

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Produktivitas Kerja

Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan

(Studi Kasus PT. Mitra Rakata)



Oleh :

Nama : Mochamad Rifqi Alfaizi

Nomor Mahasiswa : 18312354

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Produktivitas Kerja

Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan

(Studi Kasus PT. Mitra Rakata)

SKRIPSI

**Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas**

Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh :

Nama : Mochamad Rifqi Alfaizi

Nomor Mahasiswa : 18312354

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan 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 dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 10 Juni 2022

Penulis,



Mochamad Rifqi Alfaizi

الجمعة، الأستد الاندو

HALAMAN PENGESAHAN

**Dampak Penerapan Manajemen Rantai Pasokan (MRP) Dalam Rangka
Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Kepada
Pelanggan (Studi Kasus PT. Mitra Rakata)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama : Mochamad Rifqi Alfaizi

Nomor Mahasiswa : 18312354

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 14 Juni 2022

Dosen Pembimbing,



(Aris Nurherwening, Drs.,MM.,Crfa)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Anwar Prabu Samudra
Universitas Islam Indonesia
Jl. Sekeloa Timur No. 1, Yogyakarta 55181
T. (0271) 841561, 845176
F. (0271) 842589
E. revisi@uii.ac.id
W. www.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2021/2022, hari Kamis, tanggal 14 Juli 2022, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : MOCHAMAD RIFQI
ALFAIZI NIM : 18312354
Judul Tugas Akhir : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan (Studi Kasus PT. Mitra Rakata)
Dosen Pembimbing : Aris Nurherwening, Drs., MM., CFra.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan
Tim Penguji:
Ketua Tim : Aris Nurherwening, Drs., MM., CFra.
Anggota Tim : Arif Fajar Wibisono, SE., M.Sc., CFra.

Yogyakarta, 06 September 2022



Program Studi Akuntansi,

Muhammad, Dr., SE., M.Si., Ak., CMA
NID. 023120104

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan Dan
Kualitas Pelayanan Pelanggan (Studi Kasus PT. Mitra Rakata)**

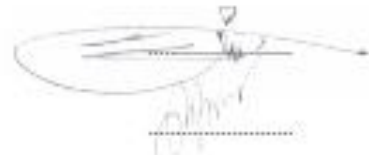
Disusun oleh : MOCHAMAD RIFQI ALFAIZI

Nomor Mahasiswa : 18312354

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Kamis, 14 Juli 2022

Penguji/Pembimbing Skripsi : Aris Nurherwening, Drs., MM., CFra

Penguji : Arif Fajar Wibisono, SE., M.Sc., CFra



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johannes M. Si., Ph.D., CFra, CertIPAS.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullah Wabarakatuh.

Tiada kata yang pantas penulis panjatkan selain ucapan rasa tasyakur kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan limpahan karunia ilmu yang telah diberikan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan (Studi Kasus PT. Mitra Rakata)”. Skripsi yang disusun oleh penulis merupakan tugas akhir dalam rangka memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Studi Program Sarjana Jenjang Strata Satu (S1) Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Proses penyusunan tugas akhir yang dilakukan penulis membutuhkan banyak pikiran dan tenaga. Kemudian dalam proses penyusunan tugas akhir ini juga telah mendapatkan doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia untuk mempermudah penulis dalam menyusun tugas akhir sehingga bisa tugas akhir ini bisa terselesaikan dengan baik. Segala puji hanya milik Allah. Dia Maha Bijaksana atas semua ketetapan yang ada dari setiap hamba-Nya dan Maha Berkuasa atas segala sesuatu.

2. Rasulullah Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat manusia. Shalawat beriring salam selalu penulis panjatkan setiap malam dan semoga Allah SWT memberikan ridho dan petunjuk untuk memudahkan penulis

untuk bisa mengambil teladan dari beliau dan istiqomah dalam menjalankan sunnah-sunnahNya.

3. Bapak H. Bunyamin Fauzi S.E, M.M., dan Ibu Hj. Elis Kurnia Asih S.Ag., selaku kedua orang tua penulis yang sangat berjasa dalam membimbing dan mengarahkan agar kehidupan penulis menjadi jauh lebih baik lagi. Terimakasih atas segala doa, motivasi, dan materi yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir.

4. Aliyah Tresna Asih, Ahya Alfaizi, dan Fakhri Alfaizi selaku adek penulis yang senantiasa memberikan doa, motivasi, dan dukungan kepada penulis sehingga bisa menjadi motivasi tersendiri kepada penulis agar bisa menjadi kakak yang jauh lebih baik lagi.

5. Bapak Aris Nurherwening, Drs., M.M., selaku pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi yang telah mengajarkan sebuah ilmu yang bermanfaat baik dari sisi ilmu pengetahuan dan memberikan sebuah nasihat agar bisa menjadi jauh lebih baik lagi dalam menghadapi dunia kerja dan kehidupan yang akan datang. Semoga Allah selalu memberikan karunia, rahmat, dan keberkahan dalam menjalani kehidupan bapak dan sekeluarga. Aamiin *yaa rabbal al'amin*.

6. Bapak Mahmudi. Selaku Ketua Prodi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII beserta segenap jajaran pengajar Prodi Akuntansi atas segala ilmu yang penulis peroleh.

7. Pimpinan PT Mitra Rakata yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dalam rangka meningkatkan performa perusahaan dalam rangka memenangkan persaingan pasar.

8. Gina Nurgina Gustinar yang sudah menjadi orang yang spesial sejak awal kuliah sampai saat ini. Terimakasih sudah memberikan doa, tenaga, semangat serta hiburan terhadap penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. *Alpha and Omega (ALP)* selaku grup tempat penulis untuk melakukan diskusi untuk membahas perkembangan ekonomi dan geopolitik dunia yang secara tidak langsung mempengaruhi pergerakan pasar, peta persaingan pasar, dan mata uang digital. Terima kasih atas pandangan dan ilmu yang diberikan pada saat melakukan diskusi sehingga penulis mendapatkan pengetahuan tambahan disamping ilmu pengetahuan yang diajarkan selama proses perkuliahan.

10. Dayangku Desia Razida, Nadika Ardiansyah, dan Maulia Fanny selaku teman dekat penulis sejak di bangku SMP. Sultan Gagah As-Salam, Axmal Ibnu Firdaus, Chandra Saputra, Fanni Rizkiyanti, Muhammad Rois Nabhan, Faisal Haris Sandi, Muhammad Hafidz, Arya Satya, Yanuar Atha A, Yahya Rizki, Ariq N, Rapid Al-Farisi, Aulia Shafira, dan Azzahra Sabrina Rahma selaku teman dekat sejak di bangku SMA yang selalu mendukung dan menyemangati penulis dalam menghadapi proses perkuliahan.

11. Anindito Bagus Yulianto, Riski Yulianto, Muhammad Ghozy Fadlurrahman, Melisa Nur Utami, Mujib Riyas, Irvan Zaqi, Syafa Tasya Salsabila, Tifani F Fuadzis, Fiqih Amanda, Putriana Rahayu, Vabillahnuriya Mahirachmad,

Rizky F Putra, Elfani Muas, Merti Ayu, Ariq, Alvin Bang Sony, dan Bang Arthur Sianipar selaku teman dekat yang selalu mendukung dan menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis masih menyadari banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis menerima saran dan kritik yang membangun sehingga tercipta karya tulis yang lebih baik dimasa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak-pihak yang membutuhkan dan semoga kita selalu diberikan petunjuk oleh Allah Subhanahu wa ta'ala dan dimasukkan kedalam Jannah-Nya kelak. Aaamiin yaa rabbal al'amin.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 28 Februari 2022

Penulis,

Mochamad Rifqi Alfaizi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sitematika Penulisan	6
BAB 2	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Industri	7
2.1.2 Manajemen Rantai Pasokan	8
2.1.2.1 Konsep-Konsep Dalam Manajemen Rantai Pasokan	9
2.1.2.2 Aktivitas Perusahaan Dalam Menerapkan Manajemen Rantai Pasokan	11
2.1.2.3 Beberapa komponen Dalam Rantai Pasokan Di Perusahaan	12
2.1.2.4 Tujuan Diterapkannya Manajemen Rantai Pasokan Di Perusahaan	13
2.1.2.5 Manfaat Manajemen Rantai Pasokan	13
2.1.3 Integrasi Proses Bisnis	14
2.1.4 Strategi Perusahaan	17
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	18
2.1.6 Produktivitas	19

2.2	Gambaran Umum PT Mitra Rakata	21
2.3	Penelitian Terdahulu	23
2.4	Kerangka Penelitian Dan Pengembangan Hipotesis	30
2.4.1	Model Penelitian	30
2.4.2	Hipotesis Penelitian	31
2.4.2.1	Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2.4.2.2	Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Produktivitas	32
2.4.2.3	Pengaruh Integrasi Proses Bisnis Terhadap Produktivitas	33
2.4.2.4	Pengaruh Strategi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	34
2.4.2.5	Pengaruh Strategi Perusahaan Terhadap Produktivitas	36
BAB 3	37
3.1	Bentuk, Tempat, Dan Waktu Penelitian	37
3.2	Populasi Dan Sampel	37
3.3	Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data	38
3.3.1	Studi Kepustakaan	38
3.3.2	Survei	38
3.4	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	38
3.4.1	Variabel Penelitian	38
3.4.2	Definisi Operasional	39
3.4.2.1	Manajemen Rantai Pasokan	39
3.4.2.2	Integrasi Proses Bisnis	40
3.4.2.3	Strategi Perusahaan	41
3.4.2.4	Kepuasan Pelanggan	42
3.4.2.5	Produktivitas	43
3.5	Metode Pengukuran Data	44
3.6	Metode Analisis Data	44
3.6.1	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model Analysis</i>)	45
3.6.2	Uji Model Struktural (<i>Inner Model Analysis</i>)	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Analisis Deskriptif	49
4.2	Model Pengukuran (Outer Model)	53

4.2.1 Pengujian Validitas (Convergent Validity).....	53
4.2.2 Pengujian Validitas Diskriminan (Discriminat Validity)	55
4.2.3 Pengujian Reabilitas.....	58
4.3 Model Struktural (Inner Model)	59
4.4 Pengujian Hipotesis.....	61
4.5 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	62
4.5.1 Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kepuasan Pelanggan	63
4.5.2 Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Produktivitas	65
4.5.3 Pengaruh Integrasi Proses Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas)	66
4.5.4 Strategi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	67
4.5.5 Pengaruh Strategi Perusahaan terhadap Produktivitas.....	68
BAB 5	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Keterbatasan dalam penelitian	70
5.3 Saran Penelitian.....	70
5.4 Implikasi Penelitian.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN 1.....	82
LAMPIRAN 2.....	90
LAMPIRAN 3.....	99
LAMPIRAN 4.....	102
LAMPIRAN 5.....	105
LAMPIRAN 6.....	106
LAMPIRAN 7.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Pertanyaan Manajemen Rantai Pasokan.....	39
Tabel 3.2 Pertanyaan Integrasi Proses.....	40
Tabel 3.3 Pertanyaan Strategi Perusahaan.....	41
Tabel 3.4 Pertanyaan Kepuasan Pelanggan.....	42
Tabel 3.5 Pertanyaan Produktivitas.....	43
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Manajemen Rantai Pasokan.....	49
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Integrasi Proses.....	50
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Strategi Perusahaan.....	50
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Produktivitas.....	51
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	52
Tabel 4.6 Pengujian Validitas.....	53
Tabel 4.7 Pengujian Validitas Diskriminan.....	55
Tabel 4.8 <i>Fornell-Larcker Criterion</i> Antara Variabel.....	56
Tabel 4.9 <i>Cross Loading</i> antara Variabel Laten dengan Indikator.....	56
Tabel 4.10 Pengujian Reabilitas	58
Tabel 4.11 Nilai <i>R Square</i> dan <i>Q Square</i>	60
Tabel 4.12 Pengujian Hipotesis.....	62
Tabel 4. 13 Sistem Sebelum Tersambar Petir.....	64
Tabel 4. 14 Sistem Sesudah Tersambar Petir.....	65

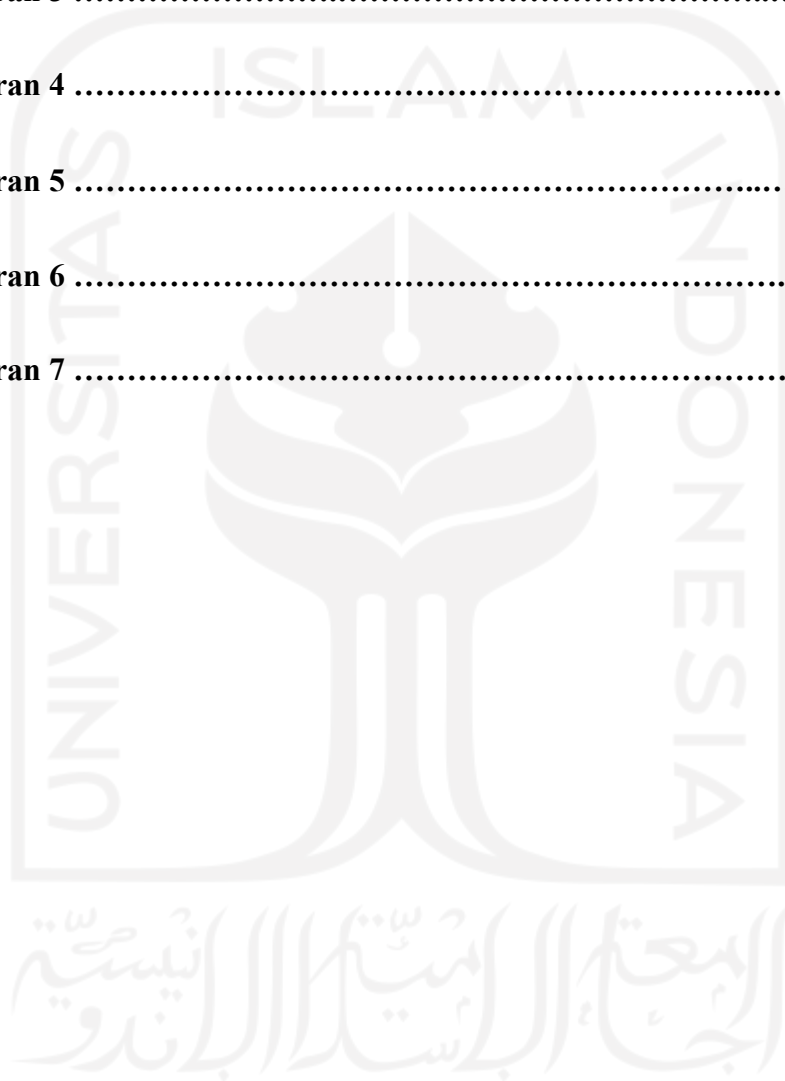
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kerangka Penelitian	31
Gambar 4.1 Model Struktural Outer Model Awal.....	55
Gambar 4.2 Model Struktural Inner Model.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	82
Lampiran 2	90
Lampiran 3	99
Lampiran 4	102
Lampiran 5	105
Lampiran 6	106
Lampiran 7	107



ABSTRAK

Pada penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan (Studi Kasus PT. Mitra Rakata). Dalam penelitian ini menggunakan responden sebanyak 32 pegawai PT Mitra Rakata dan 168 orang pelanggan. Pada penelitian ini variabel independen yaitu Manajemen Rantai Pasokan (X1), integrasi proses (X2), dan strategi perusahaan (X3). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y1) dan produktivitas (Y2). . Dalam penelitian ini memperoleh hasil Manajemen Rantai Pasokan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Manajemen Rantai Pasokan berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas, Integrasi Proses Bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas, Strategi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Strategi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas.

Kata Kunci : Manajemen Rantai Pasokan (X1), integrasi proses (X2), strategi perusahaan (X3), kepuasan pelanggan (Y1), dan produktivitas (Y2).

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tidak bisa dipungkiri persaingan pasar di era yang modern seperti sekarang ini semakin ketat dan perubahan arah pasar akan jauh lebih cepat. Hal ini dapat dilihat dari langkah-langkah yang diambil oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan dan kompetisi. Dimana dalam hal ini perusahaan akan menciptakan sebuah produk yang berbeda dari yang lain, memiliki nilai jual yang tinggi, dan berkualitas baik sehingga dapat menarik perhatian dan minat para konsumen.. Perusahaan pada saat menciptakan produk yang berbeda dari yang lain dan memiliki nilai yang tinggi akan diperlukan bahan baku yang berkualitas dan sesuai dengan standar yang dibuat oleh perusahaan. Kemudian perusahaan juga akan memikirkan sistem yang akan dipakai dalam proses penciptaan dan produksi sebuah produk. Tentu tujuan akhir yang diharapkan oleh perusahaan adalah terciptanya sebuah produk jadi yang dapat dijual kemudian setelah produk tersebut jadi akan langsung didistribusikan ke tangan para konsumen.

Simanjuntak (2002) mengatakan bahwa sektor industri pengolahan (*manufacturing industry*) yang ada di suatu daerah akan cenderung akan mendapatkan prioritas utama dalam rangka mendukung peningkatan ekonomi secara nasional. Tujuan utama sektor industri dijadikan sebagai sektor pemimpin dan cenderung mendapatkan prioritas utama adalah jika di suatu daerah terdapat pembangunan kawasan industri terpadu, maka dapat membantu, mengangkat, dan

mempercepat sektor-sektor pendukung di kawasan industri terpadu seperti sektor jasa dan sektor pertanian. Oleh karena itu, pemerintah akan cenderung fokus untuk membangun ekonomi di suatu daerah pada sektor industri. Dengan bertambahnya kawasan industri terpadu di suatu daerah akan dapat dijadikan penggerak dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan dapat menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitar kawasan industri tersebut.

Kawasan industri yang ada di suatu daerah harus didukung dengan teknologi yang sesuai karena kemajuan teknologi informasi yang terjadi begitu pesat pada saat ini akan menjadi nilai tambah tersendiri saat didukung dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam proses bisnis yang dijalankan oleh perusahaan. Sumber daya manusia yang mumpuni di dalam perusahaan akan dapat membangun proses bisnis yang jauh lebih baik lagi sehingga dapat membangun hubungan yang baik dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan. Dampak yang akan dirasakan oleh perusahaan adalah perusahaan dapat meningkatkan nilai yang dimiliki perusahaan sehingga akan lebih mudah dalam memasarkan produk, memperluas potensi pasar yang bisa diserap, dan proses pertukaran informasi akan berjalan jauh lebih cepat dan sesuai dengan kondisi yang sedang terjadi.

