

**Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan
(Studi Pada Industri *Furniture* di Sleman)**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Rizha Faturahman

Nim : 16311299

Jurusan : Manajemen

Bidang : Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2020

**Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan
(Studi Pada Industri *Furniture* di Sleman)**

SKRIPSI

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



Oleh :

Nama : Rizha Faturahman

Nim : 16311299

Jurusan : Manajemen

Bidang : Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 18 Maret 2020

Penulis,



Rizha Faturahman

Halaman Pengesahan Skripsi

Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Perusahaan

(Studi Pada Industri *Furniture* di Sleman)

Nama : Rizha Faturahman

Nomor Mahasiswa : 16311299

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 13 Maret 2020

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT TERHADAP KINERJA
PERUSAHAAN (STUDI PADA INDUSTRI FURNITURE DI SLEMAN)

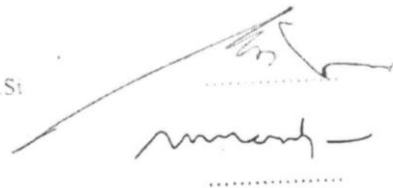
Disusun Oleh : RIZHA FATURAHMAN
Nomor Mahasiswa : 16311299

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS

Pada hari Selasa, tanggal: 7 April 2020

Penguji Pembimbing Skripsi : Nursya'bani Purnama, SE., M.Si

Penguji : Moch. Nasito, Drs., MM.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

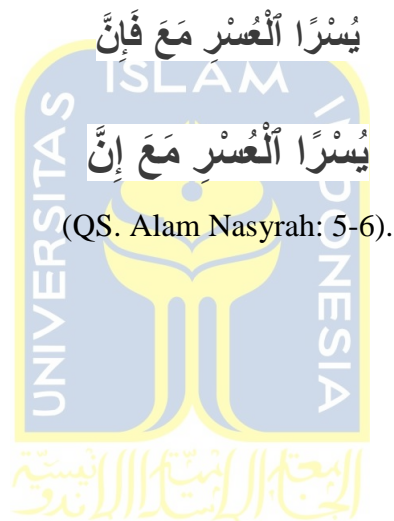


Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

HALAMAN MOTTO

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

(QS Al-An'am: 162)

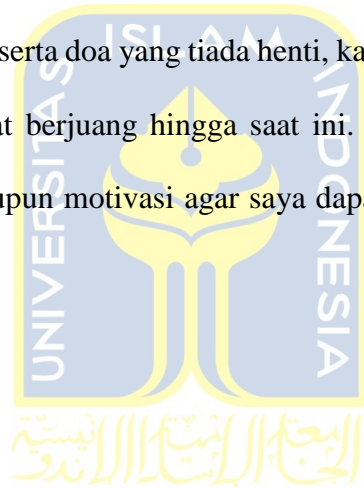


HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin...

Segala puji dan syukur hamba haturkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya, yang memudahkan saya untuk menyelesaikan *studi* dari awal hingga akhir. Semoga ilmu yang didapatkan selama ini barokah dan dapat bermanfaat bagi semua. Aamiin.

Saya ingin mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua dan keluarga yang memberikan dukungan serta doa yang tiada henti, karena sesungguhnya karena doa orangtua lah saya dapat berjuang hingga saat ini. Juga teman-teman yang telah memberi dorongan ataupun motivasi agar saya dapat segera menyelesaikan tugas akhir ini.



ABSTRAK

Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri *Furniture* di Sleman)

Rizha Faturahman

rzhafat9@gmail.com

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Program Studi Manajemen,
Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan. Hipotesis dalam penelitian ini terkait *praktek supply chain management* yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Subyek dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *furniture* dan berjumlah 30 yang berada di Sleman. Sumber data dari penelitian ini didapatkan dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada pemilik maupun karyawan pada perusahaan *furniture*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS 24. Hasil penelitian menunjukkan *praktek supply chain management* ada yang berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Variabel yang berpengaruh adalah *information sharing* dan *process integration*, kemudian yang tidak berpengaruh diantaranya *cooperation* dan *long term relationship*.

Kata Kunci : Supply Chain Management, *Information Sharing*, *Long Term Relationship*, *Cooperation*, *Process Integration*, Kinerja Perusahaan

ABSTRACT

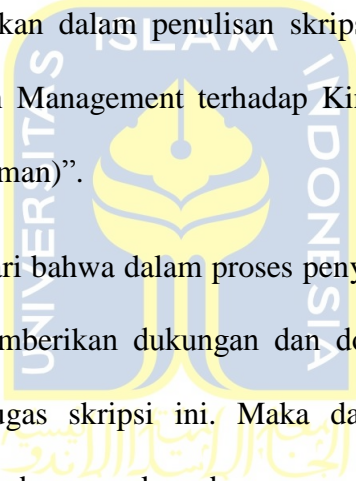
This study aims to determine the effect of Supply Chain Management on Company Performance. The hypothesis in this study related to supply chain management practices that affect company performance. The subjects in this study were companies engaged in furniture and a total of 30 in Sleman. Sources of data from this study were obtained using a questionnaire distributed to owners and employees of a furniture company. The method of data analysis in this study uses multiple linear regression with SPSS 24 application tools. The results show that supply chain management practices have an influence and have no influence on company performance. The influential variables are information sharing and process integration, then those that have no effect include cooperation and long term relationships.

Keywords : Supply Chain Management, *Information Sharing, Long Term Relationship, Cooperation, Process Integration, Company Performance*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas Izin Allah SWT, penulis dimudahkan dalam penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Supply Chain Management terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Furniture di Sleman)”. 

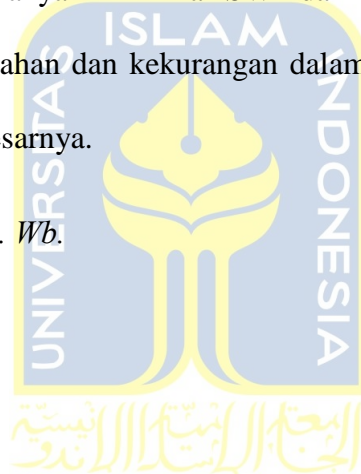
Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini melibatkan banyak pihak yang memberikan dukungan dan do'a kepada penulis dari awal hingga terselesainya tugas skripsi ini. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. ALLAH SWT yang telah memberikan ridho-Nya.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan.
3. Kedua orang tua (Nuri Uswatun Chasanah dan Irfan Rifai Sulistyawan), adik saya yang comel (Alisyia Rifa Chairunisa), atas dukungan doa terbaik yang tidak pernah terputus kepada saya, juga masih banyak hal yang tidak bisa saya ungkapkan pada lembar ini.
4. Keluarga besar dan khususnya nenek (Sukanah) yang juga turut serta memberikan doa dan dukungan kepada saya.

5. Dosen pembimbing saya, bapak Nursya'bani Purnama, yang telah sabar membimbing saya dan meluangkan waktu agar skripsi terselesaikan.
6. Sahabat saya selama masa studi : Heru, Kukuh, Fahri, Fadhil, Mahar, Robi, Brilly, Agung, dan Khomsa.
7. Teman-teman lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang juga turut memberikan dukungan kepada saya.

Kesempurnaan hanya milik Allah SWT dan kesalahan hanya milik manusia. Maka atas segala kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis mohon maaf sebesar-besarnya.

Wassalamu 'alaikum Rr. Wb.



Yogyakarta, 13 Maret 2020

Penulis,

Rizha Faturahman

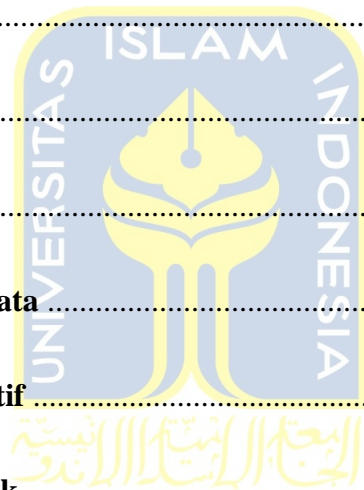
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4

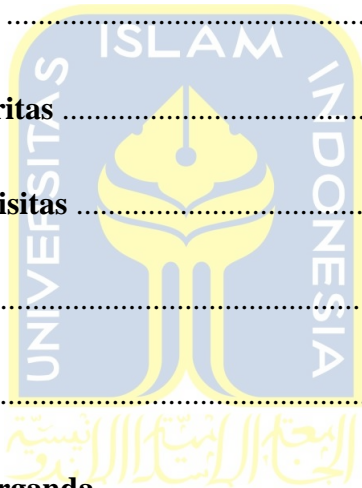


1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	6
2.1.1 Priscila de Souza Miguel dan Luiz Ledur Brito.....	6
2.1.2 Rasyadan Tahrizi Aziz dan Bambang Munas Dwiyanto	7
2.1.3 Ahmad Yudha Fitrianto dan Budi Sudaryanto	7
2.1.4 Desi Ariani dan Bambang Munas Dwiyanto	8
2.1.5 Aksioma Marlin Fian Majid dan Bambang Munas Dwiyanto.....	9
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Supply Chain Management.....	10
2.2.2 Information Sharing	13
2.2.3 Long Term Relationship	15
2.2.4 Cooperation	16
2.2.4 Process Integration	18
2.2.6 Kinerja Perusahaan	19
2.3 Kerangka Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	21

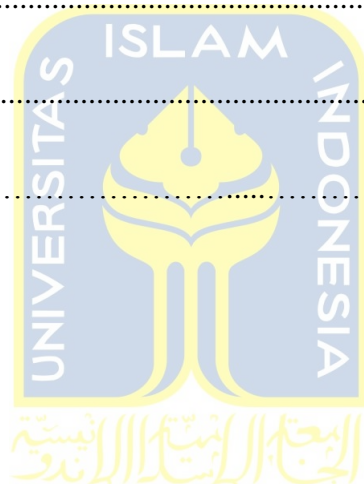
3.1 Lokasi Penelitian	21
3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	21
3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	25
3.3.1 Jenis Data.....	25
3.3.2 Teknik dan Pengumpulan Data	26
3.4 Populasi dan Sampel	28
3.5 Uji Instrumen	28
3.5.1 Uji Validitas	28
3.5.2 Uji Reliabilitas	28
3.6 Metode Analisis Data	29
3.6.1 Analisis Deskriptif	29
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.7 Uji Hipotesis	31
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.7.2 Uji Statistik F	31
3.7.3 Uji Statistik t	33
3.7.4 Uji Koefisien Determinasi	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35



4.1 Uji Instrumen	35
4.1.1. Uji Validitas	35
4.1.2 Uji Reliabilitas	36
4.2 Analisis Deskriptif	37
4.2.1 Karakteristik Responden	37
4.2.2 Analisis Variabel	39
4.3 Uji Asumsi Klasik	45
4.3.1 Uji Multikolinearitas	45
4.3.2 Uji Heterokedastisitas	46
4.3.3 Uji Normalitas	47
4.4 Analisis Hipotesis	48
4.4.1 Regresi Linier Berganda	48
4.4.2 Uji statistik F	50
4.4.3 Uji statistik t	51
4.4.4 Koefisien Determinasi	52
4.5 Pembahasan	53
4.5.1 Pengaruh <i>Information Sharing</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	53



4.5.2 Pengaruh <i>Long Term Relationship</i> Terhadap Kinerja Perusahaan.....	54
4.5.3 Pengaruh <i>Cooperation</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	55
4.5.4 Pengaruh <i>Process Integration</i> Terhadap Kinerja Perusahaan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	62

