

**PENGARUH INTEGRASI *SUPPLY CHAIN (SCI)* TERHADAP KINERJA
BISNIS UMKM DI SLEMAN YOGYAKARTA PADA MASA PANDEMI
COVID-19**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nama : Evakuasi Ratu Adillia Islamy

Nomor Mahasiswa : 17311351

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

**PENGARUH INTEGRASI *SUPPLY CHAIN (SCI)* TERHADAP KINERJA
BISNIS UMKM DI SLEMAN YOGYAKARTA PADA MASA PANDEMI
COVID-19**

SKRIPSI

**Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh
gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan
Ekonomika, Universitas Islam Indonesia**



Disusun Oleh:

Nama : Evakuasi Ratu Adillia Islamy
Nomor Mahasiswa : 17311351
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 12 Juli 2021

Penulis,



Evakuasi Ratu Adillia Islamy

PENGARUH INTEGRASI *SUPPLY CHAIN (SCI)* TERHADAP KINERJA
BISNIS UMKM DI SLEMAN YOGYAKARTA PADA MASA PANDEMI
COVID-19

Nama : Evakuasi Ratu Adillia Islamy
Nomor Mahasiswa : 17311328
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 22 Juli 2021

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Drs. Zulian Yamit, M.Si

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PENGARUH INTEGRASI *SUPPLY CHAIN (SCI)* TERHADAP KINERJA BISNIS
UMKM DI SLEMAN YOGYAKARTA PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Disusun Oleh : **Evakuasi Ratu Adillia Islamy**

Nomor Mahasiswa : **17311351**

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal : Senin, 04 Oktober 2021

Penguji/Pembimbing Tugas Akhir : Drs. Zulian Yamit., M.Si

Penguji : Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

(QS Al Baqarah 216)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, kecuali mereka mengubah keadaan mereka sendiri.”

(QS Ar Ra'd 11)

الجامعة الإسلامية
الاستدراكية

ABSTRAK

Pada penelitian kali ini, dilakukan studi tentang peran integrasi supply chain dengan kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Sleman. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kinerja Bisnis, pengaruh Koordinasi Operasional terhadap Kinerja Bisnis dan mengetahui pengaruh Berbagi Informasi serta Koordinasi Operasional secara simultan terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM di Sleman Yogyakarta. Pengambilan data variabel penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 100 eksemplar pada UMKM di Kabupaten Sleman yang telah menerapkan praktik integrasi rantai pasokan (SCI). Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil penelitian menemukan bahwa 1) berbagi informasi mempunyai pengaruh secara signifikan positif terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Sleman, 2) koordinasi operasional mempunyai pengaruh secara signifikan positif terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Sleman serta berbagi informasi dan koordinasi operasional mempunyai pengaruh secara bersama - sama terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Sleman. Hasil ini memberikan implikasi bahwa berbagi informasi dan koordinasi operasional yang semakin baik akan dapat meningkatkan kinerja bisnis. Dengan demikian UMKM hendaknya memperhatikan dalam jadwal pengiriman, status order, dan berbagi perubahan yang dapat memengaruhi produksi maupun mitra usaha. Selain itu terkait ketersediaan bahan baku, target permintaan order dari konsumen, perubahan layanan, dan koordinasi pembuatan produk baru, sehingga perusahaan mampu bertahan pada perubahan lingkungan, meningkatkan profitabilitas, dan laba bersih.

Kata kunci: Integrasi Supply Chain, Berbagi Informasi, Koordinasi Operasional, Kinerja Bisnis, UMKM Kabupaten Sleman

ABSTRACT

In this research, a study was conducted on the role of supply chain integration with MSME business performance in Sleman Regency. This study aimed to determine the effect of Information Sharing on Business Performance, the effect of Operational Coordination on Business Performance and to determine the effect of simultaneous Information Sharing and Operational Coordination on Business Performance of MSMEs in Sleman Yogyakarta. Data collection for this research variable was carried out by distributing 100 questionnaires to MSMEs in Sleman Regency who had implemented supply chain integration (SCI) practices. The data analysis technique used Multiple Linear Regression Analysis.

The results of the study found that 1) information sharing had a significantly positive effect on business performance of MSMEs in Sleman, 2) operational coordination had a significantly positive influence on business performance of MSMEs in Sleman as well as information sharing and operational coordination had a joint influence on business performance of MSMEs in Sleman. These results implied that information sharing and better operational coordination would improve business performance. Thus, MSMEs should pay attention to delivery schedules, order status, and share changes that could affect production as well as business partners. In addition, it was related to the availability of raw materials, target order requests from consumers, service changes, and coordination of the manufacture of new products, so that the company was able to survive environmental changes, increase profitability, and net profit.

Keywords: Supply Chain Integration, Information Sharing, Operational Coordination, Business Performance, MSMEs in Sleman Regency

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan juga rasa syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas berkah dan juga rahmat yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Integrasi *Supply Chain (SCI)* Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Di Sleman Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19” sebagai syarat untuk penulis untuk dapat menyelesaikan pendidikan program sarjana (S1) manajemen dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini ternyata banyak sekali hamatan dan rintangan yang harus penulis lewati dan juga skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan juga dukungan dari berbagai pihak untuk penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, untuk itu penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT untuk segala karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Rektor Universitas Islam Indonesia, Prof. Fathul Wahid S.T., M.Sc., Ph.D
3. Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, Prof. Dr. Jaka Sriyana, SE., M. Si., Ph. D.
4. Drs. Zulian Yamit, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang sudah meluangkan waktu dan jua memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.

5. Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
6. Kedua orang tua dan kakak penulis yang telah mendoakan serta mendukung selama perkuliahan hingga saat ini
7. Seluruh responden yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas skripsi
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang sudah berjasa dan juga membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan penulis juga sepenuhnya menyadari bahwa karya tulis ini masih banyak kesalahan dan juga kekurangan. Untuk itu, penulis menerima kritik dan juga saran demi perbaikan untuk kedepannya.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka	8
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Teori Supply Chain Management.....	12
2.2.2 Teori Kinerja Perusahaan	24
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	28
2.4.1 Pengaruh Integrasi Supply Chain Dimensi Berbagai Informasi terhadap Kinerja Bisnis	28
2.4.2 Pengaruh Integrasi Supply Chain Dimensi Koordinasi Operasional terhadap Kinerja Bisnis	29
2.4.3 Pengaruh Integrasi Supply Chain Dimensi Berbagai Informasi dan Koordinasi Operasional terhadap Kinerja Bisnis.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Jenis Data	32
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.4.1 Definisi Operasional	32
3.4.2 Pengukuran Variabel (Instrumen Penelitian)	34
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian	35
3.5.1 Uji Validitas	35
3.5.2 Uji Realibilitas.....	35
3.6 Metode Analisis Data	36
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	36
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	36
3.6.3 Analisis Kuantitatif (Uji Hipotesis).....	37
3.6.4 Kriteria Pengujian Hipotesis	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	40
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
4.2.1 Uji Validitas	43
4.2.2 Uji Hasil Reliabilitas	45
4.3. Deskripsi terhadap Variabel Penelitian	46

4.4 Asumsi Klasik	49
4.4.1 Uji Normalitas	49
4.4.2 Uji Multikonlinieritas	50
4.4.3 Uji Heterokedasitas	51
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.5.1 Interpretasi Persamaan Regresi	53
4.5.2 Uji Hipotesis	54
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.6.1 Pengaruh Berbagai Informasi Terhadap Kinerja Bisnis	55
4.6.2 Pengaruh Koordinasi Operasional Terhadap Kinerja Bisnis	57
4.6.3 Pengaruh Berbagai Informasi dan Koordinasi Operasional Terhadap Kinerja Bisnis	59
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	60
5.3 Saran Penelitian Lanjutan.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4.2 Lama Usaha	41
Tabel 4.3 Jumlah Tenaga Kerja	42
Tabel 4.4 Jabatan	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Berbagai Informasi	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Koordinasi Operasional	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Bisnis.....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.9 Deskriptif Statistik Variabel Berbagai Informasi	47
Tabel 4.10 Deskriptif Statistik Variabel Koordinasi Operasional	47
Tabel 4.11 Deskriptif Statistik Variabel Kinerja Bisnis Perusahaan	48
Tabel 4.12 Uji Normalitas Dengan Kolmogorov Smirnov	50
Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4.14 Heterokedasitas	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	28
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Rekapitulasi Data Penelitian

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Covid-19 telah dinyatakan sebagai pandemi dunia oleh WHO (WHO, 2020) (Buana, 2020). Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) telah mengkonfirmasi hal tersebut melalui Keputusan Nomor 9A Tahun 2020 diperpanjang melalui Keputusan Nomor 13A Tahun 2020 sebagai Status Bencana Darurat Akibat Penyakit Virus Corona di Indonesia. Selanjutnya, karena adanya peningkatan kasus dan meluasnya diberbagai daerah, Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Nasional Berskala Besar dalam Rangka mempercepat Penanganan Coronavirus Disease 2019 (Covid-19), dan Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 yang mengatur Status Kedaruratan Kesehatan Masyarakat, kemudian diperbaharui dengan Keputusan Presiden Nomor 12 tahun 2020 tentang Penetapan bencana non alam penyebaran Covid-19 sebagai bencana nasional (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020).

Dampak dari pembatasan nasional berskala besar ini terjadi pada semua aspek kehidupan, baik ekonomi, bisnis, pekerjaan, peribadatan, pendidikan, dan lain-lain (Belawati & Nizam, 2020). Pandemi Covid-19 memberikan dampak terhadap berbagai sektor di dunia terutama pada sektor ekonomi. Demikian, di Indonesia penerapan berjaga jarak (*social distancing*) membuat masyarakat lebih berhati-hati oleh sebab itu masyarakat juga membatasi aktivitas di luar rumah,

sehingga berdampak pada berbagai pelaku usaha termasuk UMKM (Winarsih *et al.*, 2020). Indonesia merupakan negara yang didominasi oleh para pelaku UMKM di mana para pelaku UMKM sendiri sebagai tulang punggung perekonomian nasional juga berdampak serius tidak hanya pada aspek produksi dan pendapatan saja, melainkan juga pada jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi dikarenakan pandemi ini (Hardilawati, 2020).

Pandemi Covid-19 yang terjadi secara global tentunya juga sangat berdampak terhadap beberapa sektor terutama pada sektor ekonomi. Dampak yang terjadi pada sektor perekonomian ini tidak hanya dirasakan secara domestik, melainkan juga dirasakan secara global. International Monetary Fund (IMF) telah memproyeksikan ekonomi global akan minus di angka 3%. Hal ini tentu akan berdampak secara signifikan terhadap sektor pariwisata, sektor perdagangan, sektor industri termasuk para Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Dampak adanya wabah covid-19 secara langsung telah terlihat mulai dari PHK besar-besaran di beberapa perusahaan, adanya penutupan beberapa usaha yang berdampak kepada dirumahnya karyawan. Data dari kementerian koperasi dan Usaha kecil Menengah (UKM) menunjukkan pada tahun 2018 terdapat 64.194.057 UMKM yang ada di Indonesia dan mempekerjakan 116.978.631 tenaga kerja. Indonesia didominasi oleh UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional juga berdampak serius bukan hanya pada aspek produksi dan pendapatan mereka saja, namun juga pada jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi dikarenakan pandemi ini (Pakpahan, 2020). UMKM kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi

Pandemi ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis (OECD, 2020). UMKM harus dapat beradaptasi dengan perkembangan bisnis yang ada, karena bisnis yang dapat bertahan adalah bisnis yang bergerak mengikuti perkembangan zaman.

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat ini, setiap perusahaan atau UMKM harus dapat mengantisipasi perubahan dan harapan yang diinginkan oleh pelanggan atas produk yang dihasilkan. Strategi bersaing dan tindakan inovasi adalah beberapa solusi yang dapat digunakan untuk mengantisipasi persaingan tersebut (Bakti & Harniza, 2011). Saat ini banyak sekali terjadinya perubahan paradigma persaingan dari yang awalnya persaingan antar perusahaan berubah menjadi persaingan antar jaringan. Proses penciptaan nilai bagi jejaring bisnis memerlukan adanya dukungan juga peningkatan efisiensi dan efektivitas operasi bisnis internal seperti *Supply Chain Management (SCM)*. Persaingan bisnis yang kompetitif menuntut perusahaan agar menerapkan strategi bisnis yang tepat dalam menghadapi lingkungan bisnis yang bergejolak yang ditunjukkan dengan proses inovasi yang berkelanjutan dan tingkat perubahan selera konsumen yang tinggi. Menurut Kanthadaraman & David (2011), salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam persaingan bisnis adalah memiliki dan mempertahankan keunggulan bersaing yang terletak pada kemampuan perusahaan untuk membedakan dirinya dengan para pesaingnya dan kemampuan untuk memproduksi dengan biaya yang lebih rendah.

