

**PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA**

**OPERASIONAL PERUSAHAAN**

**(Studi Kasus pada Pedagang Retail di Bantul)**

**SKRIPSI**



Disusun oleh:

Nama : Amalia Nurisfika Dewi

Nomor Mahasiswa : 15311267

Bidang Konsentrasi : Operasional

**PRODI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA**

**OPERASIONAL PERUSAHAAN**

**Studi Kasus pada Pedagang Retail di Bantul**

**SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Disusun oleh :

Nama : Amalia Nurisfika Dewi

Nomor Mahasiswa : 15311267

Bidang Konsentrasi : Operasional

**PRODI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak ada karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali 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 dengan peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 21 Mei 2019

Penulis,



(Amalia Nurisfika Dewi)

NIM : 15311267

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

### HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Operasional Perusahaan

(Studi Kasus pada Pedagang Retail di Bantul)

### SKRIPSI

#### Oleh:

Nama : Amalia Nurisfika Dewi

Nomor Mahasiswa : 15311267

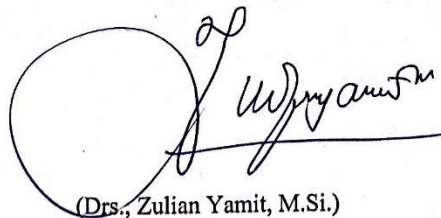
Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 21 Mei 2019

Telah disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing



(Drs., Zulian Yamit, M.Si.)

## BERITA ACARA TUGAS AKHIR/SKRIPSI

### BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA OPERASIONAL  
PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PEDAGANG RETAIL DI BANTUL)**

Disusun Oleh : **AMALIA NURISFIKA DEWI**


Nomor Mahasiswa : **15311267**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 9 Juli 2019

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Zulian Yamit, Drs., M.Si.

Penguji : Anjar Priyono, Ph.D



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia



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

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirahmahnirrahim. Segala puji dan rasa syukur saya haturkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan segala karunia, rahmat dan kesehatan ini. Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang sangat menyayangi dan mencintaiku dengan penuh kasih sayang, Ibu Suprihatin dan Ayah Sugito, kakakku Tira dan kucing-kucingku Gizmo, Leo dan Shuri yang senantiasa menemani dan memberikan semangat agar selalu semangat dalam mengerjakan skripsi ini. Dengan support mereka akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.



## HALAMAN MOTO

*“Man Jadda Wa Jada: Barangsiapa yang bersungguh-sungguh pasti akan  
mendapatkan hasil”*

*“Where there is a will there is a way: Dimana ada kemauan, pasti disitu ada  
Jalan”*



PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA  
OPERASIONAL PERUSAHAAN  
(STUDI KASUS PADA PEDAGANG RETAIL DI BANTUL)

**Amalia Nurisfika Dewi**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia,  
Yogyakarta

---

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen rantai pasok terhadap kinerja operasional perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang retail di daerah Bantul, baik itu pemilik maupun karyawan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuisioner. Sampel dalam penelitian ini adalah 104 responden. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan program IBM SPSS 23. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *longterm relationship*, *cooperation* dan *process integration* berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Sementara *information sharing* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

**Kata Kunci:** *Information sharing, longterm relationship, cooperation, process integration*

---



*THE EFFECT OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT ON COMPANY  
OPERATIONAL PERFORMANCE  
(EMPIRICAL STUDY ON RETAIL TRADER IN BANTUL)*

**Amalia Nurisfika Dewi**

*Management Study Program, Faculty of Economics, Islamic University of  
Indonesia, Yogyakarta*

---

**Abstrak**

This study aims to determine the effect of supply chain management on the company's operational performance. The population in this study were retailers in the Bantul area, both owners and employees. This type of research is quantitative research using a questionnaire. The sample in this study was 104 respondents. Testing instruments using validity and reliability testing. Data analysis method uses multiple linear regression with IBM SPSS 23 program. The results of the research show that longterm relationships, cooperation and process integration have a significant effect on the company's operational performance. While information sharing does not have a significant effect on the company's operational performance.

**Keywords:** *Information sharing, longterm relationship, cooperation, process integration*

---

## KATA PENGANTAR

**Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh...**

Alhamdulillahirabbil'alamin. Dengan segala puji dan rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya kepada kita semua. Tidak lupa, shalawat serta salam kita haturkan pada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan hingga ke zaman yang sekarang ini yang dipenuhi dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju dan canggih. Alhamdulillahirabbil'alamin, akhirnya dengan semangat dan support dari orang-orang tersayang, penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang diberi judul "Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Operasional Perusahaan (Studi Kasus pada Pedagang Retail di Bantul)".

Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu serta memberikan semangat kepada penulis agar skripsi ini segera diselesaikan. Tanpa bantuan dan support mereka, mungkin skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mempersembahkan ucapan terimakasih ini kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, ridho-Nya, kesehatan dan kekuatan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi tauladan bagi seluruh umat muslim di Bumi
3. Bapak Zulian Yamit M. Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis serta memberika

masukan dan nasehat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik

4. Kedua orang tua, Ibu Suprihatin dan Ayah Sugito yang senantiasa memberikan support, cinta dan kasih sayang kepada penulis sehingga penulis mampu melewati segala tantangan yang ada. Love You Ayah dan Ibu!
5. Kakakku Tira dan kucing-kucingku Gizmo, Leo, Shuri yang selalu menemani penulis ketika sedang mengerjakan skripsi
6. Seluruh dosen FE UII yang telah banyak memberikan pelajaran yang amat bermanfaat bagi penulis maupun mahasiswa lain
7. Sahabatku: RWG Squad (Prima, Tiara, Mega, Rysma), yang senantiasa mengingatkan dan memberikan support kepada penulis agar segera diselesaikan. Love You Guys!
8. Sahabatku: Emaknyus (Sera, Ayi, Salma, Esti, Sela, Selvi, Irfan, Hamam, Atip, Gery, Dhimas, Toro) yang senantiasa mengingatkan dan memberikan support kepada penulis agar segera diselesaikan. Terimakasih atas pertemanan selama ini di kuliah. Kalian luar biasa!
9. Sahabatku: Team Menuju Kurus (Intanaj, Tantan dan Dita), yang senantiasa mengingatkan dan memberikan support kepada penulis agar segera diselesaikan. Love You Guys!
10. Sahabatku: Wika dan Ivana, yang senantiasa mengingatkan dan memberikan support kepada penulis agar segera diselesaikan. Love You Guys!

11. Sahabatku: KKN Unit 326 (Muti, Rara, Arinda, Agus, Satrio, Mas Rizal dan Mas Ibnu), yang senantiasa mengingatkan dan memberikan support kepada penulis agar segera diselesaikan. Love You Guys!
12. Seluruh mahasiswa maupun mahasiswi manajemen angkatan 2015. Terimakasih atas pertemanan dan dukungan dari kalian semua yang tidak bias disebutkan satu-satu. Semoga kita sukses selalu!