Menggunakan kemajuan teknologi informasi untuk memenangkan persaingan pasar akan kurang optimal apabila tidak ditunjang dengan langkah-langkah strategis manajemen perusahaan untuk kedepannya. Salah satu langkah strategis yang bisa dilakukan dengan cara membuat keunggulan bersaing tersendiri bagi perusahaan. Keunggulan bersaing ini dapat dibangun dengan cara membangun

komunikasi yang baik dalam rangka membangun hubungan strategis baik jangka pendek dengan seluruh pihak yang memiliki kepentingan berkaitan rantai pasok perusahaan. Hal ini akan membuat perusahaan harus mencari langkah-langkah untuk mengintegrasikan seluruh strategi yang sudah disusun sebelumnya untuk memperkuat hubungan dengan seluruh pihak yang memiliki kepentingan dengan rantai pasokan secara menyeluruh.

Keunggulan bersaing yang dibuat oleh perusahaan harus ditunjang meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar bisa beradaptasi dengan proses bisnis perusahaan, selalu menciptakan inovasi dalam proses bisnis, dan memiliki tujuan yang sama dengan perusahaan. Hal ini akan dapat diterapkan dalam budaya perusahaan. Dimana interaksi yang terjadi antar individu akan saling memiliki keterkaitan dan saling terhubung agar dapat membentuk sebuah tim yang solid dan memiliki tujuan yang sama dalam rangka memenangkan persaingan pasar yang ada.

Tidak bisa dipungkiri bahwa persaingan yang terjadi pada saat ini akan membuat manajemen perusahaan berusaha untuk memenangkan persaingan rantai pasokan. Tujuan manajemen perusahaan saat memenangkan persaingan rantai pasokan adalah agar rantai pasokan yang telah dibangun oleh perusahaan bisa memberikan penawaran produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Tentunya produk yang ditawarkan oleh perusahaan sudah dipertimbangkan sebelumnya sesuai dengan kondisi konsumen yang ditinjau dari segi kualitas yang diharapkan, harga yang diinginkan oleh konsumen, dan disesuaikan dengan kondisi sebenarnya transaksi tersebut terjadi. Hal ini menyebabkan kawasan industri yang ada di daerah harus mempunyai manajemen rantai pasokan yang baik guna mendukung

produktivitas di kawasan industri tersebut. Dengan adanya manajemen rantai pasokan akan dapat mengoptimalkan aktivitas bisnis yang terjadi dan memiliki potensi yang jauh lebih besar untuk menguasai pasar yang ada.

Kotler (2005) mengatakan bahwa tidak bisa dipungkiri bahwa persaingan yang terjadi pada saat ini telah mengalami perubahan yang begitu pesat disebabkan adanya kemajuan dalam teknologi yang digunakan oleh perusahaan, sistem perdagangan antar negara yang mulai saling terbuka, dan kebijakan politik yang diambil oleh setiap negara untuk tetap menjaga hubungan yang baik dalam rangka mendukung kepentingan nasional negara tersebut. Penyebab lainnya adalah meningkatnya pemain pasar yang bermain baik dari dalam dan luar negeri yang akan membuat setiap perusahaan akan saling berlomba untuk meningkatkan kualitas kinerja internal dan eksternal yang bertujuan untuk memenangkan persaingan pasar. Dampak yang terjadi adalah perusahaan akan berusaha dengan semaksimal mungkin untuk beradaptasi dan membuat strategi untuk menghadapi perubahan arah pasar. Oleh karena itu, untuk menghadapi perubahan arah pasar sebuah organisasi akan menyusun strategi yang sesuai untuk memenangkan kondisi pasar dan akan menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Sistem Manajemen Rantai Pasokan yang sudah dijalankan oleh manajemen PT Mutra Rakata berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?.
2. Apakah Sistem Manajemen Rantai Pasokan yang sudah dijalankan oleh manajemen PT Mitra Rakata berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan?.

3. Apakah Integrasi Proses Bisnis yang telah dijalankan oleh manajemen PT Mitra Rakata Karyawan berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan?.
4. Apakah Strategi Perusahaan yang disusun oleh manajemen PT Mitra Rakata berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?.
5. Apakah Strategi Perusahaan yang disusun oleh manajemen PT Mitra Rakata berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan?.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui manfaat diterapkannya Sistem Manajemen Rantai Pasokan yang sudah dijalankan oleh manajemen PT Mitra Rakata berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
2. Mengetahui dampak dari Sistem Manajemen Rantai Pasokan yang sudah dijalankan oleh manajemen PT Mitra Rakata berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan.
3. Dapat mengetahui Integrasi Proses Bisnis yang telah dijalankan oleh manajemen PT Mitra Rakata Karyawan berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan.
4. Mengetahui dampak dari penerapan Strategi Perusahaan yang disusun oleh manajemen PT Mitra Rakata berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
5. Mengetahui dampak Strategi Perusahaan yang disusun oleh manajemen PT Mitra Rakata berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan.

1.4 Manfaat Penelitian

Bagi perusahaan, penelitian yang telah dilakukan dapat digunakan untuk meningkatkan performa perusahaan yang berkaitan dengan penerapan Manajemen Rantai Pasokan (MRP) untuk dapat meningkatkan produktivitas perusahaan, dan membuat kinerja perusahaan akan semakin baik untuk kedepannya. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi dan informasi yang bisa saja dipakai dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang penerapan Manajemen Rantai Pasokan (MRP) dalam cakupan yang jauh lebih besar.

1.5 Sitematika Penulisan

Bab satu akan menguraikan secara singkat mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Bab dua memuat kajian literatur deduktif dan induktif yang membuktikan bahwa topik tugas akhir yang diangkat memenuhi syarat dan kriteria yang dijelaskan. Bab tiga menjabarkan runtutan peneliti dalam melakukan penelitian, secara garis besar menjelaskan objek penelitian, proses pengumpulan data dan pengolahan data. Bab empat menguraikan proses pengolahan data dengan prosedur metode yang digunakan untuk melakukan pengumpulan dan pengolahan data. Termasuk gambar dan grafik yang didapat dari hasil penelitian. Terakhir bab lima berisi simpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian yang akan datang.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Industri

Industri merupakan kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancangan dan perekayasaan industri. Hal ini memiliki sebuah makna bahwa industri akan meliputi semua perusahaan yang memiliki proses bisnis berkaitan dengan kegiatan tertentu yang akan mengubah bahan-bahan organik menjadi barang baru yang siap dipasarkan kepada konsumen yang dilakukan secara mekanik maupun kimia.

Arsyad (2004) mengatakan bahwa industri mempunyai dua istilah ekonomi yang berbeda. Pengertian pertama mengatakan bahwa industri adalah suatu himpunan dari berbagai perusahaan yang memiliki proses bisnis yang sejenis, misalkan adanya industri kertas di sebuah daerah berarti di dalam daerah tersebut memiliki suatu himpunan perusahaan yang proses bisnisnya berkaitan dengan memproduksi kertas. Pengertian kedua berkaitan dengan industri merupakan sektor-sektor yang berperan dalam membangun perekonomian suatu negara dimana kegiatan yang dilakukan adalah kegiatan produksi untuk mengolah barang mentah yang tersedia dari alam menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang bermanfaat bagi orang yang membelinya.

2.1.2 Manajemen Rantai Pasokan

Martono (2015) mengatakan bahwa manajemen rantai pasokan merupakan suatu sistem terintegrasi yang diterapkan dan dijalankan oleh manajemen perusahaan dalam mengkoordinasikan seluruh pihak-pihak yang terlibat dalam proses bisnis perusahaan. Dimana proses bisnis ini bermula merencanakan dan merancang sebuah proses bisnis hingga pada akhirnya produk yang dihasilkan bisa diterima oleh konsumen. Proses bisnis yang ada ini mencakup perencanaan produksi suatu barang yang akan dijual, kemudian perusahaan akan mencari sumber input bagi proses bisnis perusahaan yang tentunya akan berkaitan dengan pengiriman bahan mentah yang diperlukan oleh perusahaan dari pemasok, dan proses yang terakhir adalah proses mentransformasikan sumber input yang sudah dimiliki oleh perusahaan menjadi output berupa barang yang akan dikirimkan oleh perusahaan.

Proses yang terjadi pada proses mentransformasikan akan berkaitan dengan proses pembuatan produk, langkah yang akan digunakan untuk menjaga kualitas produk di gudang, membuat sistem yang akan digunakan dalam mentransportasikan dan mendistribusikan produk yang sudah diproduksi dan disimpan dalam gudang dimana akan saling keterkaitan dengan sistem informasi dan pembayaran atas produk kepada konsumen, dan pada akhirnya produk tersebut akan sampai di tangan konsumen dimana ada sebuah resiko barang yang diberikan bisa saja dikembalikan. Resiko ini akan direspon oleh perusahaan dengan membuat pelayanan pengembalian produk yang tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Irawan (2008) mengatakan bahwa manajemen rantai pasokan adalah proses yang dilakukan oleh perusahaan guna melakukan pengelolaan proses produksi yang dilakukan dalam rangka memperoleh bahan mentah yang diperoleh dari pemasok, kemudian mentransformasikan bahan mentah yang sudah diperoleh untuk diproses lebih lanjut dan menjadi barang yang sesuai dengan keinginan konsumen yang pada akhirnya produk tersebut akan dikirim ke konsumen melalui sistem distribusi yang sudah dirancang oleh perusahaan sebelumnya.

Manajemen rantai pasokan yang diterapkan oleh perusahaan akan menggambarkan sebuah sistem yang saling terkoordinasi berkaitan dengan seluruh kegiatan sistem proses rantai pasokan di dalam perusahaan. Proses yang dilakukan oleh perusahaan akan dimulai dari pengadaan bahan baku dari pemasok dan diakhiri dengan produk berkualitas sesuai dengan standar sudah dibuat berada ditangan konsumen dalam rangka menjawab keinginan konsumen akan produk tersebut. Dalam manajemen rantai pasokan akan mencakup pemasok yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, proses produksi di dalam perusahaan manufaktur atau perusahaan yang menawarkan pelayanan jasa, dan perusahaan distributor yang akan mengirimkan barang kepada pihak grosir atau pengecer yang akan menawarkan secara langsung produk atau jasa kepada target konsumen yang sudah ditentukan.

2.1.2.1 Konsep-Konsep Dalam Manajemen Rantai Pasokan

Just In Time (JIT) merupakan suatu konsep yang diterapkan oleh perusahaan untuk fokus dalam membangun hubungan yang baik sebagai mitra strategis yang erat antara perusahaan dengan pemasok, kemudian pemasok akan

mengirimkan perwakilan untuk menjaga kepentingan bersama dalam rangka menjalin hubungan yang harmoni dengan perusahaan yang disuplainya. Fungsi dari wakil tersebut adalah memberikan informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan berkaitan dengan pembelian yang dibutuhkan guna mempercepat proses bisnis yang dilakukan dan secara langsung akan menggantikan peran bagian pembelian di perusahaan pembeli. Setelah wakil tersebut diberikan informasi yang sesuai dengan keinginan perusahaan akan dilanjut dengan membuat order pembelian ke perusahaannya berdasarkan rencana produksi. Pada tahap selanjutnya kedua belah pihak akan membicarakan mengenai rencana-rencana produksi dalam jangka waktu tertentu maupun pembelian untuk memastikan pada saat proses produksi tidak ada masalah yang cukup rumit sehingga dapat menguntungkan kedua belah pihak. Dampak yang akan dirasakan oleh perusahaan pembeli adalah lebih mudah menegosiasikan jadwal pengiriman bahan pasokan yang diperlukan melalui wakil pemasok yang ada di perusahaan dan bisa dibicarakan secara langsung. Dampak yang akan dirasakan oleh pemasok adalah melalui perwakilan yang ada di perusahaan akan dapat memberikan masukan tentang kemampuan pemasok untuk memasok kebutuhan material atau bahan baku yang dibutuhkan perusahaan pembeli.

Vendor Managed Inventory (VMI) merupakan salah satu pengembangan dari variasi JIT. Konsep seperti ini biasanya dipakai oleh para pemasok untuk mensuplai bisnis retail agar bisa saling menguntungkan dan menjaga kepentingan yang ada. Pada penerapan konsep ini pihak retail memiliki sebuah kewajiban untuk membuat order pembelian guna menjaga stabilitas jumlah persediaan yang ada di

perusahaan dan menjaga jumlah persediaan yang sudah diperhitungkan sebelumnya dari setiap item yang terjual kepada konsumen. Sementara dari pihak pemasok memiliki sebuah kewajiban untuk menentukan kapan barang bisa dikirim, kualitas bahan baku yang sesuai dengan standar, jumlah suatu item yang disanggupi untuk dikirim ke perusahaan retailnya. Pemasok akan mengirimkan bahan baku kepada perusahaan retail berdasarkan informasi yang diberikan mengenai tingkat penjualan di perusahaan retail dan jumlah minimal dari persediaan yang harus diisi. Dalam penerapan konsep VMI pertukaran informasi antara perusahaan retail dengan pemasok, membangun hubungan yang baik, dan menjalin komunikasi yang efektif akan sangat diperlukan dalam rangka menjaga kepentingan bersama.

2.1.2.2 Aktivitas Perusahaan Dalam Menerapkan Manajemen Rantai Pasokan

Beberapa aktivitas yang akan dilakukan oleh perusahaan pada saat menerapkan manajemen rantai pasokan di dalam proses bisnis yang dijalankan, antara lain : a. Perusahaan akan memperhitungkan dan meramalkan permintaan pelanggan terhadap suatu produk yang ditawarkan; b. Perusahaan akan merancang dan membuat jadwal produksi agar barang diterima oleh pelanggan tepat waktu; c. Perusahaan membangun dan menyiapkan jaringan transportasi yang memadai guna mendukung distribusi produk kepada pelanggan; d. Perusahaan akan melakukan pemesanan bahan baku pengganti kepada para pemasok untuk menjaga persediaan yang ada di perusahaan; e. Perusahaan akan membuat sistem persediaan yang dimulai dari bahan mentah dikemudian bahan mentah tersebut diproses menjadi barang jadi yang siap dikirimkan kepada pelanggan; dan h. Perusahaan akan membuat sistem yang bisa melacak aliran bahan baku dari pemasok yang

dikirimkan kepada perusahaan dan memantau aliran distribusi barang kepada pelanggan.

2.1.2.3 Beberapa komponen Dalam Rantai Pasokan Di Perusahaan

Pertama, Rantai pasokan hulu (*upstream supply chain*). Pada proses ini perusahaan akan terfokus untuk membangun hubungan yang baik dengan pemasok agar dapat mengamankan kepentingan antara perusahaan dengan pemasok berkaitan dengan pembelian dan pengiriman bahan baku dan bahan pendamping yang akan dipakai dalam proses produksi. Tujuannya adalah dapat memastikan bahwa pemasok akan mengirimkan bahan baku tepat waktu dan kualitas bahan baku sesuai dengan standar yang telah disepakati bersama.

Kedua, Rantai pasokan internal (*internal supply chain*). Pada proses ini perusahaan akan membuat sistem yang berkaitan dengan bahan baku yang datang di perusahaan yang kemudian akan perusahaan akan memasukan bahan baku yang tersedia ke gudang. Pada akhirnya barang yang disimpan dalam gudang akan digunakan oleh perusahaan untuk dilanjutkan ke proses produksi. Fokus utama perusahaan dalam proses ini adalah membuat sistem yang berkaitan dengan proses produksi yang dilakukan dan sistem pengendalian yang diterapkan pada persediaan.

Ketiga, Rantai pasokan hilir (*downstream supply chain*). Semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan akan difokuskan untuk pengiriman produk kepada pelanggan melalui distributor yang sudah dipercayai oleh perusahaan agar produk sampai ditangan pelanggan dalam keadaan yang sesuai dengan standar perusahaan.

Perusahaan akan menjalin hubungan yang baik dengan pihak-pihak yang terlibat dalam proses distribusi, pergudangan, transportasi dan pelayanan.

2.1.2.4 Tujuan Diterapkannya Manajemen Rantai Pasokan Di Perusahaan

Perusahaan akan melakukan strategi untuk memusatkan proses bisnis perusahaan pada kegiatan perencanaan proses bisnis dan sistem aliran distribusi untuk memastikan bahwa produk sampai ke tangan pelanggan. Perusahaan diharapkan dapat melakukan pengiriman produk secara tepat waktu dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen dan bisa menjawab keinginan pelanggan terhadap suatu produk.

Kemudian perusahaan dapat mengoptimalkan seluruh sumber daya yang tersedia di perusahaan guna menekan dan mengurangi biaya proses bisnis pada saat proses produksi. Perusahaan juga dapat membangun hubungan yang baik dengan seluruh pihak yang terlibat dalam rantai pasokan perusahaan agar bahan baku produksi tidak terganggu dan menjaga kepentingan bersama. Perusahaan dapat mengurangi waktu yang tidak dipakai secara optimal sehingga waktu tidak terbuang sia-sia.

2.1.2.5 Manfaat Manajemen Rantai Pasokan

Tujuan utama dari kegiatan proses produksi setiap produk yang dihasilkan oleh perusahaan adalah untuk memuaskan konsumen atau pengguna produk. Konsumen atau pengguna, sebagaimana dimaksud dalam konteks ini, tidak

diragukan lagi adalah pelanggan jangka panjang. Pelanggan harus puas terlebih dahulu dengan pelayanan perusahaan agar menjadi loyal.

Meningkatkan pendapatan. Pelanggan dan mitra yang lebih berkomitmen akan mendorong pendapatan perusahaan sehingga akan dapat memastikan bahwa produk perusahaan akan selalu dipesan dan digunakan.

Perusahaan akan dapat mengurangi biaya. Hal ini terjadi karena adanya integrasi aliran produk dari produsen ke pelanggan akhir yang dapat menurunkan biaya distribusi. Penggunaan aset semakin meningkat karena sumber daya manusia akan lebih terlatih dan kompeten dalam hal pengetahuan dan kemampuan. Tenaga manusia akan dapat memungkinkan penggunaan teknologi canggih yang penting untuk menjalankan SCM secara efektif dan efisien.

2.1.3 Integrasi Proses Bisnis

Ariani (2013) mengatakan bahwa integrasi merupakan sebuah proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan penggabungan beberapa bagian atau aktivitas proses bisnis sehingga akan membentuk suatu sistem secara menyeluruh. Tujuan sebuah perusahaan membuat integrasi proses bisnis yaitu diharapkan akan meningkatkan hubungan rantai nilai yang ada di perusahaan dan dapat mendukung manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan.