Praktik penerapan manajemen pasokan (SCM) telah diadopsi secara luas dalam organisasi perusahaan karena perusahaan memahami manfaat dari bermitra dengan para pemasok. Karena organisasi perlu lebih fokus pada bisnis inti, maka mereka mencari mitra yang dapat menyediakan bahan berkualitas tinggi dengan biaya rendah daripada memiliki sumber daya sendiri. Ini merupakan hal penting bagi organisasi untuk mengelola jaringan pasokan (*network of supply*) untuk dapat mengoptimalkan kinerja pada perusahaan secara keseluruhan dan juga menyelaraskan saluran permintaan keseluruhan untuk memastikan pengiriman yang efektif atas produk yang dihasilkan. Akibatnya, organisasi harus bekerja sama dengan pemasoknya untuk mendapatkan dukungan yang maksimal supaya dapat meningkatkan daya saing pasarnya. Bahwa lingkungan bisnis saat ini didanai dengan kompetisi antara rantai pasokan versus rantai pasokan dibandingkan dengan kompetisi antara perusahaan versus perusahaan.

Integrasi *supply chain* mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan, di mana penerapan dan praktik integrasi supply chain untuk penyediaan barang dan jasa justru yang sangat diperlukan bagi sektor industri kreatif, untuk meningkatkan daya saing industri yang akan berdampak terhadap kinerja usaha. Integrasi supply chain merupakan sesuatu yang sangat kompleks di mana banyak ditemui kendala dalam pelaksanaannya, sehingga dalam pelaksanaannya memerlukan tahapan mulai dari tahap perencanaan sampai tahap evaluasi dan continuous improvement. Selain itu, penerapan supply chain management sangat diperlukan adanya dukungan dari berbagai pihak mulai dari internal dalam hal ini seluruh manajemen puncak dan juga dari pihak eksternal, dalam hal ini seluruh

partner yang ada. Pelaku industri mulai menyadari bahwa untuk menyediakan produk yang murah, berkualitas dan cepat, membenahan internal di perusahaan manufaktur dan jasa tidak cukup. partisipasi *pemasok*, perusahaan industri kreatif dan jaringan distributor sangat diperlukan. Kesadaran akan adanya produk murah, cepat dan berkualitas tinggi ini dapat diambil alih dalam konsep SCM baru. Pendekatan SCI ini memungkinkan para pelaku UKM terutama yang berbasis di industri kreatif, menggunakan pendekatan ini untuk meningkatkan daya saing industrinya. Peningkatan hubungan baik antara perusahaan, *pemasok* dan pelanggan akan mengarah pada efisiensi dan kepercayaan. Oleh karena itu melalui pendekatan praktik SCM ini para pelaku industri kreatif akan memperoleh keunggulan kompetitif yang berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan (Rahmasari, 2011).

Penelitian ini mengambil objek UMKM di Sleman Yogyakarta. Dengan mempertimbangkan hubungan antara penerapan manajemen rantai pasokan dan orientasi pasar dengan organisasi, peneliti akan melakukan penelitian terhadap seberapa berpengaruh penerapan Integrasi *Supply Chain* terhadap performa sebuah organisasi UMKM di Sleman Yogyakarta, di mana Sleman Yogyakarta salah satu kabupaten/kota di Provinsi DIY dengan tingkat perekonomiannya tengah berkembang saat ini. Melalui strategi manajemen rantai pasokan yang efektif dan tepat, proses distribusi produk UMKM di Sleman Yogyakarta ketangan konsumen, kegiatan pemasaran UMKM di Sleman Yogyakarta, serta pengadaan bahan baku akan lebih lancar, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan daya saing UMKM di Sleman Yogyakarta. Strategi manajemen

rantai pasok untuk mencapai hal tersebut adalah dengan berkolaborasi antar anggota rantai pasok melalui *supply chain*. Dalam penelitian kali ini, variabel orientasi pasar dimensi *interfunctional coordination* tidak akan diteliti. Hal ini dikarenakan pada UMKM di Sleman Yogyakarta belum menerapkan *interfunctional coordination* atau UMKM di Sleman Yogyakarta belum melakukan koordinasi antar fungsi.

Berdasarkan uraian-uraian yang dikemukakan di atas, peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Integrasi Supply Chain terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Sleman Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid-19**”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah Berbagi Informasi berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM di Sleman Yogyakarta?
2. Apakah Koordinasi Operasional berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM di Sleman Yogyakarta?
3. Apakah Berbagi Informasi dan Koordinasi Operasional berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM di Sleman Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Menurut uraian pada latar belakang dan juga rumusan masalah, Adapun tujuan dari penelitian ini untuk:

1. Mengetahui pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM di Sleman Yogyakarta?
2. Mengetahui pengaruh Koordinasi Operasional terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM di Sleman Yogyakarta?
3. Mengetahui pengaruh Berbagi Informasi dan Koordinasi Operasional secara simultan terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM di Sleman Yogyakarta?

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara praktis, dari hasil tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi dan juga pemikiran bagi pemimpin dan manajemen perusahaan UMKM di Sleman Yogyakarta dalam mengambil kebijakan dalam hal Integrasi Supply Chain untuk meningkatkan kinerja perusahaan maupun kinerja masing-masing karyawan.
2. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan dijadikan khasanah kepustakaan sebagai pedoman dalam menumbuhkan kinerja bisnis perusahaan pada UMKM di Sleman Yogyakarta.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Pustaka

Penelitian Supriyanto & Lisda (2020) dengan judul “Analisis Pengaruh *Supply Chain Integration* dan Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Freight Forwarding di Semarang)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *supply chain integration* dan inovasi terhadap kinerja perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *Freight Forwarding* di Semarang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan adalah 100 perusahaan. Pengumpulan data dilakukan dengan angket, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan program SPSS for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *Supply chain integration* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan nilai probability $0.00 < 0.05$; 2) Inovasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan nilai probability $0.06 > 0.05$. Dan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 72 %. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 72% kinerja perusahaan dipengaruhi oleh *supply chain integration* dan inovasi sedangkan sisanya 28% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti.

Penelitian Liu *et al.*, (2011) dengan judul “*Effects of Supply Chain Integration dan Market Orientation on Firm Performance Evidence from China*”. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak dari Integrasi *Supply Chain*

dan Orientasi Pasar terhadap kinerja perusahaan di Cina. Data diperoleh dari survei diberikan kepada 246 perusahaan manufaktur dan industri jasa di Cina. Analisis regresi hirarkis digunakan untuk menguji hipotesis. Koordinasi operasional secara positif terkait dengan kinerja operasional. Berbagi informasi hanya memengaruhi kinerja operasional, tetapi tidak memiliki dampak pada performa bisnis. Hasil analisis bahwa koordinasi operasional secara positif terkait dengan kinerja operasional dan kinerja bisnis. Berbagi informasi hanya memengaruhi kinerja operasional dan tidak berdampak pada kinerja bisnis.

Penelitian Mufaqih *et al.*, (2017) dengan judul “Pengaruh Integrasi, Berbagi Informasi, dan Penundaan pada Kinerja Rantai Pasokan: Studi pada Usaha Kecil Menengah Batik di Indonesia”. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh praktik-praktik rantai pasokan yang terdiri dari integrasi pemasok, integrasi internal, integrasi pelanggan, berbagi informasi, dan penundaan (*postponement*) terhadap kinerja rantai pasokan. Survei menggunakan kuesioner dilakukan pada 102 UKM Batik, di Surakarta dengan teknik *purposive*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan praktik-praktik rantai pasokan berpengaruh terhadap kinerja rantai pasokan. Integrasi internal dan berbagi informasi merupakan praktik-praktik yang berpengaruh positif pada kinerja rantai pasokan. Sementara itu, integrasi pemasok dan integrasi pelanggan tidak berpengaruh pada kinerja rantai pasokan. Menariknya, studi ini menemukan bahwa penundaan berpengaruh negatif terhadap kinerja rantai pasokan.

Penelitian Margon & Devie (2016) dengan judul “Pengaruh Penerapan *Supply Chain Integration* di Universitas terhadap *Organizational Performance*

Melalui *Service Quality* dan *Customer Satisfaction*". Penelitian ini mencoba untuk menemukan sebuah hubungan antara ketiga aspek tersebut kepada *organizational performance* Universitas swasta di Surabaya. Analisis data dengan menggunakan metode Partial Least Square terhadap 420 responden dari enam universitas swasta terpilih di Surabaya. Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian hipotesis pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Terdapat dampak positif antara *supply chain integration* terhadap *service quality* pada universitas swasta di Surabaya. Dengan penerapan *supply chain integration* dalam universitas, maka dapat meningkatkan *service quality*. 2) Terdapat dampak positif antara *supply chain integration* terhadap *customer satisfaction* pada universitas swasta di Surabaya. Dengan penerapan *supply chain integration* dalam universitas, maka dapat meningkatkan *customer satisfaction*. 3). Terdapat dampak positif antara *service quality* terhadap *organizational performance* pada universitas swasta di Surabaya. Dengan penerapan *service quality* dalam universitas, maka dapat meningkatkan *organizational performance*. 4) Terdapat dampak positif antara *customer satisfaction* terhadap *organizational performance* pada universitas swasta di Surabaya. Dengan penerapan *customer satisfaction* dalam universitas, maka dapat meningkatkan *organizational performance*. Terdapat dampak positif antara *supply chain integration* terhadap *organizational performance* pada universitas swasta di Surabaya. Dengan penerapan *supply chain integration* dalam universitas, maka dapat meningkatkan *organizational performance*.

Penelitian Jumady & Hasbiyadi (2019) yang berjudul “Peran Mediasi Keunggulan Bersaing pada Pengaruh Integrasi Internal dan Eksternal *Supply Chain* Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Usaha Kecil Menengah”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh 1) integrasi eksternal dan internal terhadap keunggulan bersaing; 2) integrasi eksternal dan internal terhadap kinerja UKM melalui keunggulan bersaing; 3) keunggulan bersaing terhadap kinerja UKM; 4) integrasi eksternal dan internal terhadap kinerja UKM dimediasi keunggulan bersaing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersumber dari hasil kuesioner. Populasi penelitian adalah usaha kecil dan menengah di Kota Makassar. Metode pengambilan sampel adalah *probability random sampling* dengan teknik simple random sampling yaitu pengambilan sampel acak secara proporsional untuk masing-masing sub sektor UKM sektor. Metode analisis dalam penelitian ini yaitu analisis Generalized Structured Component Analysis (GeSCA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel integrasi eksternal dan internal berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, integrasi eksternal berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM, keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM, integrasi internal berpengaruh negatif terhadap kinerja UKM, Variabel keunggulan bersaing sebagai pemediasi sempurna pengaruh antara integrasi eksternal dan internal terhadap kinerja UKM.

Penelitian Latuconsina & Nathalia (2020) dengan judul “Analisis Pengaruh *Supply Chain Integration* dan Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan *Freight Forwarding* di Semarang). Tujuan dari

penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh berbagi informasi, hubungan jangka panjang, kolaborasi, integrasi proses, dan kualitas hubungan terhadap kinerja operasional di restoran Ambon. Populasi dalam penelitian ini adalah rumah makan yang ada di kota Ambon. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 25 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama, dan kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur jawaban responden. Partial Least Square digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh dimensi supply chain management terhadap kinerja operasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagi informasi mempengaruhi kinerja operasional ($3.167 > 2.045$), hubungan jangka panjang mempengaruhi kinerja operasional ($2.181 > 2.045$), kolaborasi mempengaruhi kinerja operasional ($6.720 > 2.045$), integrasi proses pada kinerja operasional suplai tidak diterima ($3.167 > 2,045$), sedangkan kualitas hubungan tidak berpengaruh terhadap kinerja operasional ($0,654 < 2,045$).

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori *Supply Chain Management* (SCM)

a. Pengertian *Supply Chain Management* (SCM)

Menurut Pujawan & Mahendrawathi (2010) *supply chain* adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Perusahaan-perusahaan tersebut biasanya termasuk supplier, pabrik, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik. Sedangkan menurut Masudin (2017) mendefinisikan *supply chain management* adalah

manajemen dari sebuah aliran material dan informasi sebagai fasilitas penunjang antar rantai pasok, seperti dengan supplier (pemasok), vendor (penjual), *manufacturing plants* (perencanaan pembuatan produk), *assembly plants* (perencanaan penggabungan produk), *warehouse facilities* (fasilitas pergudangan), distribution center (pusat distribusi), dan *retailers* (pengecer). Selain itu **supply chain juga mengandung arti integrasi dan koordinasi** dari kunci proses bisnis, mulai dari *supplier* sampai ke pengguna terakhir melalui jaringan distribusi yang memberikan nilai tambah terhadap ketersediaan barang atau pelayanan kepada *customer*.