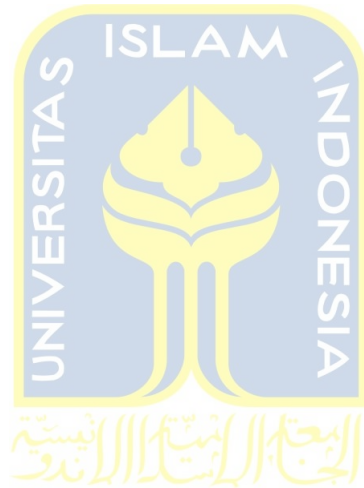


DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.3 Jenis Kelamin	37
Tabel 4.4 Usia	38
Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir	38
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif <i>Information Sharing</i>	40
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif <i>Long Term Relationship</i>	41
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif <i>Cooperation</i>	42
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif <i>Process Integration</i>	43
Tabel 4.10 Analisis deskriptif kinerja perusahaan	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	48
Tabel 4.14 Hasil Uji F Simultan	51
Tabel 4.15 Hasil Uji t Parsial	52
Tabel 4.16 Hasil Uji R ²	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	20
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	63
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	70
Lampiran 3 Hasil Uji Asumsi Klasik	72
Lampiran 4 Hasil Uji Hipotesis	74



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, perusahaan dituntut untuk dapat bertahan dari persaingan yang ada. Pengaruh era global yang menuntut untuk bertahan tidak hanya berlaku untuk perusahaan yang besar saja, namun termasuk perusahaan kecil menengah. Untuk dapat bertahan di era global, perusahaan dapat dengan melakukan inovasi maupun meningkatkan efisiensi dan efektivitas diberbagai sektor produksi. Salah satunya dengan menerapkan *supply chain management*. *Supply chain management* atau manajemen rantai pasokan sendiri menggambarkan kegiatan rantai pasokan yang dimulai dari bahan baku dari pemasok hingga produk untuk konsumen (Heizer dan Render, 2015).

Menurut Pujawan dan Mahendrawati (dikutip oleh Ariani, 2013) rantai pasokan atau *supply chain* tidak dapat terlepas dari perusahaan yang terlibat didalamnya, seperti perusahaan dibidang pemasok, produksi, pendistribusian, penjual hingga konsumen. *Supply chain* merupakan konsep yang melihat persoalan logistik pada industri atau perusahaan yang menjadi permasalahan internal perusahaan (Indrajit dan Djokopranoto, 2002). Tujuan dari *supply chain management* menurut Heizer dan Render (2015) adalah untuk mengordinasi kegiatan dalam proses produksi yang memaksimalkan keunggulan bersaing dan manfaat dari rantai pasokan bagi konsumen akhir.

Perusahaan atau industri harus dapat merancang strategi *supply chain management* untuk dapat mengarahkan tujuan agar dapat bertahan di pasar.

Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi praktek manajemen rantai pasokan, diantaranya adalah pembagian informasi, kerjasama, hubungan jangka panjang, dan proses yang berkesinambungan (Pearce dan Robinson, dalam Ariani, 2013)

Menurut Ariani (2013) *Information sharing* atau pembagian informasi membantu perusahaan untuk memperbaiki efisiensi dan efektivitas rantai pasokan. Tujuan dari *long term relationship* adalah keuntungan dalam hal laba yang dicapai melalui hubungan jangka panjang yang baik dan saling menguntungkan. *Cooperation* atau kerjasama adalah praktek *supply chain management* dimana antar perusahaan bekerjasama agar mencapai tujuan perusahaan dengan cara saling menguntungkan. *Process integration* menurut Hamidin dan Surendro (dalam Ariani, 2013) berguna bagi setiap pihak dalam rantai pasok agar meningkatkan hubungan antar perusahaan, memudahkan pengambilan keputusan, dan meningkatkan nilai yang didapat dari pemasok hingga konsumen akhir dengan menggunakan informasi yang terintegrasi.

Dengan menerapkannya strategi *Supply Chain Management*, dapat berdampak pada kinerja operasi perusahaan. Beberapa indikator kinerja *supply chain management* menurut Irmawati (dalam Ariani, 2013) adalah kualitas produk yang diproduksi, tingkat pangsa pasar perusahaan, daya saing dengan kompetitor, tingkat profitabilitas yang didapat, dan tingkat kepuasan pelanggan.

Perusahaan maupun industri di kabupaten Sleman, Yogyakarta sangat beragam. Salah satunya adalah industri dibidang *furniture*. Perusahaan memiliki harapan dapat memproduksi produk yang berkualitas juga efektif dan efisien dalam proses produksinya, agar dapat bersaing dengan kompetitor dan

meningkatkan kinerja perusahaan. Kenyataannya, banyak pelaku bisnis dibidang industri *furniture* merasa bahwa proses produksinya belum maksimal dikarenakan kurang maksimal dalam mengimplementasikan manajemen rantai pasokan. Banyak perusahaan *furniture* yang bekerja sama dengan pemasoknya menghadapi permasalahan. Seperti permasalahan ketepatan pengiriman bahan baku dari pemasok, juga terkadang terdapat bahan baku yang tidak sesuai dengan pesanan perusahaan *furniture*.

Untuk dapat bersaing di pasar, industri *furniture* membutuhkan strategi yang dapat menghadapi persaingan dan ancaman. Industri *furniture* harus memiliki sistem *supply chain management* untuk dapat mencapai tujuan perusahaan dan agar kinerja perusahaan dapat lebih meningkat, sehingga perusahaan dapat bertahan dan bersaing di pasar konsumen. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Industri *Furniture* di kabupaten Sleman)”**

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah praktek-praktek *supply chain management* berpengaruh pada kinerja perusahaan ?
2. Apakah *information sharing* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan ?
3. Apakah *cooperation* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan ?
4. Apakah *long term relationship* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan ?
5. Apakah *process integration* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan ?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh praktek-praktek *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh *information sharing* terhadap kinerja perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *cooperation* terhadap kinerja perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *long term relationship* terhadap kinerja perusahaan.
5. Untuk mengetahui pengaruh *process integration* dalam terhadap kinerja perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi organisasi agar penelitian ini dapat menjadi sebuah rujukan alternatif dalam organisasi yang memiliki masalah yang serupa.

2. Manfaat bagi penulis untuk dapat menerapkan teori *supply chain management* yang sudah dipelajari kedalam sebuah karya tulis, juga sebagai pengalaman penulis dibidang akademis.
3. Manfaat bagi masyarakat luas atau peneliti lain di mana penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi dalam penulisan karya tulis.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait pengaruh praktek *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh praktek *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan pada industri *furniture* atau meubel di kabupaten Sleman. Peneliti terdahulu yang membahas pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan diantaranya adalah :

2.1.1 Miguel dan Brito (2011)

Penelitian Miguel dan Brito (2011) dengan judul “*Supply Chain Management measurement and its influence on Operational Performance*”. Penelitian ini meneliti terkait hubungan *supply chain management* yang memiliki variabel diantaranya : *information sharing* atau pembagian informasi, *cooperation* atau kerjasama, *long term relationship* atau hubungan jangka panjang, dan *process integration* atau proses yang berkesinambungan dengan pengaruh kinerja perusahaan, yang memiliki empat dimensi indikator. Yaitu; biaya, kualitas, fleksibilitas, dan pengiriman. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan sampling di 103 perusahaan di Brazil dengan menggunakan kuessioner. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *supply chain management* memiliki pengaruh positif bagi kinerja perusahaan.

2.1.2 Aziz dan Dwiyanto (2017)

Penelitian Aziz dan Dwiyanto (2017) dengan judul “Analisis Pengaruh *Longterm Relation, Information Sharing, Cooperation, Integration Process* Terhadap Kinerja *Supply Chain Management*” (Studi Pada UKM Kabupaten Gresik). Penelitian ini bertujuan untuk menguji kinerja *supply chain management* yang memiliki variabel independen *Longterm Relation, Information Sharing, Cooperation, dan Integration Process*.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pemilik usaha kecil dan menengah di industri pengolahan makanan (IKM) di Gresik. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode pengambilan sampel dengan teknik *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 106 responden.

Hasil penelitian menemukan bahwa tiga dari semua variabel independen diantaranya *Longterm Relation, Information Sharing, dan process integration* berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen, yaitu kinerja manajemen rantai pasokan atau SCM. Sedangkan variabel *cooperation* tidak memiliki pengaruh positif bagi kinerja perusahaan

2.1.3 Fitrianto dan Sudaryanto (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Fitrianto dan Sudaryanto (2016) berjudul “Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Operasional Outlet”, Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang terdapat pada *supply*

chain management seperti : *information sharing* atau pembagian informasi, *cooperation* atau kerjasama, *long term relationship* atau hubungan jangka panjang, dan *process integration* atau proses yang berkesinambungan terhadap kinerja perusahaan.

Populasi penelitian sebanyak 171 outlet. Pengambilan data dengan dalam penelitian ini adalah 120 pemilik gerai di Semarang. Pengambilan sampel pada penelitian menggunakan metode *cluster stratified* yaitu di mana *cluster* dipilih dengan menggunakan *sampling plan*.

Penelitian ini menjelaskan bahwa *information sharing* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Di sisi lain, variabel *long term relationship* memberikan dampak positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. *Long term relationship* yang lebih baik antara outlet ponsel dan distributor akan meningkatkan kinerja outlet. Namun, *cooperation* secara positif tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja gerai. *Process integration* yang lebih baik antara outlet ponsel dan distributor akan membantu meningkatkan kinerja outlet.

2.1.4 Ariani dan Dwiyanto (2013)

Penelitian Ariani dan Dwiyanto (2013) dengan judul “Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Perusahaan” (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan.

Populasi yang digunakan pada penelitian adalah usaha kecil menengah yang terdapat pada kota Padang, khususnya yang beroperasi dalam pengolahan makanan di Padang. Sampel yang digunakan adalah 100 dari 736 usaha kecil menengah. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan diambil dengan cara *simple random sampling*.

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *information sharing* atau pembagian informasi, *cooperation* atau kerjasama, *long term relationship* atau hubungan jangka panjang, dan *process integration* atau proses yang berkesinambungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja manajemen rantai pasokan pada perusahaan. *Process integration* memiliki nilai signifikan terbesar, kemudian berbagi informasi atau *information sharing* kemudian *relationship* atau hubungan jangka panjang dan *cooperation* atau kerjasama.

2.1.5 Majid dan Dwiyanto (2017)

Penelitian Majidi dan Dwiyanto (2017) dengan judul “Analisis Pengaruh Pengaruh *Longterm Relation, Information Sharing, Trust, Integration Process* Terhadap Kinerja *Supply Chain Management*” (Studi Pada Industri Knalpot di Purbalingga). Penelitian memiliki tujuan untuk menguji pengaruh variabel *trust* (kepercayaan), *long term relationship* (hubungan jangka panjang), *information sharing* (berbagi informasi), dan *process integration* (proses yang berkesinambungan) terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian dilakukan pada perusahaan industri knalpot di Purbalingga yang berjumlah 148. Penelitian ini akan menggunakan sampel

sebanyak 100 responden dengan kuesioner. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling berpengaruh adalah hubungan jangka panjang kemudian kepercayaan, proses integrasi dan pembagian informasi. Hasil ini menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja *supply chain management*.