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
BERITA ACARA TUGAS AKHIR/SKRIPSI .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN MOTO .....	vii
Abstrak .....	viii
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Kajian Pustaka .....	7
2.2 Landasan Teori .....	12
2.3 Kerangka Pemikiran .....	29
2.4 Hipotesis Penelitian .....	32
BAB III .....	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Lokasi Penelitian .....	33

3.2	Jenis Penelitian .....	33
3.3	Variabel Penelitian .....	39
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.5	Uji Instrumen Penelitian.....	42
3.6	Metode Analisis Data .....	43
BAB IV .....		50
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....		50
4.1	Analisis Deskriptif .....	50
4.2	Analisis Kuantitatif Data .....	59
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
4.6	Pembahasan.....	71
BAB V .....		77
KESIMPULAN DAN SARAN .....		77
DAFTAR PUSTAKA .....		80
LAMPIRAN .....		82



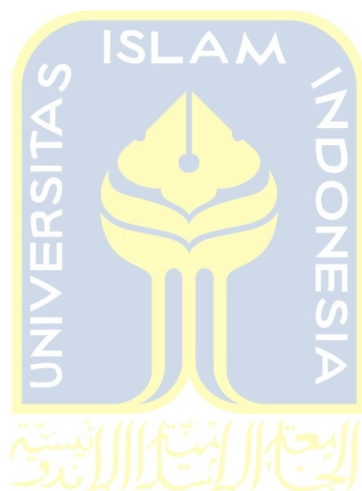
## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4. 2 Usia Responden .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 3 Jabatan Responden .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4. 4 Uji Frekuensi .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 5 Uji Frekuensi .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4. 6 Uji Frekuensi .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4. 7 Uji Frekuensi .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4. 8 Uji Frekuensi .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4. 9 Uji Validitas.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4. 10 Uji Validitas.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4. 11 Uji Validitas.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4. 12 Uji Validitas.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4. 13 Uji Validitas.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 4. 14 Uji Reabilitas .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4. 15 Uji Multikoleniaritas .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 4. 16 Uji Normalitas .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4. 17 Uji Linear Berganda .....</b>	<b>67</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>32</b>
<b>Gambar 2. 2 Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>66</b>





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis yang kompetitif. Tingginya tingkat perubahan selera konsumen menyebabkan perusahaan dituntut agar mampu menyampaikan produknya kepada para konsumen dengan lebih efektif dan efisien. Dalam dinamika persaingan bisnis saat ini, setiap manajer perusahaan harus mampu menerapkan manajemen rantai pasokan yang baik. Semakin canggih dan majunya peradaban saat ini, tentunya membuat permintaan konsumen itu semakin tinggi akan suatu produk yang ditawarkan atau dijual oleh perusahaan. Selera konsumen tentunya berubah-ubah mengikuti perkembangan zaman. Semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat ini menyebabkan konsumen itu dengan sangat mudah dapat mencari berbagai informasi mengenai sesuatu produk yang mereka inginkan. Dalam hal memilih, konsumen pandai dan cerdas dalam memilih suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan karena sebelumnya mereka sudah mencari informasi terlebih dahulu akan produk atau jasa yang mereka inginkan.

Semakin berkembangnya zaman, manajemen rantai pasokan atau *supply chain management* saat ini tidak hanya dianggap sebagai hal yang baru bagi perusahaan. Banyak sekali perusahaan yang telah menerapkan *supply chain management* dalam menjalankan bisnisnya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan. Dari banyak perusahaan itu, belum tentu semuanya

mampu menerapkan manajemen rantai pasok dengan baik. *Supply chain* pada dasarnya bertujuan untuk menyelaraskan antara permintaan dan penawaran konsumen secara efektif dan efisien. Dengan adanya *supply chain* maka perusahaan bisa melihat bagaimana perkembangan arus pengelolaan aliran informasi maupun produk. Menurut Simchi Levi (2013), *supply chain management* merupakan suatu pendekatan yang mampu mengefisienkan integrasi pemasok, manufaktur, gudang penyimpanan barang, sehingga dengan adanya *supply chain management*, barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat sehingga mampu meminimalisir biaya yang dikeluarkan dan mampu memberikan kepuasan bagi konsumen akhir. Pada dasarnya, setiap perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, pelayanan yang cepat dan mudah serta terus menciptakan inovasi-inovasi yang baru agar perusahaan tetap unggul dan dapat bertahan di pasar.

Selanjutnya, menurut Ariani (2013) pentingnya menjalin kerjasama dengan pemasok perusahaan apabila dibina dengan baik maka akan memberikan keuntungan bagi perusahaan, baik itu untuk jangka panjang maupun jangka pendek. Seperti halnya saat perusahaan dihadapkan oleh kebutuhan yang mendesak, maka pemasok akan segera memenuhi permintaan dari perusahaan tersebut. Dalam hal ini juga dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan yaitu jika dilihat dari segi biaya pengiriman yang stabil, sehingga ini memungkinkan perusahaan akan lebih efisien dalam menghemat biaya. Perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan produk, tentunya memiliki

tujuan yaitu untuk mampu memperoleh keuntungan yang tinggi. Dalam hal ini, tentunya perusahaan akan semaksimal mungkin untuk selalu meningkatkan kinerja perusahaan, efisiensi kerja, pelayanan yang cepat dan ramah serta membuat strategi atau inovasi-inovasi yang baru agar perusahaan tetap bisa bersaing dengan kompetitif. Saat ini, banyak kejadian yaitu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, konsumen akan melihat terlebih dahulu dari segi *price*, *quality* dan kecepatan pelayanan, sehingga ketika konsumen hendak membeli produk atau jasa, konsumen selalu menginginkan harga yang terjangkau serta jika dilihat dari segi kualitas, memiliki kualitas yang bagus, hal inilah yang akan memberi perusahaan poin plus.

Dalam rantai *supply chain management*, terdapat beberapa aspek yang sangat penting, salah satunya yaitu retailer atau barang jadi yang akan dikonsumsi oleh masyarakat. Saat ini, di daerah Bantul sudah padat dengan penduduk sehingga semakin banyaknya persaingan pada toko-toko retail yang menjual beragam kebutuhan/keperluan masyarakat sangat banyak di jumpai dimana-mana. Persaingan saat ini juga semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini, tentunya membuat para pedagang retail di daerah Bantul harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen agar konsumen merasa nyaman dan ketika konsumen sudah nyaman, tentunya akan kembali lagi ke toko. Jika dilihat dari sudut pandang retailer, penerapan *supply chain management* pada toko-toko retail di daerah Bantul ini sangat penting. Hal yang menjadi sangat penting adalah ketersediaan akan produk yang dijual oleh suatu perusahaan. Konsumen akan merasa puas apabila barang atau produk yang

diinginkan itu terpenuhi atau tersedia di toko. Alangkah baiknya apabila toko retail mampu mengetahui barang-barang apa saja yang terjual habis dan sudah tidak ada lagi persediaannya didalam gudang sehingga diperlukannya *supply chain management*. Sebagai seorang manajer, manajer harusnya senantiasa mengetahui dan menjamin tentang stok ketersediaan barang atau produk yang ada didalam gudang agar segala macam produk yang dibutuhkan/diinginkan oleh konsumen bisa terpenuhi, tentunya hal seperti inilah yang membuat konsumen merasa puas.

Dengan diterapkannya *supply chain management* di perusahaan yang strategis, maka dapat mengurangi persediaan barang yang ada di gudang penyimpanan. Persediaan merupakan aset kunci bagi perusahaan. Apabila terbinanya hubungan yang baik, yaitu antara perusahaan dengan pemasok maka akan berpengaruh besar bagi kedua belah pihak karena pada dasarnya mereka saling ketergantungan satu sama lain. Dalam menerapkan *supply chain management* yang baik, terdapat beberapa factor yang mempengaruhinya seperti *information sharing*, *longterm relationship*, *cooperation* dan *process integration*. Apabila *supply chain management* mampu diintegrasikan dengan baik, maka mampu menghasilkan apa yang diharapkan atau diinginkan oleh perusahaan sehingga akan terpenuhinya kebutuhan, keinginan konsumen dan kinerja operasional di perusahaan juga semakin baik.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian pada pedagang retail yang ada didaerah Bantul. Sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu

mengungkapkan apa saja yang menyebabkan masalah mengenai ketersediaan produk/barang yang ada ditoko tersebut kurang atau tidak memuaskan bagi para konsumen. Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Operasional Perusahaan (Studi Kasus pada Pedagang Retail di Bantul)”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah *Information Sharing* berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan?
2. Apakah *Longterm Relationship* berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan?
3. Apakah *Cooperation* berpengaruh kinerja operasional perusahaan?
4. Apakah *Process Integration* berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh *Information Sharing* terhadap kinerja operasional perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh *Longterm Relationship* terhadap kinerja operasional perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh *Cooperation* terhadap kinerja operasional perusahaan
4. Untuk mengetahui pengaruh *Process Integration* terhadap kinerja operasional perusahaan

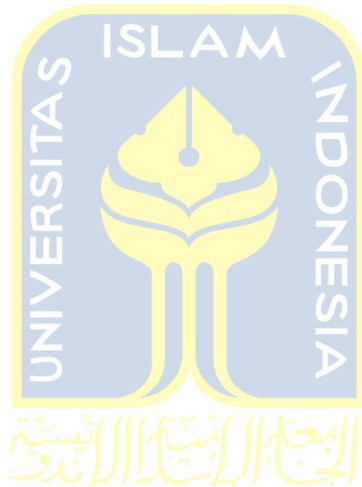
#### 1.4 Manfaat Penelitian

##### 1. Bagi Perusahaan

Untuk mengetahui sejauh mana kinerja *supply chain management* yang ada di suatu perusahaan yang mana telah dirancang dan telah mereka jalani selama ini sehingga dapat menunjang kinerja operasional perusahaan.