Proses integrasi bisnis yang dirangkai oleh manajemen perusahaan akan dapat memungkinkan perusahaan untuk membuat sebuah penciptaan nilai tambah yang saat proses transfer berawal dari supplier sampai ke pelanggan akhir. Proses ini akan difokuskan untuk memantau aliran informasi yang dibutuhkan oleh

perusahaan yang berkaitan mengenai percepatan aliran data, jaringan komunikasi antara divisi, dan asset yang ada di dalam perusahaan.

Fitrianto (2016) mengatakan bahwa proses integrasi yang diterapkan oleh perusahaan berhubungan dengan rantai pasok dimana akan berkaitan erat mengenai suatu proses kerjasama yang cukup kompleks antara perusahaan, pemasok, dan pembeli. Jika manajemen perusahaan dapat mengelola dengan baik proses integrasi yang telah disusun sesuai dengan kebutuhan perusahaan, maka dampak yang akan dirasakan oleh manajemen perusahaan adalah dapat meningkatkan efisiensi pada saat proses operasi inti perusahaan dan dapat meningkatkan laba perusahaan. Dimana dalam hal ini akan memberikan kepuasan bagi seluruh pihak yang terlibat dalam proses integrasi rantai pasokan.

Gimenez dan Ventura (2003) mengatakan bahwa integrasi rantai pasokan yang dibuat oleh manajemen perusahaan agar dapat mengelola dengan optimal aliran data berkaitan dengan material yang berawal dari supplier hingga berakhir pada pelanggan. Dalam hal ini juga akan berkaitan dengan aktivitas proses penyelesaian akhir material. Proses integrasi rantai pasokan akan meliputi koordinasi dan kerjasama antar divisi di dalam satu perusahaan yang memiliki kaitannya dengan rantai pasokan perusahaan. Kemudian dalam integrasi rantai pasokan juga memerlukan pertimbangan yang matang dalam memilih pihak-pihak eksternal perusahaan yang akan terlibat. Oleh karena itu, pada saat merancang integrasi rantai pasokan akan melibatkan proses integrasi internal dan eksternal perusahaan.

Integrasi proses rantai pasokan di internal perusahaan akan berkaitan dengan suatu usaha koordinasi dan kerjasama yang baik antar divisi fungsi. Hal ini akan ditunjang dengan jaringan komunikasi yang memadai sehingga akan mempercepat aliran informasi di dalam internal perusahaan. Koordinasi internal rantai pasokan adalah langkah yang diambil oleh pihak manajemen untuk menyelaraskan tujuan perusahaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan bisa lebih efisien. Kerja sama internal dalam proses integrasi rantai pasokan akan tercermin dari hubungan timbal balik dan memiliki rasa keterkaitan antara setiap divisi fungsi perusahaan yang memiliki kepentingan dalam proses rantai pasokan sehingga akan dicari sebuah kesepakatan bersama dalam rangka menjalankan proses integrasi yang sudah direncanakan dan dibangun secara bersama-sama.

Dalam membangun proses integrasi kaitannya dengan kerjasama internal perusahaan akan mempertimbangkan mengenai suatu rencana yang akan dilakukan bersama-sama untuk mengantisipasi potensi masalah yang timbul dan mempersiapkan langkah-langkah untuk memecahkan masalah yang terjadi. Kemudian dalam proses ini juga akan menetapkan tujuan bersama guna membangun pemahaman bersama mengenai peran dan tanggungjawab yang akan dilakukan.

Integrasi eksternal rantai pasokan perusahaan merupakan sebuah proses integrasi aktivitas logistik dengan pihak-pihak eksternal di luar perusahaan. Dalam proses integrasi eksternal akan dibangun sebuah sistem koordinasi dan kerjasama dengan pihak-pihak yang memiliki kaitannya dengan rantai pasokan perusahaan

antara lain pemasok dan pelanggan. Pada saat proses ini perusahaan akan membangun komunikasi yang baik antara perusahaan dengan pemasok agar hubungan dapat dijaga dengan baik dan tidak mengganggu operasional perusahaan.

Gimenez dan Ventura (2003) mengatakan bahwa kolaborasi dengan pihak eksternal merupakan sebuah proses di mana organisasi mengintegrasikan kegiatan logistiknya dengan mitra eksternal, seperti pemasok dan pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam rantai pasoka, Tujuannya adalah untuk meningkatkan kerja sama dan komitmen yang telah disepakati. Harapan perusahaan mengadakan kerjasama dengan pihak eksternal agar organisasi dapat mencapai tujuannya dengan cepat. Jenis koordinasi ditentukan oleh ketergantungan pada perjanjian hubungan untuk memenuhi permintaan pasokan perusahaan dan memberikan layanan dalam menanggapi permintaan klien.

Kriteria ini dapat dievaluasi dengan mengatur tim kerja informal di dalam organisasi untuk berkolaborasi dengan pemasok dan pelanggan untuk mempertahankan pentingnya memberikan perkiraan penjualan, volume penjualan, dan tingkat persediaan. Pemasok, distributor, dan konsumen yang memiliki kesepakatan bersama untuk melaksanakan serangkaian tugas logistik perusahaan menciptakan jenis saling ketergantungan.

2.1.4 Strategi Perusahaan

Sarkis dan Dhavale (2015) mengatakan bahwa strategi perusahaan adalah perilaku strategis organisasi yang terlalu berkonsentrasi pada budaya organisasi dimana perusahaan mencari peluang pasar untuk memperoleh keuntungan. Strategi

bisnis akan digunakan untuk menganalisis implikasi penting strategi bisnis perusahaan dalam organisasi dalam hal pengembangan, proaktif, dan pengambilan keputusan.

Strategi merupakan petunjuk umum yang mengarahkan rencana organisasi untuk mencapai tujuannya. Untuk mencapai tujuan perusahaan dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif yaitu untuk mencapai tingkat keuntungan yang diharapkan, juga diperlukan strategi bersaing yang tepat. Strategi yang akan digunakan perusahaan akan melalui beberapa proses, termasuk membuat, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi untuk memungkinkan organisasi mencapai tujuannya.

Hasil yang akan diperoleh perusahaan terkait dengan proses penyusunan sebuah strategi perusahaan adalah seperangkat keputusan dan tindakan yang digunakan untuk merumuskan dan menerapkan strategi bersaing yang sangat cocok bagi perusahaan dan lingkungannya untuk mencapai tujuan organisasi. Tujuan dari strategi implementasi perusahaan adalah untuk mempercepat pengembangan usaha, meningkatkan keuntungan perusahaan, merebut peluang pasar, meningkatkan daya saing industri, dan meningkatkan efisiensi alokasi sumber daya perusahaan.

2.1.5 Kepuasan Pelanggan

Mittal dan Kamamura (2001) mengatakan bahwa manfaat nyata yang ditawarkannya kepada perusahaan, kepuasan pelanggan telah menjadi elemen kunci dari praktik bisnis. Tingkat kepuasan adalah penilaian menyeluruh yang terdiri dari

kepuasan terhadap komponen atribut suatu produk atau jasa, menurut beberapa penilaian kepuasan konsumen.

Kepuasan pelanggan oleh Kaihatu & Siwalankerto (2008) diartikan sebagai sesuatu yang dipengaruhi oleh nilai-nilai suatu layanan yang disuguhkan pegawai kepada pelanggan. Nilai pelanggan tersebut tercipta karena tingkat kepuasan, loyalitas, dan produktivitas yang disumbangkan oleh pegawai. Adanya kepuasan kerja yang dinikmati oleh para pegawai merupakan upaya yang mendukung terciptanya kualitas layanan yang prima; serta kebijakan perusahaan yang baik akan memungkinkan pegawai memberikan layanan terbaik kepada para pelanggan.

Menurut Kotler (2016) kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Apabila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pemelinya merasa puas atau sangat gembira. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat antara lain hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

2.1.6 Produktivitas

Produksi dan produktivitas adalah istilah yang berbeda. Peningkatan produksi menunjukkan peningkatan jumlah hasil yang dicapai, tetapi peningkatan produktivitas menunjukkan peningkatan hasil dan perbaikan metode pelaksanaan produksi yang dilakukan. Peningkatan produksi tidak selalu disertai dengan

peningkatan produktivitas karena output mungkin meningkat meskipun produktivitas turun.

Alat produksi dan teknologi pada dasarnya adalah ciptaan manusia, maka sumber daya manusia berperan penting dalam proses peningkatan produktivitas. Produktivitas tenaga kerja mengacu pada perbandingan hasil yang diperoleh dengan keterlibatan tenaga kerja per unit waktu. Kekuatan dan kualitas sumber daya manusia sangat penting untuk output ekonomi organisasi atau perusahaan. Sumber daya manusia adalah bakat, kemampuan, kompetensi, dan sifat karyawan dalam bekerja. (Maduka & Okafor, 2014)

Peningkatan produktivitas dapat dilihat dalam tiga bentuk : pertama, jumlah produksi meningkat dengan menggunakan sumber daya yang sama. Kedua, jumlah produksi yang sama atau meningkat dicapai dengan menggunakan sumber daya yang sedikit. Ketiga, jumlah produksi yang jauh lebih besar diperoleh dengan pertumbuhan sumber daya yang relatif lebih kecil.

Pendidikan, keterampilan, etos kerja, motivasi, gizi, kesehatan, tingkat pendapatan, jaminan sosial, lingkungan kerja, hubungan kerja yang berorientasi vertikal, teknologi, fasilitas produksi, manajemen, prospek kerja, dan kesempatan berprestasi adalah semua elemen yang mempengaruhi produktivitas tenaga kerja. Peningkatan produktivitas tenaga kerja membutuhkan pandangan baru tentang kehidupan dan budaya, serta sikap mental untuk merayakan pekerjaan dan meningkatkan upaya untuk kehidupan masyarakat yang lebih baik.

2.2 Gambaran Umum PT Mitra Rakata

PT. Mitra Rakata adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang SPBU yang menjual BBM yang berdiri sejak tahun 1998 dengan akta pendirian nomor 1 tanggal 9 Februari 1998 Notaris Mohammad Toha, SH yang berlokasi di Cilegon dengan alamat lengkap di JL. Raya Merak KM 3,5 Grogol- Cilegon, SPBU 34-42407. Yang merupakan anak perusahaan Dana Pensiun Mitra Krakatau (DPMK). Pada tanggal 28 Juni 2021 PT Mitra Rakata menjadi bagian dari PT Krakatau Sarana Infrastruktur yang merupakan anak perusahaan PT Krakatau Steel (Persero) Tbk.

Bidang usaha PT Mitra Rakata menyediakan bahan bakar yaitu Peralite, Pertamina, Biosolar, Dexlite dan Pertamina Dex untuk kendaraan roda dua, roda empat atau roda enam (Truck/Trailer) dan perusahaan merupakan Distributor resmi PT. Pertamina (Persero). Alasan perusahaan memilih untuk focus pada penjualan bahan bakar kendaraan adalah bahan bakar merupakan salah satu bentuk energi yang cukup mendasar bagi manusia. Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, bahan bakar menjadi kebutuhan primer yang sangat dibutuhkan dan diperlukan manusia dalam menunjang berbagai aktivitas kehidupannya.

Penggunaan bahan bakar diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari seperti transportasi darat, laut, dan udara. Transportasi darat saat ini sudah banyak dikembangkan seperti kendaraan roda dua seperti sepeda motor, roda empat atau seperti mobil pribadi, bus, truk dan lain-lain. Perusahaan melihat potensi yang ada dengan memanfaatkan lokasi strategis untuk mengembangkan bisnisnya. Langkah yang diambil perusahaan sudah cukup akurat karena posisi lokasi perusahaan yang

strategis dapat mengadakan kerja sama dengan perusahaan rekanan. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya perjanjian yang dibuat oleh perusahaan dengan perusahaan rekan untuk menyediakan bahan bakar dalam rangka melancarkan proses distribusi yang dilakukan oleh perusahaan rekanan.

Kemudian perusahaan juga memiliki lini usaha lain berupa menyediakan tabung gas elpiji 3 KG sebanyak 75 tabung per hari untuk memenuhi permintaan dari masyarakat sekitar. Selain berkaitan dengan bahan bakar kendaraan dan gas elpiji, perusahaan juga melebarkan bisnisnya dengan menyediakan Indomaret dan tempat cuci motor. Hal ini dilakukan untuk memberikan pendapatan selain menyediakan bahan bakar kendaraan untuk truk-truk perusahaan.

PT Mitra Rakata juga terus mengembangkan standar pelayanan baru guna memastikan konsumen mendapatkan pelayanan terbaik. Dalam pelayanan standar ini, konsumen memiliki peran yang tinggi. Standar pelayanan ini mempunyai lima elemen, di antaranya staff yang terlatih dan bermotivasi, jaminan kualitas dan kuantitas, peralatan yang terawat, format fisik yang konsisten serta penawaran produk dan pelayanan bernilai tambah. Untuk memastikan penerapan standar pelayanan secara konsisten, auditor internasional independen secara terus menerus melakukan audit pengawasan secara berkala untuk memastikan konsistensi menerapkan SOP yang berlaku

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Nama Pengarang, dan Tahun	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Supply Chain Management And Customer Satisfaction In Small To Medium Enterprises (Osayuwamen Omoruyi, Chenedzai Mafini, 2016)	Dependen : Kebijakan SCM, Kepuasan pelanggan Independen : Kualitas produk, Pengaruh fleksibilitas, pengaruh Variasi Produk	131 manajer usaha kecil dan menengah di Provinsi Gauteng.	Kualitas produk dan flexibility, dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap SCM Practices, SCM practices berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Pengaruh Kepercayaan Dan Keselarasan Tujuan Terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Pelaku UMKM Industri Tekstil di Kabupaten Tangerang - Banten)	Dependen : Kinerja Rantai Pasokan Independen:	71 UMKM di Kabupaten Tangerang yang merupakan pelaku UMKM di bidang Industri Tekstil.	Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap rantai pasokan, Terdapat pengaruh yang signifikan antara keselarasan tujuan

	(Moh. Mukhsin, 2017)	Kepercayaan, Keselarasan tujuan		terhadap rantai pasokan, Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan dan keselarasan tujuan terhadap rantai pasokan.
3.	Dampak Perencanaan Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Operasional dengan Dimediasi oleh Antisipasi Teknologi Baru (Puput Mariatul Kibtiah, Wahyuningsih, 2018)	Dependen : Kinerja operasional Independen : Perencanaan rantai pasokan, Antisipasi teknologi baru	150 karyawan sebagai responden	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara perencanaan rantai pasokan terhadap kinerja operasional, Antisipasi teknologi baru dapat memediasi pengaruh perencanaan rantai pasokan terhadap kinerja operasi.
4.	Keterkaitan Perencanaan Rantai Pasokan dan Integrasi Rantai Pasokan Terhadap Kemampuan	Dependen : Kemampuan kustomisasi massal.	120 responden UKM dari industry makanan di Samarinda.	Perencanaan rantai pasokan berpengaruh terhadap integrasi rantai pasokan,

	<p>Kustomisasi Massal</p> <p>Umkm Makanan</p> <p>(Tiara Fatimah, Dedie S. Martadistra, 2019)</p>	<p>Independen :</p> <p>Integrasi rantai pasokan,</p> <p>Perencanaan rantai pasokan.</p>		<p>Integrasi rantai pasokan berpengaruh terhadap kemampuan kustomisasi massal, Perencanaan rantai pasokan yang tidak memiliki pengaruh langsung terhadap kemampuan kustomisasi massal.</p>
5.	<p>Pengaruh Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan) Terhadap Kinerja Perusahaan UMKM Usaha Dagang Barang Bangunan Kabupaten Sleman</p> <p>(Ardin Nashrullah, 2019)</p>	<p>Dependen :</p> <p>Kinerja perusahaan</p> <p>Independen :</p> <p><i>Information Sharing, Long-term Relationship, Cooperation, Process Integration</i></p>	<p>90 UMKM dagang bahan bangunan di Kabupaten Sleman</p>	<p><i>Information sharing</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan,</p> <p><i>Long-term relationship</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan,</p> <p><i>Cooperation</i> Berpengaruh Signifikan terhadap Kinerja Perusahaan,</p>

				<i>Process Integration</i> Berpengaruh Signifikan terhadap Kinerja Perusahaan
6.	Pengaruh Aktivitas Rantai Nilai Terhadap Kualitas dan Inovasi Produk (Gerai Alun Segara, Titik Kusmantini, Yekti Utami, 2019)	Dependen : Kualitas produk Inovasi produk Independen : Fokus pelanggan, Manajemen penelitian & pengembangan, Manajemen proses, Manajemen pemasok.	UKM mebel yang ada di desa Tirtonirmolo, kecamatan Kasihan, kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan target sampel sebanyak 31 UKM mebel.	Fokus pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas produk pada UKM Mebel, Manajemen proses berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas produk pada UKM Mebel, Manajemen pemasok berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas produk pada UKM Mebel, Fokus pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap

				<p>inovasi produk pada UKM Mebel, Manajemen pengembangan & penelitian berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk pada UKM Mebel, Manajemen pemasok berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk pada UKM Mebel.</p>
7.	<p>Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja UKM Pecel Lele di Cikarang (Hamdan Amaruddin, Kurbandi Saptatmantya B.R, dan Isnu Desi Arini, 2021)</p>	<p>Dependen : Kinerja UKM</p> <p>Independen : Pembagian informasi, Integrasi proses, Pemanfaatan inovasi teknologi</p>	<p>Jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Namun untuk memudahkan penelitian, maka sampel yang diambil menjadi 100 responden.</p>	<p>Pembagian informasi berpengaruh positif terhadap kinerja UKM Pecel Lele. Integrasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja UKM Pecel Lele. Pemanfaatan Inovasi Teknologi memiliki</p>

				pengaruh postsif terhadap kinerja UKM Pecel Lele.
8.	<p>Pengaruh Bahan Baku Dan Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Proses Produksi PT Niro Ceramic Nasional Indonesia</p> <p>(Muhammad Yasman Suudi, Eddy Sanusi, 2021)</p>	<p>Dependen :</p> <p>Proses produksi</p> <p>Independen :</p> <p>Bahan baku, Manajemen rantai pasokan.</p>	<p>Seluruh karyawan bagian produksi dari PT. Niro Ceramic Nasional Indonesia yang berjumlah 250 orang.</p>	<p>Bahan baku dan manajemen rantai berpengaruh positif terhadap proses produksi PT. Niro Ceramic Nasional Indonesia, Bahan baku yang sesuai berpengaruh positif terhadap peningkatan proses produksi, Manajemen rantai pasokan berpengaruh positif terhadap peningkatan proses produksi.</p>
9.	<p>Pengaruh Strategi Kewirausahaan dan Modal Sosial Terhadap Kinerja Keuangan serta Non-</p>	<p>Dependen :</p> <p>Kinerja organisasi</p>	<p>Penelitian ini membagikan sebanyak 150 kuesioner dan hanya</p>	<p>Strategi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap manajemen</p>