2.1.6 Dari peneliti terdahulu dapat disimpulkan bahwa variabel yang mempengaruhi kinerja perusahaan yaitu *information sharing* (berbagi informasi), *cooperation* (kerjasama), *long term relationship* (hubungan jangka panjang), dan *process integration* (proses yang terintegrasi). Dari keempat variabel tersebut menunjukkan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Peneliti menggunakan metode *random sampling* untuk mengumpulkan datanya dan juga menggunakan kuesioner.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Supply Chain Management

Supply chain atau rantai pasokan adalah perusahaan - perusahaan yang saling bekerja sama. Beberapa perusahaan secara independen terlibat dalam proses produksi sebuah produk dan pendistribusian kepada pengguna akhir. Anggota yang terlibat dalam rantai pasokan adalah pemasok bahan baku dan komponen, pedagang grosir ataupun pengecer dan perusahaan transportasi (La Londe dan Masters, dalam Mentzer (2001)).

Supply chain management adalah integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dan produk

akhir, serta pengiriman ke pelanggan (Heizer dan Render, 2008). Menurut Indrajit dan Djokopranto (2002), *Supply chain* adalah sistem di mana organisasi menyalurkan barang yang diproduksi kepada konsumen. *Supply chain* juga dapat dikatakan *logistics network*, karena terdapat pihak-pihak diantaranya, *suppliers, manufacturer, distribution, retail outlets*, dan *customers*.

Chain 1 : Suppliers

Merupakan sumber penyaluran barang. Penyaluran pertama ini dapat berbentuk bahan baku.

Chain 1-2 : Suppliers (pemasok) > Manufacturers (pabrik)

Pabrik atau *Manufacturer* yang melakukan pekerjaan membuat, memfabrikasi, mengasembling, merakit, mengkonversikan, atau menyelesaikan barang (*finishing*). Hubungan kedua rantai tersebut sudah mempunyai potensi untuk melakukan penghematan. Contohnya seperti *inventories* bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi yang berada dipihak *suppliers, manufacturer*, dan tempat transit yang merupakan target penghematan ini.

Chain 1-2-3 : Supplier (pemasok) > Manufacturer (pabrik) > Distribution (distributor)

Barang sudah jadi yang dihasilkan oleh *manufacturer* harus disalurkan kepada pelanggan. Penyaluran barang dilakukan melalui pihak distributor yang juga merupakan anggota dari *supply chain*. Barang atau produk yang sudah jadi dari pabrik disalurkan oleh pihak distributor atau pedagang besar

dengan jumlah yang banyak. lalu pedagang besar tersebut menyalurkan produk tersebut dalam jumlah yang lebih sedikit kepada pengecer.

Chain 1-2-3-4 : Supplier (pemasok) > Manufacturer (pabrik) > Distribution (distributor) > Retail Outlets (pengecer)

Pedagang besar memiliki fasilitas gudang sendiri atau dapat menyewa gudang pihak lain. Gudang yang dimiliki sendiri digunakan untuk menyimpan barang sebelum didistribusikan lagi ke pengecer. Perusahaan yang menerapkan hal tersebut dapat memperoleh penghematan dalam bentuk jumlah penyimpanan atau *inventories*.

Chain 1-2-3-4-5 : Supplier (pemasok) > Manufacturer (pabrik) > Distribution (distributor) > Retail Outlets (pengecer) > Customers (konsumen)

Jaringan rantai ini dapat dikatakan menjadi yang terakhir, yaitu kepada pembeli atau *real customer*. Mata rantai *supply* berhenti setelah barang yang bersangkutan diterima oleh pemakai barang maupun jasa yang dimaksud.

Perusahaan atau industri harus dapat merancang strategi *supply chain management* untuk dapat mengarahkan tujuan agar dapat bertahan di pasar. Selain agar dapat bertahan di pasar, strategi manajemen rantai pasokan juga digunakan dalam mengambil peluang yang ada, mengantisipasi ancaman maupun persaingan dari kompetitor. Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi praktek manajemen rantai pasokan, diantaranya adalah pembagian informasi, kerjasama, hubungan jangka panjang, dan proses yang (Pearce dan Robinson, dalam Ariani, 2013)

2.2.2 Information Sharing

Terdapat banyak faktor yang meningkatkan proses produksi perusahaan seperti peningkatan kualitas sumber daya manusia, kualitas bahan baku, dan berkurangnya tingkat kegagalan proses. Interaksi atau hubungan perusahaan dengan pemasok untuk mendapatkan bahan baku yang digunakan dalam proses produksi merupakan salah satu aktivitas yang berhubungan erat dengan rantai pasokan. Kegiatan yang terintegrasi dalam manajemen rantai pasokan atau SCM diantaranya adalah mengatur kegiatan operasional perusahaan untuk memperoleh bahan baku, mengolah bahan baku tersebut menjadi barang dalam proses atau barang jadi, kemudian mendistribusikan barang tersebut ke konsumen (Heizer dan Render, 2005).

Information sharing adalah salah satu faktor dalam manajemen rantai pasokan dimana antar perusahaan yang terlibat dalam rantai pasokan saling melakukan pembagian informasi kepada pihak lain. *Information sharing* berguna bagi anggota yang terlibat dalam rantai pasokan untuk mendapatkan, dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan antar pihak agar pengambilan keputusan perusahaan menjadi lebih mudah dan efektif. *Information sharing* merupakan salah satu faktor yang mampu memperkuat hubungan anggota atau perusahaan yang terlibat dalam rantai pasokan sehingga hambatan operasional dapat dikurangi (Simatupang & Sridharan dalam Ariani, 2012).

Information sharing dianggap sangat berguna dalam meningkatkan kolaborasi dan kerja sama dalam rantai pasokan. *Information sharing*

membangun hubungan kemitraan yang lebih baik dan juga meningkatkan integrasi antara pemasok dan produsen dalam rantai pasokan, dengan tujuan mencapai kinerja yang lebih baik (Du et al., dalam Minkyun, 2017).

Menurut Fawcett dkk. dalam Majid (2017), keunggulan informasi menjadi hal yang berguna dalam persaingan bisnis yang ada pada era global. Informasi yang dimiliki dapat mengatasi permasalahan perusahaan seperti persediaan bahan baku, model desain produk, siklus pemesanan yang dapat menjadi lebih efisien, dan mengatur sistem rantai pasok. Apabila perusahaan saling memberikan informasi kepada pihak lain, perusahaan dapat memiliki informasi yang lebih banyak karena didapatkan dari pihak-pihak atau perusahaan lain yang terlibat pada rantai pasokan, sehingga dapat membuat pengambilan keputusan yang baik.

Information sharing adalah aliran komunikasi yang dilakukan secara berkesinambungan antar pihak baik secara formal maupun tidak formal dan berkontribusi pada suatu perencanaan dan pengawasan yang lebih baik dalam sebuah rangkaian jaringan rantai pasok (Miguel dan Brito, dalam Ariani 2013).

Menurut Rahadi dalam Ariani (2013), pembagian informasi yang baik harus bertukar informasi secara berkesinambungan antar pihak yang saling terkait, karena informasi dapat membantu semua pihak.

H₁ : *Information sharing* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

2.2.3 Long Term Relationship

Long term relationship atau hubungan jangka Panjang adalah persepsi terkait ketergantungan antara pihak pemasok yaitu seperti produk maupun hubungan yang membawa manfaat bagi konsumen dalam jangka Panjang. (Ganesan dalam Fitiranto, 2016). Menurut Indriani, dalam Aziz (2017), hubungan jangka anjang atau *long term relationship* adalah kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam menciptakan hubungan baik yang terus berkelanjutan dengan *suppliers* atau pemasok. Perusahaan beranggapan bahwa hubungan baik dalam jangka panjang dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri.

Long term relationship (hubungan jangka panjang) adalah kemampuan perusahaan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pemasok karena perusahaan menganggap hubungan tersebut akan mendatangkan keuntungan biaya (Indriani dalam Ariani 2013).

Menurut Bujang, dalam Majid (2017) menjelaskan bahwa *long term relationship* dibutuhkan oleh antara perusahaan dengan konsumen, tidak hanya dibutuhkan oleh pemasok dengan perusahaan. Konsumen juga memiliki hubungan dengan perusahaan dimana konsumen juga akan memberikan manfaat kepada perusahaan dalam jangka panjang yang juga berdampak pada masa yang akan datang.

Keterikatan antara pihak pemasok dengan pihak perusahaan merupakan kolaborasi yang kuat. Pihak pemasok berperan sebagai penyedia bahan baku (input atau material yang dibutuhkan perusahaan untuk

melakukan proses produksi). Kemampuan dan kualitas dalam pendistribusian input (bahan baku atau material) dipengaruhi oleh kinerja pihak pemasok, dan berpengaruh pada kinerja perusahaan secara keseluruhan (Lestari, dalam Aziz, 2017).

H₂ : *Long Term Relationship* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

2.2.4 Cooperation

Kerjasama atau *cooperation* adalah suatu alternative dalam menerapkan sistem *supply chain management* yang baik atau maksimal. Kerjasama menjadi alternative yang baik karena antar pihak perusahaan yang terlibat pada hubungan *supply chain management*, dapat dipastikan memerlukan informasi yang tepat, akurat, dan lancer. Perusahaan juga memerlukan suatu kepercayaan antara pihak *supplier* yang melakukan pengadaan barang maupun jasa dengan pihak lain yang berada pada sistem *supply chain* (Menurut Indrajit dan Djokopranoto , 2002).

Cooperation atau kerjasama adalah suatu tindakan yang dilakukan secara bersama-sama yang dilakukan oleh perusahaan dalam hubungan yang berkolaborasi atau saling membantu antar pihak juga saling ketergantungan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh setiap perusahaan (Aderson dan Narus dalam Ariani, 2013).

Kerjasama atau *cooperation* merupakan suatu hal di mana ketika beberapa perusahaan bekerja sama agar dapat mencapai tujuan yang dituju dan juga saling menguntungkan. *Cooperation* atau kerjasama yang efektif

adalah sesuatu yang diharapkan perusahaan untuk menumbuhkan hubungan yang akan menghasilkan kepercayaan dan komitmen (Bujang, dalam Ariani,2013)

Menurut Rahadi dalam Ariani (2013), *cooperation* atau kerjasama yaitu pihak yang berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan, kerjasama juga dapat meningkatkan hubungan berkelanjutan antar pihak yang ada pada rantai pasok.

Kegiatan yang saling bekerjasama antar pihak adalah hal yang menguntungkan bagi perusahaan, karena perusahaan dapat meningkatkan pemasukan bagi perusahaan itu sendiri. Untuk memperoleh kinerja SCM atau manajemen rantai pasokan yang baik, diperlukan juga kerjasama yang baik antar pihak perusahaan. Kualitas dari sebuah hubungan dapat dinilai dengan menggunakan dimensi penilaian. Dimensi penilaian yang digunakan diantaranya yaitu kepercayaan (*trust*) dan kejujuran (*fairness*) menjadi dimensi yang membentuk kualitas dari suatu hubungan kerjasama antar perusahaan(Bujang, dalam Aziz 2017).

H₃ : *Cooperation* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

2.2.5 Process Integration

Menurut Hamidin dan Surendro, dalam Ariani (2013), *integration process* atau proses integrasi merupakan penggabungan aktivitas-aktivitas sehingga membentuk integrasi yang dapat meningkatkan hubungan pada setiap *supply chain* atau rantai pasok. Juga dapat menciptakan suatu nilai

dari pemasok hingga ke konsumen akhir. *Process integration* digunakan untuk mengelola aliran informasi, pengetahuan, aset, dan peralatan.