##### 2. Bagi Penulis

Untuk menambah pengalaman yang berharga dan berarti dalam bidang akademis untuk bisa mengaplikasikan ilmu yang sudah diperoleh dalam menempuh gelar sarjana S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### 2.1 Kajian Pustaka

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fitrianto dan Sudaryanto (2016) dengan judul “Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Operasional Outlet” bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis bagaimanakah pengaruh dari variable independen seperti *information sharing*, *long term relationship*, *corporation* dan *process integration* terhadap variable dependen, yaitu kinerja operasional perusahaan (Studi Kasus pada Counter Handphone yang Terdaftar di PT.Mutikom Indonesia Cabang Semarang). Populasi yang terdapat pada penelitian ini sebanyak 171 outlet, sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 120 outlet yang mana berada didaerah Semarang. Dalam penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dan data diolah dengan menggunakan program SPSS 16. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *information sharing*, *longterm relationship*, *corporation*, dan *process integration* memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja operasional didaerah Semarang.

Kemudian penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ariani dan Dwiyanto (2013) dengan judul “Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Perusahaan” (Studi kasus pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). Penelitian ini menggunakan sebanyak 100 sampel dari dua industri, yaitu: industri kecil dan industri menengah dengan menggunakan sebanyak 736 populasi yang ada, serta dalam

pengambilan sampel yang dilakukan ini menggunakan teknik *simple random sampling* dan pengumpulan datanya menggunakan kuisioner. Dalam penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dan data diolah dengan menggunakan program SPSS. Selanjutnya, hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *information sharing, longterm relationship, corporation, dan process integration* memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja perusahaan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Suharto dan Devie (2013) yang berjudul “Analisa Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan manufaktur yang berada di daerah Surabaya. Dalam penelitian ini, variable manajemen rantai pasok diukur dari beberapa indikator seperti *price, quality, delivery, dependability, product innovation* dan *time to market*. Sedangkan variable kinerja perusahaan dapat diukur dengan menggunakan dua indikator yaitu kinerja keuangan serta kinerja operasional perusahaan. Kemudian, teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan, yaitu dengan cara menyebarkan kuisioner dan menggunakan responden yang dijadikan sampel sebanyak 90 orang manajer perusahaan. Penelitian ini menggunakan *structural equation modeling* dengan menggunakan *partial least square*. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan adanya pengaruh hubungan yang signifikan antara *supply chain management* terhadap



keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan serta keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahmasari (2013) yang diberi judul “Pengaruh *Supply Chain* terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing Studi Kasus Pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara supply chain management terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing. Dalam melakukan penelitian ini, teknik yang digunakan dalam pengambilan sampelnya yaitu dengan *purposive sampling* dari sejumlah sejumlah 105 perusahaan industri kreatif yang ada di daerah Jawa Tengah. Kemudian, dalam melakukan analisis datanya yaitu dengan menggunakan program AMOS 5. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan serta keunggulan bersaing.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Maddepunggeng (2017) yang berjudul “Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan pada Daya Saing dan Kinerja Perusahaan Jasa Konstruksi di DKI Jakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya saing untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Kemudian, dalam analisis data menggunakan program AMOS V21 yang telah dikumpulkan dari 133 orang (baik itu terdiri dari manajer maupun karyawan). Kemudian, penelitian ini mengembangkan konsep 3 dimensi yaitu *supply chain management (material, financial, information)*, daya saing perusahaan (harga, biaya, kualitas) dan kinerja perusahaan (internal, eksternal,

dan situasi pasar). Hasil dari penelitian ini mampu menunjukkan bahwa *supply chain management* mempunyai dampak yang positif dan menyebabkan meningkatnya daya saing serta kinerja perusahaan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lia Anatan (2010) yang berjudul “Pengaruh Implementasi Praktik-praktik Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja Rantai Pasok dan Keunggulan Kompetitif”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari praktik-praktik *supply chain management* terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja rantai pasok. Kemudian, penelitian ini menggunakan indikator kemitraan strategic pemasok, hubungan dengan konsumen, *level information sharing*, *quality information* dan *postponement*. Dalam penelitian ini menggunakan metode sampel perusahaan manufaktur dengan kriteria memiliki skala besar, bergerak dibidang otomotif, permesinan, elektronik, dan komputer. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner. Selanjutnya, dalam melakukan analisis datanya yaitu dengan menggunakan uji *simple regression* atau regresi sederhana. Selanjutnya, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, praktik-praktik manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh dalam meningkatkan kinerja manajemen rantai pasokan.

Selanjutnya, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yongki Kristianto Pratama (2015) yang berjudul “Analisa Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Jawa Timur”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen rantai pasok terhadap keunggulan bersaing dan kinerja

perusahaan pada perusahaan Manufaktur di Jawa Timur. Variabel *supply chain management* diukur dengan indikator *strategic supplier partnership*, *customer relationship* dan *information sharing*. Keunggulan bersaing dengan indikator *price*, *quality*, *delivery*, *dependability*, *product innovation* dan *time to market*. Dan kinerja perusahaan diukur dengan indikator kinerja keuangan dan kinerja operasional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan cara menyebarkan kuisioner dengan sampel manajer yang bekerja di perusahaan manufaktur di Jawa Timur sebanyak 116 responden. Pengujian hipotesis dan data menggunakan *structural equation modeling (SEM)* dengan software AMOS V21. Hasil dari penelitian ini adalah *supply chain management* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. *Supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Selanjutnya, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ratih Nurdianti (2017) yang berjudul “Analisa Pengaruh Praktek Manajemen Rantai Pasok Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Organisasi Pada UMKM Handycraft dan Tas di Semarang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variable praktek SCM, keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi pada UMKM Handycraft dan Tas yang ada di Semarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui pengisian kuisioner, dengan jumlah responden sebanyak 52 anggota UMKM Handycraft di Semarang. Pengujian hipotesis diolah dengan menggunakan

SEM-PLS (Structural Equation Modeling-Partial Least Square) dengan software SmartPLS 3. Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan positif antara praktek supply chain management terhadap kinerja organisasi dan keunggulan bersaing.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Supply Chain Management**

*Supply chain management* atau yang biasa disebut dengan manajemen rantai pasokan merupakan serangkaian kegiatan yang diperlukan oleh perusahaan untuk merencanakan, mengendalikan, dan menjalankan arus produksi barang/jasa. Dalam hal ini meliputi proses perolehan bahan baku, proses produksi barang yang pada akhirnya distribusi produk sampai ke konsumen akhir.

*Supply chain management* dapat diartikan juga sebagai sebuah jaringan organisasi yang berkaitan dengan hubungan perusahaan dari hulu ke hilir, dengan menggunakan proses yang berbeda-beda dan mampu menghasilkan nilai dalam bentuk barang atau jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen akhir. Pentingnya peran semua pihak mulai dari *supplier*, *manufacturer*, *distributor*, *retailer* dan *customer* dalam menciptakan sebuah produk yang memiliki harga murah, kualitas bagus dan cepat, inilah yang kemudian menjadi lahirnya konsep *supply chain management* (Pujawan dan Mahendrawati, 2010).

Menurut Indajit dan Djokopranoto (2005), istilah *supply chain management* pertama kali digunakan oleh beberapa konsultan logistic

sekitar tahun 1980-an, lalu oleh para akademisi dianalisis lebih lanjut lagi pada tahun 1990-an, sehingga lahirlah konsep *supply chain management*.