Istilah *Supply Chain Management (SCM)* pertama kali dikemukakan oleh Oliver & Weber (Suhartati & Hilda, 2012) yang mendefinisikan SCM sebagai suatu set pendekatan yang digunakan untuk efisiensi integrasi pemasok, produsen, gudang dan toko-toko, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, di lokasi yang tepat dan pada waktu yang tepat untuk meminimalkan seluruh sistem biaya dengan persyaratan tingkat layanan yang memuaskan. Sedangkan Hanfield & Nichols (2012) mendefinisikan SCM sebagai integrasi manajemen organisasi dan kegiatan rantai *supply* melalui hubungan kerja sama organisasi, proses bisnis yang efektif dan berbagi informasi untuk menciptakan sistem nilai berkinerja tinggi yang memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan pada organisasi. Sejalan dengan Chen & Antony (2004) bahwa yang paling penting dalam **SCM adalah saling berbagi informasi, oleh karena itu aliran material, aliran kas dan aliran informasi merupakan keseluruhan elemen dalam SCM yang perlu diintegrasikan.**

Menurut Siagian (2005), SCM menegaskan interaksi antar fungsi pemasaran, produksi pada suatu perusahaan. Memanfaatkan kesempatan untuk meningkatkan pelayanan dan penurunan biaya dapat dilakukan melalui koordinasi dan kerja sama antara pengadaan bahan baku dan pendistribusiannya. Ruslim (2013) mengungkapkan bahwa SCM adalah proses penyatuan bisnis dari pengguna akhir melalui para penyalur asli yang menyediakan produk, jasa pelayanan dan informasi untuk menambah nilai pelanggan

SCM adalah seperangkat pendekatan untuk mengefisienkan integrasi *supplier*, manufaktur, gudang dan penyimpanan, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat, untuk meminimalisasi biaya dan memberikan kepuasan layanan terhadap konsumen (Simchi & David, 2013). *Supply chain* merupakan sekumpulan aktivitas yang terlibat dalam proses transformasi dan distribusi barang mulai dari bahan baku paling awal dari alam sampai produk jadi pada konsumen akhir, hingga akhirnya muncul pendekatan strategi baru di tahun 90-an yang disebut manajemen rantai pasokan (*Supply Chain Management*) adalah pengintegrasian aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan (Anwar, 2011).

Chopra *et al.*, (2011) mengemukakan dua strategi *supply chain*, yaitu *lean supply chain (efficient supply chain)* dan *agile supply chain (responsive supply chain)*. *Efficient supply chain* menitikberatkan pada upaya memenuhi permintaan konsumen pada harga terendah dengan cara meminimumkan biaya total (*strategi low cost*), sedangkan *responsive supply chain* menitikberatkan pada upaya

merespon permintaan konsumen secara cepat, sehingga mendukung adanya persediaan dalam mengantisipasi permintaan yang tidak pasti dan mengantisipasi fluktuasi dalam persediaan pemasok (*strategi inovatif*).

Aplikasi SCM pada dasarnya memiliki 3 (tiga) tujuan utama (Anatan & Lina, 2010) yaitu penurunan biaya (*reduction cost*), penurunan modal (*capital reduction*) dan perbaikan pelayanan (*service improvement*). Penurunan biaya bisa dicapai dengan meminimalkan biaya logistik, misalnya dengan memilih alat atau model transportasi dan pergudangan dengan harga minimal. Penurunan modal dengan cara meminimalkan tingkat investasi dalam logistik, sedangkan perbaikan pelayanan secara proaktif karena berpengaruh terhadap pendapatan dan profitabilitas perusahaan.

Dampak SCM selain menurunkan biaya (Lambert & Cooper, 2010) dinyatakan bahwa pengelolaan rantai *supply* yang memuaskan (*excellence*) terkait langsung dengan kinerja organisasi yang superior (Christopher, 2005). Menurut Christopher (2005), terdapat tiga area utama di mana SCM dapat memengaruhi kinerja keuangan organisasi yaitu profitabilitas, likuiditas dan produktivitas atau utilisasi aset. Profitabilitas organisasi merupakan surplus dari hasil penjualan dikurangi biaya-biaya. SCM dapat meningkatkan harga sekaligus tingkat layanan, juga menurunkan biaya operasi. Likuiditas adalah kemampuan untuk memenuhi kewajiban pada saat jatuh tempo. SCM berkontribusi positif pada pengurangan modal kerja. Produktivitas mengukur kecukupan organisasi dalam menghasilkan penjualan dari aset tetap (peralatan) dan aset lancar (WIP/bahan baku). Manajemen yang efisien dalam penggunaan aset baik tetap maupun lancar pada

organisasi yang melaksanakan SCM akan berdampak langsung terhadap produktivitas.

Jadi, SCM tidak hanya berorientasi pada urusan internal sebuah perusahaan, melainkan juga urusan eksternal perusahaan yang menyangkut hubungan dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Dalam *supply chain* kolaborasi antar perusahaan sangat diperlukan, karena pada intinya perusahaan ingin memuaskan konsumen akhir yang sama, mereka harus bekerja sama untuk membuat produk yang murah, tepat waktu dan dengan kualitas yang bagus. Hanya dengan kerja sama antar elemen-elemen pada *supply chain* tujuan tersebut dapat dicapai.

Sebuah pengembangan yang penting dalam kerangka kerja *supply chain management* dengan menunjukkan adanya komponen manajemen secara umum terhadap berjalannya proses bisnis dan bagian-bagian dari rantai pasok. Kerangka kerja manajemen rantai pasok akan menentukan bagaimana proses bisnis berjalan dan bagian-bagian dari rantai pasok yang terkelola dan terstruktur. Model dari kerangka kerja *supply chain management* yang ditekankan pada saling keterkaitannya SCM (*supply chain management*) secara apa adanya dan membutuhkan proses atau desain untuk menjadikan *supply chain management* yang berhasil. Dengan kerangka kerja SCM (*supply chain management*) terdiri dari tiga elemen yang saling keterkaitan yaitu *Supply chain business process* (rantai pasok proses bisnis), *Supply chain network structure* (struktur jaringan rantai pasok) dan *Supply chain management component* (komponen *supply chain management*). Dalam kerangka kerja SCM (*supply chain management*)

memberikan gambaran secara umum pentingnya komponen manajemen terhadap berjalannya seluruh proses bisnis yang dapat diintegrasikan dan dikelola, dengan demikian komponen ini akan mencerminkan sebuah manajemen yang semestinya. Ada delapan kunci proses bisnis yang akan membentuk inti dari *supply chain management* yaitu *customer relationship management* (manajemen hubungan dengan pelanggan), *customer service management* (manajemen pelayanan terhadap pelanggan), *demand management* (Manajemen kebutuhan), *order fulfillment* (pemenuhan order), *manufacturing flow management* (aliran manajemen manufaktur), *supplier relationship management* (manajemen hubungan *supplier*), *product development* dan *commercialization* (pengembangan produk dan komersialisasi), *returns management* (manajemen perbaikan). selain terdapat delapan kunci proses bisnis yang menjalankan rantai pasok mulai dari *supplier* sampai ke pengguna terakhir dan akan melintasi jaringan fungsional yang ada di setiap perusahaan. jaringan fungsional yang terdapat di perusahaan meliputi *logistics* (logistik), *marketing* (pemasaran), *finance* (keuangan), *research and development* (perancangan dan pengembangan), *production* (produksi), dan *purchasing* (pembelian).

b. Fungsi Supply Chain Management (SCM)

Ada dua fungsi *Supply Chain Management* (SCM), yaitu (Nugrahanti *et al.*, 2014):

1. *Supply Chain Management* (SCM) secara fisik mengonversi bahan baku menjadi produk jadi dan mengantarkannya ke pemakai akhir. Fungsi pertama ini

berkaitan dengan ongkos-ongkos fisik, yaitu ongkos material, ongkos penyimpanan, ongkos produksi, ongkos transportasi dan sebagainya.

2. *Supply Chain Management* (SCM) sebagai mediasi pasar, yakni memastikan bahwa apa yang disuplai oleh *Supply Chain* mencerminkan aspirasi pelanggan atau pemakai akhir tersebut. Fungsi kedua ini berkaitan dengan biaya-biaya akibat tidak terpenuhinya aspirasi konsumen oleh produk yang disediakan oleh sebuah rantai *Supply Chain*. Ongkos-ongkos ini berupa ongkos *markdown*, yakni penurunan harga produk yang tidak laku.

c. Konsep *Supply Chain Management* (SCM)

Konsep *Supply Chain Management* (SCM) bukan merupakan isu baru dalam bidang manajemen operasi. Konsep ini merupakan pengembangan dari sistem logistik, yang menekankan pada bagaimana perusahaan menjamin tersedianya barang untuk konsumen. Fungsi logistik menekankan pada masalah persediaan, dalam perkembangan selanjutnya berubah menjadi *Supply Chain Management* (SCM) atau dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai manajemen rantai pasokan. Konsep *Supply Chain Management* (SCM) lebih menekankan pada bagaimana perusahaan memenuhi permintaan konsumen tidak hanya sekedar menyediakan barang. *Supply Chain Management* (SCM) merupakan proses penciptaan nilai tambah persediaan, aliran kas dan aliran informasi. Aliran informasi merupakan bagian terpenting dalam pengelolaan rantai pasokan karena dengan adanya informasi maka pihak pemasok dapat menjamin tersedianya bahan baku tepat waktu, memenuhi permintaan konsumen lebih cepat dengan kuantitas

yang tepat sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja rantai pasokan secara keseluruhan (Anatan, 2014).

Pada suatu *supply chain* biasanya ada 3 aliran yang harus dikelola. Pertama adalah aliran barang yang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Kedua adalah aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu. Yang ketiga adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hilir ke hulu ataupun sebaliknya. Informasi tentang persediaan produk yang masih ada di masing-masing divisi sering dibutuhkan oleh *distributor* maupun oleh instansi. Informasi tentang ketersediaan kapasitas produksi yang dimiliki oleh *supplier* juga sering dibutuhkan oleh instansi. Informasi tentang status pengiriman bahan baku sering dibutuhkan oleh instansi yang mengirim maupun yang menerima.

d. Prinsip-prinsip *Supply Chain Management (SCM)*

Prinsip manajemen rantai pasokan pada dasarnya merupakan sinkronisasi dan koordinasi aktivitas-aktivitas yang terkait dengan aliran material atau produk, baik yang ada dalam organisasi maupun antar organisasi. Prinsip utama yang harus dipegang dalam sinkronisasi dan koordinasi aktivitas-aktivitas sebuah *supply chain* adalah untuk menciptakan resultan yang lebih besar, bukan hanya bagi tiap anggota rantai, tetapi keseluruhan sistem. Kesuksesan implementasi prinsip ini biasanya membutuhkan perubahan-perubahan pada tingkatan strategis maupun taktis (Siahaya, 2013).

Adapun prinsip dalam *Supply Chain Management* adalah sebagai berikut (Siahaya, 2013):

- 1) Prinsip integrasi, semua elemen yang terlibat dalam rangkaian *Supply Chain Management (SCM)* berada dalam satu kesatuan yang kompak dan bersama menyadari adanya saling ketergantungan.
- 2) Prinsip jejaring, semua elemen berada dalam hubungan kerja yang selaras.
- 3) Prinsip ujung ke ujung, proses operasional mencakup elemen pemasok yang paling hulu sampai ke konsumen yang paling hilir
- 4) Prinsip saling tergantung, setiap elemen dalam *Supply Chain Management (SCM)* menyadari bahwa untuk mencapai tujuan bersama dan peningkatan daya saing, diperlukan kerja sama yang saling menguntungkan.
- 5) Prinsip komunikasi, data yang akurat memberikan informasi tepat untuk memperlancar aliran barang.
- 6) Prinsip kemitraan, pemasok, manufaktur, distributor dan pelanggan bekerja sama saling membagi dan mengkomunikasikan informasi, mempunyai tujuan yang sama, saling percaya dan mengutamakan kualitas dan waktu.
- 7) Prinsip dukungan, mendapat dukungan penuh dari manajemen dan fungsi operasional perusahaan dalam proses perencanaan, koordinasi, pelaksanaan dan pengendalian.

e. Tujuan dan Manfaat *Supply Chain Management (SCM)*

Aplikasi manajemen rantai pasokan pada dasarnya memiliki tiga tujuan utama, yaitu penurunan biaya (*cost reduction*), penurunan modal (*capital reduction*) dan perbaikan pelayanan (*service improvement*) (Afif, 2015). Berdasarkan definisi *Supply Chain Management*, mempunyai tujuan *Supply Chain*

Management menyangkut pertimbangan mengenai lokasi di setiap fasilitas yang memiliki dampak terhadap aktivitas dan biaya dalam rangka memproduksi produk yang diinginkan pelanggan dari *supplier* dari pabrik hingga disimpan digudang dan pendistribusiannya ke sentra penjualan. Mencapai efisiensi aktivitas dan biaya seluruh sistem, total biaya sistem dari transportasi hingga distribusi persediaan bahan baku, proses kerja dan barang jadi (Nugrahanti, 2014). Selain itu, tujuan *Supply Chain Management* dapat diuraikan sebagai berikut (Paoki, 2016): 1) Penyerahan atau pengiriman produk secara tepat waktu demi memuaskan konsumen. 2) Mengurangi biaya. 3) Meningkatkan segala hasil dari seluruh *supply chain* (bukan hanya satu perusahaan). 4) Mengurangi waktu. 5). Memuaskan kegiatan perencanaan dan distribusi.