Proses integrasi pada rantai pasok atau *supply chain* menunjukkan sebuah sistem kerjasama yang terstruktur antara perusahaan, pemasok atau *supplier*, juga konsumen. Apabila kerjasama antar pihak dikelola dengan baik, maka dapat meningkatkan efisiensi dalam kegiatan operasi perusahaan, juga dapat meningkatkan profit perusahaan. Sehingga dengan kata lain, proses integrasi dapat memberikan kepuasan atau keuntungan bagi pihak yang ada dalam rantai pasok (Cousineau et al dalam Ariani, 2013).

Kegiatan operasional perusahaan juga dapat dilihat pada sistem rantai pasokan perusahaan. Perusahaan yang terlibat memiliki beberapa pilihan. Pilihan pertama yaitu apakah perusahaan lebih memilih integrasi rantai pasokan kepada *supplier* atau pemasok, kedua yaitu apakah perusahaan lebih memilih integrasi kepada konsumen atau pelanggan, atau bahkan kepada konsumen maupun pemasok. (Setiawan dan Santosa, dalam Aziz 2017).

Menurut Setiawan, dalam Fitrianto (2016), manajemen rantai pasokan atau SCM merupakan suatu sistem untuk atau menghubungkan kegiatan operasional perusahaan yang berawal dari hubungan terhadap hulu atau *supplier (upstreams)* hingga hilir(*downstreams*), juga sampai ke pengguna akhir. *Supply chain management* menghubungkan antara hulu dengan hilir dengan menyediakan informasi yang menciptakan nilai tambah terhadap pelanggan.

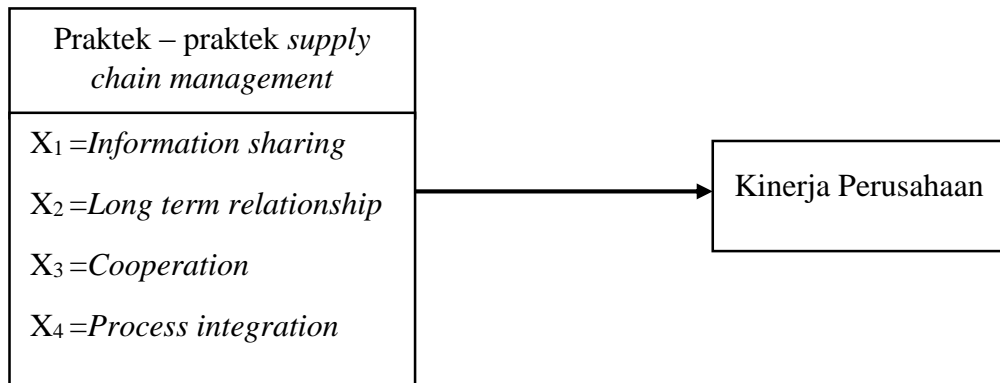
H₄ : *Process Integration* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

2.2.6 Kinerja Perusahaan

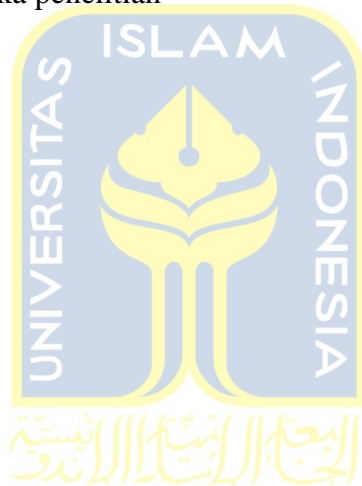
Kinerja perusahaan adalah ukuran keberhasilan perusahaan yang diukur pada setiap jangka waktu yang ditetapkan. Kinerja perusahaan memiliki perhitungan dalam setiap waktunya, hasil dari perhitungan dijadikan sebagai nilai dari setiap kegiatan yang telah direncanakan dan dilakukan. Penilaian yang dilakukan dapat menjadi informasi bagi perusahaan apakah strategi yang telah dilakukan sudah baik atau sebaliknya (Prakosa dalam Wulandari, 2016).

Kinerja perusahaan dapat diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu kinerja operasional, kinerja keuangan, dan kinerja berbasis pasar. Kinerja keuangan diukur dengan pengukuran berbasis data akuntansi, seperti pengukuran profitabilitas yang meliputi pengembalian atas aset, tingkat pengembalian atas investasi, tingkat pengembalian atas penjualan, dan tingkat pengembalian atas modal. Kemudian, untuk kinerja operasional dapat diukur menggunakan pengukuran seperti pangsa pasar (market share), peluncuran produk baru, kualitas produk atau jasa, efektivitas pemasaran, dan kepuasan pelanggan (Ventrakaman dan Ramanujam dalam Wulandari, 2016)

2.3 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada industri *furniture* atau mebel di wilayah kabupaten Sleman, Yogyakarta.

3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Information Sharing

Information sharing (pembagian informasi) merupakan aliran komunikasi secara berkesinambungan atau terus menerus antara mitra kerja baik formal maupun informal yang berkontribusi dalam suatu perencanaan serta pengawasan yang lebih baik dalam jaringan rantai pasokan (Miguel dan Brito, dalam Ariani 2013).

Indikator variabel information sharing menurut Rahadi (2012) sebagai berikut :

- a. Pembagian informasi dalam segi keuangan, produksi, dan desain.
- b. Saling bertukar informasi antar pihak secara berkesinambungan.
- c. Informasi yang didapat membantu pihak perusahaan yang terkait.

Menurut Fawcett dkk. dalam Majid (2017), keunggulan informasi menjadi hal yang berguna dalam persaingan bisnis yang ada pada era global. Informasi yang dimiliki dapat mengatasi permasalahan perusahaan seperti persediaan bahan baku, model desain produk, siklus pemesanan yang dapat menjadi lebih efisien, dan mengatur sistem rantai pasok. Apabila

perusahaan saling memberikan informasi kepada pihak lain, perusahaan dapat memiliki informasi yang lebih banyak karena didapatkan dari pihak-pihak atau perusahaan lain yang terlibat pada rantai pasokan, sehingga dapat membuat pengambilan keputusan yang baik.

2. Long term Relationship

Long term relationship (hubungan jangka panjang) adalah kemampuan perusahaan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pemasok karena perusahaan menganggap hubungan tersebut akan mendatangkan keuntungan biaya (Indriani dalam Ariani 2013).

Menurut Rahadi (2012) dikutip oleh Ariani, 2013. Indikator hubungan jangka panjang atau *long term relationship* diantaranya adalah :

- a. Pekerjaan atau kegiatan operasional jangka panjang menjadi dasar hubungan dengan pemasok.
- b. Kerjasama antar pihak perusahaan menjadi dasar hubungan jangka Panjang.
- c. Hubungan antar pihak dapat terjalin dalam waktu yang panjang.

Menurut Bujang, dalam Majid (2017) menjelaskan bahwa *long term relationship* dibutuhkan oleh antara perusahaan dengan konsumen, tidak hanya dibutuhkan oleh pemasok dengan perusahaan. Konsumen juga memiliki hubungan dengan perusahaan dimana konsumen juga akan memberikan manfaat kepada perusahaan dalam jangka panjang yang juga berdampak pada masa yang akan datang.

3. Cooperation

Kerjasama atau *cooperation* adalah suatu alternative atau pilihan dalam menerapkan sistem *supply chain management* yang baik atau maksimal. Kerjasama menjadi alternative atau pilihan yang baik karena antar pihak perusahaan yang terlibat pada hubungan *supply chain management*, dapat dipastikan memerlukan informasi yang tepat, akurat, dan lancer. Perusahaan juga memerlukan suatu kepercayaan antara pihak *supplier* yang melakukan pengadaan barang maupun jasa dengan pihak lain yang berada pada sistem *supply chain* (Menurut Indrajit dan Djokopranoto, 2002).

Indikator dalam variabel *cooperation* atau kerjasama menurut Rahadi, dalam Ariani (2013) adalah :

- a. Berdiskusi terkait perencanaan produksi dan peramalan penjualan.
- b. Kerjasama antar pihak ditetapkan berdasarkan kondisi perusahaan secara obyektif.
- c. Meningkatkan hubungan dengan pihak lain yang berkelanjutan.

Kegiatan yang saling bekerjasama antar pihak adalah hal yang menguntungkan bagi perusahaan, karena perusahaan dapat meningkatkan pemasukan bagi perusahaan itu sendiri. Untuk memperoleh kinerja SCM atau manajemen rantai pasokan yang baik, diperlukan juga kerjasama yang baik antar pihak perusahaan. Kualitas dari sebuah hubungan dapat dinilai dengan menggunakan dimensi penilaian. Dimensi penilaian yang digunakan diantaranya yaitu kepercayaan (*trust*) dan kejujuran (*fairness*) menjadi

dimensi yang membentuk kualitas dari suatu hubungan kerjasama antar perusahaan (Bujang, dalam Aziz 2017).

4. Process Integration

Menurut Hamidin dan Surendro, dalam Ariani (2013), *integration process* atau proses integrasi adalah penggabungan aktivitas-aktivitas perusahaan sehingga membentuk integrasi yang dapat meningkatkan hubungan pada setiap *supply chain* atau rantai pasok. Juga dapat menciptakan nilai dan proses transfer dari pemasok hingga ke konsumen akhir untuk mengendalikan aliran seperti aliran informasi, pengetahuan, peralatan, dan asset fisik.

Kegiatan operasional perusahaan juga dapat dilihat pada sistem rantai pasokan perusahaan. Perusahaan yang terlibat memiliki beberapa pilihan. Pilihan pertama yaitu apakah perusahaan lebih memilih integrasi rantai pasokan kepada *supplier* atau pemasok, kedua yaitu apakah perusahaan lebih memilih integrasi kepada konsumen atau pelanggan, atau bahkan kepada konsumen maupun pemasok. (Setiawan dan Santosa, dalam Aziz 2017).


Indikator *process integration* menurut Rahadi (2012) adalah :

- a. Aktivitas pengiriman atau logistik diutamakan.
- b. Aktivitas pengiriman atau logistik memiliki suatu integritas yang tinggi.
- c. Pengiriman produk atau material efektif.

5. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah ukuran keberhasilan perusahaan yang diukur pada setiap jangka waktu yang ditetapkan. Kinerja perusahaan memiliki perhitungan dalam setiap waktunya, hasil dari perhitungan dijadikan sebagai nilai dari setiap kegiatan yang telah direncanakan dan dilakukan. Penilaian yang dilakukan dapat menjadi informasi bagi perusahaan apakah strategi yang telah dilakukan sudah baik atau sebaliknya (Prakosa dalam Wulandari, 2016).

Indikator kinerja perusahaan menurut (Ventrakaman dan Ramanujam dalam Wulandari,2016) adalah :

- 
- a. Pangsa pasar (*market share*)
 - b. Peluncuran produk baru
 - c. Kualitas produk/jasa
 - d. Efektivitas pemasaran
 - e. Kepuasan pelanggan

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

a. Data Primer

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh langsung dari pihak pertama oleh peneliti terkait dengan variabel untuk tujuan penelitian maupun studi. Contoh sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, maupun objek khusus yang ditentukan oleh peneliti di

mana pendapat mereka mengenai suatu hal dapat ditemukan dari waktu ke waktu. (Sekaran, 2017).