### 2.2.2 Komponen Utama Supply Chain Management

Menurut Turban Rainer dan Porter (dalam Ariani, 2013) menyatakan bahwa terdapat tiga (3) macam aliran pada *supply chain management* yang harus dikelola, yaitu:

#### 1. *Upstream supply chain*

Dalam hal transfer barang, *upstream supply chain management* mengurus hubungan antara perusahaan dengan vendor maupun pihak lain. Jadi, barang maupun produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan, tidak langsung menuju ke tangan konsumen tetapi disalurkan terlebih dahulu ke pihak ketiga atau penyalur lainnya. Contohnya yaitu: sebuah perusahaan yang memproduksi speaker. Produk speaker ini tidak langsung menuju ketangan konsumen, tetapi terdapat pihak lain yang akan menyalurkan dan mengirimkan produknya menuju ke supplier.

#### 2. *Downstream supply chain*

Manajemen yang memiliki tugas untuk mengurus *transfer* barang dari perusahaan langsung menuju kekonsumen yaitu *downstream supply chain* (langsung bias dibeli oleh konsumen). Contohnya yaitu perusahaan mebel, mereka memproduksi barang sesuai dengan keinginan dari konsumen.

### 3. *Internal Supply Chain*

*Internal supply chain management* ini berhubungan/berkaitan dengan segala aktifitas pemasukan barang-barang. Yang harus diperhatikan dalam hal ini yaitu: manajemen produksi, pabrikasi dan kontrol ketersediaan bahan baku.

#### **2.2.3 Aktivitas dan Fungsi Supply Chain Management**

Menurut Heizer dan Render (2010), manajemen rantai pasok memiliki beberapa aktivitas dalam menentukan: transportasi dengan vendor, utang-piutang usaha, pergudangan dan tingkat persediaan barang yang ada, pemenuhan pesanan dan berbagi informasi tentang pelanggan, prediksi dan produksi barang. Aktivitas-aktivitas diatas, tentunya tidak lepas dari fungsi-fungsi manajemen rantai pasok yang sebelumnya telah dikemukakan oleh Klapper et., al (dalam Rahmasari, 2010) mengemukakan terdapat empat fungsi manajemen rantai pasok:

##### **1. Perencanaan/*Planning***

Proses yang menyeimbangkann permintaan serta penawaran untuk membangun suatu jalan yang terbaik dari tindakan yang sudah memenuhi aturan bisnis yang ditetapkan.

##### **2. Sumber**

Proses yang melakukan pengadaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan yang di rencanakan atau aktual.

### 3. Membuat

Proses yang mengubah barang ke tahap penyelesaian untuk segera memenuhi kebutuhan yang direncanakan atau actual.

### 4. Pengiriman

Proses yang menyediakan barang jadi dan jasa, termasuk manajemen pemesanan, manajemen transportasi dan manajemen Gudang untuk memenuhi kebutuhan yang direncanakan atau actual.

## 2.2.4 Proses Supply Chain Management

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2003) dalam *supply chain* ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan-perusahaan yang memiliki kepentingan didalam arus barang, para pemain utama itu adalah:

1. *Supplier*
2. *Manufacturer*
3. *Distributor*
4. *Retail outlets*
5. *Customers*



Proses mata rantai yang terjadi antar pemain utama itu adalah sebagai berikut:

Chain 1: *Supplier*

Jaringan yang bermula dari sini, merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama, dimana mata rantai penyaluran barang akan dimulai. Bahan pertama ini bias dalam bentuk bahan penolong, dagangan,

suku cadang dan lain sebagainya. Sumber pertama ini dinamakan supplier. Jumlah supplier ini bias banyak atau sedikit.

#### Chain 1-2: *Supplier – Manufacturer*

Rantai yang pertama dihubungkan dengan rantai yang kedua, yaitu manufacturer atau bentuk lain yang melakukan pekerjaan membuat, memfabrikasi, meng-assembling, merakit, mengkonversikan, atau pun menyelesaikan barang (*finishing*). Hubungan dengan mata rantai pertama ini memiliki potensi untuk melakukan penghematan. Contohnya seperti inventoris bahan baku, bahan setengah jadi dan bahan jadi yang berada di pihak supplier, manufacturer dan tempat transit ini merupakan target untuk melakukan penghematan. Tidak jarang penghematan sebesar 40-60% bahkan lebih bias diperoleh dari *inventory carrying cost* di mata rantai ini.

#### Chain 1-2-3: *Supplier – Manufacture – Distributor*

Barang sudah jadi yang dihasilkan oleh manufacturer sudah dapat disalurkan kepada pelanggan. Umumnya barang itu disalurkan melalui distributor dan ini biasanya ditempuh oleh sebagian besar *supply chain*. Barang dari pabrik melalui gudangnya disalurkan ke Gudang distributor atau pedagang dalam jumlah yang besar sehingga pada waktunya nanti pedagang besar menyalurkan dalam jumlah yang lebih kecil kepada retailer atau pengecer.

#### Chain 1-2-3-4: *Supplier – Manufacture – Distributor – Retail Outlet*



Pedagang besar biasanya memiliki fasilitas gedung sendiri atau dapat juga menyewa gedung dari pihak lain. Pada dasarnya, gudang ini digunakan untuk menimbun barang sebelum disalurkan ke pengecer atau retailer. Dalam hal ini terdapat kesempatan untuk memperoleh penghematan dalam bentuk jumlah inventories dan biaya gudang yaitu dengan cara melakukan desain kembali pola-pola pengiriman barang yang baik dari gudang manufacturer maupun pengecer atau retailer.

Chain 1-2-3-4-5: *Supplier – Manufacture – Distributor – Retail Outlet – Customer*

Dari rak-rak nya, para pengecer atau retailer menawarkan barang yang dimilikinya langsung kepada para pelanggan, pembeli atau pengguna barang tersebut. Yang termasuk outlet adalah toko, warung, toserba, pasar swalayan atau koperasi dimana konsumen melakukan pembelian. Walaupun sebenarnya secara fisik ini dapat dikatakan mata rantai terakhir, tetapi sebetulnya masih ada satu nama mata rantai lagi yaitu pembeli, karena pada dasarnya pembeli belum tentu pengguna akhir. Mata rantai supply baru benar-benar berhenti setelah barang yang bersangkutan tiba di real customer dan real user.

Menurut Pearce dan Robinson dalam Mayasari (2008), industri membutuhkan strategi yang baik dan sesuai dengan perusahaan agar mampu bertahan di pasar, mampu menghadapi persaingan dan ancaman yang ada serta peluang pasar. Industri juga harus mampu memiliki strategi *supply chain management* untuk dapat mengarahkan jalannya tujuan yang

ingin dicapai sehingga mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Sebenarnya, banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja *supply chain management* pada perusahaan diantaranya yaitu *information sharing*, *longterm relationship*, *cooperation* dan *process integration*.

Menurut Rahadi (2012), perusahaan dalam mengimplementasikan manajemen rantai pasok pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan dengan diwujudkan dalam peningkatan kinerja operasional perusahaan. *Information sharing* adalah elemen yang sangat penting dalam manajemen rantai pasok, dengan adanya *information sharing* yang transparan dan akurat maka dapat mempercepat proses rantai pasokan yang dimulai dari supplier hingga ke tangan konsumen. *Longterm relationship* pada dasarnya akan tercipta apabila terdapat hubungan yang berkesinambungan antara semua pihak yang terlibat dalam manajemen rantai pasok dan dengan *cooperation* atau kerjasama yang baik tentunya akan saling menguntungkan semua pihak yang terlibat. Kemudian yang terakhir adalah *process integration* yang mana merupakan penggabungan keseluruhan semua kegiatan yang ada didalam manajemen rantai pasok agar semua kegiatan dapat berjalan dengan baik dan lancar. Berikut penjelasan untuk lebih jelasnya:

### 1. *Information Sharing*

*Information sharing* atau pembagian informasi adalah intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya untuk saling berbagi informasi kepada partner-partner yang berkaitan dengan

strategi bisnis bersama (Ariani, 2013). Menurut Gordon B. Davis (1991: 28), Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang. Oleh karena itu, informasi digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang harus diperoleh pada saat yang tepat, cepat dan memiliki kuantitas yang baik. Pada dasarnya, informasi merupakan dasar pelaksanaan rantai pasok. Information sharing dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki efisiensi dan efektivitas supply chain. Information sharing ini juga merupakan faktor penting dalam mencapai koordinasi yang efektif dalam supply chain serta digunakan sebagai pengendali di sepanjang rantai pasokan.