Secara umum penerapan konsep *Supply Chain Management* (SCM) dalam perusahaan akan memberikan manfaat sebagai berikut (Widyarto, 2012):

- 1) Kepuasan pelanggan, Konsumen atau pengguna produk merupakan target utama dari aktivitas proses produksi setiap produk yang dihasilkan perusahaan. Konsumen atau pengguna yang dimaksud dalam konteks ini tentunya konsumen dalam jangka waktu yang panjang. Untuk menjadikan konsumen bertahan dalam jangka waktu yang lama, maka terlebih dahulu konsumen harus puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
- 2) Meningkatkan pendapatan, Semakin banyak konsumen dan menjadi mitra perusahaan berarti akan meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga produk-produk yang dihasilkan perusahaan tidak akan „terbuang“ percuma, karena diminati konsumen.

- 3) Menurunnya biaya, Pengintegrasian aliran produk dari perusahaan kepada konsumen dapat mengurangi biaya-biaya pada jalur distribusi.
- 4) Pemanfaatan aset semakin tinggi. Aset terutama faktor manusia akan semakin terlatih dan terampil baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan. Tenaga manusia akan mampu memberdayakan penggunaan teknologi tinggi sebagaimana yang dituntut dalam pelaksanaan *Supply Chain Management* (SCM).
- 5) Peningkatan laba, Dengan semakin meningkatnya jumlah konsumen, maka akan meningkatkan laba perusahaan.

Kelima manfaat yang sudah dijelaskan di atas merupakan manfaat tidak langsung dari penerapan *Supply Chain Management* (SCM). Secara umum, manfaat langsung dari penerapan *Supply Chain Management* (SCM) bagi perusahaan adalah sebagai berikut (Widyarto, 2012):

- 1) *Supply Chain Management* (SCM) secara fisik dapat mengkonversi bahan baku menjadi produk jadi dan mengantarkannya kepada konsumen akhir. Manfaat ini menekankan pada fungsi produksi dan operasi dalam sebuah perusahaan. Dalam fungsi ini dilakukan penggunaan dari seluruh sumber daya yang dimiliki dalam sebuah proses transformasi yang terkendali, untuk memberikan nilai pada produk yang dihasilkan sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan dan mendistribusikannya kepada konsumen yang diinginkan.
- 2) *Supply Chain Management* (SCM) berfungsi sebagai mediasi pasar, yaitu memastikan apa yang dipasok oleh rantai suplai mencerminkan aspirasi

pelanggan atau konsumen akhir. Dalam hal ini fungsi pemasaran yang akan berperan. Melalui pelaksanaan *Supply Chain Management (SCM)*, pemasaran dapat mengidentifikasi produk dengan karakteristik yang diminati konsumen. Selanjutnya fungsi ini harus mampu mengidentifikasi seluruh atribut produk yang diharapkan konsumen tersebut dan mengkomunikasikan kepada perancang produk. Apabila seleksi rancangan produk sudah dilakukan dan dilakukan pengujian, maka produk dapat diproduksi.

f. Dimensi *Supply Chain Management (SCM)*

Integrasi *Supply Chain* adalah integrasi manajemen organisasi dan kegiatan rantai *supply* melalui hubungan kerja sama organisasi, proses bisnis yang efektif dan berbagi informasi untuk menciptakan sistem nilai berkinerja tinggi yang memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan pada organisasi. Dimensi dari Integrasi *Supply Chain* (Liu *et al.*, 2011):

- 1) Berbagi Informasi. Berbagi informasi adalah kemampuan perusahaan dalam berinteraksi kepada partner bisnisnya dalam hal berbagi informasi guna menyusun strategi bersama UMKM. Indikator dari Integrasi *Supply Chain* (Liu *et al.*, 2011): a) Pertukaran informasi tentang permintaan peramalan masa depan dengan mitra-mitra utama. b) Pertukaran informasi tentang jadwal pengiriman dengan mitra-mitra utama. c) Pertukaran informasi tentang status order dengan mitra-mitra utama. d) Setiap informasi yang mungkin bisa membantu pihak lain akan kami diberikan

kepada mitra-mitra utama. e) Saling berbagi informasi tentang peristiwa atau perubahan yang dapat memengaruhi pihak lain.

- 2) Koordinasi Operasional. Koordinasi Operasional adalah koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan UMKM, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Indikator dari Integrasi *Supply Chain* (Liu *et al.*, 2011): a) Merencanakan pengembangan perkiraan permintaan dengan mitra-mitra utama. b) Koordinasi secara ekstensif dengan mitra-mitra utama sehubungan dengan kegiatan operasional yang berbeda. c) Koordinasi dengan mitra-mitra utama pada penetapan order. d) Koordinasi dengan mitra-mitra utama untuk perubahan rekayasa. e) Koordinasi dengan mitra-mitra utama untuk pengenalan produk/layanan baru.

2.2.2 Teori Kinerja Perusahaan

a. Pengertian Kinerja Perusahaan

Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau kelompok dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab, dalam upaya untuk mencapai tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral dan etika (Ghifary, 2013). Kinerja bisnis merupakan akumulasi dari hasil aktivitas yang dilakukan dalam perusahaan itu sendiri (Prasetyo & Harjanti, 2013). Voss & Voss (2010) mendefinisikannya sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja meliputi omset penjualan, jumlah pembeli, keuntungan dan pertumbuhan penjualan. Kinerja organisasi atau sering disebut juga sebagai kinerja bisnis atau

perusahaan merupakan indikator tingkat kesuksesan dalam mencapai tujuan perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik menunjukkan kesuksesan dan efisiensi perilaku perusahaan. Fairuz *et al.*, (2010) menyatakan kinerja bisnis sebagai hasil dari tujuan-tujuan organisasi yang dicapai melalui efektifitas strategi dan teknik. Schneider *et al.*, dalam Eshlaghy & Maatofi (2011) menyatakan produktivitas dan efisiensi sebuah organisasi diperoleh dengan cara memuaskan karyawan dan menjadi sensitif terhadap baik kebutuhan psikologis maupun sosio-emosional dengan cara yang menyeluruh.

Kinerja perusahaan adalah pencapaian usaha sebagaimana tujuan perusahaan tersebut didirikan yaitu mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya untuk dapat menopang pertumbuhan dan perkembangan. Secara khusus, kinerja perusahaan mengacu pada peningkatan respon dari perusahaan untuk perubahan lingkungan yang relatif terhadap pesaingnya, sedangkan kinerja bisnis mengacu pada kinerja keuangan perusahaan terkait dengan hasil investasi, profitabilitas, dan laba bersih (Liu *et al.*, 2011). Pengukuran kinerja perusahaan dilakukan untuk mengetahui hasil yang dicapai oleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Kriteria kinerja yang digunakan harus mampu digunakan sebagai pedoman bagi perusahaan dalam mengambil keputusan operasional, sehingga tujuan strategi menjadi fleksibel, mudah untuk diterapkan, tepat waktu, serta dapat dimengerti oleh semua tingkatan manajemen (Wisner & Fawcett dalam Wahyuningsih, 2015).

Tujuan dari pengukuran kinerja perusahaan harus bisa membantu perusahaan untuk mengembangkan/meningkatkan dan mempertahankan

keunggulan bersaing berdasarkan nilai-nilai tambah produk perusahaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga dapat digunakan sebagai suatu sistem pengukuran yang memberikan informasi penting bagi organisasi/perusahaan untuk mengetahui posisi daya saingnya, serta untuk mengidentifikasi masalah yang timbul dan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi (Wisner & Fawcett dalam Wahyuningsih, 2015).

Kinerja perusahaan juga dapat diukur dengan menelaah produktivitasnya yang terlihat dari jumlah produk yang dihasilkan, dan agar dapat mencapai keunggulan bersaing, produk yang dihasilkan haruslah diupayakan secara efisien dan efektif dengan standarisasi mutu yang memadai, kualitas menjadi sangat penting bagi pelanggan, selain harga. Tujuan mengukur kinerja perusahaan adalah untuk mengetahui apa yang sudah berhasil dicapai perusahaan pada suatu periode tertentu, pengukuran kinerja perusahaan tidak hanya untuk mengetahui pencapaian perusahaan dalam bidang keuangan, tetapi juga mengenai bagaimana perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, produktivitas perusahaan dan untuk mengetahui posisi daya saing perusahaan serta efisiensi dan efektivitas dalam penggunaan sumber daya yang dimilikinya.

Kriteria-kriteria yang berbeda dalam mengukur kinerja perusahaan tersebut sebenarnya bergantung pada pengukuran kinerja itu sendiri. Tolok ukur bersifat unik, karena adanya kekhususan pada setiap badan usaha, antara lain bidang usaha, latar belakang, status hukum, struktur permodalan, tingkat pertumbuhan dan tingkat teknologi yang digunakan oleh perusahaan (Hatmoko dalam Suhartati & Hilda, 2012). Lawler (2011), menyatakan bahwa kinerja

merupakan ukuran keberhasilan atau prestasi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan yang diukur tiap kurun waktu tertentu. Secara khusus, kinerja perusahaan mengacu pada peningkatan respon dari perusahaan untuk perubahan lingkungan yang relatif terhadap pesaingnya, sedangkan kinerja bisnis mengacu pada keuangan kinerja perusahaan terkait dengan hasil investasi, profitabilitas, dan laba bersih (Liu *et al.*, 2011).

b. Manfaat Penilaian Kinerja Perusahaan

Menurut Rudianto (2011), manfaat dari penilaian kerja yaitu:

- 1) Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui memotivasi karyawan secara maksimum.
- 2) Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan misalnya promosi, transfer dan pemberhentian.
- 3) Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan juga untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
- 4) Menyediakan umpan balik bagi karyawan berkaitan dengan bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.
- 5) Menyediakan suatu dasar untuk pendistribusian penghargaan

c. Pengukuran Kinerja Bisnis Perusahaan

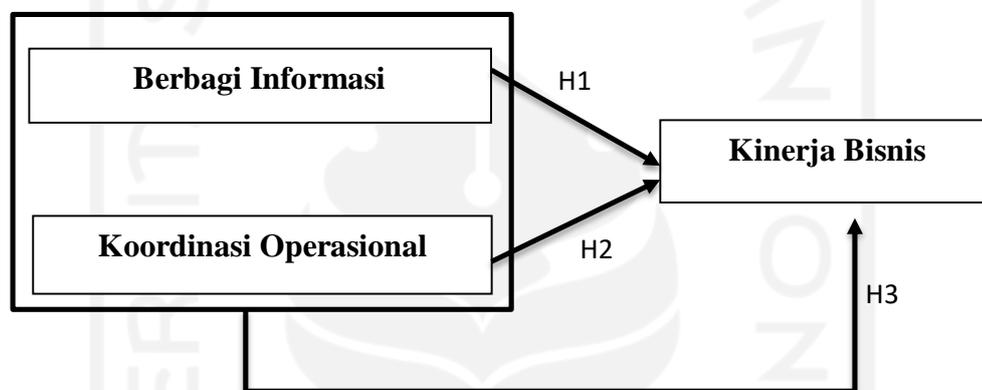
Secara khusus, kinerja bisnis perusahaan mengacu pada peningkatan respon dari perusahaan untuk perubahan lingkungan yang relatif terhadap pesaingnya, sedangkan kinerja bisnis mengacu pada keuangan kinerja bisnis perusahaan terkait dengan hasil investasi, profitabilitas, dan laba bersih (Liu *et al.*, 2011). Kinerja bisnis dioperasionalkan sebagai gabungan dari 3 (tiga) ukuran,

yaitu; volume penjualan, profitabilitas, dan pangsa pasar (Najib & Akira 2011).

Indikator: 1) Volume penjualan, 2) Profitabilitas, dan 3) Pangsa pasar.

2.3. Kerangka Pemikiran

Mendasarkan teori dan penelitian sebelumnya, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan berikut ini:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis Penelitian

2.4.1. Pengaruh Integrasi *Supply Chain* Dimensi Berbagi Informasi terhadap Kinerja Bisnis

Lee & Whang (2014) berpendapat bahwa kemampuan untuk semua mitra rantai suplai untuk memiliki akses ke informasi bersama secara tepat waktu. Hal itu merupakan kunci untuk meningkatkan kinerja *supply chain*. Oleh karena itu, berbagi informasi sangat penting untuk kinerja operasional dan kinerja bisnis. Koordinasi operasional memungkinkan perusahaan untuk merampingkan dan mengotomatisasi kegiatan operasional mereka di seluruh rantai pasokan (Liu *et*

al., 2011). Hal ini memfasilitasi desain dan pembuatan, serta pengiriman cepat dan handal dari produk/jasa kapan dan di mana diperlukan (Sanders, 2011). Hasil penelitian Supriyanto & Lisda (2020) menyatakan *Supply Chain Integration* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan Freight Forwarding di Semarang. Hasil penelitian Liu *et al.*, (2011) menyatakan *Supply Chain Integration* berpengaruh signifikan terhadap *Firm Performance Evidence from China*. Hasil penelitian Mufaqih *et al.*, (2017) menyatakan berbagi informasi dan koordinasi operasional berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil menengah batik di Indonesia. Berdasarkan uraian-uraian ini, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: Integrasi *Supply Chain* dimensi Berbagi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Sleman Yogyakarta.

