ke pelanggan akhir untuk mengoperasikan aliran informasi, pengetahuan, peralatan, dan asset fisik (Hamidin dan Surendro, 2010). 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 (Cousineau et al dalam Setiawan dan Rahardian, 2005). 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, ketergantungan dan berbagi proses utama (Hamidin dan Surendro, 2010).

Hasil ini sesuai dengan penelitian Rachmawan (2018) yang membuktikan proses integrasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa *information sharing* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil ini berarti peningkatan *information sharing* akan meningkatkan kinerja perusahaan.
- b. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa *long-term relationship* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil ini berarti peningkatan *long-term relationship* akan meningkatkan kinerja perusahaan.
- c. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa *cooperation* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil ini berarti peningkatan *cooperation* tidak akan meningkatkan kinerja perusahaan.

- d. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa process integration berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil ini berarti peningkatan *process integration* akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Saran

Saran yang diberikan kepada pelaku usaha dagang bahan bangunan berdasarkan kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya pengaruh information sharing, long-term relationship, cooperation, process integration terhadap kinerja perusahaan secara serentak, maka pelaku perlu mempertimbangkan factor-faktor tersebut untuk meningkatkan kegiatan kesuksesan SCM.
2. Dari hasil analisis deskriptif dapat disimpulkan bahwa cooperation merupakan variabel yang dinilai responden paling rendah dalam mempengaruhi kinerja perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan harus meningkatkan kemampuan dalam bekerjasama dengan cara meningkatkan diskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan, kerjasama ditetapkan berdasarkan kondisi yang obyektif, meningkatkan hubungan berkelanjutan.
3. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya meneliti dari sudut pandang pemilik dan karyawan yang dinilai mengetahui aktifitas SCM yang ada dalam perusahaannya. Hal ini didukung dengan penelitian Santi (2018) dimana sampel dalam penelitian mengambil dari pemilik dan karyawan saja yang dinilai mengetahui aktifitas SCM.

Daftar Pustaka

- Ariani, Desi., B. M Dwiyanto. (2013). Analisis pengaruh SCM terhadap Kinerja perusahaan (Studi pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatra Barat). Diponegoro Journal of Management. Vol 2 (3). Hal :1-10
- Bujang. (2007). Pengujian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Trust dan Komitmen dalam Hubungan antara Pemasok dan Perusahaan. Journal Optimal. Vol 1, No.1.
- Daft, R. (2003). Management, Mason: South-Western College Pub.
- Fitrianto, Ahmad Yudha, Budi Sudaryanto. (2016). Pengaruh Supply Chain Management terhadap Kinerja Operasional Outlet (Studi pada Counter Handphone yang terdaftar di PT. Multikom Indonesia Cabang Semarang). Diponegoro Journal of Management. Vol 5 (2). Hal: 1-11
- Ghozali, Imam. (2013). Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer, Jay, and Barry Render. (2005). Operation Management, Seventh Edition, Pearson Pretince Hall Inc. USA

- Indrajit, Richardus dan Djokopranoto. (2002). Konsep Manajemen Supply Chain. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Li, Suhong, Bhanu Ragu-Nathan, T.S Ragu-Nathan, Subba Rao, S. (2006). "The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance". Omega 34, The International Journal of Management Science 107-124
- Lestari, Purbasari Indah. (2009). Kajian Supply Chain Management: Analisis Relationship Marketing Antara Peternakan Pemulihan Farm dengan Pemasok dan Pelanggannya. Skripsi. Bogor: IPB.
- Levi, D. S., Sky, P. K & Levi, E. S. (2000). Designing And Managing The Supply Chain: Concept, Strategies, And Case Studies
- Pabundu Tika, Moh. (2010). Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan: Cetakan Ketiga. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Rachmawan, Bayu P.T. (2018). Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Carffour Ambarukmo Plaza). Skripsi. Yogyakarta: UII.
- Rahadi, Dedi Rianto. (2012). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan. Proceeding Seminar Sistem Produksi X.
- Santi, Sera Maya. (2018). Pengaruh Supply Chain Management (Scm) Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan Pada Ukm Industri Kuliner Kabupaten Sleman. Skripsi. Yogyakarta: UII
- Sekaran, Uma. 2011. Metode Penelitian untuk Binsis. Jakarta : Salemba Empat.
- Setiawan, A. I dan Rahardian, R. (2005). Pengaruh Pola Integrasi Supply Chain Management Terhadap Performa Perusahaan Pada Industri Jasa Makanan Di Surakarta. Jurnal Bisnis & Manajemen. Vol 5 No.1.
- Umar, Husein, (2002) Evaluasi Kinerja Bisnis, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yamit, Zulian. 2011. Manajemen Produksi & Operasi (Edisi Pertama). Yogyakarta: Ekonisia.