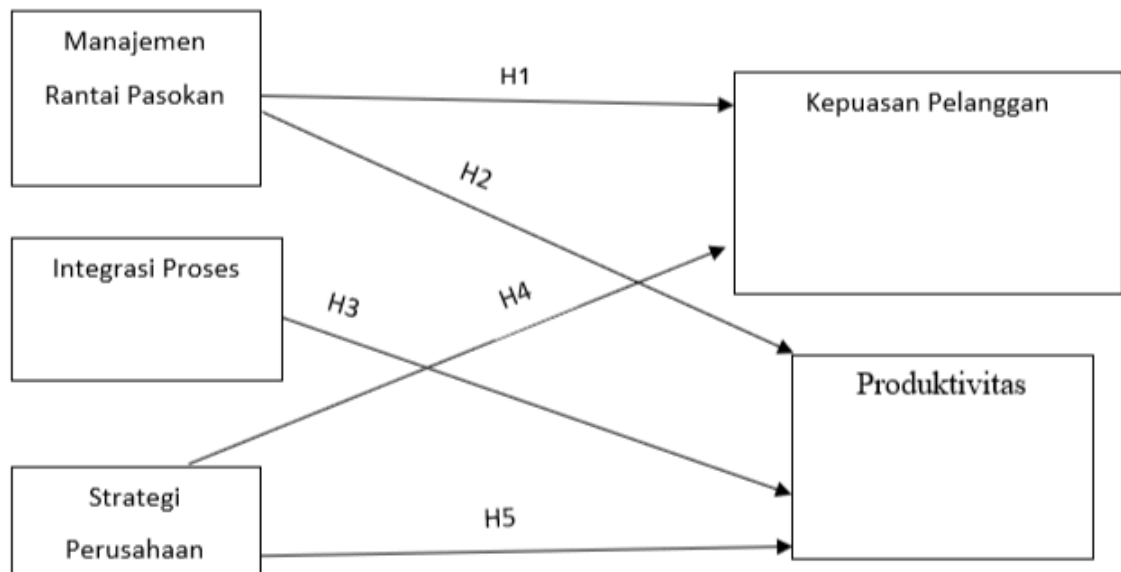
	<p>Keuangan Melalui Manajemen Rantai Pasokan Berkelanjutan (Kingkin Nurani Yekty, Grace Tianna Solovida, 2021)</p>	<p>Independen : Strategi kewirausahaan, Media sosial, Manajemen rantai pasokan berkelanjutan</p>	<p>mendapatkan sebanyak 31 kuesioner yang kembali karena sulitnya memperoleh informasi mengenai perusahaan manufaktur yang sudah menerapkan manajemen</p>	<p>rantai pasokan berkelanjutan, Strategi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi, Modal sosial berpengaruh positif terhadap manajemen rantai pasokan berkelanjutan, Modal sosial berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi, Manajemen rantai pasokan berkelanjutan berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi, Strategi Kewirausahaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				kinerja organisasi melalui manajemen rantai pasokan berkelanjutan modal sosial tidak berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi secara tidak langsung.
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.4 Kerangka Penelitian Dan Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Model Penelitian

Model hubungan antara manajemen rantai pasokan, integrasi proses, dan strategi perusahaan dengan kepuasan pelanggan dan produktivitas digambarkan kedalam suatu kerangka penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.1 Model Kerangka Penelitian

2.4.2 Hipotesis Penelitian

2.4.2.1 Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan sebuah nilai yang secara tidak langsung diberikan oleh pelanggan yang diperoleh dari pelayanan dilakukan oleh pegawai perusahaan kepada pelanggan. Nilai tersebut akan tercipta bagi perusahaan atas hasil dari kinerja perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, menciptakan cara agar pelanggan loyal, dan produktivitas pada saat proses bisnis berlangsung.

Terciptanya kepuasan akan dimulai dari aktivitas proses bisnis yang dijalankan oleh perusahaan. Apabila perusahaan dapat mengoptimalkan proses bisnis yang dilakukan, maka kepuasan kerja akan dirasakan oleh para pegawai

sehingga dapat memberikan pelayanan yang optimal. Dimana hal ini bisa dilakukan dengan cara membuat sebuah Manajemen Rantai Pasokan.

Hubungan antara penerapan Manajemen Rantai Pasokan dengan kepuasan pelanggan adalah pada saat perusahaan menerapkan Manajemen Rantai Pasokan akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Omoruyi dan Mafini (2016) membuktikan bahwa kebijakan Manajemen Rantai Pasokan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

H1 : Terdapat pengaruh positif antara Manajemen Rantai Pasokan terhadap kepuasan pelanggan.

2.4.2.2 Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Produktivitas

Langkah kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan akan menentukan keberhasilan atau kegagalan bisnis perusahaan. Dalam hal ini keberhasilan atau kegagalan bisnis yang dijalankan oleh perusahaan akan ditentukan dalam menetapkan strategi bisnis dalam memenangkan persaingan di pasar. Langkah strategis yang bisa diambil oleh manajemen perusahaan memang banyak macamnya untuk disesuaikan dengan karakter bisnis perusahaan dan tantangan pasar yang sedang dihadapi. Salah satu langkah strategis yang bisa dilakukan oleh manajemen perusahaan meningkatkan produktivitas pada saat menjalankan proses bisnis.

Pada saat perusahaan ingin meningkatkan kinerja dalam menghasilkan suatu produk atau jasa diharapkan dapat memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi tingkat produktivitasnya. Produktivitas merupakan sebuah langkah

yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk menciptakan suatu produk dan atau melakukan sebuah pelayanan kepada pelanggan dengan mempertimbangkan biaya dan waktu seefisien mungkin.

Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi produktivitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam merancang dan mengelola rantai pasokan. Pada saat perusahaan dapat menerapkan Manajemen Rantai Pasokan yang efektif akan dipengaruhi oleh banyak faktor seperti perencanaan dan pengendalian, produksi dan distribusi, kualitas informasi, dan pembelian (Kelepile, 2015)

Hubungan antara penerapan Manajemen Rantai Pasokan dengan produktivitas adalah pada saat perusahaan menerapkan Manajemen Rantai Pasokan akan memberikan pengaruh terhadap produktivitas. Hasil penelitian Kingkin Nurani Yekty dan Grace Tianna Solovida (2021), Muhammad Yasman Suudi dan Eddy Sanusi (2021), dan Puput Mariatul Kibtiah dan Wahyuningsih (2018) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara Manajemen Rantai Pasokan terhadap produktivitas.

H2 : Terdapat pengaruh positif antara Manajemen Rantai Pasokan terhadap produktivitas.

2.4.2.3 Pengaruh Integrasi Proses Bisnis Terhadap Produktivitas

Krajewsky & Ritzman, (2002) mendefinisikan integrasi proses di dalam bisnis adalah suatu langkah-langkah untuk melakukan pemberian arahan dan melakukan pengawasan atas aktivitas yang terjadi di perusahaan dalam rangka mengubah bentuk input menjadi barang dan jasa (output). Proses inti aktivitas

bisnis adalah aktivitas pokok yang dijalankan oleh perusahaan yang diterapkan dalam kegiatan bekerja di perusahaan untuk mencapai tujuan bersama.

Pada dasarnya integrasi proses merupakan langkah yang diambil oleh perusahaan untuk menyatukan kinerja semua divisi fungsi yang di perusahaan. Pada umumnya setiap divisi di perusahaan memiliki tanggung jawab berbeda yang dibagi berdasarkan tugas dan fungsinya masing-masing. Tujuan dilakukannya integrasi proses yang dilakukan oleh manajemen perusahaan agar setiap divisi fungsi dalam perusahaan saling berhubungan. Harapannya adalah pada saat integrasi proses sudah bisa berjalan optimal akan dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas perusahaan.

Hubungan antara penerapan integrasi proses dengan produktivitas adalah pada saat perusahaan menerapkan integrasi proses akan memberikan pengaruh terhadap produktivitas. Hasil penelitian Hamdan Amaruddin dkk (2021), Ardin Nashrullah (2019), dan Tiara Fatimah dan Dedie S. Martadistra (2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara integrasi proses yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kinerja dan produktivitas.

H3 : Terdapat positif antara integrasi proses bisnis terhadap produktivitas.

2.4.2.4 Pengaruh Strategi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Porter (1998) mengatakan bahwa strategi yang diterapkan oleh perusahaan pada saat menghadapi persaingan pasar merupakan langkah-langkah yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk mencari posisi kompetitif terbaik untuk dapat menguntungkan posisi perusahaan dalam suatu industri.

Strategi dalam perusahaan memiliki sebuah tujuan untuk dapat merancang dan membangun posisi strategis bagi perusahaan untuk dapat menentukan langkah selanjutnya. Dimana langkah tersebut akan lebih menguntungkan dan berkelanjutan untuk menghadapi kekuatan dari pesaing dalam sebuah persaingan industri. Pada saat strategi tersebut dibangun akan berfokus pada kepuasan pelanggan dengan cara memenuhi keinginan para pelanggan.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2008) mengemukakan bahwa strategi bersaing perusahaan merupakan suatu langkah yang dibangun oleh manajemen perusahaan dengan cara mengkombinasi antara harapan yang diinginkan oleh perusahaan dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Kombinasi tersebut akan menciptakan sebuah strategi yang kuat bagi perusahaan untuk menghadapi para pesaing dan menciptakan keunggulan bersaing sekuat mungkin. Keunggulan bersaing yang tercipta akan difokuskan kepada kepuasan pelanggan.

Hubungan antara penerapan strategi perusahaan dengan kepuasan pelanggan adalah pada saat perusahaan menerapkan strategi perusahaan akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Kingkin Nurani Yekty dan Grace Tianna Solovida (2021), Puput Mariatul Kibtiah dan Wahyuningsih (2018), dan Omoruyi dan Mafini (2016) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara strategi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.

H4 : Terdapat pengaruh positif antara strategi perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.

2.4.2.5 Pengaruh Strategi Perusahaan Terhadap Produktivitas

Menurut Sharma dkk (2014) terdapat beberapa faktor strategi perusahaan yang memberikan pengaruh besar terhadap tingkat produktivitas perusahaan. Kemudian beberapa faktor strategi perusahaan tersebut akan dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori besar, yaitu : pertama, faktor internal yang terdiri dari pengembangan teknologi dalam proses bisnis, langkah-langkah dalam mengelola keuangan perusahaan, rantai pasokan untuk mendukung kinerja perusahaan, dan pengembangan SDM. Kedua, faktor eksternal yang terdiri dari perubahan alam sekitar perusahaan, perubahan social dan budaya yang ada di masyarakat, kebijakan politik yang diambil oleh pemerintah, dan kepastian atas hukum yang berlaku di kawasan perusahaan. Kedua faktor tersebut akan sangat mempengaruhi manajemen perusahaan pada saat merumuskan strategi yang akan dijalankan. Tentunya dengan strategi yang sesuai akan dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.

Hubungan antara penerapan strategi perusahaan dengan produktivitas adalah pada saat perusahaan menerapkan strategi perusahaan akan memberikan pengaruh terhadap produktivitas. Hasil penelitian Puput Mariatul Kibtiah dan Wahyuningsih (2018), Moh. Mukhsin (2017), dan Omoruyi dan Mafini (2016) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara strategi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap produktivitas.

H5 : Terdapat pengaruh positif antara strategi perusahaan terhadap produktivitas.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Bentuk, Tempat, Dan Waktu Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survei menggunakan angket (kuesioner) yang dilengkapi dengan wawancara secara tatap muka untuk memperoleh informasi yang relevan dengan variabel-variabel penelitian. Metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada suatu populasi dengan menganalisis data yang diperoleh dari populasi itu sendiri (Sekaran & Bougie, 2013). Penelitian dilakukan di Kota Cilegon pada PT Mitra Rakata di bulan Desember tahun 2021.

3.2 Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai dan pelanggan PT Mitra Rakata

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Sampel yang akan digunakan adalah 32 pegawai PT Mitra Rakata dan 168 orang pelanggan.

3.3 Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

3.3.1 Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara telaah pustaka maupun sumber bacaan lainnya yang relevan dan Dapat dipertanggungjawabkan. Telaah pustaka dilakukan terhadap jurnal, hasil penelitian yang pernah dilakukan orang lain, dokumen intern resmi perusahaan, maupun dari media massa dan situs internet.

3.3.2 Survei

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode survey, berupa kuesioner yang akan diisi oleh para karyawan dan pelanggan PT Mitra Rakata.

3.4 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014).

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahan timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel independan dalam penelitian ini terdiri dari Manajemen Rantai Pasokan (X1), integrasi proses (X2), dan strategi perusahaan (X3)

Variabel Dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi, akibat dari adanya variabel bebas. Dikatakan sebagai variabel terikat karena

variabel terikat dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel independen (variabel bebas). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y1) dan produktivitas (Y2).

3.4.2 Definisi Operasional

3.4.2.1 Manajemen Rantai Pasokan

Manajemen Rantai Pasokan merupakan langkah koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas (Irawan, 2008). Pengukuran dimensi kebijakan SCM menurut Moruyi dan Mafini (2016) antara lain : transportasi yang diperlukan, hubungan dengan pemasok, pembelian bahan baku, gudang yang akan digunakan, langkah-langkah penyimpanan bahan baku, dan prediksi permintaan di masa depan

Tabel 3.1 Pertanyaan Manajemen Rantai 1

No	Pertanyaan
1.	Perusahaan mampu membangun hubungan jangka panjang yang baik dengan mitranya atau pemasok yang dilakukan dengan meningkatkan kualitas, pengembangan produk, dan perbaikan secara terus-menerus.
2.	Perusahaan telah mempunyai sebuah sistem terintegrasi untuk mendukung transportasi bahan baku dari pemasok.
3.	Perusahaan mempunyai metode dalam melakukan pembelian bahan baku agar bisa jauh lebih efektif dan efisien.

4.	Perusahaan mempunyai gudang yang sesuai dengan karakteristik bahan baku.
5.	Perusahaan sudah menyiapkan sebuah sistem berkaitan dengan tata cara penyimpanan dalam mendukung kegiatan logistik / SCM
6.	Perusahaan mempunyai sebuah divisi dengan didukung sistem yang memadai guna memprediksi permintaan produk dimasa yang akan datang.

3.4.2.2 Integrasi Proses Bisnis

Pertimbangan aspek organisasi yang akan bekerja sama untuk menciptakan arus berkelanjutan. Pengukuran dimensi integrasi proses bisnis menurut Rahadi (2012) antara lain : Aktivitas logistik di utamakan, Aktivitas logistik memiliki integritas yang baik, dan Arus material efektif

Tabel 3.2 Pertanyaan Integrasi Proses

No	Pertanyaan
1.	Perusahaan telah menerapkan aktivitas logistic aktifitas yang terkoordinasi antara sistem yang telah dimiliki perusahaan dengan karyawan.
2.	Aktivitas logistic yang terjadi di perusahaan sudah terintegrasi dengan pemasok.
3.	Barang yang dikirim oleh pemasok memiliki kualitas yang baik.

4.	Pemasok dapat memenuhi kebutuhan barang yang diperlukan oleh perusahaan.
----	--------------------------------------------------------------------------

3.4.2.3 Strategi Perusahaan

Strategi adalah upaya dan langkah-langkah yang diambil perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi bisnis merupakan acuan dan pedoman bagi persaingan dan kelangsungan bisnis. Jika sebuah perusahaan memilih dan berhasil menerapkan strategi kepemimpinan biaya atau diferensiasi produk, ia akan mampu secara efektif memecahkan daya saing yang menentukan keberhasilan industri (Porter, 1980).

Porter (1985) percaya bahwa ada lima kekuatan yang dapat memberikan tekanan pada unit bisnis dalam suatu industri, yang menyebabkan ketidakpastian lingkungan dalam profitabilitas unit bisnis strategis, yaitu: 1. Kekuatan pelanggan; 2. Kekuatan pemasok; 3. Ancaman produk alternatif; 4. Ancaman pendatang baru di pasar; 5. Intensitas persaingan.

Tabel 3.3 Pertanyaan Strategi Perusahaan

No	Pertanyaan
1.	Perusahaan telah memiliki langkah untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
2.	Perusahaan telah membangun hubungan yang baik dengan para pemasok.

3.	Perusahaan telah mempersiapkan langkah strategis untuk menghadapi produk-produk alternative.
4.	Perusahaan telah memperhitungkan potensi pendatang baru di pasar dan langkah antisipasi dalam menghadapi pendatang baru.
5.	Perusahaan memahami secara menyeluruh posisi di pasar dan telah menyiapkan langkah yang akan diambil dalam mempertahankan posisi di pasar

3.4.2.4 Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2013) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa factor antara lain : kualitas yang ditawarkan oleh perusahaan, harga atas suatu produk, dan factor dari budaya yang ada di masyarakat. Kemudian kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas produk atau barang-barang pada proses penyerahan jasa atau barang kepada pelanggan. Menurut Ramsay & Croom (2008) pengukuran mutu dan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini antara lain kepuasan pelanggan atas bahan baku yang digunakan dalam proses produksi, kepuasan atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan, standar control kualitas yang telah ditetapkan oleh perusahaan, proses pada saat melakukan negosiasi dengan pemasok dalam rangka mencari titik temu, dan langkah-langkah yang diupayakan oleh perusahaan untuk mengontrol biaya di perusahaan.

Tabel 3.4 Pertanyaan Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan
1.	Saya puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh operator SPBU.
2.	Saya puas atas kualitas takaran bensin pada saat proses pengisian bahan bakar kendaraan.
3.	Saya puas atas kerapihan pakaian yang digunakan oleh operator SPBU.
4.	Kebersihan di area SPBU terjaga dengan baik.
5.	Saya puas terhadap perawatan fasilitas umum seperti musholla dan toilet sehingga kebersihannya terjaga.
6.	Saya puas atas kelengkapan fasilitas penunjang yang ada di sekitar area SPBU seperti Nitrogen, ATM Center dan Mini Market,
7.	Saya ingin fasilitas yang ada di area SPBU ditambahkan.