Informasi harus memiliki beberapa karakteristik agar dapat berguna dalam pengambilan keputusan rantai pasok (Chopra dan Meindl: 2010), seperti:

1. Akurat. Informasi pada dasarnya harus menggambarkan kondisi yang sebenarnya agar manajer dapat mengambil keputusan yang baik. Selalu ada kemungkinan bahwa informasi yang ada itu mengandung kesalahan.
2. Tepat. Dalam hal ini, perusahaan harus benar-benar mempertimbangkan informasi apa saja yang dibutuhkan sehingga perusahaan tidak membuang-buang sumber daya untuk

mengumpulkan, menyimpan serta memelihara informasi yang sebenarnya tidak dibutuhkan.

3. Dapat diakses pada saat dibutuhkan. Seringkali terjadi bahwa informasi yang dibutuhkan itu sebenarnya ada, namun tidak dapat diakses ketika dibutuhkan sehingga tidak dapat membantu dalam pengambilan keputusan.

Pada dasarnya, keberhasilan *supply chain* ini sangat tergantung pada system informasinya, apabila informasi yang didapat itu tidak sesuai tentunya menyebabkan kegagalan dalam *supply chain*. Tidak adanya atau kurangnya koordinasi dalam *supply chain* juga menyebabkan distorsi informasi atau yang disebut dengan fenomena *bullwhip effect* (Ariani, 2013). *Bullwhip effect* didefinisikan sebagai peningkatan variabilitas permintaan yang terjadi pada setiap level *supply chain* sebagai akibat adanya distorsi informasi.

Informasi yang tidak akurat atau informasi yang terdistorsi pada setiap level *supply chain* dari bawah ke atas dapat menimbulkan beberapa masalah penting (Susilo, 2008), diantaranya:

1. Persediaan yang berlebihan
2. Hilangnya pendapatan
3. Menurunnya tingkat kepuasan konsumen
4. Pengiriman yang tidak efektif
5. Kesalahan dalam penjadwalan produksi
6. Penggunaan sumber daya yang tidak efisien

## 2. *Longterm Relationship*

Saat ini, arus globalisasi yang semakin berkembang serta perkembangan teknologi yang begitu cepat dan situasi ekonomi yang saat ini tidak dapat diprediksi menjadi salah satu factor yang mendorong perusahaan untuk memunculkan suatu konsep hubungan jangka Panjang kepada pemasok. Tentunya, hubungan jangka panjang ini bisa diwujudkan melalui proses adaptasi yang baik terutama dalam proses maupun produknya, meningkatkan kesesuaian satu sama lain, *information sharing* dan mengurangi sumber-sumber ketidakpastian (Bujang, 2007).

Hubungan jangka panjang ini pada dasarnya memiliki keuntungan seperti apabila perusahaan tetap bertahan pada pemasok tersebut, maka pemasok itu akan lebih mengerti tentang keinginan konsumen sehingga hal ini membentuk kekuatan yaitu *competitive advantage* dalam jangka panjang. Hubungan jangka panjang juga mampu memberikan kesempatan bagi konsumen untuk terlibat dengan pemasok dalam proses perbaikan yang berkesinambungan. Misalnya untuk perbaikan produk serta layanan yang disediakan. Hal seperti ini dapat dicapai melalui pengembangan produk dan pengembangan proses.

Hubungan perusahaan dengan pemasok merupakan salah satu kolaborasi yang paling kuat dalam konteks *value chain* atau *supply chain*. Disini, pemasok berperan dalam menyediakan material atau

bahan yang akan digunakan atau dijual oleh perusahaan. Pada prinsipnya, tujuan akhir dari hubungan jangka Panjang ini yaitu untuk memperoleh profitabilitas perusahaan secara terus-menerus serta saling terciptanya hubungan yang menguntungkan antara kedua belah pihak yang berkesinambungan dan konsisten.

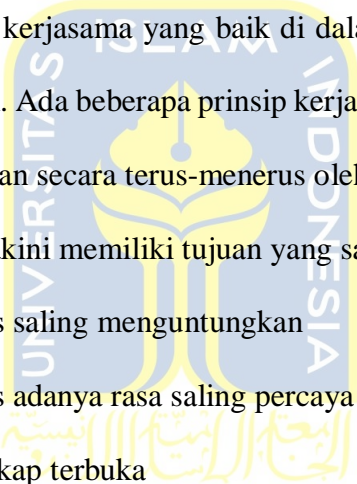
Menurut Ganesan dalam Indriani, mendefinisikan hubungan jangka panjang sebagai persepsi mengenai saling ketergantungan pembeli terhadap pemasok, baik dalam konteks produk atau hubungan yang diharapkan akan memberikan manfaat bagi pembeli dalam jangka panjang. Pada dasarnya, hubungan antara supplier, customer dan perusahaan harus dikelola dengan baik dan harus selalu ditingkatkan supaya terjalinnya hubungan yang berkelanjutan.

### 3. *Cooperation*

Indrajit dan Djokopranoto (2002) mengatakan bahwa kerjasama atau *cooperation* merupakan salah satu alternative yang sangat baik dalam melakukan supply chain management yang optimal. Salah satu alasannya yaitu diantaranya organisasi atau perusahaan yang berada pada jaringan *supply chain management*, tentunya memerlukan system informasi yang akurat, lancer serta memerlukan kepercayaan dari peserta pengadaan barang dan jasa. Semua ini tidak akan tercapai apabila tidak adanya kerjasama yang baik. Kerjasama yang efektif tentunya adalah suatu keinginan untuk mengembangkan hubungan yang akan menghasilkan kepercayaan dan komitmen. Para

pelaku usaha dan pemasok harus mengetahui bagaimana kerjasama itu dapat dikembangkan dan dipertahankan untuk dapat menciptakan hubungan kolaboratif jangka panjang dan memuaskan.

Ariani (2013), kerjasama merupakan salah satu alternative yang sangat baik dalam melaksanakan manajemen rantai pasokan yang optimal, karena perusahaan yang berada dalam jaringan manajemen rantai pasokan tentunya sangat memerlukan system informasi yang akurat dan membutuhkan kepercayaan di bagian pengadaan barang dan jasa. Pada dasarnya, semua ini tidak akan tercapai apabila tidak terjalinnya kerjasama yang baik di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Ada beberapa prinsip kerjasama yang harus dipegang dan dikembangkan secara terus-menerus oleh perusahaan, yaitu:

- 
- a. Meyakini memiliki tujuan yang sama
  - b. Harus saling menguntungkan
  - c. Harus adanya rasa saling percaya
  - d. Bersikap terbuka
  - e. Mampu menjalin hubungan jangka Panjang
  - f. Selalu melakukan perbaikan dalam hal mutu dan biaya barang atau jasa

Kerjasama adalah situasi dimana terdapat beberapa pihak bekerja secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang mampu menguntungkan semua pihak. Kerjasama akan efektif apabila adanya kepercayaan dan komitmen. Pentingnya kerjasama dengan

pemasok semakin disadari oleh perusahaan. Seperti ketika terdapat suatu kondisi dimana perusahaan membutuhkan kiriman bahan baku/barang yang sifatnya mendesak, pemasok tentunya akan langsung mengirimkan bahan baku/barang tersebut ketika ada stok karena telah terbinanya hunungan yang baik selama ini. Terjalannya kerjasama perusahaan dengan pemasok yang dapat diandalkan, tentunya diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang baik akan kebutuhan dan keperluan masing-masing pihak (Ariani, 2016).