2.4.2. Pengaruh Integrasi *Supply Chain* Dimensi Koordinasi Operasional terhadap Kinerja Bisnis

Koordinasi Operasional adalah koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Hasil penelitian Supriyanto & Lisda (2020); Margon & Devie (2016); Jumady & Hasbiyadi (2019); Latuconsina & Nathalia (2020) menyatakan *Supply Chain* dimensi Koordinasi Operasional berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan *Freight Forwarding* di Semarang. Hasil penelitian Liu *et al.*, (2011) menyatakan *Supply Chain* dimensi Koordinasi Operasional berpengaruh signifikan terhadap *Firm Performance Evidence from China*. Hasil penelitian

Muqohiq *et al.*, (2017) menyatakan *Supply Chain* dimensi Koordinasi Operasional berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil menengah batik di Indonesia.

Berdasarkan uraian-uraian ini, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₂: Integrasi *Supply Chain* dimensi Koordinasi Operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Sleman Yogyakarta.

2.4.3. Pengaruh Integrasi *Supply Chain* Dimensi Berbagi Informasi dan Koordinasi Operasional terhadap Kinerja Bisnis

Berbagi informasi adalah kemampuan perusahaan dalam berinteraksi kepada partner bisnisnya dalam hal berbagi informasi guna menyusun strategi bersama. Hasil penelitian Margon & Devie (2016); Jumady & Hasbiyadi (2019); Latuconsina & Nathalia (2020) menyatakan Integrasi *Supply Chain* Dimensi Berbagi Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan Freight Forwarding di Semarang. Hasil penelitian Liu *et al.*, (2011) menyatakan Integrasi *Supply Chain* Integrasi *Supply Chain* Dimensi Berbagi Informasi dan Koordinasi Operasional berpengaruh signifikan terhadap *Firm Performance Evidence from China*. Hasil penelitian Muqohiq *et al.*, (2017) menyatakan Integrasi *Supply Chain* Dimensi Berbagi Informasi dan Koordinasi Operasional berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil menengah batik di Indonesia.

Berdasarkan uraian-uraian ini, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃: Integrasi *Supply Chain* dimensi Berbagi Informasi dan Koordinasi Operasional berpengaruh simultan terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Sleman Yogyakarta.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei, yakni pengamatan dan penyelidikan secara kritis untuk mendapatkan keterangan yang tepat terhadap suatu persoalan dan objek tertentu di daerah kelompok komunitas atau lokasi tertentu akan ditelaah (Ruslan, 2010).

3.2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah UMKM di Sleman Yogyakarta yang berjumlah 68.382 UMKM.

3.2.2. Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Penggunaan teknik *purposive sampling* ini dikarenakan tiap-tiap elemen dalam populasi tidak diketahui peluangnya untuk dapat dijadikan sampel, di mana populasi dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono, 2017). Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM yang berada di Kabupaten Sleman yang sudah menerapkan dan

menggunakan Supply Chain Integrasi. Di mana dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebanyak 100 responden.

3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan (Ruslan, 2010). Data primer dalam hal ini adalah rekapitulasi data dari hasil penyebaran kuesioner (instrumen penelitian) tentang Integrasi *Supply Chain* dan kinerja bisnis perusahaan.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode kuesioner (*questionnaire*). Kuesioner adalah metode pengumpulan data penelitian dan pada kondisi tertentu pihak peneliti tidak perlu hadir (Ruslan, 2010). Data yang dibutuhkan yaitu jawaban dari responden (penilaian) atas pertanyaan atau pernyataan yang berada di dalam kuesioner yang disebarakan atau dibagikan.

3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.4.1. Definisi Operasional

a. Integrasi *Supply Chain*

Integrasi *Supply Chain* adalah integrasi manajemen organisasi dan kegiatan rantai *supply* melalui hubungan kerja sama organisasi, proses bisnis yang efektif dan berbagi informasi untuk menciptakan sistem nilai berkinerja tinggi

yang memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan pada organisasi.

Dimensi dari Integrasi *Supply Chain* (Liu *et al.*, 2011):

1. Berbagi Informasi (X₁)

Berbagi informasi adalah kemampuan perusahaan dalam berinteraksi kepada partner bisnisnya dalam hal berbagi informasi guna menyusun strategi bersama UMKM. Indikator dari Integrasi *Supply Chain* (Liu *et al.*, 2011):

- a) Pertukaran informasi tentang permintaan peramalan masa depan dengan mitra-mitra utama.
- b) Pertukaran informasi tentang jadwal pengiriman dengan mitra-mitra utama.
- c) Pertukaran informasi tentang status order dengan mitra-mitra utama.
- d) Setiap informasi yang mungkin bisa membantu pihak lain akan kami diberikan kepada mitra-mitra utama
- e) Saling berbagi informasi tentang peristiwa atau perubahan yang dapat memengaruhi pihak lain.

2. Koordinasi Operasional (X₂)

Koordinasi Operasional adalah koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan UMKM, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Indikator dari Integrasi *Supply Chain* (Liu *et al.*, 2011):

- a) Merencanakan pengembangan perkiraan permintaan dengan mitra-mitra utama.
- b) Koordinasi secara ekstensif dengan mitra-mitra utama sehubungan dengan kegiatan operasional yang berbeda.

- c) Koordinasi dengan mitra-mitra utama pada penetapan order.
- d) Koordinasi dengan mitra-mitra utama untuk perubahan rekayasa.
- e) Koordinasi dengan mitra-mitra utama untuk pengenalan produk/layanan baru.

3. **Kinerja Bisnis Perusahaan (Y)**

Secara khusus, kinerja bisnis perusahaan mengacu pada peningkatan respon dari perusahaan untuk perubahan lingkungan yang relatif terhadap pesaingnya, sedangkan kinerja bisnis mengacu pada keuangan kinerja bisnis perusahaan terkait dengan hasil investasi, profitabilitas, dan laba bersih (Liu *et al.*, 2011). Kinerja bisnis dioperasionalkan sebagai gabungan dari 3 (tiga) ukuran, yaitu; volume penjualan, profitabilitas, dan pangsa pasar (Najib & Akira 2011).

Indikator:

- 1) Volume penjualan
- 2) Profitabilitas
- 3) Pangsa pasar

3.4.2. Pengukuran Variabel (Instrumen Penelitian)

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu variabel dalam penelitian (Sugiyono, 2017). Pengukuran variabel (instrumen penelitian) dalam penelitian ini, yaitu mengukur variabel Integrasi *Supply Chain* yang meliputi berbagi informasi dan koordinasi operasional dan kinerja bisnis perusahaan. Instrumen Integrasi *Supply Chain* berasal dari Lee & Whang (2014) dan instrumen kinerja bisnis perusahaan berasal dari Rai *et al.*, (2006). Menurut Sugiyono (2017), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan

persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian.

3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2017). Pengujian validitas dilakukan dengan metode Pearson Product Moment digunakan untuk menguji unidimensional, validitas dan reliabilitas model pengukuran konstruk yang tidak dapat diukur langsung (Vinci dalam Santoso, 2017). Masing-masing pengujian validitas dilakukan dengan uji koefisien korelasi pada taraf nilai $r_{xy} > r\text{-tabel}$, artinya suatu item dianggap valid. Perhitungan validitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS for Windows.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat menunjukkan dipercaya atau tidak (Santoso, 2017). Untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2017). Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik Cronbach Alpha. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS for Windows.

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah analisis deskripsi variabel penelitian yang menggambarkan jawaban dalam bentuk nilai *mean* atau frekuensi penilaian dari responden atas kuesioner yang diberikan pada masing-masing variabel Integrasi *Supply Chain* dan Kinerja Bisnis Perusahaan.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2016). Untuk menguji normalitas, dapat menganalisis nilai Kolmogorov Smirnov Test. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai probabilitas (*sig.*) > 0,05, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan sebaliknya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Upaya untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam suatu model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). VIF menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel

independen lainnya. nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2016).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau observasi ke observasi yang lain. Jika varian residual satu observasi ke observasi lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas (Ghozali, 2016).

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai *absolute residual* dengan variabel independennya. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat tingkat signifikansinya terhadap alpha (α) 5%. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari alpha (α), maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3. Analisis Kuantitatif (Uji Hipotesis)

Analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan angka-angka. Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda.

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Di mana:

Y = Kinerja Bisnis

X₁ = Berbagi Informasi

X₂ = Koordinasi Operasional

e = *Error term*

a = Konstanta

b_{1-2} = Koefisien Regresi

3.6.4. Kriteria Pengujian Hipotesis

1. Uji Signifikan t dan F

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat uji signifikan t dan F. Uji signifikan atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen ($X_1, X_2, X_3...$) terhadap variabel dependen (Y) secara individual (parsial) dengan asumsi bahwa variabel yang lain tetap atau konstan (Gujarati & Dawn, 2012). Sedangkan Uji signifikan atau uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen ($X_1, X_2, X_3...$) secara simultan terhadap variabel dependen (Y) (Gujarati & Dawn, 2012). Penelitian ini menggunakan uji satu sisi kanan dengan taraf signifikan (*level of significant*) α 5% dan daerah penolakannya berada di sisi kanan kurva yang luasnya α . Berdasarkan hasil analisis regresi berganda maka pengujian hipotesisnya sebagai berikut:

- Bila probabilitas (sig.t) $\leq 0,05$, maka hipotesis terbukti, artinya secara parsial ada pengaruh secara signifikan integrasi *supply chain* terhadap kinerja bisnis perusahaan.
- Bila probabilitas (sig.t) $> 0,05$, maka hipotesis tidak terbukti, artinya secara parsial tidak ada pengaruh secara signifikan integrasi *supply chain* terhadap kinerja bisnis perusahaan.
- Bila probabilitas (sig.F) $\leq 0,05$, maka hipotesis terbukti, artinya secara simultan ada pengaruh secara signifikan integrasi *supply chain* terhadap kinerja bisnis perusahaan.

- Bila probabilitas (sig.F) > 0,05, maka hipotesis tidak terbukti, artinya secara simultan tidak ada pengaruh secara signifikan integrasi *supply chain* terhadap kinerja bisnis perusahaan.

2. Pengujian *Goodness of Fit*

Pengujian *Goodness of Fit* menggunakan R^2 (Koefisien Determinasi) untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 (Koefisien Determinasi) mempunyai *range* antara 0-1. Semakin besar R^2 mengindikasikan semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel independen (Gujarati & Dawn, 2012).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Sampel penelitian sebanyak 100 orang yaitu pemilik atau manajer UMKM di Sleman. Pengambilan data variabel penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner sebanyak 100 eksemplar, dan kuesioner kembali seluruhnya yaitu sebanyak 100 eksemplar, sehingga kuesioner yang dapat diolah adalah sebesar 100%. Data kuesioner diolah menggunakan *software* SPSS 20, dan hasilnya digunakan untuk membuktikan apakah hipotesis yang menyatakan ada pengaruh berbagi Informasi dan koordinasi operasional pada kinerja bisnis pada UMKM di Sleman Yogyakarta dapat dibuktikan.

4.1. Analisis Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin

Hasil deskriptif berdasarkan jenis kelamin responden dapat ditunjukkan pada Tabel berikut:

Tabel 4.1

Jenis kelamin Responden

Jenis kelamin Responden	Frekuensi	Persentase
Laki - laki	43	43%
Perempuan	57	57%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan di mana jenis kelamin dari responden mayoritas perempuan yaitu sebesar 57% atau 57 orang dan laki – laki sebesar 43% atau 43 orang.

2. Lama usaha

Hasil deskriptif berdasarkan lama usaha responden dapat ditunjukkan pada Tabel berikut:

Tabel 4.2
Lama usaha

Lama usaha	Frekuensi	Persentase
1 - 5 tahun	2	2%
6 - 10 tahun	21	21%
11 - 15 tahun	30	30%
16 - 20 tahun	24	24%
> 20 tahun	23	23%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil deskriptif tentang lama usaha mayoritas UMKM di Sleman telah menjalankan usahanya antara 1 – 5 tahun sebesar 2%, 6 – 10 tahun sebesar 21%, 11 – 15 tahun yaitu sebesar 30%, 16 – 20 tahun sebesar 24%, dan lebih dari 20 tahun sebesar 23%.

3. Jumlah tenaga kerja

Hasil deskriptif berdasarkan jumlah tenaga kerja responden dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 4.3

Jumlah tenaga kerja

Jumlah tenaga kerja	Frekuensi	Persentase
< 10 orang	20	20%
10 - 20 orang	51	51%
21 - 30 orang	23	23%
> 30 orang	6	6%
Total	100	100.0

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil deskriptif jumlah tenaga kerja UMKM di Sleman mayoritas antara 10 – 20 orang yaitu sebesar 51%, kurang dari 10 orang sebesar 20%, tenaga kerja antara 21 – 30 orang sebesar 23%, dan lebih dari 30 orang sebesar 6%.