3.4.2.5 Produktivitas

Kemampuan individu/organisasi/perusahaan untuk menggunakan sumber daya yang ada untuk menghasilkan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu secara efektif dan efisien. Produktivitas tenaga kerja meliputi pengukuran produktivitas parsial, sehingga ada beberapa faktor yang mempengaruhi produktivitas karyawan, antara lain: pendidikan, keterampilan, dan disiplin (Ardana, 2012).

Tabel 3.5 Pertanyaan Produktivitas

No	Pertanyaan
1.	Saya selalu berusaha untuk meningkatkan hasil yang dicapai.
2.	Saya berupaya dengan maksimal agar target perusahaan tercapai.
3.	Saya selalu bersemangat dalam melakukan pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan.
4.	Saya selalu berusaha untuk meningkatkan kemampuan saya dalam bekerja di perusahaan.
5.	Saya selalu disiplin pada saat melakukan pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan.

3.5 Metode Pengukuran Data

Pengukuran dalam penelitian meliputi pemberian poin pada peristiwa empiris menurut aturan tertentu (Cooper, Cooper, Alexandra, dan Clancy, 2012). Dalam penelitian ini, teknik skala Likert digunakan untuk mengukur data, dan skalanya adalah 1-4. Soal-soal pada angket berbentuk pilihan ganda, dan setiap butir jawaban memiliki bobot yang berbeda.

Skala likert yang digunakan adalah sebagai berikut : Skor 4 diberi penilaian sangat setuju; Skor 3 diberi penilaian setuju; Skor 2 diberi penilaian tidak setuju; dan Skor 1 diberi penilaian sangat tidak setuju.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif, yaitu analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Data yang diperoleh dari kuesioner akan

dikumpulkan dan diuji untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya. Dalam pengujian validitas dan reliabilitas peneliti akan menggunakan Smart PLS 3.0 dan dalam pengolahan data peneliti akan menggunakan *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS).

Model persamaan struktural, juga dikenal sebagai SEM, adalah teknik analisis variabel generasi kedua yang komprehensif tentang keseluruhan model (Hair et al., 2017). SEM digunakan karena memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menganalisis multivariabel dibandingkan dengan regresi berganda biasa, SEM dapat menjelaskan secara simultan hubungan antar variabel dan hubungan ketergantungannya (Hair et al., 2017). SEM juga mampu menganalisis data yang sulit dianalisis karena tidak memerlukan persyaratan regresi seperti normalitas data.

Partial Least Square (PLS) adalah metode untuk membangun model prediksi ketika faktornya banyak dan sangat kolinear. Untuk melakukan analisis dengan metode SEM peneliti harus melakukan analisis model. Analisis dibagi menjadi dua, yaitu model pengukuran dan model struktural.

3.6.1 Uji Model Pengukuran (*Outer Model Analysis*)

Pada *outer model analysis*, terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Teknik pengujian yang digunakan oleh peneliti untuk uji validitas yaitu model pengukuran yang bersifat reflektif yang menguji *convergent validity* dan *discriminant validity*.

a. Convergent validity

Validitas konvergen adalah untuk mengetahui sejauh mana indikator berkorelasi positif dengan konstruk atau variabel laten yang sama. Dalam uji

validitas ini, Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk mengukur cakupan konsep yang diukur untuk indikator yang memenuhi validitas nilai loading factor $\geq 0,5$ atau nilai AVE $\geq 0,5$ untuk menunjukkan pengukuran yang baik (Hair et al., 2017).

b. Discriminant validity

Menurut Hair et al. (2017), validitas diskriminan adalah sejauh mana standar empiris mencirikan suatu konstruk dari yang lain. Pembentukan validitas diskriminan berarti bahwa suatu konstruk adalah unik dan menjelaskan fenomena yang tidak terwakili dalam model oleh konstruk lain Cross Loading. Validitasnya harus dicerminkan dengan cross-loading, loading masing-masing indikator harus lebih tinggi dari indikator lainnya.

Reliabilitas menjelaskan stabilitas dan konsistensi kuesioner. Reliabilitas suatu pengukuran membantu untuk menunjukkan keandalan pengukuran . Pada uji reliabilitas, peneliti menggunakan Cronbach's Alpha dan nilai harus lebih tinggi dari 0,7 untuk mencapai hasil yang berkualitas baik dan sebagian besar peneliti akan menerimanya sebagai hasil yang cukup (Hair et al., 2017). Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal apabila jawaban terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

3.6.2 Uji Model Struktural (*Inner Model Analysis*)

a. Uji Koefisien Determinasi (R-Square atau R^2)

Parameter nilai R square (R^2) digunakan untuk menghitung tingkat kontribusi variabel independen ke variabel dependen. Nilai R square (R^2) yang tinggi menunjukkan bahwa model prediksi yang diusulkan baik (Hair et al., 2017). Dalam

Navarro-Huerta, J.A., Carrasco-Correa, E.J., dan Torres-Lapasió, J.R., (2019) menerangkan bahwa kriteria penilaian adalah sebagai berikut:

1. Lebih dari 0,67 merupakan nilai yang kuat dan substantial
2. Nilai dengan rentang 0,66-0,33 merupakan nilai yang moderat atau sedang
3. Nilai dengan rentang 0,32-0,19 merupakan nilai yang lemah

b. Path Coefficient

Koefisien jalur (*path coefficient*) digunakan untuk mengukur signifikansi konstruk dalam model struktural melalui proses *bootstrapping* yang juga membentuk nilai t-statistik yang diharapkan lebih besar dari nilai t-tabel. Kisaran dari nilai *path coefficient* berada antara -1 sampai dengan +1. Nilai yang mendekati dengan absolut 1 menggambarkan jalur terkuat, sedangkan nilai yang paling mendekati dengan 0 menggambarkan jalur terlemah. Pengaruh yang positif digambarkan dengan nilai positif (+), sedangkan pengaruh yang negatif digambarkan dengan nilai negatif (-) (Hair et al., 2017).

Hair et al. (2017) juga menjelaskan bahwa *t-statistics* penelitian dapat dikatakan signifikan jika $>1,67$ yang mana hipotesis dapat diterima dengan nilai signifikansi 5%, dan nilai probabilitas (*p-value*) harus $< 0,05$.

c. Effect size (f^2)

Uji *effect size* (f^2) dilakukan untuk menginterpretasikan apakah variabel prediktor mempunyai efek dalam tingkat struktural. Cohen (1988) dalam Hair et al., 2017) mengutarakan kaidah dari evaluasi f^2 , yaitu nilai yang lebih tinggi dari

0,02 menunjukkan *effect size* f^2 kecil, lebih dari 0,15 menunjukkan *effect size* f^2 moderat, dan lebih dari 0,35 menunjukkan *effect size* f^2 besar.

d. Uji *Q-Square* (Q^2)

Uji *Q-Square* diperlukan untuk mengevaluasi konstruk dari variabel yang terdapat dari penelitian untuk menilai model penelitian yang sudah terbentuk sebelumnya. Pengujian *Q-Square* dilakukan atas dasar prosedur *blindfolding* yang meniadakan titik tunggal dalam matriks data, menghubungkan titik-titik yang dihilangkan dengan *mean* dan memprediksi barometer dari model.

Dalam Hair et al. (2017) disebutkan bahwa ketentuan mengenai rentang dari nilai *Q-Square* yaitu nilai antara 0 - 0,25 mengestimasi perkiraan relevansi kecil, nilai antara 0,25 – 0,50 relevansi moderat, dan nilai lebih dari 0,50 dengan relevansi besar.

e. *Goodness of Fit* (GoF)

Goodness of Fit (GoF) merupakan ukuran validasi yang menggabungkan dua model yaitu pengukuran dan struktural. Nilai *goodness of fit* akan bervariasi dari 0 hingga 1. Semakin mendekati 1, maka nilai tersebut semakin baik (Hair et al., 2017).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

Deskripsi variabel dalam statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi dari variabel penelitian. Statistik deskriptif menggambarkan karakter sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Statistik deskriptif selengkapnya dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut :

Berikut statistik deskriptif variabel Manajemen Rantai Pasokan

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Manajemen Rantai Pasokan

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
MRP1	3.333	3	3	4	0.471
MRP2	3.267	3	3	4	0.442
MRP3	3.400	3	3	4	0.490
MRP4	3.400	3	3	4	0.490
MRP5	3.367	3	3	4	0.482
MRP6	3.367	3	3	4	0.482

Berdasarkan tabel 4.1 pada variabel Manajemen Rantai Pasokan diketahui terdapat 6 indikator pertanyaan, diperoleh bahwa rata-rata jawaban indikator terendah pada indicator perusahaan telah mempunyai sebuah sistem terintegrasi untuk mendukung transportasi bahan baku dari pemasok (MRP2) yaitu sebesar

3,267 sedangkan rata-rata jawaban indikator tertinggi pada indicator perusahaan mempunyai metode dalam melakukan pembelian bahan baku agar bisa jauh lebih efektif dan efisien (MRP3) dan perusahaan mempunyai gudang yang sesuai dengan karakteristik bahan baku (MRP4) sebesar 3,400.

Berikut statistik deskriptif variabel Integrasi Proses.

Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Integrasi Proses

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
IP1	3.533	4	3	4	0.499
IP2	3.467	3	3	4	0.499
IP3	3.700	4	3	4	0.458
IP4	3.800	4	3	4	0.400

Berdasarkan tabel 4.2 pada variabel Integrasi Proses diketahui terdapat 4 indikator pertanyaan, diperoleh bahwa rata-rata jawaban indikator terendah yaitu pada indicator aktivitas logistic yang terjadi di perusahaan sudah terintegrasi dengan pemasok (IP2) sebesar 3,467 sedangkan rata-rata jawaban indikator tertinggi yaitu pada indicator pemasok dapat memenuhi kebutuhan barang yang diperlukan oleh perusahaan (IP4) sebesar 3,800.

Berikut statistik deskriptif variabel Strategi Perusahaan.

Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Strategi Perusahaan

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
SP1	3.700	4	2	4	0.526
SP2	3.833	4	3	4	0.373
SP3	3.500	4	3	4	0.500
SP4	3.533	4	3	4	0.499
SP5	3.533	4	3	4	0.499

Berdasarkan tabel 4.3 pada variabel Strategi Perusahaandiketahui terdapat 5 indikator pertanyaan, diperoleh bahwa rata-rata jawaban indikator terendah yaitu pada indicator perusahaan telah mempersiapkan langkah strategis untuk menghadapi produk-produk alternative (SP3) sebesar 3,500 sedangkan rata-rata jawaban indikator tertinggi yaitu pada indicator perusahaan telah membangun hubungan yang baik dengan para pemasok (SP2) sebesar 3,833.

Berikut statistik deskriptif variabel Produktivitas.

Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Produktivitas

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
P1	3.667	4	3	4	0.471
P2	3.567	4	3	4	0.496
P3	3.633	4	3	4	0.482
P4	3.767	4	3	4	0.423

P5	3.600	4	3	4	0.490
----	-------	---	---	---	-------

Berdasarkan tabel 4.4 pada variabel Produktivitas diketahui terdapat 5 indikator pertanyaan, diperoleh bahwa rata-rata jawaban indikator terendah yaitu pada indikator saya berupaya dengan maksimal agar target perusahaan tercapai (P2) sebesar 3,567 sedangkan rata-rata jawaban indikator tertinggi yaitu pada indikator saya selalu berusaha untuk meningkatkan kemampuan saya dalam bekerja di perusahaan (P4) sebesar 3,767.

Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
KP1	3.490	4	1	4	0.583
KP2	3.485	4	1	4	0.583
KP3	3.470	4	1	4	0.608
KP4	3.435	4	1	4	0.653
KP5	3.320	3	1	4	0.691
KP6	3.445	4	1	4	0.661
KP7	3.535	4	1	4	0.631

Berdasarkan tabel 4.5 pada variabel Kepuasan Pelanggan diketahui terdapat 7 indikator pertanyaan, diperoleh bahwa rata-rata jawaban indikator terendah yaitu pada indikator saya puas terhadap perawatan fasilitas umum seperti musholla dan toilet sehingga kebersihannya terjaga (KP5) sebesar 3,320 sedangkan rata-rata

jawaban indikator tertinggi yaitu pada indikator Saya ingin fasilitas yang ada di area SPBU ditambahkan (KP7) sebesar 3,535.

4.2 Model Pengukuran (Outer Model)

4.2.1 Pengujian Validitas (Convergent Validity)

Pengujian validitas atau *convergent validity* menggunakan nilai outer loading. Berikut merupakan hasil pengujian validitas terhadap masing-masing variabel.

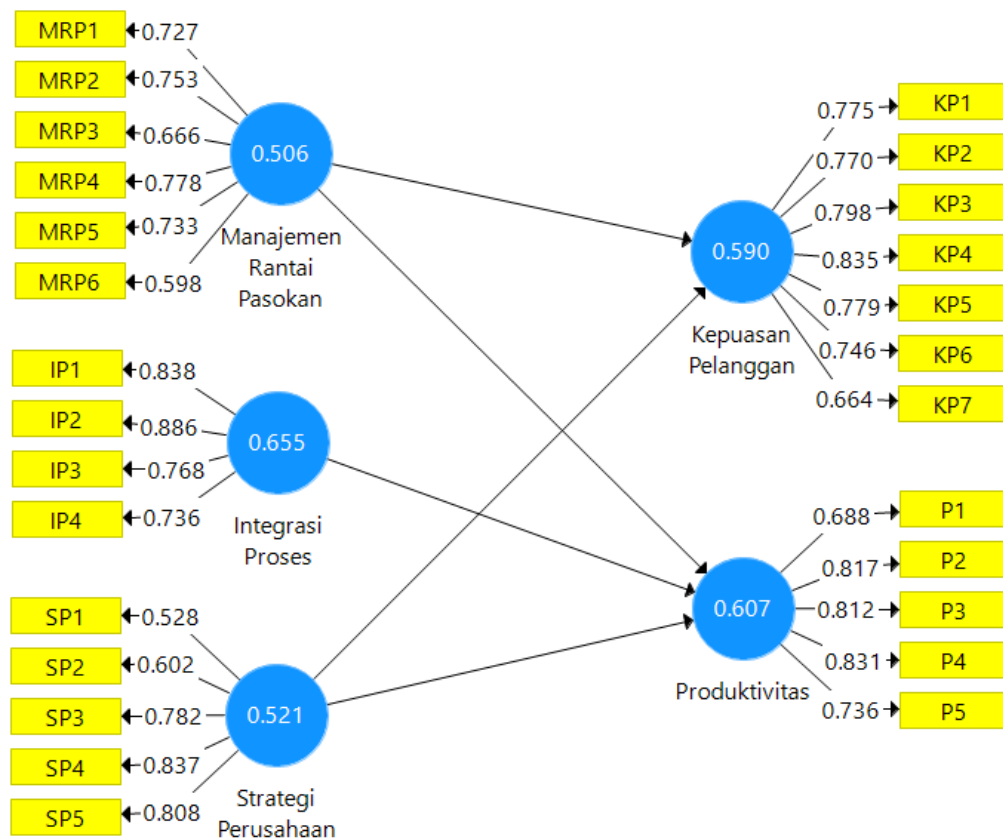
Tabel 4.6 Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	Faktor Loading	Keterangan
Integrasi Proses Bisnis	IP1	0.838	Valid
	IP2	0.886	Valid
	IP3	0.768	Valid
	IP4	0.736	Valid
Kepuasan Pelanggan	KP1	0.775	Valid
	KP2	0.77	Valid
	KP3	0.798	Valid
	KP4	0.835	Valid
	KP5	0.779	Valid
	KP6	0.746	Valid
	KP7	0.664	Valid
	MRP1	0.727	Valid

Manajemen Pasokan	Rantai	MRP2	0.753	Valid
		MRP3	0.666	Valid
		MRP4	0.778	Valid
		MRP5	0.733	Valid
		MRP6	0.598	Valid
Produktivitas	P1	0.688	Valid	
	P2	0.817	Valid	
	P3	0.812	Valid	
	P4	0.831	Valid	
	P5	0.736	Valid	
Strategi Perusahaan	SP1	0.528	Valid	
	SP2	0.602	Valid	
	SP3	0.782	Valid	
	SP4	0.837	Valid	
	SP5	0.808	Valid	

Hasil pengolahan dengan menggunakan SmartPLS dapat dilihat pada Tabel diatas Nilai outer model atau korelasi antara konstruk dengan variabel menunjukkan bahwa secara keseluruhan nilai loading factor lebih besar dari 0,5 sehingga konstruk untuk semua variabel sudah valid dari model.

Berikut merupakan hasil model struktural outer model awal.



Gambar 4.1 Model Struktural Outer Model Awal

4.2.2 Pengujian Validitas Diskriminan (Discriminat Validity)

Setelah dilakukan pengujian validitas menggunakan nilai outer loading, selanjutnya dilakukan pengujian validitas diskriminan menggunakan nilai *average variance extracted* (AVE). berikut merupakan hasil uji diskriminan.

Tabel 4.7 Pengujian Validitas Diskriminan

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Integrasi Proses Bisnis	0.655
Kepuasan Pelanggan	0.590
Manajemen Rantai Pasokan	0.506

Produktivitas	0.607
Strategi Perusahaan	0.521

Pengujian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar perbedaan antar variabel. Nilai yang dilihat dalam pengujian ini adalah nilai *average variance extracted* (AVE) secara keseluruhan semua variabel memiliki nilai AVE > 0,5 sehingga dinyatakan valid.