Data primer digunakan dalam penelitian untuk mengetahui jawaban dari responden terhadap pertanyaan yang diberikan. Data yang berasal dari responden digunakan untuk mengetahui jawaban apakah *supply chain* berpengaruh pada kinerja perusahaan pada industri *furniture* atau meubel di kabupaten Sleman. Dalam *supply chain*, peneliti lebih berfokus pada pengaruh *information sharing*, *long term relationship*, *cooperation*, dan *process integration*.

b. Data Sekunder

Data sekunder berasal dari catatan maupun dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis perusahaan yang terdapat pada media, web, internet, dan lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa data sekunder merupakan data yang tidak langsung diperoleh dari sumber atau objek penelitian. (Sekaran, 2017)

3.3.2 Teknik Pengumpulan data

Terdapat beberapa metode atau cara pengumpulan data dalam sebuah penelitian, salah satunya seperti kuesioner. Kuesioner sendiri adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirancang atau dirumuskan sebelumnya di mana responden akan memberikan jawaban. Kuesioner merupakan mekanisme pengumpulan data yang efisien ketika studi maupun penelitian bersifat deskriptif atau eksplanatori. Kuesioner secara umum

digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif, yang dapat diberikan secara personal atau dikirimkan kepada responden (Sekaran, 2017).

Kuesioner yang disusun dan disebarakan berupa pertanyaan maupun pernyataan tertulis kepada pemilik industri *furniture* atau meubel di kabupaten Sleman, Yogyakarta. Kuesioner yang disusun terdiri dari rangkaian peranyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan praktek-praktek SCM diantaranya : 1. *information sharing* atau pembagian informasi, 2. *cooperation* atau kerjasama, 3. *long term relationship* atau hubungan jangka panjang, 4. *process integration* atau proses integrasi.

Dalam kuesioner sendiri, jawaban dari pertanyaan menggunakan skala likert. Menurut Sekaran (2017), skala likert adalah suatu skala yang dirancang untuk mengetahui seberapa kuat subjek setuju terhadap pertanyaan dalam bentuk jawaban yang berbentuk skala 1-5 pada bagian kolom jawaban. Contoh metode menjawab dengan skala likert sebagai berikut :

1. Sangat tidak setuju = 1
2. Tidak setuju = 2
3. Netral = 3
4. Setuju = 4
5. Sangat setuju = 5

3.4 Populasi dan sampel

Populasi merupakan hal yang mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal tertentu yang akan diteliti dan ditarik kesimpulannya. Jenis populasi terkait penelitian ini merupakan populasi tak terbatas dikarenakan tidak adanya informasi berapa jumlah perusahaan industry furniture atau meubel di wilayah kabupaten Sleman, Yogyakarta. Sampel sendiri merupakan sebagian dari populasi, sampel terdiri dari beberapa anggota maupun pihak dari populasi (Sekaran, 2017). Dalam pengambilan sampel menurut Roscoe (1975), ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 50 responden merupakan ukuran yang tepat dalam pengambilan sampel. Jumlah sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah 30 industri *furniture* di kabupaten Sleman, Yogyakarta.

3.5 Uji Instrumen

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu hal yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam perhitungan, jika r hitung lebih besar daripada r table dan nilai positif maka pertanyaan atau butir atau indikator yang ada pada kuesioner dinyatakan valid atau sesuai (Ghozali, 2005).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan butir atau pertanyaan dari setiap variabel. Kuesioner dikatakan

reliabel jika jawaban dari responden terhadap pertanyaan dapat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005).

Pengukuran kuesioner terkait reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara. Pertama, *repeated measure* atau pengukuran ulang, pada acara ini, responden diberi pertanyaan sama namun pada waktu yang berbeda, lalu dilihat apakah jawaban dari responden tersebut dapat konsisten atau tidak. Kedua, *One shot* atau pengukuran sekali, cara pengukuran ini hanya sekali kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau dengan mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan dari kuesioner (Ghozali, 2005). Untuk mengukur reliabilitas dapat menggunakan alat uji statistik *Cronbach alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai dari *Cronbach alpha* > 0.60 (Ghozali, 2005)

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif atau statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi dari data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, range, sum, dan skewness (Ghozali, 2005).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau bebas.

Model regresi yang baik tidak ada korelasi antara variabel independen. Multikolonieritas dapat dilihat berdasarkan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor*. Batasan yang biasa dipakai untuk menunjukkan multikolonieritas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ sama dengan $VIF > 10$ (Ghozali, 2005).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan. Apabila *variance* dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain, maka disebut homoskedastisitas. Heteroskedastisitas memiliki dasar analisis dalam pengujiannya. Apabila terdapat suatu pola tertentu pada grafik seperti titik-titik membentuk pola dengan teratur seperti pola kerucut maupun bergelombang, artinya telah terjadi heteroskedastisitas. Namun apabila pola titik-titik tidak jelas seperti titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2005)

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi, apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Untuk dapat mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi distribusi normal atau tidak, dapat dilakukan dengan cara menggunakan uji statistic non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Apabila

nilai Kolmogorov-smirnov lebih besar dari $\alpha = 0.05$, maka data dapat dikatakan normal. (Ghozali, 2005)

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini. Model analisis regresi linear berganda dapat juga dinyatakan dalam rumus atau bentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

di mana:

α : konstanta

B : koefisien regresi

X_1 : *information sharing*

X_2 : *long term relationship*

X_3 : *cooperation*

X_4 : *process integration*

Y : kinerja perusahaan

3.7.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji Signifikansi secara simultan atau uji statistic F menunjukkan apakah variabel independen atau variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai sig. < 0,05 maka berarti variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen

(Y) (Ghozali, 2005). Hipotesis nol (H_0) yang akan diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau tidak.

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya adalah, semua variabel independen bukan merupakan hal yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternative (H_A) tidak semua parameter tidak sama dengan nol.

H_0 : Variabel independen diantaranya yaitu *information sharing*, *longterm relationship*, *cooperation*, dan *process integration* tidak berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama atau seluruh variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu kinerja perusahaan.

H_1 : Variabel independen diantaranya yaitu *information sharing*, *longterm relationship*, *cooperation*, dan *process integration* berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama atau seluruh variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu kinerja perusahaan.

$$H_A : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Artinya adalah, semua variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

H_0 : Variabel independen diantaranya yaitu *information sharing*, *longterm relationship*, *cooperation*, dan *process integration* tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu kinerja perusahaan.

H_2 : Variabel independen diantaranya yaitu *information sharing*, *longterm relationship*, *cooperation*, dan *process integration* berpengaruh secara

signifikan secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu kinerja perusahaan.

3.7.3 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji signifikansi parameter individual atau uji statistic t menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Jika nilai sig. < 0,05 maka berarti variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau bebas (Ghozali, 2005). Hipotesis nol (H_0) yang akan diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol atau tidak.

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya adalah, suatu variabel independen bukan merupakan variabel yang berpengaruh yang signifikan terhadap variabel bebas. Hipotesis alternatif (H_A) menjadi parameter suatu variabel tidak sama dengan nol.

$$H_A : b_i \neq 0$$

Artinya adalah, variabel tersebut merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat secara signifikan.

3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel dependen mempengaruhi variabel independen dalam bentuk persentase. Koefisien determinasi memiliki nilai diantara satu dengan nol. Nilai R^2 yang kecil yaitu menjelaskan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menandakan bahwa variabel independen

memberikan informasi yang dapat lebih menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2005).



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Instrumen

4.1.1 Uji Validitas

Untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner yang diberikan kepada responden, dapat menggunakan rumus korelasi dalam aplikasi SPSS. Dalam perhitungan, jika r hitung lebih besar daripada r tabel dan nilai positif maka pertanyaan atau butir atau indikator yang ada pada kuesioner dinyatakan valid (Ghozali, 2005). Hasil uji validitas pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4.1

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	r hitung	R tabel 5% (n=30)	Keterangan
<i>Information sharing</i>	IS_1	0,797	0,361	Valid
	IS_2	0,638	0,361	Valid
	IS_3	0,674	0,361	Valid
<i>Long Term Relationship</i>	LTR_1	0,765	0,361	Valid
	LTR_2	0,646	0,361	Valid
	LTR_3	0,657	0,361	Valid
<i>Cooperation</i>	C_1	0,418	0,361	Valid
	C_2	0,640	0,361	Valid
	C_3	0,555	0,361	Valid
<i>Process Integration</i>	PI_1	0,486	0,361	Valid
	PI_2	0,565	0,361	Valid
	PI_3	0,538	0,361	Valid
<i>Kinerja Perusahaan</i>	KP_1	0,373	0,361	Valid
	KP_2	0,533	0,361	Valid
	KP_3	0,491	0,361	Valid

R tabel didapat dari distribusi r tabel (5%) dengan n=30 sesuai dengan banyaknya responden. Besarnya r tabel adalah 0,361. Berdasarkan perhitungan pada tabel tersebut, r hitung lebih besar daripada r tabel. Sehingga kuessioner yang dibagikan kepada responden dapat dikatakan valid.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi dari kuesioner penelitian. Untuk mengukur reliabilitas dapat menggunakan alat uji statistik *Cronbach alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai dari *Cronbach alpha* lebih besar dari 0.60. Sebaliknya, dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach alpha* kurang dari 0.60. (Ghozali, 2005)

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach alpha</i>	Nilai kritis	keterangan
<i>Information sharing</i>	0,743	0,60	Reliabel
<i>Long term relationship</i>	0,768	0,60	Reliabel
<i>Cooperation</i>	0,691	0,60	Reliabel
<i>Process integration</i>	0,642	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.2, keempat variabel memiliki nilai koefisien *Cronbach Alpha* seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,60. Maka, apabila mengacu pada Imam Ghazali (2005), maka variabel tersebut dapat dikatakan konsisten atau reliabel.

4.2 Analisis Diskriptif

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *furniture* atau meubel yang berada pada daerah Sleman, Yogyakarta, dengan objek penelitian yaitu pemilik usaha atau pengelola perusahaan.

4.2.1 Karakteristik Responden

1. Jenis kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui karakteristik berdasarkan jenis kelaminnya mayoritas berjenis kelamin laki-laki. Persentase jenis kelamin laki-laki sebesar 93,3% dengan jumlah 28 orang, sedangkan untuk jenis kelamin wanita diketahui sebesar 6,7% dengan jumlah 2 orang.

Tabel 4.3 Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah	Persentase
Laki - laki	28	93,3%
Perempuan	2	6,7%
Total	30	100%

2. Usia

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait karakteristik responden berdasarkan rentang usia, dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki rentang usia 20-29 tahun sebanyak 5 orang (16,67%), umur 30-39 tahun sebanyak 7 orang (23,3%), umur 40-49 tahun

sebanyak 11 orang (36,67%), dan umur diatas 50 tahun sebanyak 7 orang (23,3%).

Tabel 4.4 Usia

Katagori	Jumlah	Persentase
< 19 tahun	0	0%
20 - 29 tahun	5	16,67%
30 - 39 tahun	7	23,33%
40 - 49 tahun	11	36,67%
> 50 tahun	7	23,33%
Total	30	100%

3. Pendidikan terakhir

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir, dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki pendidikan terakhir hingga SMA/Sederajat sebanyak 14 orang (46,67%). D1-D3 sebanyak 1 orang (3,33%), dan sarjana sebanyak 15 orang (50%).

Tabel 4.5 Pendidikan terakhir

Katagori	Jumlah	Persentase
SMA/Sederajat	14	46,67%
D1-D3	1	3,33%
Sarjana (S1)	15	50%
Pascasarjana (S2)	0	0
Total	30	100%

4.2.2 Analisis Variabel

Berdasarkan data yang didapat dari responden, dapat dilakukan analisis deskriptif terhadap masing-masing variabel. Penilaian variabel sesuai dengan skala likert, dengan skor penilaian terendah sebesar 1 yang berarti sangat tidak setuju, dan skor penilaian tertinggi sebesar 5 yang berarti sangat setuju.