4. Jabatan

Hasil deskriptif berdasarkan jabatan responden dapat ditunjukkan pada Tabel dibawah ini:

Tabel 4.4

Jabatan

Jabatan	Frekuensi	Persentase
Pemilik sekaligus pengelola	84	84%

Manajer/Pengelola	16	16%
Total	100	100.0

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil deskriptif jabatan UMKM di Sleman mayoritas responden adalah pemilik sekaligus pengelola yaitu sebesar 84%, dan sebagai manajer atau pengelola sebesar 16%.

4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan analisis korelasi product moment. Syarat item dinyatakan valid jika koefisien korelasi lebih besar daripada nilai r tabel (Ghozali, 2005).

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Berbagai informasi

Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi (rxy)	r tabel	Keterangan
Berbagai Informasi (BI)	BI1	0.863	0.1965	Valid
	BI2	0.848	0.1965	Valid
	BI3	0.886	0.1965	Valid
	BI4	0.842	0.1965	Valid
	BI5	0.774	0.1965	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Seperti telah dikemukakan di atas bahwa bila nilai koefisien korelasi product moment (r_{xy}) lebih besar dari nilai r tabel (0,1965) maka butir instrumen dinyatakan valid.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Koordinasi Operasional

Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi (r_{xy})	r tabel	Keterangan
Koordinasi Operasional (KO)	KO1	0.750	0.1965	Valid
	KO2	0.809	0.1965	Valid
	KO3	0.749	0.1965	Valid
	KO4	0.806	0.1965	Valid
	KO5	0.810	0.1965	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Seperti telah dikemukakan di atas bahwa bila nilai koefisien korelasi product moment (r_{xy}) lebih besar dari nilai r tabel (0,1965) maka butir instrumen dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Bisnis

Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi (rxy)	r tabel	Keterangan
Kinerja Bisnis (KB)	KB1	0.779	0.1965	Valid
	KB2	0.751	0.1965	Valid
	KB3	0.875	0.1965	Valid
	KB4	0.877	0.1965	Valid
	KB5	0.866	0.1965	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Seperti telah dikemukakan di atas bahwa bila nilai koefisien korelasi product moment (rxy) lebih besar dari nilai r tabel (0,1965) maka butir instrumen dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Dalam pengujian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Program *SPSS for 16.0* memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Hasil uji reliabilitas pertanyaan tentang variabel penelitian, dapat diringkas sebagaimana yang tersaji dalam Tabel berikut ini.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Berbagi informasi	0.898	0.6	Reliabel

Koordinasi operasional	0.841	0.6	Reliabel
Kinerja bisnis	0.888	0.6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2021

Hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas alpha pada variabel berbagi informasi, koordinasi operasional dan kinerja bisnis nilai di atas 0,6 ($\alpha > 0,6$). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel telah reliabel.

4.3. Deskriptif terhadap Variabel Penelitian

Analisis ini dilakukan untuk memperoleh gambaran penilaian responden pada variabel berbagi informasi, koordinasi operasional dan kinerja bisnis, dalam menguraikan analisis deskriptif ini berdasarkan pada nilai rata-rata, dengan ketentuan berikut ini:

Nilai tertinggi: 5

Nilai terendah: 1

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Nilai mean antara 1,00 s/d 1,80 : Sangat rendah

Nilai mean antara 1,81 s/d 2,60 : Rendah

Nilai mean antara 2,61 s/d 3,40 : Cukup

Nilai mean antara 3,41 s/d 4,20 : Tinggi

Nilai mean antara 4,21 s/d 5,00 : Sangat tinggi

Tabel 4.9
Deskriptif Statistik Variabel Berbagi Informasi

Indikator Berbagi Informasi	Rata - rata	Kategori
Bertukar informasi tentang permintaan peramalan masa depan dengan mitra-mitra utama.	3.93	Tinggi
Bertukar informasi tentang jadwal pengiriman	3.98	Tinggi
Bertukar informasi tentang status order	4.01	Tinggi
Memberikan informasi pada pihak lain	3.98	Tinggi
Berbagi informasi perubahan yang dapat memengaruhi pihak lain.	4.04	Tinggi
Rata - rata total	3.99	Tinggi

Sumber ; Data Primer Diolah,2021

Hasil deskriptif variabel berbagi informasi pada Tabel 4.9 dapat diketahui tanggapan dari 100 pemilik atau manajer UMKM di Sleman rata-rata memiliki penilaian yang tinggi pada variabel berbagi informasi ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 3,99 yaitu berada pada interval 3,41 – 4,20. Hal ini menunjukkan UMK di Sleman secara teratur bertukar informasi tentang permintaan peramalan masa depan dengan mitra-mitra utama, jadwal pengiriman dengan mitra-mitra utama, tentang status order dengan mitra-mitra utama, dan terus saling berbagi informasi tentang peristiwa atau perubahan yang dapat memengaruhi pihak lain.

Tabel 4.10
Deskriptif Statistik Variabel Koordinasi Operasional

Indikator Koordinasi Operasional	Rata - rata	Kategori
----------------------------------	-------------	----------

bersama merencanakan pengembangan peramalan permintaan dengan mitra-mitra utama	3.81	Tinggi
berkoordinasi secara ekstensif dengan mitra utama sehubungan dengan kegiatan operasional yang berbeda	4.01	Tinggi
berkoordinasi dengan mitra utama pada penetapan order	3.82	Tinggi
berkoordinasi dengan mitra utama untuk perubahan rekayasa	3.94	Tinggi
berkoordinasi dengan mitra utama untuk pengenalan produk/layanan baru	3.97	Tinggi
Rata - rata total	3.91	Tinggi

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Hasil deskriptif variabel koordinasi operasional pada Tabel 4.10 dapat diketahui tanggapan dari 100 pemilik atau manajer UMKM di Sleman rata-rata memiliki penilaian yang tinggi pada variabel koordinasi operasional ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 3,91 yaitu berada pada interval 3,41 – 4,20. Hal ini menunjukkan UMK di Sleman merencanakan pengembangan peramalan permintaan dengan mitra-mitra utama, berkoordinasi secara ekstensif dengan mitra utama sehubungan dengan kegiatan operasional yang berbeda, berkoordinasi penetapan order, berkoordinasi untuk perubahan rekayasa, dan berkoordinasi untuk pengenalan produk/layanan baru.

Tabel 4.11

Deskriptif Statistik Variabel Kinerja Bisnis Perusahaan

Indikator Kinerja Bisnis Perusahaan	Rata - rata	Kategori
Perusahaan mengalami peningkatan atau penurunan	3.84	Tinggi

laba bersih atas aktiva (ROA).		
Perusahaan mengalami peningkatan atau penurunan laba bersih atas modal (ROE).	3.89	Tinggi
Perusahaan mendapatkan keuntungan sebagai persentase dari penjualan (sales)	3.76	Tinggi
Perusahaan mengalami peningkatan atau penurunan laba bersih sebelum pajak (EAT)	3.82	Tinggi
Perusahaan mengalami peningkatan atau penurunan nilai sekarang dari perusahaan (NPV)	3.84	Tinggi
Rata - rata total	3.83	Tinggi

Sumber ; Data Primer Diolah,2021

Hasil deskriptif variabel kinerja bisnis perusahaan pada Tabel 4.11 dapat diketahui tanggapan dari 100 pemilik atau manajer UMKM di Sleman rata-rata memiliki penilaian yang tinggi pada variabel kinerja bisnis perusahaan ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 3,83 yaitu berada pada interval 3,41 – 4,20. Hal ini menunjukkan UMK di Sleman mengalami peningkatan laba bersih atas aktiva, laba bersih atas modal, keuntungan penjualan, laba sebelum pajak, dan peningkatan nilai perusahaan.

4.4. Asumsi Klasik

4.4.1. Uji Normalitas

Metode yang digunakan untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$, Tabel pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12**Uji Normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov***

Variabel	Probabilitas	Keterangan
Residual Regression	0.369	Normal

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Hasil uji normalitas di atas menunjukkan bahwa residual hasil analisis regresi memiliki probabilitas sebesar 0,369, Dengan demikian data berdistribusi normal.

4.4.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah antar variabel bebas terjadi korelasi yang tinggi. Pengujian multikolinearitas menggunakan uji VIF, jika nilai VIF lebih kecil dari 10 maka data tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.13
Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Keterangan
X ₁	1.797	tidak terjadi multikolinearitas
X ₂	1.797	tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Kuesioner diolah, 2021

Hasil uji multikolinearitas di atas menunjukkan bahwa nilai VIF masing – masing variabel *independen* lebih kecil dari 10. Dengan demikian tidak terjadi penyimpangan uji multikolinearitas.

4.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser*. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat tingkat signifikansinya terhadap alpha (α) 5%. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari alpha (α), maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.14
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	p value	Keterangan
X ₁	0.502	tidak terjadi heteroskedastisitas
X ₂	0.587	tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Kuesioner diolah, 2021

Berdasarkan uji heteroskedastisitas seluruh variabel *independen* memiliki nilai p value > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh berbagi informasi, dan koordinasi operasional terhadap kinerja bisnis. Hasil analisis dapat dilihat dari Tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15
Estimasi Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t _{hitung}	P _{value}	Keterangan
(Constant)	0.752			
Berbagi informasi	0.372	3.640	0.000	Signifikan
Koordinasi operasional	0.408	3.441	0.001	Signifikan
Adj.R Square = 0,425				
Multiple R = 0,660				
F hitung = 37.521				
Sig F = 0,000				

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada Tabel 4.15 di atas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program komputer didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,752 + 0,372X_1 + 0,408X_2$$

4.5.1. 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 0,752, artinya jika tidak ada perubahan variabel berbagi informasi, dan koordinasi operasional maka besarnya kinerja bisnis akan sebesar 0,752 satuan.

b_1 = Variabel berbagi informasi (X_1) memengaruhi Kinerja bisnis dengan koefisien positif sebesar 0,372. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik berbagi informasi maka semakin meningkat Kinerja bisnis.

b_2 = Variabel koordinasi operasional (X_2) memengaruhi Kinerja bisnis dengan koefisien positif sebesar 0,408. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi koordinasi operasional maka semakin meningkat Kinerja bisnis.

4.5.2. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

1) Hasil pengujian hipotesis 1

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel berbagi informasi (X_1) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 3,640 dan p value sebesar 0,000 yang berarti $0,000 < 0,05$ artinya ada pengaruh variabel berbagi informasi (X_1) secara signifikan terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Sleman. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan Berbagi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis, dinyatakan **Terbukti**.

2) Hasil pengujian hipotesis 2

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel koordinasi operasional (X_2) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 3,441 dan p value sebesar 0,001 yang berarti $0,001 < 0,05$ artinya ada pengaruh variabel koordinasi operasional (X_2) secara signifikan terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Sleman. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan Koordinasi operasional berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis, dinyatakan **Terbukti**.

b. Uji F

Analisis dari hasil uji F (uji serentak) dimaksudkan untuk meyakinkan dari penelitian yang menyatakan bahwa variabel–variabel berbagi informasi, dan koordinasi operasional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja bisnis. Hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 37,521 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 berbagi informasi, dan koordinasi operasional secara signifikan terhadap Kinerja bisnis. Hasil ini dapat diartikan hipotesis ketiga penelitian yang menyatakan “ H_3 : Integrasi Supply Chain dimensi Berbagi Informasi dan Koordinasi Operasional berpengaruh simultan terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Sleman Yogyakarta” didukung

c. Koefisien determinasi (*adjusted R²*)

Hasil uji koefisien determinasi (*adjR square*) pengaruh Berbagi Informasi dan Koordinasi Operasional terhadap kinerja bisnis adalah sebesar 0,425. Hasil ini dapat di tafsirkan bahwa kinerja bisnis dapat dijelaskan sebesar 42,5% oleh variabel berbagi informasi, dan koordinasi operasional serta sisanya sebesar 57,5% ditafsirkan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

4.6. Pembahasan Hasil Penelitian

4.6.1. Pengaruh Berbagi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis

Bab sebelumnya telah dikemukakan hipotesis alternatif pertama bahwa: Berbagi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis, dinyatakan, terbukti. Jika dilihat dari nilai koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan

bahwa semakin baik berbagi informasi maka semakin tinggi kinerja bisnis UMKM di Sleman. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mufaqih *et al.*, (2017) menyatakan berbagi informasi dan koordinasi operasional berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil menengah batik di Indonesia.

Berbagi informasi sangat penting untuk meningkatkan kinerja operasional dan kinerja bisnis, berbagi informasi antara lain bertukar informasi tentang permintaan peramalan masa depan dengan mitra-mitra utama, jadwal pengiriman dengan mitra-mitra utama, tentang status order dengan mitra-mitra utama, dan terus saling berbagi informasi tentang peristiwa atau perubahan yang dapat memengaruhi pihak lain.

Berbagi informasi adalah kemampuan perusahaan dalam berinteraksi kepada partner bisnisnya dalam hal berbagi informasi guna menyusun strategi bersama UMKM. Lee & Whang (2014) berpendapat bahwa kemampuan untuk semua mitra rantai suplai untuk memiliki akses ke informasi bersama secara tepat waktu. Hal itu merupakan kunci untuk meningkatkan kinerja *supply chain*.