Hasil pengukuran dari *Fornell-Larcker Criterion* dan *Cross loading* dapat disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.8 Fornell-Larcker Criterion Antara Variabel

	Integrasi Proses Bisnis	Kepuasan Pelanggan	Manajemen Rantai Pasokan	Produktivitas	Strategi Perusahaan
Integrasi Proses Bisnis	0.809				
Kepuasan Pelanggan	-0.043	0.768			
Manajemen Rantai Pasokan	0.260	0.048	0.712		
Produktivitas	0.377	-0.054	0.517	0.779	
Strategi Perusahaan	0.575	-0.177	0.096	0.500	0.722

Tabel 4.9 Cross Loading antara Variabel Laten dengan Indikator

	Integrasi Proses Bisnis	Kepuasan Pelanggan	Manajemen Rantai Pasokan	Produktivitas	Strategi Perusahaan
IP1	0.838	-0.004	0.249	0.271	0.349
IP2	0.886	-0.071	0.262	0.373	0.493
IP3	0.768	-0.023	0.159	0.322	0.584
IP4	0.736	-0.036	0.075	0.059	0.358
KP1	-0.009	0.775	-0.026	-0.133	-0.171
KP2	-0.023	0.770	0.063	0.044	-0.083
KP3	-0.043	0.798	0.036	-0.009	-0.105
KP4	-0.023	0.835	0.067	-0.023	-0.115
KP5	-0.059	0.779	0.039	-0.052	-0.165
KP6	-0.024	0.746	0.035	-0.052	-0.159
KP7	-0.050	0.664	0.061	-0.019	-0.116
MRP1	0.217	0.047	0.727	0.338	0.105
MRP2	0.073	0.027	0.753	0.444	0.010
MRP3	0.252	0.010	0.666	0.332	0.180
MRP4	0.192	0.096	0.778	0.335	-0.079
MRP5	0.253	0.009	0.733	0.462	0.151
MRP6	0.123	0.030	0.598	0.184	0.014
P1	0.223	-0.069	0.374	0.688	0.433
P2	0.158	-0.046	0.341	0.817	0.290

P3	0.369	-0.073	0.400	0.812	0.511
P4	0.257	-0.021	0.416	0.831	0.234
P5	0.415	0.015	0.471	0.736	0.252
SP1	0.208	-0.166	0.063	0.353	0.528
SP2	0.349	-0.137	-0.068	0.178	0.602
SP3	0.419	-0.120	0.005	0.335	0.782
SP4	0.525	-0.150	0.072	0.473	0.837
SP5	0.533	-0.064	0.219	0.363	0.808

Hasil dari *Fornell-Larcker Criterion* dan *cross loading* antara semua variabel laten dengan variabel indikator yang telah ditunjukkan pada Tabel diatas bahwa nilai dari suatu indikator lebih besar dalam menghitung variabel dari konstruk yang lain. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dinyatakan bahwa setiap indikator yang digunakan telah memiliki *discriminant validity* yang baik untuk membentuk variabelnya masing-masing.

4.2.3 Pengujian Reabilitas

Pengujian reabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel atau tidak. Pengujian reabilitas menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability*. Berikut merupakan hasil pengujian reabilitas.

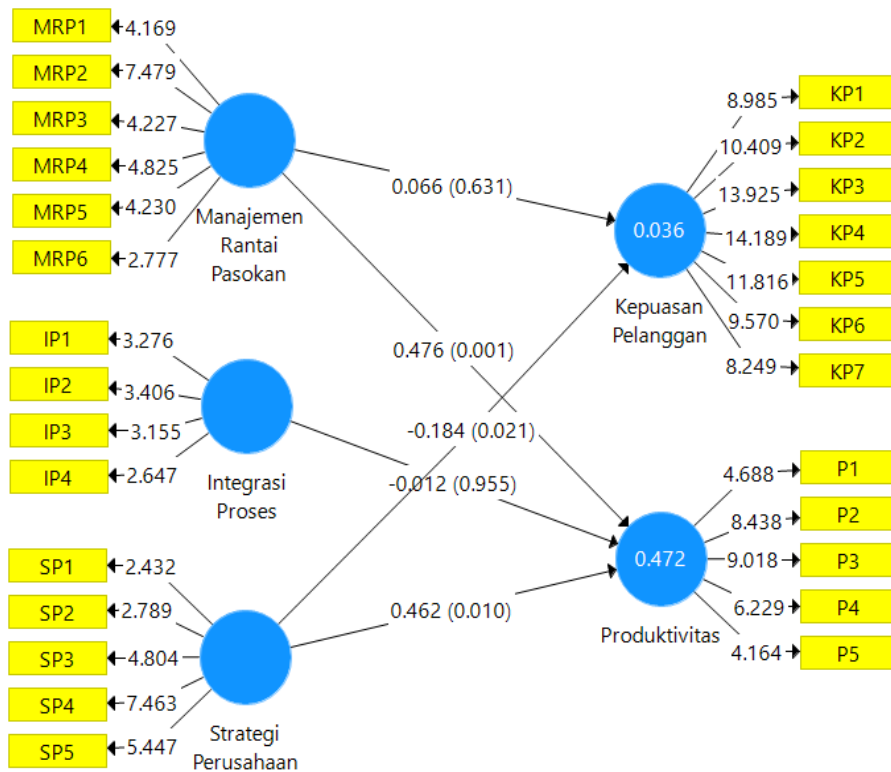
Tabel 4.10 Pengujian Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Rule of Thumb	Evaluasi Model
Integrasi Proses Bisnis	0.838	0.883	> 0.70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.884	0.909		Reliabel
Manajemen Rantai Pasokan	0.810	0.859		Reliabel
Produktivitas	0.838	0.885		Reliabel
Strategi Perusahaan	0.764	0.841		Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa konstruk untuk semua variabel memenuhi kriteria reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* yang diperoleh dari hasil estimasi SmartPLS. Nilai yang dihasilkan adalah > 0,70 sebagaimana kriteria yang direkomendasikan.

4.3 Model Struktural (Inner Model)

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.



Gambar 4.2 Model Struktural Inner Model

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* dan *Q Square* untuk setiap variabel laten dependen. Tabel 4.11 merupakan hasil estimasi *R-square* dan *Q Square* dengan menggunakan SmartPLS.

Tabel 4.11 Nilai R Square dan Q Square

Variabel	<i>R Square</i>	<i>Q Square</i>
Kepuasan Pelanggan	0,036	0,017
Produktivitas	0,472	0,227

Pada prinsipnya penelitian ini menggunakan 2 buah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Hasil nilai R Square variabel Kepuasan Pelanggan yaitu 0,036 atau 3,6% artinya variabel Manajemen Rantai Pasokan dan

Strategi Perusahaan secara substansial dapat menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan dengan tingkat 3,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam variabel penelitian ini. Sedangkan hasil nilai R Square variabel Produktivitas yaitu 0,472 atau 47,2% artinya variabel Manajemen Rantai Pasokan, Integrasi Proses dan Strategi Perusahaan secara substansial dapat menjelaskan variabel Produktivitas dengan tingkat 47,2% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam variabel penelitian ini.

Kemudian nilai Q Square variabel Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar 0,017 dan variabel Produktivitas sebesar 0,227 artinya lebih besar dari 0 sehingga menunjukkan bahwa model mempunyai *predictive relevance*. Selanjutnya untuk melihat *quality index* menggunakan *Goodness of Fit* (GoF) diperoleh sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 GoF &= \sqrt{Com \times R^2} \\
 GoF &= \sqrt{0,576 \times 0,254^2} \\
 GoF &= 0,193
 \end{aligned}$$

*

Berdasarkan hasil perhitungan *quality index* menggunakan *Goodness of Fit* (GoF) diperoleh nilai GoF yaitu sebesar 0,193 artinya model yang digunakan pada penelitian ini memiliki prediksi model yang baik.

4.4 Pengujian Hipotesis

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output *path coefficient*.

Tabel 4.12 Pengujian Hipotesis

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
Manajemen Rantai Pasokan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	0.066	0.089	0.137	0.481	0.631
Manajemen Rantai Pasokan berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas	0.476	0.46	0.143	3.329	0.001
Integrasi Proses Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas	-0.012	0.023	0.211	0.057	0.955
Strategi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	-0.184	-0.179	0.079	2.324	0.021
Strategi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas	0.462	0.472	0.179	2.576	0.010

4.5 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan pengujian hipotesis pengaruh langsung diatas dapat dijelaskan sebagai berikut. Pada pembahasan mengenai hasil uji hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan hasil pengujian hipotesis dengan kajian teoritis menurut penelitian terdahulu yang telah dijelaskan sebelumnya.

4.5.1 Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kepuasan Pelanggan

H1 : Manajemen Rantai Pasokan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis 1 yaitu hubungan variabel Manajemen Rantai Pasokan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan menunjukkan nilai t statistik sebesar 0,481 lebih kecil dari 1,97 dan nilai p-value sebesar 0,631 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Manajemen Rantai Pasokan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yang berarti tidak sesuai dengan hipotesis 1 atau **hipotesis 1 ditolak**.

Hasil yang berbeda ditemukan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Omoruyi dan Mafini (2016) yang menerangkan bahwa kebijakan Manajemen Rantai Pasokan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Pada saat pengambilan data dilakukan sistem manajemen rantai pasokan yang diterapkan oleh PT Mitra Rakata tidak dapat berjalan dengan optimal disebabkan system yang diterapkan tersambar petir. Akibatnya system tidak bisa menjadi bahan pertimbangan manajemen perusahaan untuk pengambilan keputusan dengan baik dan mempengaruhi hasil penelitian yang dilakukan. Berikut ini penulis lampirkan data pada saat system masih berjalan dengan baik dan system saat tersambar petir.

Tabel 4. 13 Sistem Sebelum Tersambar Petir

Perbandingan Stok Fisik Manual dengan Post Sistem ATG Telkom tahun 2021 (Sebelum Tersambar Petir)														
No	Produk	Tanggal 31 Okt 2021			Tanggal 30 Nov 2021			Tanggal 31 Des 2021			Batas Toleransi Kesalahan Mesin			
		Shift III (jam 22.00 s.d 06.00)			Shift III (jam 22.00 s.d 06.00)			Shift III (jam 22.00 s.d 06.00)			Pihak Manajemen PT Mitra Rakata	Pihak PT Telkom		
		Stok Fisik Manual	Stok Post Sistem ATG Telkom	G/L	Stok Fisik Manual	Stok Post Sistem ATG Telkom	G/L	Stok Fisik Manual	Stok Post Sistem ATG Telkom	G/L				
1	Pertalite	28.902	28.878	(24)	14.999	14.971	(28)	23.022	22.995	(27)	-	150	-	500
2	Pertamax	28.870	28.840	(30)	21.756	21.706	(50)	21.582	21.562	(20)	-	150	-	500
3	Bio Solar	48.739	48.600	(139)	37.105	37.090	(15)	49.527	49.475	(52)	-	150	-	500
4	Dexlite	6.982	6.972	(10)	7.667	7.640	(27)	8.710	8.700	(10)	-	150	-	500
5	Pertamina Dex	2.095	2.050	(45)	782	772	(10)	2.098	2.090	(8)	-	150	-	500

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa system yang diterapkan oleh manajemen sudah sesuai dengan harapan pihak manajemen. Ini ditunjukkan berdasarkan dalam 3 bulan terakhir tercatat bahwa tidak satu pun hasil pencatatan system melebihi batas toleransi yang ditetapkan oleh pihak manajemen. Pihak manajemen PT Mitra Rakata menetapkan batas toleransi kesalahan pencatatan mesin dengan manual yaitu sebesar 150 L sementara batas toleransi yang masih dianggap wajar oleh pihak PT Telkom sebesar 500 L. Batas toleransi yang ditetapkan oleh manajemen PT Mitra Rakata berdasarkan performa system yang sudah dijalankan dan digunakan dalam rangka menyesuaikan dengan kebutuhan untuk pengambilan keputusan perusahaan.

Tabel 4. 14 Sistem Sesudah Tersambar Petir

Perbandingan Stok Fisik Manual dengan Post Sistem ATG Telkom tahun 2022 (Sesudah Tersambar Petir)							
No	Produk	Tanggal 30 Jan 2022			Batas Toleransi Kesalahan		
		Shift III (jam 22.00 s.d 06.00)			G/L	Pihak Manajemen PT Mitra Rakata	Pihak PT Telkom
		Stok Fisik Manual	Stok Post Sistem ATG Telkom				
1	Pertalite	11.591	9.042	- 2.549	- 150	- 500	
2	Pertamax	22.710	(1.298.790.289)	- 1.298.812.999	- 150	- 500	
3	Bio Solar	36.323	(2.911)	- 39.234	- 150	- 500	
4	Dexlite	6.853	(529)	- 7.382	- 150	- 500	
5	Pertamina Dex	1.471	4.195.028	4.193.557	- 150	- 500	

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa system yang diterapkan oleh manajemen sesudah tersambar petir menunjukkan performa yang tidak sesuai dengan harapan pihak manajemen dan berpengaruh terhadap bisnis yang dijalankan. Ini ditunjukkan dengan hasil pencatatan system melebihi batas toleransi yang ditetapkan oleh pihak manajemen. Oleh karena itu, proses pemesanan bensin kepada pihak PT Pertamina sedikit terganggu karena manajemen PT Mitra Rakata harus menghitung manual terlebih dahulu dan harus bisa memprediksi berapa waktu yang dibutuhkan untuk pesanan bensin dari PT Pertamina sampai di PT Mitra Rakata. Dampaknya adalah ada potensi resiko bensin yang diterima oleh pelanggan menjadi telat dan pelanggan merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan.

4.5.2 Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Produktivitas

H2 : Manajemen Rantai Pasokan berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas

Hasil pengujian hipotesis 2 yaitu hubungan variabel Manajemen Rantai Pasokan terhadap Produktivitas menunjukkan nilai t statistik sebesar 3,329 lebih besar dari 1,97 dan nilai p-value sebesar 0,01 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Manajemen Rantai Pasokan berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas yang berarti sesuai dengan hipotesis 2 atau **hipotesis 2 diterima**.

Hasil yang sama ditemukan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kingkin Nurani Yekty dan Grace Tianna Solovida (2021), Muhammad Yasman Suudi dan Eddy Sanusi (2021), dan Puput Mariatul Kibtiah dan Wahyuningsih (2018) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara Manajemen Rantai Pasokan terhadap produktivitas.

4.5.3 Pengaruh Integrasi Proses Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas)

H3 : Integrasi Proses Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas

Hasil pengujian hipotesis 3 yaitu hubungan variabel Integrasi Proses Bisnis terhadap Produktivitas menunjukkan nilai t statistik sebesar 0,057 lebih kecil dari 1,97 dan nilai p-value sebesar 0,955 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Integrasi Proses tidak berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas yang berarti tidak sesuai dengan hipotesis 3 atau **hipotesis 3 ditolak**.

Hasil yang berbeda ditemukan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hamdan Amaruddin dkk (2021), Ardin Nashrullah (2019), dan Tiara Fatimah dan Dedie S. Martadistra (2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara integrasi proses yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kinerja dan produktivitas.

Kemudian manajemen PT Mitra Rakata sedang memfokuskan untuk mengembangkan system proses bisnis utama terlebih dahulu harapannya agar bisnis utama menjadi kuat lebih dahulu sehingga proses bisnis utama tidak terdampak bgeitu signifikan pada saat nanti melakukan ekspansi bisnis di lini usaha lain. Proses bisnis utama PT MR merupakan rangkaian aktivitas perusahaan yang terstruktur dan saling terkait yang mengolah inputan utama perusahaan yaitu customer menjadi realisasi produk layanan SPBU yang meliputi Perencanaan/Penjawalan Pemesanan BBM, Pelayanan SPBU, Manajemen Fasilitas SPBU, Penanganan klaim yang output utamanya memberikan manfaat dan kepuasan kepada customer dan nilai tambah bagi perusahaan (Peningkatan Aset, Revenue, Profit, Market Share dan lain-lain). Oleh karena itu, integrasi proses bisnis diluar bisnis utama yang sudah diterapkan dan dijalankan menjadi kurang optimal dan mempengaruhi hasil dari penelitian yang dilakukan.

4.5.4 Strategi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

H4 : Strategi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis 4 yaitu hubungan variabel Strategi Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan menunjukkan nilai t statistik sebesar 2,324 lebih besar dari 1,97 dan nilai p-value sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Strategi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yang berarti sesuai dengan hipotesis 4 atau **hipotesis 4 diterima**.

Hasil yang sama ditemukan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kingkin Nurani Yekty dan Grace Tianna Solovida (2021), Puput Mariatul Kibtiah dan Wahyuningsih (2018), dan Omoruyi dan Mafini (2016) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara strategi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.

4.5.5 Pengaruh Strategi Perusahaan terhadap Produktivitas

H5 : Strategi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas

Hasil pengujian hipotesis 5 yaitu hubungan variabel Strategi Perusahaan terhadap Produktivitas menunjukkan nilai t statistik sebesar 2,576 lebih besar dari 1,97 dan nilai p-value sebesar 0,010 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Strategi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas yang berarti sesuai dengan hipotesis 5 atau **hipotesis 5 diterima**.

Hasil yang sama ditemukan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puput Mariatul Kibtiah dan Wahyuningsih (2018), Moh. Mukhsin (2017), dan Omoruyi dan Mafini (2016) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara strategi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap produktivitas.

BAB 5

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diambil di dalam penelitian sebagai berikut :

1. Manajemen Rantai Pasokan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa jika perusahaan meningkatkan Manajemen Rantai Pasokan yang sudah diterapkan oleh perusahaan, maka tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Manajemen Rantai Pasokan berpengaruh positif terhadap Produktivitas. Artinya, jika perusahaan dapat menerapkan Manajemen Rantai Pasokan dengan efektif dan efisien, maka dapat meningkatkan produktivitas yang dijalankan oleh karyawan di perusahaan. Namun, jika perusahaan tidak dapat menerapkan Manajemen Rantai Pasokan dengan efektif dan efisien, maka produktivitas kerja yang dilakukan oleh karyawan akan menurun atau rendah.
3. Integrasi Proses Bisnis tidak berpengaruh terhadap produktivitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan ditingkatkannya Integrasi Proses Bisnis yang sudah diterapkan oleh perusahaan tidak akan berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas kinerja yang dilakukan oleh karyawan.
4. Strategi Perusahaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, kepuasan pelanggan akan meningkat secara signifikan pada saat perusahaan meningkatkan atau memperbaiki strategi yang diterapkan oleh perusahaan. Kemudian kepuasan pelanggan dapat menurun pada saat

perusahaan tidak dapat meningkatkan atau memperbaiki strategi yang diterapkan oleh perusahaan untuk menjawab keinginan pelanggan.

5. Strategi Perusahaan berpengaruh positif terhadap Produktivitas. Artinya, perusahaan akan dapat meningkatkan produktivitas karyawan pada saat perusahaan dapat memperbaiki strategi yang akan diterapkan oleh perusahaan untuk menjawab kebutuhan karyawan. Namun di satu sisi, produktivitas karyawan perusahaan dapat memburuk atau cenderung menurun pada saat perusahaan tidak dapat memperbaiki strategi yang akan diterapkan oleh perusahaan untuk menjawab kebutuhan karyawan

5.2 Keterbatasan dalam penelitian

Selama proses penelitian yang dilakukan, penulis menemukan keterbatasan yang mempengaruhi hasil penelitian yaitu berdasarkan hasil dari pengolahan data diperoleh bahwa R^2 pada penelitian ini rata-rata bernilai $< 50\%$. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyak variabel lainnya yang dapat mempengaruhi hubungan antara dampak penerapan Manajemen Rantai Pasokan (MRP) dalam rangka meningkatkan produktivitas kerja karyawan dan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, hasil penelitian yang telah dilakukan dapat menunjukkan bahwa masih terdapat banyak variabel lainnya yang dapat diuji oleh peneliti selanjutnya.