Skor penilaian tertinggi = 5

Skor penilaian terendah = 1

Interval sebesar $= \frac{5-1}{5} = 0.80$

Berdasarkan nilai interval tersebut, maka didapati batasan penilaian pada setiap variabel sebagai berikut :

1. 1,00 – 1,79 = Sangat rendah
2. 1,80 – 2,59 = Rendah
3. 2,60 – 3,39 = Cukup
4. 3,40 – 4,19 = Tinggi
5. 4,20 – 5,00 = Sangat tinggi

Hasil analisis deskriptif dari masing-masing variabel dapat ditunjukkan pada penjelasan tabel berikut :

1. Variabel *information sharing*

Tabel 4.6 Analisis deskriptif *information sharing*

No.	Pertanyaan	Rata-rata	Keterangan
1.	Pembagian informasi dalam segi keuangan, produksi dan desain dapat membantu semua pihak	4,1	Tinggi
2.	Bertukar informasi secara berkesinambungan dengan pemasok	4,13	Tinggi
3.	Informasi yang saling dibagikan dapat membantu semua pihak terkait	4,2	Sangat tinggi
	Rata - rata	4,14	Tinggi

Berdasarkan tabel yang menjelaskan analisis deskriptif terkait variabel *information sharing*, menunjukkan rata-rata sebesar 4,14 yang berarti setuju karena berada pada rentang 3,40 – 4,19. Nilai paling tinggi terdapat pada indikator informasi dapat membantu semua pihak sebesar 4,2 yang berarti setuju. Sedangkan nilai paling rendah terdapat pada dua indikator, yaitu indikator pembagian informasi dalam segi financial, production, dan design, dan juga indikator bertukar informasi secara

berkesinambungan. Kedua indikator memiliki nilai yang sama sebesar 4,1 yang berarti juga setuju.

2. Variabel *long term relationship*

Tabel 4.7 Analisis deskriptif *long term relationship*

No.	Pertanyaan	Rata-rata	Keterangan
1.	Kegiatan operasional merupakan dasar hubungan jangka Panjang dengan pihak tertentu atau supplier	4,06	Tinggi
2.	Kerjasama merupakan dasar hubungan jangka panjang dengan pihak tertentu atau supplier	4,06	Tinggi
3.	Hubungan dengan pemasok atau supplier berlangsung dalam jangka waktu yang lama	3,96	Tinggi
	Rata - rata	4,03	Tinggi

- a. Berdasarkan tabel yang menjelaskan analisis deskriptif terkait variabel *long term relationship*, menunjukkan rata-rata sebesar 4,03 yang berarti setuju karena berada pada rentang 3,40 – 4,19. Nilai paling rendah terdapat pada indikator hubungan berlangsung dalam

jangka waktu yang lama dengan nilai sebesar 3,96 yang berarti setuju. Sedangkan nilai paling tinggi terdapat pada indikator Pekerjaan atau kegiatan operasional jangka panjang menjadi dasar hubungan dengan pemasok dan indikator kerjasama antar pihak perusahaan menjadi dasar hubungan jangka Panjang. Kedua indikator ini memiliki nilai yang sama sebesar 4,06 yang berarti juga setuju.

3. Variabel *cooperation*

Tabel 4.8 Analisis deskriptif *cooperation*

No.	Pertanyaan	Rata-rata	Keterangan
1.	Berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan antar pihak	3,5	Tinggi
2.	Kerjasama antar pihak ditetapkan berdasarkan kondisi yang obyektif	3,9	Tinggi
3.	Perusahaan meningkatkan hubungan berkelanjutan dengan pemasok atau supplier	3,97	Tinggi
	Rata - rata	3,79	Tinggi

Berdasarkan tabel yang menjelaskan analisis deskriptif terkait variabel *cooperation*. Tabel tersebut menunjukkan rata-rata sebesar 3,79

yang berarti setuju karena berada pada rentang 3,40 – 4,19. Nilai paling rendah terdapat pada indikator berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan dengan nilai sebesar 3,5 yang berarti setuju. Sedangkan nilai paling tinggi terdapat pada indikator meningkatkan hubungan berkelanjutan dengan nilai sebesar 3,97 yang juga berarti setuju.

4. Variabel *process integration*

Tabel 4.9 Analisis deskriptif *process integration*

No.	Pertanyaan	Rata-rata	Keterangan
1.	Aktivitas <i>logistic</i> dengan supplier di utamakan	3,8	Tinggi
2.	Aktivitas pengiriman atau logistik memiliki suatu integritas yang tinggi.	3,8	Tinggi
3.	Pengiriman produk atau material efektif	3,9	Tinggi
	Rata - rata	3,83	Tinggi

Berdasarkan tabel 4.9 analisis deskriptif terkait variabel *process integration*. Tabel tersebut menunjukkan rata-rata sebesar 3,83 yang berarti setuju karena berada pada rentang 3,40 – 4,19. Nilai paling rendah terdapat pada indikator aktivitas *logistic* di utamakan dan Aktivitas pengiriman atau logistik memiliki suatu integritas yang tinggi. Nilai dari kedua indikator

tersebut sebesar 3,8 yang berarti setuju. Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada indikator pengiriman produk atau material efektif, sebesar 3,9 yang berarti setuju.

1. Variabel kinerja perusahaan

Tabel 4.10 Analisis deskriptif kinerja perusahaan

No.	Pertanyaan	Rata-rata	Keterangan
1.	Pangsa pasar dalam pemasaran luas	3,87	Tinggi
2.	Perusahaan dapat selalu meluncurkan produk baru	3,8	Tinggi
3.	Produk yang diproduksi perusahaan memiliki kualitas yang baik	4,76	Sangat tinggi
	Rata - rata	4,14	Tinggi

Berdasarkan tabel yang menjelaskan analisis deskriptif terkait variabel kinerja perusahaan, menunjukkan rata-rata sebesar 4,14 yang berarti setuju karena berada pada rentang 3,40 – 4,19. Nilai paling tinggi terdapat pada indikator kualitas produk/jasa dengan nilai sebesar 4,76 yang berarti sangat setuju. Sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator peluncuran produk baru dengan nilai sebesar 3,8 yang berarti setuju.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji terkait apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau bebas. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antara variabel independent. (Ghozali, 2005)

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Information sharing</i>	0,594	1,684	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>long term relationship</i>	0,565	1,770	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Cooperation</i>	0,722	1,386	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Process integration</i>	0,613	1,632	Tidak terjadi multikolinearitas

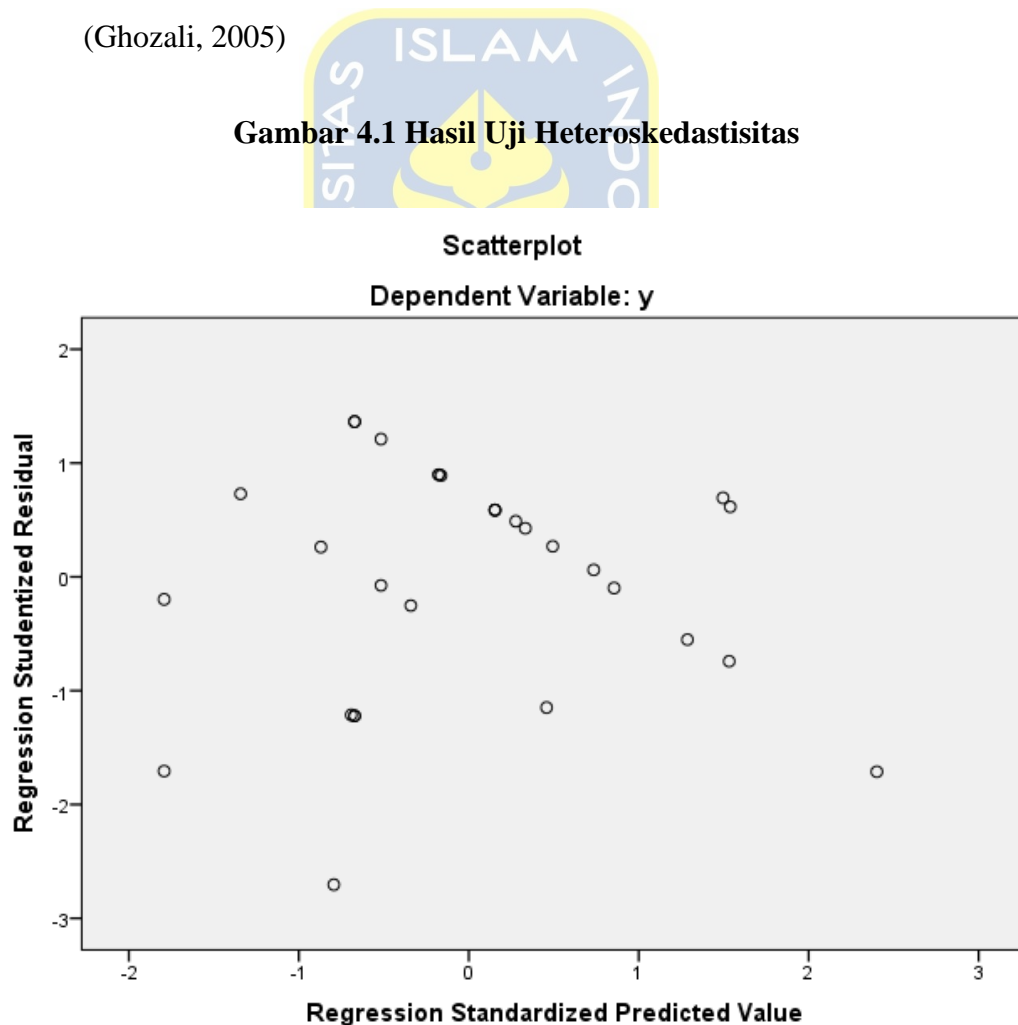
Berdasarkan tabel diatas, dijelaskan bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dari semua variabel tidak terjadi multikolinearitas.

4.3.2 Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan. Apabila terdapat suatu pola tertentu pada grafik seperti titik-titik membentuk pola dengan teratur seperti pola kerucut maupun bergelombang, artinya telah terjadi heteroskedastisitas. Namun apabila pola titik-titik tidak jelas seperti titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

(Ghozali, 2005)

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar diatas yang berasal dari *scatterplot*, dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Penyebaran titik-titik juga tidak berpola dan tidak jelas yang berarti bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3.3 Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi, apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. (Ghozali, 2005) Untuk dapat mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi distribusi normal atau tidak, dapat dilakukan dengan cara menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. . Apabila nilai Kolmogorov-smirnov lebih besar dari $\alpha = 0.05$, maka data dapat dikatakan normal. (Ghozali, 2005)

Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,74421959
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,139
	Positive	,094
	Negative	-,139
Test Statistic		,139
Asymp. Sig. (2-tailed)		,146

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Diketahui nilai signifikansi sebesar 0,146, di mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti berdistribusi normal.