Berbagi informasi juga memungkinkan anggota rantai pasok untuk mendapatkan, menjaga, dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan untuk memastikan pengambilan keputusan menjadi efektif, dan merupakan faktor yang mampu mempererat elemen- elemen kolaborasi secara keseluruhan oleh karena hambatan dalam proses produksi dapat dikurangi dengan adanya information sharing. Berbagi informasi adalah sejauh mana informasi penting dikomunikasikan terhadap mitra usaha perusahaan. Tingkat berbagi informasi

berkaitan dengan tingkat kepentingan dan ketepatan informasi yang dikomunikasikan ke mitra bisnis dalam rantai pasokan. Berbagi informasi merupakan salah satu faktor penting dalam implementasi manajemen rantai pasokan. Berbagi informasi merupakan salah satu dari *building blocks* yang menunjukkan hubungan yang solid antar mitra bisnis yang tergabung dalam rantai pasokan. Information sharing dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki efisiensi dan efektivitas rantai pasokan dan merupakan faktor yang paling penting untuk mencapai koordinasi yang efektif dalam rantai pasokan serta menjadi pengendali di sepanjang rantai pasokan. Information sharing menjamin tersedianya data tepat waktu sehingga data yang dimiliki dapat dibagikan di sepanjang rantai pasokan, serta dapat merespon perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen lebih cepat. Oleh karena itu berbagi informasi sangat dibutuhkan untuk menunjang kualitas dan proses berbagi informasi, dan meningkatkan kinerja bisnis perusahaan.

4.6.2. Pengaruh Koordinasi operasional Terhadap Kinerja Bisnis

Bab sebelumnya telah dikemukakan hipotesis alternatif kedua bahwa: Koordinasi operasional berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis, dinyatakan, terbukti. Jika dilihat dari nilai koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin baik koordinasi operasional maka semakin tinggi kinerja bisnis UMKM di Sleman. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mufaqih *et al.*, (2017) menyatakan Integrasi *Supply Chain* Dimensi Berbagi Informasi dan Koordinasi Operasional berpengaruh signifikan pada kinerja usaha kecil menengah batik di Indonesia.

Koordinasi operasional adalah koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Koordinasi operasional meliputi rencana pengembangan perkiraan permintaan dengan mitra-mitra utama, koordinasi secara ekstensif dengan mitra-mitra utama sehubungan dengan kegiatan operasional yang berbeda, koordinasi dengan mitra-mitra utama pada penetapan order, koordinasi dengan mitra-mitra utama untuk perubahan rekayasa, dan koordinasi dengan mitra-mitra utama untuk pengenalan produk/layanan baru.

Koordinasi operasional merupakan suatu alternatif terbaik dalam mengelola rantai pasokan secara optimal. Hal ini disebabkan karena di antara organisasi atau perusahaan yang berada dalam jaringan manajemen rantai pasokan pasti membutuhkan kelancaran dan keakuratan sistem informasi, serta kepercayaan antar organisasi atau perusahaan pengadaan barang dan jasa. Seluruh aspek di atas tidak akan tercapai apabila koordinasi tidak berjalan dengan baik. Kegiatan operasional yang dapat dikoordinasi dengan baik adalah alat utama perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja bisnis.

Dampak dari pandemi covid-19 secara langsung berimbas pada tingkat pendapatan sebagai besar UMKM di Sleman, karena perekonomian yang melambat mengakibatkan daya beli masyarakat yang semakin menurun. Oleh karena itu diperlukan strategi yang tepat untuk mempertahankan atau meningkatkan pendapatan UMKM. Kebijakan dalam mengambil keputusan hendaknya dikoordinasikan dengan baik, di antaranya terkait ketersediaan bahan baku, target permintaan order dari konsumen, perubahan pelayanan, dan

koordinasi pembuatan produk baru, sehingga perusahaan mampu bertahan pada perubahan lingkungan, meningkatkan profitabilitas, dan laba bersih.

4.6.3. Pengaruh Berbagi Informasi dan Koordinasi operasional Terhadap Kinerja Bisnis

Hasil pengujian secara serentak menggunakan uji F menemukan bahwa uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 37,521 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 berbagi informasi, dan koordinasi operasional secara signifikan terhadap Kinerja bisnis, sehingga hipotesis ketiga penelitian ini didukung. Sedangkan besar kontribusi kedua variabel independent terhadap kinerja bisnis ditunjukkan koefisien determinasi sebesar 42,5% dan sisanya sebesar 57,5% ditafsirkan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

Berbagi informasi adalah kemampuan perusahaan dalam berinteraksi kepada partner bisnisnya dalam hal berbagi informasi guna menyusun strategi bersama. Hasil penelitian Margon & Devie (2016); Jumady & Hasbiyadi (2019); Latuconsina & Nathalia (2020) menyatakan Integrasi *Supply Chain* Dimensi Berbagi Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan Freight Forwarding di Semarang. Hasil penelitian Liu *et al.*, (2011) menyatakan Integrasi *Supply Chain* Integrasi *Supply Chain* Dimensi Berbagi Informasi dan Koordinasi Operasional berpengaruh signifikan terhadap *Firm Performance Evidence from*

China. Hasil penelitian Mufaqih *et al.*, (2017) menyatakan Integrasi *Supply Chain* Dimensi Berbagi Informasi dan Koordinasi Operasional berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil menengah batik di indonesia



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Berbagi informasi mempunyai pengaruh secara signifikan positif terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Sleman. Hal ini berarti berbagi informasi yang semakin baik akan dapat meningkatkan kinerja bisnis.
2. Koordinasi operasional mempunyai pengaruh secara signifikan positif terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Sleman. Hal ini berarti koordinasi operasional yang semakin baik akan dapat membuat kinerja bisnis semakin meningkat.
3. Terdapat pengaruh secara bersamaan antara variabel berbagi informasi, dan koordinasi operasional secara signifikan terhadap Kinerja bisnis pada UMKM di Sleman

5.2. Implikasi Hasil penelitian

Dari kesimpulan di atas, penulis dapat memberikan usulan yang berupa saran dengan harapan akan bermanfaat bagi UMKM di Sleman.

1. Meningkatkan berbagi informasi terutama dalam bertukar informasi tentang permintaan peramalan masa depan dengan mitra-mitra utama, jadwal

pengiriman, status order, dan berbagai perubahan yang dapat memengaruhi produksi maupun mitra usaha.

2. Kebijakan dalam mengambil keputusan hendaknya dikoordinasikan dengan baik, di antaranya terkait ketersediaan bahan baku, target permintaan order dari konsumen, perubahan pelayanan, dan koordinasi pembuatan produk baru, sehingga perusahaan mampu bertahan pada perubahan lingkungan, meningkatkan profitabilitas, dan laba bersih.

5.3. Saran Penelitian Lanjutan

1. Sebaiknya penelitian yang akan datang dapat menggunakan sampel yang lebih besar, sehingga hasil analisis menjadi lebih representatif.

2. Penelitian ini hanya menggunakan kuesioner tertutup sebagai alat pengumpulan data responden, sehingga hasil penelitian hanya terbatas pada jawaban kuesioner saja. Untuk itu kedepan perlu menambahkan wawancara dengan beberapa manajer atau pemilik perusahaan, tentang pelaksanaan dan kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan Integrasi Supply Chain.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, Lina & Lena Ellitan. 2010. *Supply Chain Management: Theory and Application*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar, Sariyun Naja. 2011. Manajemen Rantai Pasokan *Supply Chain Management: Konsep dan Hakikat*. *Jurnal*. Vol.1(2):1-7.
- Bakti, Sukma & Harniza Harun. 2011. Pengaruh Orientasi Pasar dan Nilai Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air. *Jurnal Manajemen Pemasaran Moderen*. Vol.3(1):1-15.
- Belawati, Tian & Nizam. 2020. *Potret Pendidikan Tinggi di Masa Covid-19*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.
- Buana, Dana Riksa. 2020. Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus. *Naskah Publikasi Penelitian*. Universitas Mercu Buana dan National Research Tomsk State University.
- Chen, Injazz J., & Antony Paulraj A. 2014. Towards a Theory of *Supply Chain Management: the Constructs and Measurements*. *Journal of Operations Management*. Vol.22(2):119-150.
- Christopher, M., & Ryals L. 2015. Supply Chain Strategy; its Impact on Shareholders Value. *International Journal of Logistic Management*. Vol.10(1):1-10.
- Chopra, Sunil, & Meindl, Peter. 2011. *Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operating*. Prentice-Hall.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS IBM 25*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gujarati, Damodar & Dawn C. Porter. 2012. *Basic Econometrics*. Jakarta: Erlangga.
- Hardilawati, Wan Laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*. Vol.10(1):90-98.

Handfield, R.B. & Nichols. E.L. 2012. *Introduction to Supply Chain Management*. New Jersey: PrenticeHall.

Kanthadaraman, Prabakar & David T. Wilson. 2011. The Future of Competition: Value Creating Network. *Industrial Marketing Management*. Vol.30(2):379-390.

Kementerian Kesehatan RI. 2020. *Panduan Pelayanan Kesehatan Balita pada Masa Tanggap Darurat COVID-19*. Jakarta: Direktorat Jenderal Kesehatan Masyarakat.

Lambert, Douglas M. & Cooper M.C. 2010. Issues in *Supply Chain Management*. *Industrial Marketing Management*. Vol.29(1):65-83.

Lawler, Edward. 2011. *Designing Change Capable Organizations Ceo Publication G 00-1790*. Center For Effective Organizations Marshall. School of Business University Of Southern California.

Lee & Whang. S. 2014. *E-Business and Supply Chain Integration*. New York: Springer.

Liu, Hefu, Weiling Ke, Kwok Kee Wei, & Zhongsheng Hua. 2011. Effects of Supply Chain Integration dan Market Orientation on Firm Performance Evidence from China. *International Journal of Operations & Production Management*. Vol.33(3):322-346.

Li, Chau, & Lai. 2010. Market Orientation, Ownership Type, and Business Assimilation: Evidence from Chinese Firms. *Decision Sciences*. Vol. 41(2):115-45.

Lukas, Bryan A., & O.C. Ferrell. 2010. The Effect of Market Orientation on Product Innovation. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol.28(2):239-247.

Mufaqih, Ihwan Addin, Nurul Indarti, Wakhid S. Ciptono, & Any Kartikasari. 2017, Pengaruh Integrasi, Berbagi Informasi, dan Penundaan pada Kinerja Rantai Pasokan: Studi pada Usaha Kecil Menengah Batik di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*. 21(1):19-36.

Mukhamad, N., & Kiminarni, A. 2011. Innovation, Cooperation, and Business Performance. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*. Vol.1(1):75-96.

OECD. (2020). *SME Policy Responses*. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid-19_SME_Policy_Responses.

Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sanders, N.R. 2011. Pattern of Information Technology use: the Impact on Buyer-Supplier Coordination and Performance. *Journal of Operations Management*. Vol.26(2):349-67.

Santoso, Singgih. 2017. *Metode Penelitian*. Jakarta: Elek Media Komputindo.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Suhartati, Titi & Hilda Rosietta. 2012. Pengaruh Strategi Bersaing terhadap Hubungan antara *Supply Chain Management* dan Kinerja (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Naskah Publikasi Hasil Penelitian*. Politeknik Negeri Jakarta.

Supriyanto & Lisda Rahmasari. 2020. Analisis Pengaruh *Supply Chain Integration* dan Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Freight Forwarding di Semarang). *Jurnal Sains Teknologi Transportasi Maritim*. Vol.2(1):11-18.

Simchi, Levi & David. 2013. *Designing and Managing the Supply Chain*. New York: Mc. Graw Hill Inc.

Tambunan, Tulus. 2012. Pasar Bebas ASEAN: Peluang, Tantangan, dan Ancaman Bagi UMKM Indonesia. *Infokop*. Vol.21(2):13-35.

Xu, Dehui, Baofeng Huo, & Linyan Sun. 2014. Relationships between Intra-Organizational Resources, Supply Chain Integration dan Business Performance an Extended Resource-Based View. *Industrial Management & Data Systems*. Vol.114(8):1186-1206.

Zhou, K.Z., Brown J.R., & Dev C.S. 2009. Market Orientation, Competitive Advantage, and Performance: a Demand-Based Perspective. *Journal of Business Research*. Vol.62(10):63-70.



LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

Yogyakarta, April 2021

No : -

Hal : Pengisian Kuesioner

Kepada Yth. Bapak/Ibu

Pemilik/pengelola UMKM

di Sleman Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Islam Indonesia "**Pengaruh Integrasi Supply Chain terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Sleman Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid-19**". Berkenaan maksud di atas, maka penulis sangat mengharapkan bantuan partisipasi dari Bapak/Ibu untuk bersedia meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam lembar kuesioner yang terlampir pada halaman berikut ini. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dimaksudkan hanya untuk keperluan memperoleh data yang sangat saya perlukan dalam penyusunan skripsi yang sedang saya buat dan data yang saya peroleh tersebut tidak akan dipergunakan untuk keperluan lain. Akhir kata, atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu, penulis ucapkan terima kasih.