5.3 Saran Penelitian

Berdasarkan pemaparan mengenai keterbatasan penelitian ini maka penulis memberikan saran yang bisa dipergunakan untuk penelitian selanjutnya :

1. Permasalahan yang terjadi di perusahaan lain berkaitan dengan Manajemen Rantai Pasokan akan berbeda-beda sesuai dengan proses bisnis yang dijalankan. Sehingga dalam meneliti perusahaan lain berkaitan dengan Manajemen Rantai Pasokan akan mendapatkan beberapa variable berkaitan dengan permasalahan yang terjadi di perusahaan
2. Penelitian terkait manajemen rantai pasokan masih perlu dilakukan untuk meningkatkan khasanah keilmuan dibidang rantai pasokan. Kemudian penelitian pada objek perusahaan lain yang memiliki proses bisnis yang berbeda dapat ditingkatkan kualitasnya untuk memberikan manfaat guna memajukan perusahaan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan, dan perekonomian negara yang lebih baik.
3. Diharapkan dalam melakukan penelitian selanjutnya berkaitan dengan manajemen rantai pasokan yang terfokus pada model rantai pasokan yang optimal bagi perusahaan agar diteliti lebih lanjut sehingga akan mendapatkan manfaat yang diperoleh untuk perkembangan ilmu pengetahuan jauh lebih baik lagi.

5.4 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil pada penelitian ini dapat dikemukakan beberapa implikasi diantaranya :

1. Bagi Perusahaan

Strategi yang digunakan oleh perusahaan akan selalu dikembangkan berdasarkan situasi yang terjadi di dalam persaingan pasar. Oleh karena itu, strategi perusahaan akan selalu ditingkatkan dari waktu ke waktu merupakan salah satu

langkah perusahaan untuk memenangkan persaingan pasar. Dalam penelitian ini strategi perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan produktivitas kinerja karyawan perusahaan, sehingga strategi perusahaan yang semakin diperbaiki dan sempurnakan akan dapat memenangkan persaingan pasar.

2. Peneliti selanjutnya

- a. Dapat memperbanyak sampel yang dipergunakan guna memperoleh hasil yang lebih konklusif dan komprehensif.
- b. Memperluas populasi yang akan digunakan dalam penelitian selanjutnya sehingga dapat memperbanyak dan memperluas cakupan sampel.
- c. Menambah variabel penelitian yang disesuaikan dengan masalah yang dihadapi oleh perusahaan berkaitan dengan Manajemen Rantai Pasokan

DAFTAR PUSTAKA

- Amaruddin, Hamdan, Saptatmantya, Kusbandi, & Arini, Isnu (2021). Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja UKM Pecel Lele di Cikarang. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 1(1), 47-56, ISSN 2723-701X, LPPM Universitas Pelita Bangsa, <https://doi.org/10.37366/master.v1i1.153>
- Anatan, L. (2010). Pengaruh Implementasi Praktik-Praktik Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja Rantai Pasok dan Keunggulan Kompetitif [English: Effect of Supply Chain Management Practices on Supply Chain Performance and Competitive Advantage]. *Jurnal Karisma*, 4(2), 106-117.
- Anwar, S. N. (2013). Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management): Konsep dan Hakikat.
- Ariani, Desi., B. M Dwiyanto. (2013). Analisis pengaruh SCM terhadap Kinerja perusahaan (Studi pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatra Barat). *Diponegoro Journal of Management*. Vol 2 (3). Hal :1-10
- Arsyad, Lincolin .2004. Ekonomi Pembangunan. Bagian Penerbitan STIE YKPN. Yogyakarta
- BANTACUT, T. (2018). LOGISTIK 4.0 dalam Manajemen Rantai Pasok Beras Perum BULOG. *Jurnal Pangan*, 27(2), 141-154.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295, 336

- Cooper, Alexandra, & Clancy, Paulette (2012). Parameter-free correlation for a composition-based prediction of the dielectric constant of amorphous organosilicate materials. *Molecular Simulation*, 38(14), 1221-1233, ISSN 0892-7022, Informa UK Limited, <https://doi.org/10.1080/08927022.2012.708754>
- Eky, J. J. P. (2020). Analisis dan Implikasi Pengaruh Nilai Tukar Dan Suku Bunga Bank Indonesia (BI Rate) Terhadap Struktur Modal Perusahaan Industri Manufaktur Yang Tercatat Pada Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 200-221.
- Fatimah, Tiara, & Martadistra, Dedie S. (2019). Keterkaitan Perencanaan Rantai Pasokan dan Integrasi Rantai Pasokan Terhadap Kemampuan Kustomisasi Massal Umkm Makanan. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 19(2), 58, ISSN 2442-9716, Universitas Trisakti, <https://doi.org/10.25105/mrbm.v19i2.5351>
- Fitrianto, Ahmad Yudha, Budi Sudaryanto. (2016). Pengaruh Supply Chain Management terhadap Kinerja Operasional Outlet (Studi pada Counter Handphone yang terdaftar di PT. Multikom Indonesia Cabang Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. Vol 5 (2). Hal: 1-11
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gimenez, C. & Ventura, E. 2003. Supply Chain Management as a competitive advantage in the Spanish grocery sector, Working paper No.641, Universitat Pompeu Fabra; forthcoming in the *International Journal of Logistics*

Management. 19

Gimenez, C. & Ventura, E. 2005. Logistic-Production, Logistic-Marketing and External Integration Their Impact on Performance, Emerald International Journal of Operations & Production Management, vol.25 pp 1-22

Hair, J. F. J., Anderson, R. ., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2017). Multivariate Data Analysis. Prentice Hall, International, Inc.

Hair, Jr., Joseph F., et. al. (2011). Multivariate Data Analysis. Fifth Edition. New Jersey: PrenticeHall, Inc.

Heizer, J., & Render, B. (2017). Operations Management (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Indrajid, Richardus, E. dan Richardus D. 2005. Starategi Manajemen Pembelian dan Supply Chain, Pendekatan Manajemen Terkini, Untuk Menghadapi Persaingan Global. Grasindo Indonesia, Jakarta.

Irawan, A.P. 2008. Buku Ajar Manajemen Rantai pasokan. Fakultas Teknik Universitas Tarumanegara. Jakarta.

Kaihatu, T. S., & Siwalankerto, J. (2008). Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 10(1), 66–83.

Kelepile, K. (2015). Impact of Organizational Culture on Productivity and Quality Management: a Case Study in Diamond Operations Unit, DTC Botswana. International Journal of Research in Business Studies and Management

International Journal of Research In, 2(9), 11.

Kibtiah, Puput & Wahyuningsih, Wahyuningsih. (2019). Dampak Perencanaan Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Operasional dengan Dimediasi oleh Antisipasi Teknologi Baru. *Media Riset Bisnis & Manajemen*. 18. 43. 10.25105/mrbm.v18i1.4978.

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 (edisi 11)*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Krawjeski, Lee J. & Larry P. Ritzman. 2002. *Operation Managemen Strategi Analysis, Sixth Edition*, Prentice Hall, New Jersey.

Lejeune M.A. & Yakova, N. 2005. On characterizing the 4C's in supply chain 19 management, *Journal of Operation Managemen,t Vol.23*. p. 81-100

Lutfiani, N., Oganda, F. P., Lukita, C., Aini, Q., & Rahardja, U. (2020). Desain dan Metodologi Teknologi Blockchain Untuk Monitoring Manajemen Rantai Pasokan Makanan yang Terdesentralisasi. *InfoTek Jar: Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan*, 5(1), 18-25.

Maduka, C. E., & Okafor, D. O. (2014). Effect of Motivation on Employee Productivity : A Study of Manufacturing Companies in Nnewi. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 2(7), 137–147.

- Marimin, M., Arkeman, Y., & Udin, F. (2011). Studi peningkatan kinerja manajemen rantai pasok sayuran dataran tinggi di Jawa Barat. *Agritech*, 31(1).
- Martono, R. 2015. Manajemen Logistik Terintegrasi. PPM Manajemen, Jakarta.
- Mittal, V., & Kamamura, W. A. (2001). Satisfaction, repurchase Intent, and repurchase Behaviour : Investigating the Moderating Effect of Customer Characteristics. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 131–142.
- Mukhsin, Mohammad (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Keselarasan Tujuan terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Pelaku UMKM Industri Tekstil di Kabupaten Tangerang-Banten). *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), ISSN 2541-1047, Faculty of Economics and Business - Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, <https://doi.org/10.35448/jmb.v9i2.3826>
- Mustamu, R. H. (2008). Manajemen rantai pasokan industri farmasi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), pp-99.
- Nashrullah, A (2020). *PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (MANAJEMEN RANTAI PASOKAN) TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA UMKM USAHA DAGANG BAHAN*, dspace.uii.ac.id, <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/18327>
- Nashrullah, A (2020). *PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (MANAJEMEN RANTAI PASOKAN) TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA UMKM USAHA DAGANG BAHAN*, dspace.uii.ac.id, <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/18327>

- Navarro-Huerta, J.A., Carrasco-Correa, E.J., Torres-Lapasió, J.R., Herrero-Martínez, J.M., & García-Alvarez-Coque, M.C. (2019). Modelling retention and peak shape of small polar solutes analysed by nano-HPLC using methacrylate-based monolithic columns. *Analytica Chimica Acta*, 1086, 142-155, ISSN 0003-2670, Elsevier BV, <https://doi.org/10.1016/j.aca.2019.08.014>
- Omoruyi, Osayuwamen, & Mafini, Chenedzai (2016). Supply Chain Management and Customer Satisfaction in Small to Medium Enterprises. *Studia Universitatis Babe-Bolyai Oeconomica*, 61(3), 43-58, ISSN 2065-9644, Walter de Gruyter GmbH, <https://doi.org/10.1515/subboec-2016-0004>
- Parwati, I., & Andrianto, P. (2009). Metode supply chain management untuk menganalisis bullwhip effect guna meningkatkan efektivitas sistem distribusi produk. *Jurnal Teknologi*, 2(1), 47-52.
- Pongoh, M. (2016). Analisis Penerapan Manajemen Rantai Pasokan Pabrik Gula Aren Masarang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(3).
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1985). Technology and Competitive Advantage. In *Journal of Business Strategy*. <https://doi.org/10.1108/eb039075>
- Porter, Michael E., (1998). *Keunggulan Bersaing, Menciptakan, dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Erlangga, Jakarta.

- Purnamawati, D. L., & Khoirudin, R. (2019). Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Manufaktur di Jawa Tengah 2011-2015. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(1), 41-52.
- Rahadi, Dedi Rianto. (2012). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan. Proceeding Seminar Sistem Produksi X.
- Rasyid, A, Ardana, IC, & Santioso, L (2012). HUBUNGAN PENGUNGKAPAN INTELLECTUAL CAPITAL DENGAN SIZE, LEVERAGE, OWNERSHIP. LABA, DAN AUDITOR SIZE SERTA IMPLIKASINYA *Karya Ilmiah Dosen*, repository.untar.ac.id, <http://repository.untar.ac.id/id/eprint/302>
- Sadewo, A. N. (2018). ANALISIS PENGENDALIAN DAN PERBAIKAN KUALITAS PRODUK SARUNG TANGAN UNDER ARMOR DENGAN PENDEKATAN METODE SIX SIGMA DAN FMEA (Studi Kasus Di PT Sport Glove Indonesia Yogyakarta).
- Sanchez, A. M., & Perez, M. P. (2005). Supply chain flexibility and firm performance, 25(7), 681–700. <https://doi.org/10.1108/01443570510605090>
- Sarkis, J. and, & Dhavale, D. . (2015). Supplier Selection for Sustainable Operations: a Triple-Bottom-Line Approach Using a Bayesian Framework. *International Journal of Production Economics*, 166, 177 –191.
- Segara, Gerai Alun, Kusmantini, Titik, & Utami, Yekti (2019). Pengaruh Aktivitas Rantai Nilai Terhadap Kualitas dan Inovasi Produk. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 191-202, ISSN 2684-8945,

Faculty of Entrepreneurship Universitas Garut,

<https://doi.org/10.35899/biej.v1i3.71>

Sekaran, U. (2014). Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Research Methods for Business). Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). Research Methods for Business. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd

Sharma, S., Professor, A., & Sharma Assistant Professor, V. (2014). Employee Engagement To Enhance Productivity In Current Scenario. IRACST – International Journal of Commerce, Business and Management, 3(4), 2319–2828

Simanjuntak, Payaman. 2002. Masalah Upah dan Jaminan Sosial. LPFE, Jakarta

Stank, T.P.; Keller, S. & Daugherty, P.J. 2000. Supply chain collaboration and logistical service performance, Journal of Business Logistics, Vol.22 no.1, p. 29-48. Tracey & Vonderembse. 2004. Building Supply Chain : A Key To Enhancing Manufacturing Performance. Journal of Business, Mid-American, Vol.15. p. 10- 20

Sudika, A, & Ardana, IPS (2012). Prilaku Mekanik Beton Normal Dengan Penambahan Serat Kawat Bendrat. *Universitas Ngurah Rai. Bali*, academia.edu,

[https://www.academia.edu/download/54361015/JURNAL_PRILAKU_MEK
ANIS_BETON_DG_SERAT_KAWAT_BENDRAT2.pdf](https://www.academia.edu/download/54361015/JURNAL_PRILAKU_MEK_ANIS_BETON_DG_SERAT_KAWAT_BENDRAT2.pdf)

Sugiono (2015). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Penerbit Alfabeta Bandung

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Suudi, Muhammad Yasman, & S, Eddy Sanusi (2021). PENGARUH BAHAN BAKU DAN MANAJEMEN RANTAI PASOKAN TERHADAP PROSES PRODUKSI PT. NIRO CERAMIC NASIONAL INDONESIA. *Jurnal Ekonomi dan Industri*, 22(1), ISSN 2656-3169, Program Studi Magister Manajemen Universitas Krisnadwipayana, <https://doi.org/10.35137/jei.v22i1.528>

Tjiptono, F. (2012). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: PT Andi.

WIBISONO, ANJAR (2018). Tinjauan Criteria Supplier-Selection, Integrasi Internal dan Eksternal Supply Chain terhadap Kinerja Perusahaan. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 2(1), 11, ISSN 2549-7790, Universitas Negeri Surabaya, <https://doi.org/10.26740/bisma.v2n1.p11-19>

Wuwung, S. C. (2013). Manajemen rantai pasokan produk cengkeh pada desa wawona Minahasa Selatan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).

Yekty, Kingkin Nurani, & Solovida, Grace Tianna (2021). Pengaruh Strategi Kewirausahaan dan Modal Sosial Terhadap Kinerja Keuangan serta Non-Keuangan Melalui Manajemen Rantai Pasokan Berkelanjutan. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 16(1), 52-73, ISSN 2302-1810, Universitas Negeri Jakarta, <https://doi.org/10.21009/wahana.16.014>

LAMPIRAN 1

Assalamualaikum Wr.Wb.

Perkenalkan saya Mochamad Rifqi Alfaizi dengan NIM 18312354, Mahasiswi Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir dengan judul “Dampak Penerapan Manajemen Rantai Pasokan (MRP) Dalam Rangka Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Kepada Pelanggan (Studi Kasus PT. Mitra Rakata)”.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian dengan jujur sesuai dengan pendapat dan keadaan diri anda yang sesungguhnya. Seluruh informasi yang diberikan responden hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Ketersediaan Saudara/i dalam menjawab pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini sangat membantu dalam keberhasilan penelitian ini. Atas bantuan dan partisipasi saudara/i, saya ucapkan terimakasih.

Apabila terdapat pertanyaan mengenai hal-hal yang kurang jelas dengan penelitian ini, responden dapat menghubungi saya melalui:

e-mail: 18312354@students.uui.ac.id

WhatsApp: 081219367508

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Hormat saya,

Mochamad Rifqi Alfaizi

Bagian 1: Identitas Responden

1. Nama (optional) :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Tugas dan Wewenang :
5. Nomor HP :

Bagian 2: Kuesioner Penelitian

Petunjuk Pengisian

Pada bagian ini berilah tanda centang untuk mengisi jawaban dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Tidak ada jawaban benar dan salah pada setiap pertanyaan, semua pertanyaan membutuhkan jawaban yang diukur dengan skala 1-4 berupa pendapat dan keadaan saudara/i yang sesungguhnya.

Keterangan :

Skala 1 : Sangat Tidak Setuju

Skala 2 : Tidak Setuju

Skala 3 : Setuju

Skala 4 : Sangat Setuju

Manajemen Rantai Pasokan

Manajemen Rantai Pasokan merupakan langkah koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas (Irawan, 2008).

No	Pertanyaan	1	2	3	4
1	Perusahaan mampu membangun hubungan jangka panjang yang baik dengan mitranya atau pemasok yang dilakukan dengan meningkatkan kualitas, pengembangan produk, dan perbaikan secara terus-menerus.				
2	Perusahaan telah mempunyai sebuah sistem terintegrasi untuk mendukung transportasi bahan baku dari pemasok.				
3	Perusahaan mempunyai metode dalam melakukan pembelian bahan baku agar bisa jauh lebih efektif dan efisien.				
4	Perusahaan mempunyai gudang yang sesuai dengan karakteristik bahan baku.				
5	Perusahaan sudah menyiapkan sebuah sistem berkaitan dengan tata cara penyimpanan dalam mendukung kegiatan logistik / SCM.				
6	Perusahaan mempunyai sebuah divisi dengan didukung sistem yang memadai guna memprediksi permintaan produk dimasa yang akan datang.				

Integrasi Proses Bisnis

Pengukuran dimensi integrasi proses bisnis menurut Rahadi (2012) antara lain : Aktivitas logistik di utamakan, Aktivitas logistik memiliki integritas yang baik, dan Arus material efektif.

No	Pertanyaan	1	2	3	4
1	Perusahaan telah menerapkan aktivitas logistic aktifitas yang terkoordinasi antara sistem yang telah dimiliki perusahaan dengan karyawan.				
2	Aktivitas logistic yang terjadi di perusahaan sudah terintegrasi dengan pemasok.				
3	Barang yang dikirim oleh pemasok memiliki kualitas yang baik.				
4	Pemasok dapat memenuhi kebutuhan barang yang diperlukan oleh perusahaan.				