#### 4. *Process Integration*

Manajemen rantai pasokan memiliki tujuan untuk mengintegrasikan seluruh proses bisnis utama di perusahaan yang di mulai dari hulu (upstreams) dan ke hilir (downstreams) bahkan sampai ke pengguna akhir. Menurut Miguel dan Brito (2011), proses integrasi adalah mempertimbangkan aspek organisasi yang akan bekerjasama untuk menciptakan arus yang berkelanjutan dan efisiensi dari bahan dan sumberdaya. Dalam rantai pasokan, integrasi menunjukkan sebuah proses kerjasama yang kompleks antara perusahaan, pemasok dan pembeli apabila dikelola dengan baik mampu meningkatkan efisiensi dalam operasi perusahaan dan mampu meningkatkan profit bagi perusahaan serta dapat memberikan kepuasan bagi semua pihak (Fitrianto, 2016). Terdapat tiga isu yang terkait dengan pengembangan efisiensi integrasi rantai pasokan, yaitu:



a. Local optimization

Anggota rantai pasokan akan memfokuskan pada maksimisasi keuntungan local atau yang didasarkan pada pengetahuan yang terbatas.

b. Incentives

Insentif mendorong munculnya perdagangan didalam rantai penjualan yang sebelumnya tidak terjadi. Hal ini menimbulkan terjadinya fluktuasi yang pada akhirnya menjadi mahal. Wujud insentif ini berupa insentif penjualan, diskon, kuota dan promosi.

c. Large lots

Dalam hal ini seringkali terjadi bias yang mengarah pada large lots karena cenderung mengurangi biaya per unit. Disatu sisi jika pengiriman dalam jumlah yang banyak misalnya ukuran truk penuh akan mengurangi biaya per unit, tetapi tidak merefleksikan nilai penjualan sebenarnya.

Ketiga isu diatas biasanya memberikan kontribusi munculnya distorsi informasi tentang apa sebenarnya yang terjadi dalam *supply chain*. Oleh karena itu, diperlukannya system yang akurat tentang berapa banyak produk yang ditarik melalui *supply chain*. Sebagai manajer yang mengarah pada proses integrasi rantai pasokan, efisiensi tentunya menjadi suatu substansi yang memungkinkan. Material yang berasal dari pemasok, kemudian menuju proses produksi, selanjutnya menuju ke pergudangan, dan kemudian menuju ke distribusi yang

pada akhirnya akan menuju ke konsumen dengan penempatan-penempatan yang berbeda-beda dan seringkali berhubungan dengan organisasi yang independent. Oleh karena itu, agar semuanya dapat berhasil maka di mulai dengan memperhatikan tiga hal yaitu:

1. *Mutual agreement on goal*, suatu integrase *supply chain* mensyaratkan lebih dari kesepakatan dalam kontrak hubungan jual beli tetapi partner harus diapresiasi tidak hanya dengan uang tetapi pada *supply chain* sampai menuju ke konsumen akhir. Hal ini bisa terwujud apabila adanya pengertian tentang misi, tujuan serta strategi dari perusahaan yang berpartisipasi, karena integrasi *supply chain* merupakan sesuatu untuk menambah nilai tambah ekonomi serta memaksimalkan total konten produk.

2. *Trust*

Anggota dari setiap *supply chain* harus masuk kedalam hubungan yang membagi informasi dalam rangka untuk membangun kepercayaan diantara setiap anggota *supply chain*. Tanpa adanya rasa kepercayaan tentunya *supply chain management* tidak akan berjalan dengan baik. Hubungan itu dapat dikatakan sukses apabila mampu meminimalkan resiko serta mampu menciptakan penghematan biaya.

3. *Compatible organizational cultures*

Budaya organisasi yang setara akan menjadikan hubungan itu positif diantara pembelian dan penawaran apabila hal ini terjadi.

Menurut Becker, Hamidin, dan Surendro (2010), terdapat empat jenis integrasi yang diperkenalkan oleh Noord, yaitu:

1. Integrasi fisik, mengacu pada perubahan dalam proses dan aktivitas untuk meningkatkan efisiensi di proses inti.
2. Integrasi informasi, mengacu pada pertukaran informasi yang berhubungan dengan tingkat persediaan, perencanaan transportasi atau manufaktur, peramalan dan sebagainya.
3. Integrasi koordinasi, mengacu pada keselarasan proses pengambilan keputusan di supply chain.
4. Integrasi desain rantai pasokan, mengacu pada kerjasama di dalam perubahan struktur supply chain.
5. Kinerja Operasional Perusahaan

Kinerja adalah penentuan secara periodic efektivitas operasional organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya (Srimindarti, 2006). Menurut Ariani (2013), kinerja adalah sesuatu yang dapat dihasilkan oleh perusahaan selama masa periode tertentu dengan merujuk pada standar yang sudah ditentukan.

#### 1. Penilaian Kinerja Operasional Perusahaan

Dalam menilai kinerja operasional perusahaan, dapat diukur berdasarkan standar tertentu. Menurut Mukti, et.al.,

(2013), menyatakan bahwa kinerja operasional meliputi produktivitas, tingkat kesalahan produk, biaya garansi, biaya kualitas dan tingkat penyimpanan produk sampai ke tangan konsumen dengan tepat waktu. Agar hal itu dapat tercapai, maka diperlukan system performance appraisal yang baik, meliputi:

- a. Aktivitas organisasi dan menekankan peningkatan perspektif konsumen
- b. Menilai setiap kegiatan dengan menggunakan alat ukur kinerja yang berorientasi pada konsumen
- c. Mempertimbangkan semua aspek kinerja secara menyeluruh yang dapat mempengaruhi konsumen
- d. Menyediakan informasi feedback untuk membantu mengenali permasalahan dan melakukan perbaikan yang berkesinambungan (Rahadi, 2012)

#### **2.2.5 Hubungan antara Supply Chain dengan Kinerja Operasional Perusahaan**

Hubungan yang terjadi antara *supply chain manajemen* terhadap kinerja operasional yaitu langsung dan tidak langsung. Apabila terciptanya manajemen rantai pasokan yang sehat, maka mampu menjadikan kinerja operasional itu menjadi lebih baik. Implementasi dari manajemen rantai pasokan yang terintegrasi dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan terhadap konsumen. Kinerja operasional perusahaan mengacu pada seberapa baik suatu perusahaan berorientasi pada pasar dan tujuan

finansialnya. Menurunnya kinerja manajemen rantai pasokan di perusahaan, maka menyebabkan kinerja operasional juga akan mengalami penurunan. Pada dasarnya, manajemen rantai pasokan ini memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Heizer dan Render (2010), manajemen rantai pasokan adalah integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, mengubah barang setengah jadi menjadi barang jadi dan produk akhir serta pengiriman agar sampai kepada konsumen.

#### 1) *Information Sharing* terhadap Kinerja Operasional Perusahaan

*Information sharing* atau pembagian informasi dalam perusahaan berkaitan dengan perusahaan yang saling berbagi informasi kepada partner terkait dengan strategi-strategi bisnis milik bersama. *Information sharing* ini juga memungkinkan anggota supply chain untuk dapat menjaga, mendapatkan dan menyampaikan informasi yang akurat dan dibutuhkan agar pengambilan keputusan menjadi lebih efektif. Gambaran dari variable ini dapat diukur dari unsur utama pembagian informasi yaitu: pembagian informasi yang kontinyu secara efisien mengenai aspek finansial, produk, distribusi dan kinerja. *Information sharing* ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan (Ariani, 2013).