Wasallamu'alaikum

Hormat Saya

EVAKUASI RATU ADILLIA I

KUESIONER

I. Identitas Responden

1. Nama UKM :
2. Tahun berdiri :
3. Modal awal :
4. Jumlah Tenaga Kerja :
5. Nama Responden :(boleh tidak diisi)
6. Jenis Kelamin : 1. Laki-laki
2. Perempuan
7. Jabatan:
 - a. Pemilik sekaligus Pengelola
 - b. Manajer atau Pengelola
8. Lama Usaha
 - a. 1-5 tahun
 - b. 6-10 tahun
 - c. 11-15 tahun
 - d. 16-20 tahun
 - e. > 20 tahun

II. Beri jawaban atas pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan cara memberi *check list* (✓) salah satu skor yang ada, yaitu 1 sampai dengan 5 untuk setiap pernyataan dengan ketentuan:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

2. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2

3. Ragu-ragu (RR) diberi skor 3

4. Setuju (S) diberi skor 4

5. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

A. Variabel Independen (X)

1. Berbagi Informasi (X₁)

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Kami secara teratur bertukar informasi tentang permintaan peramalan masa depan dengan mitra-mitra utama.					
2.	Kami secara teratur bertukar informasi tentang jadwal pengiriman dengan mitra-mitra utama.					
3.	Kami secara teratur bertukar informasi tentang status order dengan mitra-mitra utama.					
4.	Setiap informasi yang mungkin dapat membantu pihak lain akan kami berikan kepada mereka					
5.	Kami terus saling berbagi informasi tentang peristiwa atau perubahan yang dapat memengaruhi pihak lain.					

2. Koordinasi Operasional (X₂)

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Kami bersama merencanakan pengembangan peramalan permintaan dengan mitra-mitra utama					
2.	Kami berkoordinasi secara ekstensif dengan mitra utama sehubungan dengan kegiatan operasional yang berbeda					
3.	Kami berkoordinasi dengan mitra utama pada penetapan order					
4.	Kami berkoordinasi dengan mitra utama untuk perubahan rekayasa					
5.	Kami berkoordinasi dengan mitra utama untuk pengenalan produk/layanan baru					

B. Variabel Dependen (Y₂): Kinerja Bisnis Perusahaan

	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Perusahaan kami mengalami peningkatan atau penurunan laba bersih atas aktiva (ROA).					
2	Perusahaan kami mengalami peningkatan atau penurunan laba bersih atas modal (ROE).					
3	Perusahaan kami mendapatkan keuntungan sebagai persentase dari penjualan (<i>sales</i>)					
4	Perusahaan kami mengalami peningkatan atau penurunan laba bersih sebelum pajak (EAT)					
5	Perusahaan kami mengalami peningkatan atau penurunan nilai sekarang dari perusahaan (NPV)					

LAMPIRAN 2. REKAPITULASI DATA PENELITIAN

No	Berbagi Informasi (X1)						Koordinasi Operasional (X2)						Kinerja Bisnis UMKM					
Resp	BI 1	BI2	BI3	BI4	BI5	Tot	KO 1	KO2	KO3	KO4	KO5	Tot	KB 1	KB 2	KB 3	KB 4	KB 5	Tot
1	3	3	3	4	3	16	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	5	4	21	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	5	22
3	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
6	4	3	4	4	3	18	3	4	2	4	4	17	3	4	1	2	2	12
7	4	3	4	5	4	20	3	4	2	4	4	17	3	4	3	3	3	16
8	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
9	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22	4	4	3	3	3	17
10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
12	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
13	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
14	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	4	22
15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
16	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
17	3	3	2	3	4	15	4	4	3	2	3	16	1	3	3	3	3	13
18	4	3	3	4	4	18	3	4	4	1	3	15	4	5	4	4	4	21
19	3	4	4	3	4	18	3	3	4	3	3	16	3	4	2	2	2	13

20	3	2	2	4	3	14	4	4	1	3	2	14	3	2	2	2	2	11
21	2	2	3	2	4	13	4	4	3	4	2	17	4	3	3	4	4	18
22	2	2	3	2	3	12	4	4	3	4	2	17	3	4	3	4	4	18
23	3	3	4	2	4	16	4	3	2	3	3	15	3	3	4	3	4	17
24	5	4	5	4	5	23	5	5	4	4	4	22	5	4	5	5	5	24
25	3	4	5	5	5	22	4	5	3	5	5	22	4	5	5	4	5	23
26	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	5	5	4	5	5	24
27	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	4	4	4	5	5	22
28	4	3	3	3	3	16	3	4	3	4	5	19	4	3	4	5	4	20
29	5	5	4	4	5	23	5	5	3	5	2	20	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
31	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
32	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
33	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15
34	4	4	4	4	3	19	5	5	4	5	5	24	3	2	3	4	4	16
35	3	4	4	5	4	20	3	4	3	3	3	16	3	4	4	4	3	18
36	5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
37	4	3	4	4	5	20	3	4	3	5	4	19	4	3	3	4	3	17
38	4	4	3	3	4	18	3	4	5	3	4	19	3	3	4	4	4	18
39	2	3	4	4	5	18	2	2	4	3	3	14	4	4	4	4	5	21
40	3	3	4	4	5	19	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	5	21
41	4	4	4	4	3	19	3	3	5	4	5	20	3	3	4	4	4	18
42	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	5	20	4	3	3	3	3	16
43	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	3	3	3	19

44	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	3	3	3	19
45	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	5	23	5	3	4	3	4	19
46	5	5	5	5	5	25	4	4	3	3	4	18	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
48	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	24
49	2	3	2	2	2	11	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	3	17
50	2	4	3	3	2	14	4	4	5	4	4	21	3	3	3	4	4	17
51	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	4	18	3	4	2	2	2	13
52	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	16
53	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
54	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22
55	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19
56	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	3	19	4	4	4	5	4	21
57	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	3	19	4	5	5	5	4	23
58	2	3	2	2	3	12	3	2	2	3	3	13	2	3	3	2	3	13
59	1	2	1	2	2	8	2	3	3	4	3	15	2	2	2	3	3	12
60	3	3	2	3	4	15	3	3	3	3	2	14	3	4	3	3	2	15
61	4	3	3	3	2	15	3	4	4	3	4	18	2	4	4	4	4	18
62	4	4	3	4	5	20	4	4	3	4	3	18	2	3	3	3	2	13
63	5	4	4	3	4	20	2	3	2	4	3	14	3	3	3	3	3	15
64	4	4	4	4	4	20	4	3	1	2	3	13	3	2	3	2	3	13
65	4	4	4	4	3	19	2	3	2	3	4	14	4	4	5	4	3	20
66	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	2	4	4	4	4	18
67	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	4	18	2	4	3	4	2	15

68	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	4	3	3	4	18
69	4	3	4	4	3	18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
70	2	3	3	2	3	13	2	3	4	3	3	15	3	4	3	4	3	17
71	3	4	5	5	3	20	3	4	4	4	4	19	4	5	4	4	5	22
72	3	4	4	3	4	18	3	4	3	4	3	17	3	2	2	2	3	12
73	3	4	4	4	3	18	3	3	4	4	4	18	4	4	5	4	4	21
74	3	1	3	2	4	13	3	4	3	2	2	14	3	3	3	2	3	14
75	3	3	2	2	1	11	3	4	4	4	4	19	3	3	4	3	3	16
76	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	2	3	3	14
77	4	4	4	3	4	19	2	3	3	3	3	14	3	3	3	4	3	16
78	4	5	5	4	3	21	5	4	4	3	4	20	5	5	5	5	4	24
79	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	5	24	5	5	4	4	5	23
80	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	5	23
82	5	4	5	3	5	22	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
83	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
84	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	4	21
85	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24
87	4	4	5	3	4	20	5	5	4	4	5	23	5	5	4	4	4	22
88	3	4	3	3	3	16	3	4	5	4	4	20	4	3	3	3	3	16
89	5	5	4	4	4	22	4	5	4	4	4	21	4	5	3	3	5	20
90	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	5	23	5	4	5	5	5	24
91	3	4	3	4	4	18	4	4	4	5	5	22	4	3	3	3	4	17

92	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
93	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
94	4	5	5	4	4	22	3	4	5	3	3	18	5	4	3	5	4	21
95	5	4	4	4	4	21	4	3	3	4	4	18	5	3	5	5	5	23
96	5	5	5	5	5	25	3	4	3	4	5	19	3	4	4	4	4	19
97	5	5	5	5	5	25	5	3	4	3	4	19	3	3	3	3	4	16
98	5	4	5	4	5	23	4	3	4	3	4	18	4	4	3	3	4	18
99	3	3	5	5	5	21	3	3	4	4	4	18	4	3	4	3	4	18
100	4	4	5	5	4	22	3	3	4	3	4	17	3	4	5	4	3	19
Rata2	3.93	3.98	4.01	3.98	4.04	19.94	3.81	4.01	3.82	3.94	3.97	19.55	3.84	3.89	3.76	3.82	3.84	19.15

LAMPIRAN 3. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
Correlations

Correlations

		BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	Tot
BI1	Pearson Correlation	1	.746**	.678**	.619**	.574**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N		100	100	100	100	100	100
BI2	Pearson	.746**	1	.690**	.667**	.474**	.848**

	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
BI3	Pearson Correlation	.678**	.690**	1	.701**	.663**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
BI4	Pearson Correlation	.619**	.667**	.701**	1	.562**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
BI5	Pearson Correlation	.574**	.474**	.663**	.562**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.863**	.848**	.886**	.842**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	5

Correlations

Correlations

		KO1	KO2	KO3	KO4	KO5	Tot
KO1	Pearson Correlation	1	.679**	.393**	.471**	.432**	.750**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KO2	Pearson Correlation	.679**	1	.455**	.606**	.499**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KO3	Pearson Correlation	.393**	.455**	1	.452**	.574**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KO4	Pearson Correlation	.471**	.606**	.452**	1	.642**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KO5	Pearson Correlation	.432**	.499**	.574**	.642**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.750**	.809**	.749**	.806**	.810**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	100	100.0
Cases	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items

Alpha	
.841	5

Correlations

Correlations

	KB1	KB2	KB3	KB4	KB5	Tot	
KB1	Pearson Correlation	1	.584**	.539**	.532**	.590**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KB2	Pearson Correlation	.584**	1	.543**	.542**	.495**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KB3	Pearson Correlation	.539**	.543**	1	.792**	.733**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KB4	Pearson Correlation	.532**	.542**	.792**	1	.757**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KB5	Pearson Correlation	.590**	.495**	.733**	.757**	1	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100

Tot	Pearson Correlation	.779**	.751**	.875**	.877**	.866**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	5

ANALISIS KARAKTERISTIK RESPONDEN

Frequency Table

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki - laki	43	43.0	43.0	43.0
Valid Perempuan	57	57.0	57.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lama usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 - 5 tahun	2	2.0	2.0	2.0
6 - 10 tahun	21	21.0	21.0	23.0
Valid 11 - 15 tahun	30	30.0	30.0	53.0
16 - 20 tahun	24	24.0	24.0	77.0
> 20 tahun	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Jumlah tenaga kerja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 10 orang	20	20.0	20.0	20.0
10 - 20 orang	51	51.0	51.0	71.0
Valid 21 - 30 orang	23	23.0	23.0	94.0
> 30 orang	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Jabatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pemilik sekaligus pengelola	84	84.0	84.0	84.0
Valid Manajer/Pengelola	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation

Berbagi Informasi	100	1.60	5.00	3.9880	.74553
Koordinasi Operasional	100	2.60	5.00	3.9100	.64157
Kinerja Bisnis Perusahaan	100	2.20	5.00	3.8300	.74475
Valid N (listwise)	100				

LAMPIRAN 4. UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.752	.364		2.066	.042		
1 Berbagi Informasi	.372	.102	.372	3.640	.000	.557	1.797
Koordinasi Operasional	.408	.119	.352	3.441	.001	.557	1.797

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis Perusahaan

2. Uji normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Standardized Residual
--	-----------------------

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.98984745
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.042
	Negative	-.092
Kolmogorov-Smirnov Z		.917
Asymp. Sig. (2-tailed)		.369

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

3. Uji heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.794	.360		2.204	.030
	Berbagi Informasi	.068	.101	.091	.673	.502
	Koordinasi Operasional	-.064	.117	-.074	-.544	.587

a. Dependent Variable: abs_res

LAMPIRAN 5. HASIL ANALISIS REGRESI

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Koordinasi Operasional, Berbagi Informasi		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kinerja Bisnis Perusahaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 ^a	.436	.425	.56495

a. Predictors: (Constant), Koordinasi Operasional, Berbagi Informasi

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	23.951	2	11.976	37.521	.000 ^a
	Residual	30.959	97	.319		
	Total	54.910	99			

a. Predictors: (Constant), Koordinasi Operasional, Berbagi Informasi

b. Dependent Variable: Kinerja Bisnis Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.752	.364		2.066	.042
	Berbagi Informasi	.372	.102	.372	3.640	.000
	Koordinasi Operasional	.408	.119	.352	3.441	.001

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis Perusahaan