Strategi Perusahaan

Strategi adalah upaya dan langkah-langkah yang diambil perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi bisnis merupakan acuan dan pedoman bagi persaingan dan kelangsungan bisnis. Jika sebuah perusahaan memilih dan berhasil menerapkan strategi kepemimpinan biaya atau diferensiasi produk, ia akan mampu secara efektif memecahkan daya saing yang menentukan keberhasilan industri (Porter, 1980).

No	Pertanyaan	1	2	3	4
1	Perusahaan telah memiliki langkah untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.				
2	Perusahaan telah membangun hubungan yang baik dengan para pemasok.				
3	Perusahaan telah mempersiapkan langkah strategis untuk menghadapi produk-produk alternative.				
4	Perusahaan telah memperhitungkan potensi pendatang baru di pasar dan langkah antisipasi dalam menghadapi pendatang baru.				
5	Perusahaan memahami secara menyeluruh posisi di pasar dan telah menyiapkan langkah yang akan diambil dalam mempertahankan posisi di pasar.				

Produktivitas

Kemampuan individu/organisasi/perusahaan untuk menggunakan sumber daya yang ada untuk menghasilkan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu secara efektif dan efisien. Produktivitas tenaga kerja meliputi pengukuran produktivitas parsial, sehingga ada beberapa faktor yang mempengaruhi produktivitas karyawan, antara lain: pendidikan, keterampilan, dan disiplin (Ardana, 2012).

No	Pertanyaan	1	2	3	4
1	Saya selalu berusaha untuk meningkatkan hasil yang dicapai.				
2	Saya berupaya dengan maksimal agar target perusahaan tercapai.				
3	Saya selalu bersemangat dalam melakukan pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan.				
4	Saya selalu berusaha untuk meningkatkan kemampuan saya dalam bekerja di perusahaan.				
5	Saya selalu disiplin pada saat melakukan pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan.				

Kuesioner Penelitian Untuk Konsumen Perusahaan

Bagian 1: Identitas Responden

1. Nama (optional) :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Nomor HP :

Bagian 2: Kuesioner Penelitian

Petunjuk Pengisian

Pada bagian ini berilah tanda centang untuk mengisi jawaban dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Tidak ada jawaban benar dan salah pada setiap pertanyaan, semua pertanyaan membutuhkan jawaban yang diukur dengan skala 1-4 berupa pendapat dan keadaan saudara/i yang sesungguhnya.

Keterangan

Skala 1 : Sangat Tidak Setuju

Skala 2 : Tidak Setuju

Skala 3 : Setuju

Skala 4 : Sangat Setuju

Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2013) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi dipengaruhi oleh beberapa factor antara lain : kualitas yang ditawarkan oleh perusahaan, harga atas suatu produk, dan factor dari budaya yang ada di masyarakat. Kemudian kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas produk atau barang-barang pada proses penyerahan jasa atau barang kepada pelanggan

No	Pertanyaan	1	2	3	4
1	Saya puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh operator SPBU.				
2	Saya puas atas kualitas takaran bensin pada saat proses pengisian bahan bakar kendaraan.				
3	Saya puas atas kerapihan pakaian yang digunakan oleh operator SPBU.				
4	Kebersihan di area SPBU terjaga dengan baik.				
5	Saya puas terhadap perawatan fasilitas umum seperti musholla dan toilet sehingga kebersihannya terjaga.				
6	Saya puas atas kelengkapan fasilitas penunjang yang ada di sekitar area SPBU seperti Nitrogen, ATM Center dan Mini Market.				
7	Saya ingin fasilitas yang ada di area SPBU ditambahkan.				

LAMPIRAN 2

Tabulasi Jawaban Responden

1. Tabulasi Data Manajemen Rantai Pasokan

MRP1	MRP2	MRP3	MRP4	MRP5	MRP6
3	3	4	3	3	4
3	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	4
4	3	3	4	4	3
4	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3
3	3	4	3	3	3
3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3
4	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4
3	3	4	4	3	3
3	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3

2. Tabulasi Data Integrasi Proses

IP1	IP2	IP3	IP4
4	4	3	4
4	4	4	4
3	3	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
4	3	3	4
4	4	4	4
3	4	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
3	3	3	3
3	3	4	4
3	3	3	4
3	3	3	3
4	3	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	4	4
4	4	4	4
3	3	4	4
3	3	3	3
3	3	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	4	4
4	3	4	4
3	3	3	3

3. Strategi Perusahaan

SP1	SP2	SP3	SP4	SP5
3	4	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	4	3
3	3	3	3	3
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	3	3	3
4	4	3	3	3
4	4	3	3	3
4	4	3	4	4
4	4	4	3	3
4	4	3	3	3
3	3	3	3	3
2	4	4	3	4
4	4	4	4	4
3	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	3	3
4	4	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	3	3	3	3
3	3	3	4	4
3	4	4	4	3

4. Tabulasi Data Produktivitas

P1	P2	P3	P4	P5
4	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	3	4	4	3
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	4	4
3	3	4	3	3
3	3	3	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	4	3
4	3	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	3	3	3
4	3	4	4	4
4	3	4	4	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	3	3	4	3
4	4	3	4	4
4	4	4	4	3

5. Tabulasi Data Kepuasan Pelanggan

KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7
4	3	3	4	3	3	3
3	3	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	4	3
4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4
3	4	3	4	4	3	4
3	3	3	4	4	3	4
3	3	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1
3	4	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3
4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	4	4
3	3	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4
4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	3	3
3	3	4	4	3	3	4
4	4	3	4	4	3	4
3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4
3	4	3	4	3	4	4
4	4	3	3	3	4	3
4	3	4	4	3	2	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	4	3
4	3	3	4	3	4	4
4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	2	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
3	2	1	1	1	4	1
4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	3
3	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	3	3	4	3
3	3	3	3	4	2	3
4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	4	3
3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	4	3	4	4
4	4	4	3	4	3	4
4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3

2	2	2	2	3	3	3
3	4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4
2	2	3	3	2	3	4
3	3	4	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	2	3	3
3	4	4	3	3	3	4
3	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	1
4	4	4	3	3	4	1
4	4	4	4	3	3	3
4	3	4	3	3	3	3
4	4	4	1	2	3	4
2	3	2	4	3	2	3
4	3	4	3	4	2	4
3	3	2	2	3	3	3
4	3	4	3	3	4	4
3	3	3	3	2	3	4
2	3	3	2	2	3	4
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2	4
3	3	4	3	2	3	3
3	3	2	2	2	3	4

3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	2	4	4
3	3	3	3	2	3	4
4	3	3	3	2	2	4
3	3	4	4	3	4	3
3	4	3	4	4	2	4
3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	2	4	4
4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	3	4	4
3	3	3	3	3	4	3
3	4	4	3	3	4	3
4	3	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	3
3	3	3	2	3	2	3
3	3	3	2	2	2	4
4	4	3	4	3	4	4
4	3	4	4	3	4	4
3	2	4	3	3	4	2
3	4	3	4	4	3	4
3	4	3	3	3	3	4
3	3	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	2	4
3	4	2	2	2	3	4
4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	2
4	4	4	4	2	3	4
3	4	3	4	4	4	4
3	4	4	4	2	4	4
3	3	2	2	2	1	4
3	4	4	3	3	3	4
2	2	3	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4

LAMPIRAN 3

Analisis Deskriptif

1. Statistik Deskriptif Manajemen Rantai Pasokan

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
MRP1	3.333	3	3	4	0.471
MRP2	3.267	3	3	4	0.442
MRP3	3.400	3	3	4	0.490
MRP4	3.400	3	3	4	0.490
MRP5	3.367	3	3	4	0.482
MRP6	3.367	3	3	4	0.482

2. Statistik Deskriptif Integrasi Proses

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
IP1	3.533	4	3	4	0.499
IP2	3.467	3	3	4	0.499
IP3	3.700	4	3	4	0.458
IP4	3.800	4	3	4	0.400

3 Statistik Deskriptif Strategi Perusahaan

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
SP1	3.700	4	2	4	0.526
SP2	3.833	4	3	4	0.373
SP3	3.500	4	3	4	0.500
SP4	3.533	4	3	4	0.499
SP5	3.533	4	3	4	0.499

4 Statistik Deskriptif Produktivitas

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
P1	3.667	4	3	4	0.471
P2	3.567	4	3	4	0.496
P3	3.633	4	3	4	0.482
P4	3.767	4	3	4	0.423
P5	3.600	4	3	4	0.490

5 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
KP1	3.490	4	1	4	0.583
KP2	3.485	4	1	4	0.583
KP3	3.470	4	1	4	0.608
KP4	3.435	4	1	4	0.653
KP5	3.320	3	1	4	0.691
KP6	3.445	4	1	4	0.661
KP7	3.535	4	1	4	0.631

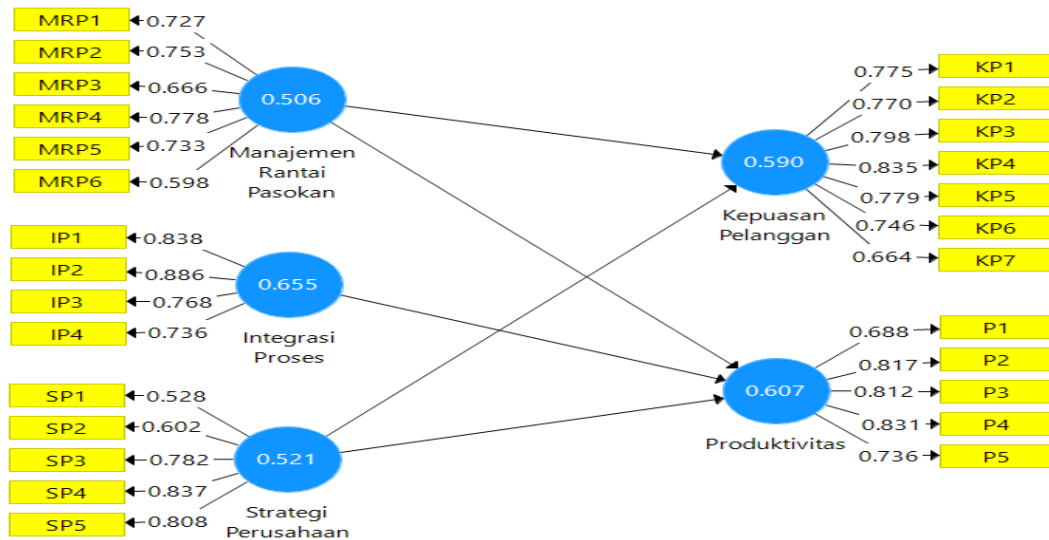
LAMPIRAN 4

Model Pengukuran

1. Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	Faktor Loading	Keterangan
Integrasi Proses	IP1	0.838	Valid
	IP2	0.886	Valid
	IP3	0.768	Valid
	IP4	0.736	Valid
Kepuasan Pelanggan	KP1	0.775	Valid
	KP2	0.77	Valid
	KP3	0.798	Valid
	KP4	0.835	Valid
	KP5	0.779	Valid
	KP6	0.746	Valid
	KP7	0.664	Valid
Manajemen Rantai Pasokan	MRP1	0.727	Valid
	MRP2	0.753	Valid
	MRP3	0.666	Valid
	MRP4	0.778	Valid
	MRP5	0.733	Valid
	MRP6	0.598	Valid
Produktivitas	P1	0.688	Valid
	P2	0.817	Valid
	P3	0.812	Valid
	P4	0.831	Valid
	P5	0.736	Valid
Strategi Perusahaan	SP1	0.528	Valid
	SP2	0.602	Valid
	SP3	0.782	Valid
	SP4	0.837	Valid
	SP5	0.808	Valid

2. Model Struktural Outer Model



3. Pengujian Validitas Diskriminan

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Integrasi Proses	0.655
Kepuasan Pelanggan	0.590
Manajemen Rantai Pasokan	0.506
Produktivitas	0.607
Strategi Perusahaan	0.521

4. Fornell-Larcker Criterion antara Variabel

	Integrasi Proses	Kepuasan Pelanggan	Manajemen Rantai Pasokan	Produktivitas	Strategi Perusahaan
Integrasi Proses	0.809				
Kepuasan Pelanggan	-0.043	0.768			
Manajemen Rantai Pasokan	0.260	0.048	0.712		
Produktivitas	0.377	-0.054	0.517	0.779	
Strategi Perusahaan	0.575	-0.177	0.096	0.500	0.722

5. Cross Loading antara Variabel Laten dengan Indikator

	Integrasi Proses	Kepuasan Pelanggan	Manajemen Rantai Pasokan	Produktivitas	Strategi Perusahaan
IP1	0.838	-0.004	0.249	0.271	0.349
IP2	0.886	-0.071	0.262	0.373	0.493
IP3	0.768	-0.023	0.159	0.322	0.584
IP4	0.736	-0.036	0.075	0.059	0.358
KP1	-0.009	0.775	-0.026	-0.133	-0.171
KP2	-0.023	0.770	0.063	0.044	-0.083
KP3	-0.043	0.798	0.036	-0.009	-0.105
KP4	-0.023	0.835	0.067	-0.023	-0.115
KP5	-0.059	0.779	0.039	-0.052	-0.165
KP6	-0.024	0.746	0.035	-0.052	-0.159
KP7	-0.050	0.664	0.061	-0.019	-0.116
MRP1	0.217	0.047	0.727	0.338	0.105
MRP2	0.073	0.027	0.753	0.444	0.010
MRP3	0.252	0.010	0.666	0.332	0.180
MRP4	0.192	0.096	0.778	0.335	-0.079
MRP5	0.253	0.009	0.733	0.462	0.151
MRP6	0.123	0.030	0.598	0.184	0.014
P1	0.223	-0.069	0.374	0.688	0.433
P2	0.158	-0.046	0.341	0.817	0.290
P3	0.369	-0.073	0.400	0.812	0.511
P4	0.257	-0.021	0.416	0.831	0.234
P5	0.415	0.015	0.471	0.736	0.252
SP1	0.208	-0.166	0.063	0.353	0.528
SP2	0.349	-0.137	-0.068	0.178	0.602
SP3	0.419	-0.120	0.005	0.335	0.782
SP4	0.525	-0.150	0.072	0.473	0.837
SP5	0.533	-0.064	0.219	0.363	0.808

LAMPIRAN 5
Pengujian Realibilitas

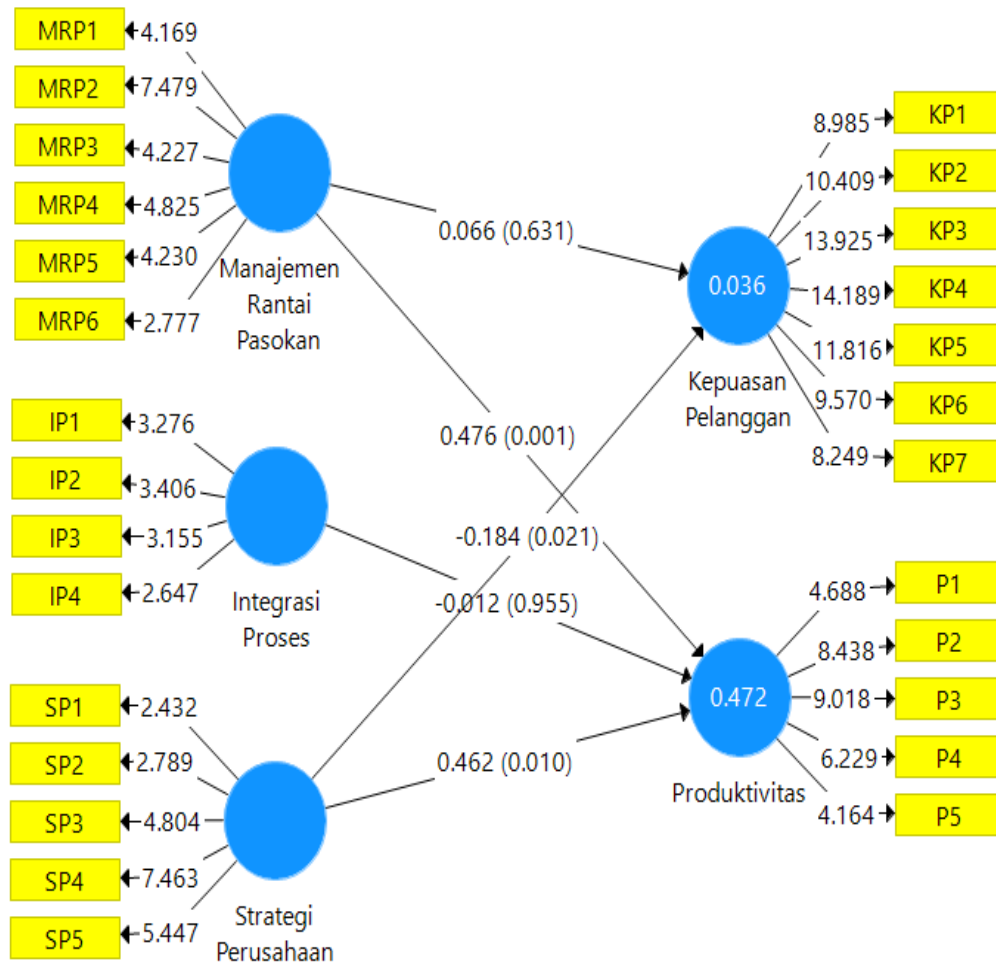
Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	<i>Rule of Thumb</i>	Evaluasi Model
Integrasi Proses	0.838	0.883	> 0.70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.884	0.909		Reliabel
Manajemen Rantai Pasokan	0.810	0.859		Reliabel
Produktivitas	0.838	0.885		Reliabel
Strategi Perusahaan	0.764	0.841		Reliabel



LAMPIRAN 6

Model Struktural Inner

1. Model Struktural Inner Model



2. Nilai *R Square* dan *Q Square*

Variabel	<i>R Square</i>	<i>Q Square</i>
Kepuasan Pelanggan	0,036	0,017
Produktivitas	0,472	0,227

LAMPIRAN 7

Pengujian Hipotesis

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
Manajemen Rantai Pasokan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	0.066	0.089	0.137	0.481	0.631
Manajemen Rantai Pasokan berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas	0.476	0.46	0.143	3.329	0.001
Integrasi Proses Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas	-0.012	0.023	0.211	0.057	0.955
Strategi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	-0.184	-0.179	0.079	2.324	0.021
Strategi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas	0.462	0.472	0.179	2.576	0.010