4.4 Analisis Hipotesis

4.4.1 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini. Model analisis regresi linear berganda dapat juga dinyatakan dalam rumus atau bentuk persamaan sebagai berikut : $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,896	,607		4,769	,000
	information sharing (X1)	,487	,137	,659	3,548	,002
	long term relationship (X2)	,257	,144	,339	1,782	,087
	Cooperation (X3)	-,113	,144	-,132	-,784	,440
	process integration (X4)	-,360	,172	-,383	-2,095	,047

Berdasarkan tabel 4.13 terkait hasil uji regresi linear berganda, dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

$$Y = 2,896 + 0,487 X_1 + 0,257 X_2 + (-0,113) X_3 + (-0,360) X_4$$

Keterangan :

1. Konstanta (α) = 2,896

Apabila tidak terdapat variabel independen yang mempengaruhi atau sama dengan 0, maka kinerja perusahaan memiliki satuan sebesar 2,896.

2. $\beta_1 = 0,487$

Berdasarkan tabel 4.14 terkait hasil uji regresi linear berganda, didapatkan nilai signifikan pada variabel X_1 sebesar 0,002 di mana lebih kecil dari alfa sebesar 5% (0,05), dengan nilai *unstandardized coefficients* sebesar 0,487 yang berarti variabel X_1 berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Y.

3. $\beta_2 = 0,257$

Berdasarkan tabel 4.14 terkait hasil uji regresi linear berganda, didapatkan nilai signifikan pada variabel X_2 sebesar 0,087 di mana lebih besar dari alfa sebesar 5% (0,05), dengan nilai *unstandardized coefficients* sebesar 0,257 yang berarti variabel X_2 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

4. $\beta_3 = - 0,113$

Berdasarkan tabel 4.14 terkait hasil uji regresi linear berganda, didapatkan nilai signifikan pada variabel X_3 sebesar 0,440 di mana lebih besar dari alfa sebesar 5% (0,05), dengan nilai *unstandardized coefficients* sebesar -0,113 yang berarti variabel X_3 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

5. $\beta_4 = -0,360$

Berdasarkan tabel 4.14 terkait hasil uji regresi linear berganda, didapatkan nilai signifikan pada variabel X_4 sebesar 0,047 di mana lebih kecil dari alfa sebesar 5% (0,05), dengan nilai *unstandardized coefficients* sebesar -0,360 yang berarti variabel X_4 berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel Y.

4.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji Signifikansi secara simultan atau uji statistic F menunjukkan apakah variabel independen atau variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai sig. < 0,05 maka berarti variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2005).

Berdasarkan tabel 4.14, dapat disimpulkan bahwa nilai sig. sebesar 0,02 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4.14 Hasil Uji F Simultan

ANOVA						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,701	4	,425	5,955	,002
	Residual	1,785	25	,071		
	Total	3,485	29			

4.4.3 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji signifikansi parameter individual atau uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Jika nilai sig. < 0,05 maka berarti variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005).

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan terhadap keempat variabel tersebut. Dapat dijelaskan bahwa variabel *information sharing* memiliki probabilitas signifikansi sebesar 0,02 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai signifikansi variabel *information sharing* lebih kecil dari 0,05 sehingga hasilnya memiliki pengaruh yang signifikan atau diterima.

Kemudian untuk variabel *long term relationship*, diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,087 yang berarti variabel *long term relationship* memiliki nilai signifikansi diatas 0,05. Berdasarkan acuan nilai signifikansi tersebut, maka variabel *long term relationship* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau ditolak.

Variabel *cooperation* memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,440. Nilai tersebut lebih besar daripada 0,05, maka variabel *cooperation* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau ditolak.

Berdasarkan tabel 4.15, variabel *process integration* diketahui probabilitas signifikansinya sebesar 0,047. Nilai signifikansi variabel

process integration memiliki nilai lebih kecil daripada 0,05 yang berarti memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dapat juga dikatakan diterima.

Tabel 4.15 Hasil Uji t Parsial

Variabel	Sig.
<i>Information Sharing</i> (X1)	0,002
<i>Long term relationship</i> (X2)	0,087
<i>Cooperation</i> (X3)	0,440
<i>Process integration</i> (X4)	0,047

4.4.4 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel dependen mempengaruhi variabel independen dalam bentuk persentase. (Ghozali, 2005).

Berdasarkan tabel 4.16, diketahui bahwa R² sebesar 0,406. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen (*information sharing, long term relationship, cooperation, dan process integration*) memiliki pengaruh sebesar 40,6% terhadap variabel dependen (kinerja perusahaan).

Tabel 4.16 Hasil Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	,699	,488	,406	,961

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh *Information Sharing* Terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, diketahui hasil uji signifikansi simultan, memiliki nilai signifikansi sebesar 0,02. Nilai tersebut menjelaskan bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Kemudian berdasarkan uji t parsial memiliki nilai signifikansi sebesar 0,02 sehingga hipotesis dapat dikatakan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan secara signifikan atau dapat dikatakan diterima.

Pembagian informasi yang dilakukan perusahaan *furniture* terhadap supplier memiliki pengaruh yang positif. Hal ini dibuktikan dengan adanya penelitian yang membahas terkait pembagian informasi yang jelas dalam segi finansial maupun produksi, kemudian bertukar informasi secara berkesinambungan sehingga informasi dapat membantu semua pihak terkait.

Information sharing berguna bagi anggota yang terlibat dalam rantai pasok untuk mendapatkan, dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan antar pihak agar pengambilan keputusan perusahaan menjadi lebih mudah dan efektif. *Information sharing* merupakan salah satu faktor yang mampu memperkuat hubungan anggota atau perusahaan yang terlibat dalam rantai pasok sehingga hambatan operasional dapat dikurangi (Simatupang & Sridharan dalam Ariani, 2012).

4.5.2 Pengaruh *Long Term Relationship* Terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, diketahui hasil uji signifikansi, memiliki nilai signifikansi sebesar 0,87. Nilai tersebut diatas 0,05 sehingga variabel *long term relationship* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan terlebih dahulu oleh Majid dan Dwiyanto (2017). Penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa *long term relationship* memiliki pengaruh signifikan. Pengaruh yang signifikan dapat terjadi karena semakin lama kerjasama yang dilakukan oleh kedua belah pihak, maka akan semakin besar pemahaman antar pihak.

Variabel *long term relationship* dapat tidak berpengaruh karena dapat juga terdapat variabel lain yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Li et al (2006)(dalam Anggini, 2018), menyatakan penerapan *supply chain management* dapat tidak langsung mempengaruhi kinerja perusahaan, karena dapat melalui faktor keunggulan bersaing yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Menurut Heizer dan Render (2004), keunggulan bersaing dapat dicapai apabila setiap proses kegiatan operasional perusahaan lebih baik dalam menghasilkan barang dan jasa, sehingga kualitas akan baik dan harga yang bersaing dengan kompetitor. Sehingga produk yang dihasilkan perusahaan dapat bersaing baik dari segi kualitas, harga, dan fleksibilitas dibandingkan pesaingnya di pasar. Sehingga *supply chain* dan keunggulan

bersaing secara bersama-sama dapat berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

4.5.3 Pengaruh Cooperation Terhadap Kinerja Perusahaan

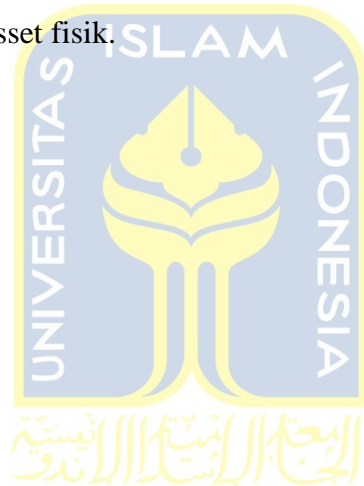
Berdasarkan hasil uji hipotesis regresi linear berganda, diketahui hasil uji signifikansi t parsial sebesar 0,440. Dari nilai tersebut maka disimpulkan bahwa *cooperation* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kinerja operasi. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aziz dan Dwiyanto (2017), variabel *cooperation* dalam *supply chain management* juga tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian terkait *cooperation* dalam *supply chain management* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Akan tetapi, terdapat penelitian lain yang dilakukan oleh Majid dan Dwiyanto (2017), menjelaskan bahwa terdapat faktor dalam *supply chain management* yang mempengaruhi kinerja perusahaan, yaitu *trust*. Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan. *Trust* menjadi faktor pengaruh yang penting terhadap kinerja perusahaan, karena dengan *trust* atau kepercayaan akan mengurangi adanya ketidakpastian. (Sahay dalam Dwiyanto, 2017)

4.5.4 Pengaruh Process Integration Terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis linear berganda, diketahui hasil uji t parsial memiliki nilai signifikansi sebesar 0,047. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *process integration* memiliki

pengaruh secara signifikan terhadap variable kinerja perusahaan. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arini dan Dwiyanto (2013). Menurut Hamidin dan Surendro, dalam Ariani (2013), *integration process* atau proses integrasi merupakan penggabungan aktivitas-aktivitas sehingga membentuk integrasi yang dapat meningkatkan hubungan pada setiap *supply chain* atau rantai pasok. Juga dapat menciptakan nilai dan proses transfer dari pemasok hingga ke konsumen akhir untuk mengendalikan aliran seperti aliran informasi, pengetahuan, peralatan, dan asset fisik.



BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian terkait pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan. Maka dapat disimpulkan :

1. Dalam hasil uji analisis regresi linear berganda terdapat variabel *information sharing* dengan nilai signifikansi sebesar 0,02. Nilai tersebut lebih kecil daripada 0,05 ($0,02 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *information sharing* berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan atau hipotesis diterima.
2. Dalam hasil uji analisis regresi linear berganda terdapat variabel *long term relationship* dengan nilai signifikansi sebesar 0,087. Nilai tersebut lebih besar daripada 0,05 ($0,087 > 0,05$). Sehingga, disimpulkan bahwa variable hubungan jangka panjang atau *long term relationship* berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan atau hipotesis ditolak.
3. Dalam hasil uji analisis regresi linear berganda terdapat variabel *cooperation* dengan nilai signifikansi sebesar 0,440. Nilai tersebut lebih besar daripada 0,05 ($0,440 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable *cooperation* berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan atau hipotesis ditolak.
4. Dalam hasil uji analisis regresi linear berganda terdapat variabel *process integration* dengan nilai signifikansi sebesar 0,047. Nilai tersebut lebih kecil

daripada 0,05 ($0,047 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable *process integration* berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan atau hipotesis diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, penulis dapat memberikan saran bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya, yaitu :

1. Saran untuk perusahaan berdasarkan penelitian ini adalah, agar dapat lebih memahami pentingnya *supply chain management* dan mengimplementasikannya pada kegiatan operasional perusahaan yang berdampak pada peningkatan kualitas produk, kelancaran aliran produk dari pemasok hingga konsumen, dan terjadinya peningkatan kinerja perusahaan.
2. Saran bagi peneliti selanjutnya adalah, diharap dapat melakukan penelitian terkait *supply chain management* namun menggunakan variable selain *information sharing*, *long term relationship*, *cooperation*, dan *process integration* agar dapat lebih mengetahui variabel apa saja yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Daftar Pustaka

- Anggini, Nila. (2016). Pengaruh Supply Chain Management dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Perusahaan. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
- Indrajit Eko, dan Djokopranoto Richardus. 2002. Konsep Manajemen Supply Chain. Jakarta: Grasindo.
- Sekaran Uma, dan Bougie Roger. 2017. Metode Penelitian untuk Bisnis buku 1. Jakarta : Salemba Empat
- Sekaran Uma, dan Bougie Roger. 2017. Metode Penelitian untuk Bisnis buku 2. Jakarta : Salemba Empat
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2010. Manajemen Operasi. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali Imam. 2005. Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Wulandari, Nelly, dan Azhar. (2016). Pengaruh SCM Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing. Jurnal Ekonomi/XXI, 462-479.
- Aksioma Marlin Fian Majid dan Bambang Munas Dwiyanto. (2017). ANALISIS PENGARUH LONG-TERM RELATIONSHIP, INFORMATION SHARING, TRUST, DAN PROCESS INTEGRATION, TERHADAP KINERJA SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (Studi Pada Industri

Knalpot di Purbalingga). DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT, 6(4) , 1-12.