#### 2) *Longterm Relationship* terhadap Kinerja Operasional Perusahaan

*Longterm relationship* dalam perusahaan yaitu hubungan antara perusahaan dengan pemasok maupun karyawan yang mampu menjadikan

kolaborasi yang kuat dalam konteks value chain atau *supply chain*. Dalam hal ini, hubungan jangka panjang antara pemilik dan karyawan dalam lingkup dapat diukur dari komunikasi, loyalitas dan kepercayaan. Hubungan jangka panjang ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan (Rahmasari, 2011)

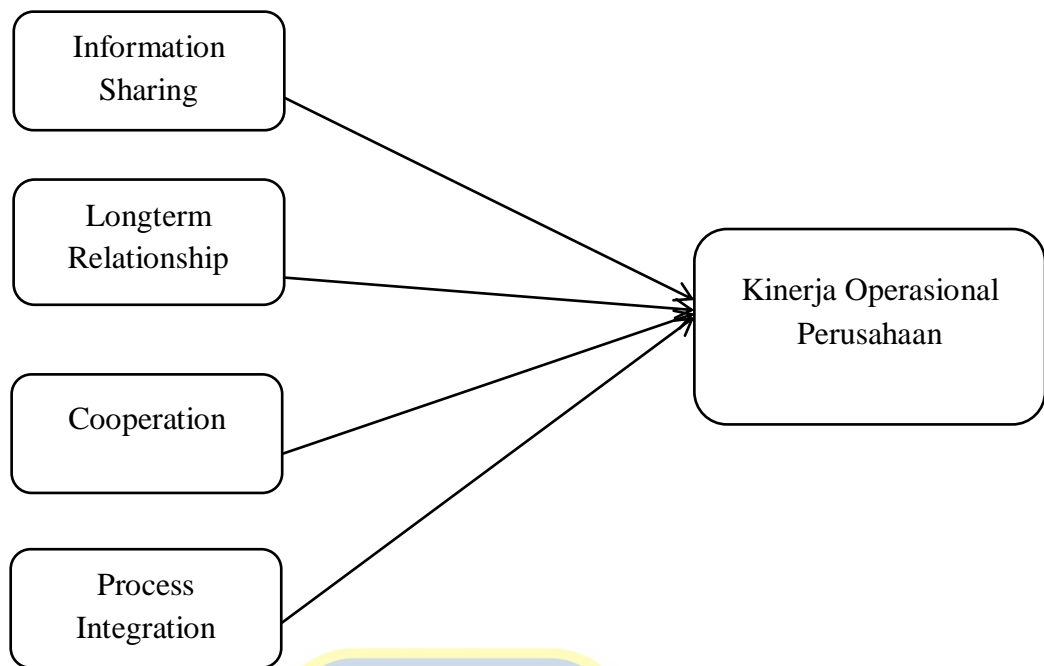
### 3) *Cooperation* terhadap Kinerja Operasional Perusahaan

*Cooperation* merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam hubungan kolaboratif dan saling ketergantungan untuk mampu mencapai hasil bersama yang diharapkan secara terus-menerus. Untuk mendapat kinerja yang baik melalui sebuah kerjasama antara kedua belah pihak sangat mutlak diperlukan. *Cooperation* merupakan salah satu alternative yang terbaik dalam melakukan manajemen rantai pasok yang optimal, sudah pasti perusahaan memerlukan system informasi yang akurat, lancar serta kepercayaan antara peserta pengadaan barang dan jasa. Semua ini tentunya tidak akan tercapai apabila tidak adanya kerjasama yang baik dari kedua belah pihak. Gambaran dari variabel ini dapat diukur dari unsur utama kerjasama atau cooperation yaitu berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan, kerjasama ditetapkan berdasarkan kondisi yang obyektif, meningkat hubungan berkelanjutan (Madepunggeng, 2017). Dalam penelitian ini, kerjasama memiliki dampak yang positif menyebabkan meningkatnya kinerja perusahaan.

#### 4) *Process Integration* terhadap Kinerja Operasional Perusahaan

Pada dasarnya, proses integrasi dalam supply chain manajemen yang kompleks antara perusahaan dengan pemasok dan pembeli apabila dikelola dengan baik maka mampu meningkatkan efisiensi dalam operasi perusahaan serta hal ini juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan semua pihak yang merasakan kepuasannya. Suatu integrasi harus dapat dicapai bagi organisasi atau perusahaan yang berada pada jaringan supply chain management dan seluruh mata rantai dalam pengadaan barang. Standarisasi yang terjadi dalam proses integrasi menjadikan integrasi harus dapat dikarakteristikan sebagai kerjasama, kolaborasi, berbagi informasi, kepercayaan, kemitraan, berbagi teknologi, komabilitas, berbagi risiko dan manfaat, komitmen dan visi yang sama (Hamidin dan Surendo, 2010). Gambaran dari variabel ini dapat diukur dari distribusi, persediaan, transportasi dan material flow. Dalam penelitian ini, proses integrasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan (Fitrianto, 2016).

Dibawah ini merupakan kerangka pemikiran yang telah dikembangkan dalam penelitian ini, digambarkan dalam sebuah bagan sebagai berikut:



**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

#### **2.4 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah jawaban atau dugaan yang bersifat sementara.

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara dimana nantinya masih akan diujikan serta harus ada bukti kebenarannya. Oleh karena itu, dari uraian diatas maka dapat ditemukan uji hipotesisnya sebagai berikut:

H1: *Information sharing* berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan

H2: *Longterm relationship* berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan

H3: *Coorporation* berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan

H4: *Integration Process* berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di wilayah Bantul, mengingat bahwa saat ini di daerah Bantul mulai padat penduduk dan mulai bermunculan pedagang retail yang ada di daerah tersebut.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah definisi, pengukuran data kuantitatif dan statistic objektif dengan menggunakan perhitungan ilmiah yang berasal dari sampel orang atau responden yang diminta untuk menjawab sejumlah pertanyaan tentang penelitian yang penulis lakukan untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan mereka

##### **3.2.1 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

###### **1. Jenis Data**

Dalam melakukan penelitian, salah satu penentu keberhasilan dalam pengukuran *supply chain management*, data tersebut digunakan untuk alat analisis dimana dapat sebagai pengukuran seberapa baik *supply chain* dalam kinerja operasional perusahaan. Supaya informasi data dapat akurat, maka peneliti harus menentukan cara yang tepat untuk mulai dari proses pengumpulan informasi, identifikasi, setelah data terkumpul kemudian dianalisis. Berikut data-data yang digunakan oleh peneliti:

### 1) Data Primer

Data primer merupakan data pokok yang diperoleh langsung dari responden. Data responden itu digunakan untuk mengetahui seberapa baik *supply chain* yang dilihat dari *information sharing*, *longterm relationship*, *corporation*, dan *process integration*. Untuk mendapatkan sumber data, pengumpulan informasi ini dilakukan menggunakan kuesioner yang berisikan pertanyaan kepada karyawan.

### 2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bersifat tambahan yang diperoleh tidak langsung dan digunakan untuk memperkuat data primer.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

### 1) Kuesioner

Dalam metode pengumpulan data, salah satunya menggunakan kuesioner, dengan harapan data yang diperoleh peneliti lebih akurat sehingga pengukurannya dapat sesuai dengan tujuan peneliti. Setiap jawaban yang ada di kuesioner ditentukan dengan menggunakan skala Linkert. Skala linkert ini didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju dan tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik dengan susunan sebagai berikut:

Sangat setuju : diberi bobot 5

Setuju	: diberi bobot 4
Cukup	: diberi bobot 3
Tidak setuju	: diberi bobot 2
Sangat tidak setuju	: diberi bobot 1

## 2) Populasi, Sampel dan Metode Penarikan Sampel

Menurut Sabar (2007) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan Sugiyono (2007:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian yang dilakukan oleh penulis ini, populasinya adalah 170 outlet.

Menurut Soekidjo (2005:79) sampel adalah sebagian untuk diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Seperti yang diungkap oleh Donald R. Cooper dan Pamela Schindler (2008:83) mendefinisikan sample merupakan bagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Pada penelitian ini, sampelnya adalah 170 outlet. Dibawah ini terdapat dua cara pengambilan sampel, yaitu secara acak (random)/probability dan tidak acak (non-random)/non-probability:

### 1. *Probability Sampling*

Pengambilan sampel probabilitas didasarkan pada konsep seleksi acak — prosedur terkontrol yang memastikan bahwa

setiap elemen populasi diberi peluang seleksi yang tidak nol. Ketika seorang peneliti membuat keputusan yang akan mempengaruhi pengeluaran ribuan, jika bukan jutaan, dolar, perkiraan ketepatan sangat penting.

a. *Simple random sampling*

*Simple random sampling* merupakan bentuk yang paling murni dari sampel probabilitas. *simple random sampling* dianggap sebagai kasus khusus di mana setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih ke dalam sampel.

b. *Systematic sampling*

*Systematic sampling* merupakan metode dalam penarikan sampel dengan menggunakan interval sampel dalam melakukan pemilihan sampel.

c. *Stratified sampling*

*Stratified sampling* merupakan cara mengambil sample dengan memperhatikan strata (tingkatan) didalam populasi.

d. *Cluster sampling*

*Cluster sampling* merupakan teknik memilih sebuah sampel dari kelompok-kelompok unit yang kecil. Sesuai dengan namanya, penarikan sampel ini didasarkan pada gugus atau cluster. Teknik cluster sampling digunakan

jika catatan lengkap tentang semua anggota populasi tidak diperoleh serta keterbatasan biaya dan populasi geografis elemen-elemen populasi berjauhan.

e. *Double sampling*

Mungkin lebih mudah atau ekonomis untuk mengumpulkan beberapa informasi dengan sampel dan kemudian menggunakan informasi ini sebagai dasar untuk memilih subsampel untuk studi lebih lanjut. Prosedur ini disebut pengambilan sampel ganda, pengambilan sampel sekuensial, atau pengambilan sampel banyak. Biasanya ditemukan dengan desain bertingkat atau cluster.