Desi Ariani dan Bambang Munas Dwiyanto. (2013). ANALISIS PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT, 1-10.

Ahmad Yudha Fitrianto dan 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, 5(2), 1-11.

Priscila Laczynski de Souza Miguel dan Luiz Artur Ledur Brito. (2011). Supply Chain Management measurement and its influence on Operational Performance. Journal of Operations and Supply Chain Management 4 (2), 56 – 70.

Rasyadan Tahrizi Aziz dan Bambang Munas Dwiyanto. (2017). ANALISIS PENGARUH LONGTERM RELATION, INFORMATION SHARING, COOPERATION, INTEGRATION PROCESS TERHADAP KINERJA SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (Studi pada UKM Kabupaten Gresik). DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT, 6(4), 1-12.

John T. Mentzer, William DeWitt, dan James S. Keebler. (2001). DEFINING SUPPLYCHAIN MANAGEMENT. JOURNAL OF BUSINESS LOGISTICS, 22(2), 1-25.

Minkyun Kim dan Sangmi Chaib. (2017). The Impact of Supplier Innovativeness, Information Sharing and Strategic Sourcing on Improving Supply Chain Agility: Global Supply Chain Perspective. International Journal of Production Economics, 187, 42–52.



Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama perusahaan :
2. Nama responden :
3. Jabatan responden : ISLAM
4. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
5. Usia :
 - a. < 19 tahun
 - b. 20 – 29 tahun
 - c. 30 – 39 tahun
 - d. 40 – 49 tahun
 - e. > 50 tahun
6. Pendidikan terakhir :
 - a. SMA/Sederajat
 - b. Diploma
 - c. Sarjana (S1)
 - d. Pascasarjana (S2)



PETUNJUK PENGISIAN

Dalam melakukan pengisian kuesioner ini, beri tanda (√) pada kolom yang sesuai dengan keadaan perusahaan.

Sangat setuju – skor 5

Setuju – skor 4

Cukup – skor 3

Tidak Setuju – skor 2

Sangat tidak setuju – skor 1

II. Supply Chain Management

Information Sharing

No.	Pertanyaan	Sangat setuju	setuju	netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1.	Pembagian informasi dalam segi keuangan, produksi, dan desain dapat membantu semua pihak					
2.	Bertukar informasi secara berkesinambungan dengan pemasok					
3.	Informasi yang saling dibagikan dapat membantu semua pihak terkait					

Long term Relationship

No.	Pertanyaan	Sangat setuju	setuju	netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1.	Kegiatan operasional merupakan dasar hubungan jangka Panjang dengan pihak tertentu atau supplier					
2.	Kerjasama merupakan dasar hubungan jangka panjang dengan pihak tertentu atau supplier					
3.	Hubungan dengan pemasok atau supplier berlangsung dalam jangka waktu yang lama					

Cooperation

No.	Pertanyaan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1.	Berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan antar pihak					
2.	Kerjasama antar pihak ditetapkan berdasarkan kondisi yang obyektif					
3.	Perusahaan meningkatkan hubungan berkelanjutan dengan pemasok atau supplier					

Process Integration

No.	Pertanyaan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1.	Aktivitas <i>logistic</i> dengan supplier di utamakan					
2.	Aktivitas pengiriman atau logistik memiliki suatu integritas yang tinggi,					
3.	Pengiriman produk atau material efektif					



III. Kinerja Perusahaan

No.	Pertanyaan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1.	Pangsa pasar dalam pemasaran luas					
2.	Perusahaan dapat selalu meluncurkan produk baru					
3.	Produk yang diproduksi perusahaan memiliki kualitas yang baik					



2. Karakteristik responden

Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah	Persentase
Laki-laki	28	93,3%
Perempuan	2	6,7%
Total	30	100%

Usia

Kategori	Jumlah	Persentase
< 19 tahun	0	0%
20 - 29 tahun	5	16,67%
30 - 39 tahun	7	23,33%
40 - 49 tahun	11	36,67%
> 50 tahun	7	23,33%
Total	30	100%

Pendidikan terakhir

Kategori	Jumlah	Persentase
SMA/Sederajat	14	46,67%
D1-D3	1	3,33%
Sarjana (S1)	15	50%
Pascasarjana (S2)	0	0
Total	30	100%

3. Rekapitulasi jawaban responden

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	5
4	5	5	3	4	5	3	3	4	4	4	5	4	3	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5
6	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
7	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	5	5
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
9	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4
10	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	5
11	4	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	5
12	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5
13	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5
15	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	5
16	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	5
17	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
19	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5
20	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
22	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	5
23	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
24	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
26	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
29	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
30	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5

Lampiran 2
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	r_{hitung}	R_{tabel 5%} (n=30)	Keterangan
<i>Information sharing</i>	IS_1	0,797	0,361	Valid
	IS_2	0,638	0,361	Valid
	IS_3	0,674	0,361	Valid
<i>Long Term Relationship</i>	LTR_1	0,765	0,361	Valid
	LTR_2	0,646	0,361	Valid
	LTR_3	0,657	0,361	Valid
<i>Cooperation</i>	C_1	0,418	0,361	Valid
	C_2	0,640	0,361	Valid
	C_3	0,555	0,361	Valid
<i>Process Integration</i>	PI_1	0,486	0,361	Valid
	PI_2	0,565	0,361	Valid
	PI_3	0,538	0,361	Valid
<i>Kinerja Perusahaan</i>	KP_1	0,373	0,361	Valid
	KP_2	0,533	0,361	Valid
	KP_3	0,491	0,361	Valid

Hasil Uji Reliabilitas

1. *information sharing*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,743	3

2. *Long term Relationship*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,768	3

3.Cooperation

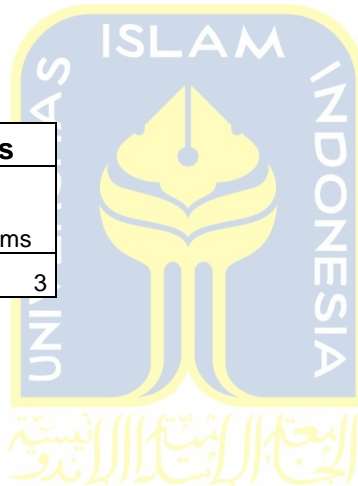
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,691	3

4.Process integration

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,642	3

5.Kinerja perusahaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,657	3



Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,689	1,822		4,769	,000		
	x1	,487	,137	,659	3,548	,002	,594	1,684
	x2	,257	,144	,339	1,782	,087	,565	1,770
	x3	-,113	,144	-,132	-,784	,440	,722	1,386
	x4	-,360	,172	-,383	-2,095	,047	,613	1,632

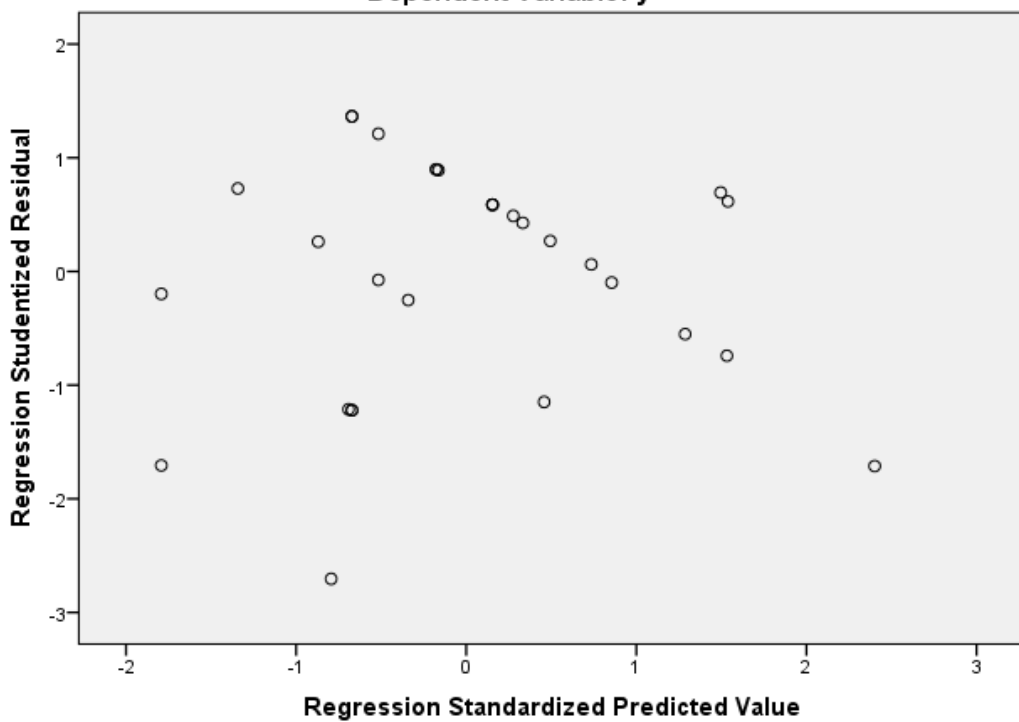
a. Dependent Variable: y



2. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: y



Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,689	1,822		4,769	,000
	information sharing	,487	,137	,659	3,548	,002
	long term relationship	,257	,144	,339	1,782	,087
	cooperation	-,113	,144	-,132	-,784	,440
	process integration	-,360	,172	-,383	-2,095	,047

a. Dependent Variable: kinerja perusahaan

3. Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,74421959
Most Extreme Differences	Absolute	,139
	Positive	,094
	Negative	-,139
Test Statistic		,139
Asymp. Sig. (2-tailed)		,146

Lampiran 4 Hasil Uji Hipotesis

1. Regresi Linear Berganda

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,699 ^a	,488	,406	,802	,961
a. Predictors: (Constant), x4, x3, x1, x2					
b. Dependent Variable: y					

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,701	4	,425	5,955	,002 ^b
	Residual	1,785	25	,071		
	Total	3,485	29			
a. Dependent Variable: kinerja perusahaan						
b. Predictors: (Constant), process integration, cooperation, information sharing, long term relationship						

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,896	,607		4,769	,000
	information sharing	,487	,137	,659	3,548	,002
	long term relationship	,257	,144	,339	1,782	,087
	cooperation	-,113	,144	-,132	-,784	,440
	process integration	-,360	,172	-,383	-2,095	,047
a. Dependent Variable: kinerja perusahaan						

2. Uji F

d.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,305	4	3,826	5,955	,002 ^b
	Residual	16,062	25	,642		
	Total	31,367	29			

a. Dependent Variable: kinerja perusahaan

b. Predictors: (Constant), process integration, cooperation, information sharing, long term relationship

4. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,896	,607		4,769	,000
	information sharing	,487	,137	,659	3,548	,002
	long term relationship	,257	,144	,339	1,782	,087
	cooperation	-,113	,144	-,132	-,784	,440
	process integration	-,360	,172	-,383	-2,095	,047

5. Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,699 ^a	,488	,406	,802

a. Predictors: (Constant), process integration, cooperation, information sharing, long term relationship

b. Dependent Variable: kinerja perusahaan