2. *Non-Probability Sampling*

a. *Convenience Sampling*

Sampel nonprobability yang tidak dibatasi disebut *convenience sampling*. Merupakan teknik dalam memilih sampel, peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan orang tadi ada di situ atau kebetulan dia mengenal orang tersebut

b. *Purposive Sampling*

Sampel *non-probability* yang memenuhi kriteria tertentu disebut *purposive sampling*. *Purposive sampling*

merupakan teknik sampling yang satuan samplingnya dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu dengan tujuan untuk memperoleh satuan sampling yang memiliki karakteristik atau kriteria yang dikehendaki dalam pengambilan sampel. Ada dua tipe utama — *judgment sampling* dan *quota sampling*.

c. *Snowball Sampling*

*Snowball sampling* merupakan teknik sampling yang banyak dipakai ketika peneliti tidak banyak tahu tentang populasi penelitiannya. Dia hanya tahu satu atau dua orang yang berdasarkan penilaiannya bisa dijadikan sampel.

Metode dalam penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *convience sampling* dari pengambilan *sample non-probability sampling*. Menurut Roscoe (1975) dalam Uma Sekaran (1992), memberikan pedoman dalam penentuan sampel, yaitu:

1. Ukuran sampel yang disarankan 30 sampai 500 sampel
2. Sampel yang dibagi menjadi sub-sampel, jumlah minimalnya yaitu 30 sampel
3. Penelitian yang menggunakan regression analysis and path analysis, jumlah sampel yang diharuskan harus sepuluh kali lebih besar dari variable yang diteliti

4. Penelitian bisa menggunakan sepuluh sampai dua puluh sampel pada penelitian sederhana

Dalam menentukan jumlah sampel dari suatu populasi, maka menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{N(d^2) + 1}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Tingkat populasi

D : Batas miss accouration

Penulis menggunakan tingkat kesalahan sebesar 7%, sebagai acuan dalam menentukan kesalahan minimum. Jumlah populasi sebagai dasae perhitungan yang digunakan adalah 170 outlet, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{170}{170 (0,07)^2 + 1}$$

$$= 92,744 \text{ outlet}$$

### 3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang memiliki variasi nilai atau memiliki nilai yang berbeda dan dapat diukur. Menurut Uma Sekaran (2011), variabel merupakan suatu atribut untuk membedakan nilai. Nilai pun berbeda dalam definisinya yang membedakan suatu aspek berdasarkan objek dan waktu untuk kemudian diambil pokok pemikirannya.

### 3.3.1 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2011), variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi timbulnya variabel dependen atau variabel terikat.

### 3.3.2 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2011), variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

## 3.4 Definisi Operasional Variabel

### 3.4.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2007), variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

#### 1) *Information Sharing* atau Pembagian Informasi ( $X_1$ )

*Information sharing* adalah intensitas maupun kapasitas perusahaan dalam interaksinya dengan partner guna saling berbagi informasi yang berkaitan dengan strategi-strategi bisnis bersama (Ariani, 2013). Gambaran dari variabel ini dapat diukur dari unsur utama *information sharing*, yaitu: *information sharing* yang kontinyu secara efisien mengenai aspek:

1. Finansial
2. Distribusi



3. Produk

4. Kinerja

2) *Longterm Relationship* atau Hubungan Jangka Panjang ( $X_2$ )

*Longterm relationship* merupakan hubungan kolaborasi yang kuat antara perusahaan dengan pemasok dalam konteks value chain maupun *supply chain*. *Longterm relationship* dengan karyawan dalam hal ini dapat diukur dari:

1. Komunikasi

2. Loyalitas

3. Kepercayaan

3) *Cooperation* atau Kerjasama ( $X_3$ )

*Cooperation* merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam hubungan kolaboratif dan saling ketergantungan untuk mampu mencapai hasil bersama yang diharapkan secara terus-menerus. Gambaran dari variabel ini dapat diukur dari unsur utama cooperation yaitu: berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan, kerjasama ditetapkan berdasarkan kondisi yang objektif, meningkat hubungan berkelanjutan.

4) *Process Integration* atau Proses Intergrasi ( $X_4$ )

Proses kerjasama yang kompleks antara perusahaan dengan pemasok dan pembeli apabila dikelola dengan baik maka mampu meningkatkan efisiensi dalam operasi perusahaan serta hal ini juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan semua pihak yang

merasakan kepuasannya. Gambaran dari variabel ini dapat diukur dari distribusi, persediaan, transportasi dan material flow. Dalam penelitian ini, proses integrasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan (Fitrianto, 2016).

#### 5) Kinerja Operasional Perusahaan (Y)

Kinerja operasional adalah hasil dari fungsi-fungsi pekerjaan atau kegiatan yang ada dalam perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor intern dan ekstern organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan selama periode tertentu (Moh Pabundu, 2010). Gambaran dari variabel kinerja operasional dalam penelitian ini, diambil dua aspek dari pendekatan balanced scorecard yaitu perspektif proses bisnis internal dan perspektif pelanggan, seperti ketersediaan barang, biaya persediaan, pembelian kembali, kualitas barang dan tingkat complain serta kepuasan pelanggan.

### 3.5 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Uji validitas ini menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya (Saiffudin Azwar, 2000). Dikatakan valid apabila mampu mengukur yang akan diukur. Adapun rumus validitas, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{N\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{N\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi item soal

N : Banyaknya peserta

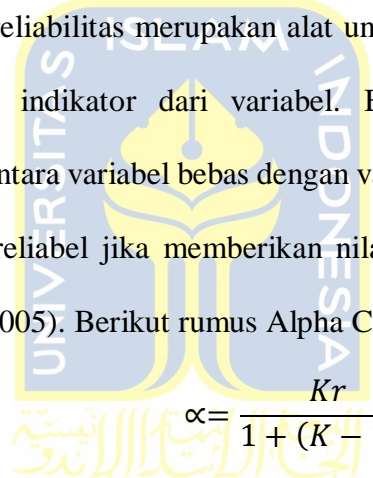
X : Jumlah skor item

Y : Jumlah skor total

Hasil perhitungannya,  $r_{xy}$  dibandingkan dengan table kritis r product moment, dengan taraf signifikan 5 % jika harga  $r_{xy}$  maka tes tersebut valid.

### 3.5.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Indikator dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai Alfa Cronbach diatas 0,60 (Ghozali, 2005). Berikut rumus Alpha Cronbach adalah:


$$\alpha = \frac{Kr}{1 + (K - 1)r}$$

Dimana:

$\alpha$  = Koefisien alpha cronbach

k = Jumlah butir pertanyaan dalam skala

r = rata-rata korelasi diantara butir pertanyaan

### 3.6 Metode Analisis Data

Analisis data kuantitatif merupakan analisa dengan menggunakan angka-angka dan perhitungan statistik deskriptif untuk menghasilkan suatu

gambaran yang jelas mengenai suatu peristiwa atau keadaan. Berikut uji yang digunakan adalah:

### 3.6.1 Analisis Regresi

#### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linear berganda digunakan karena variabel independen pada penelitian ini lebih dari dua variabel. Persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen, seperti: information sharing (X1), longterm relationship (X2), cooperation (X3), process integration (X4) terhadap kinerja operasional perusahaan (Y). Berikut rumus matematis dari regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

Keterangan:

Y= Kinerja operasional perusahaan

A= Konstanta

b<sub>1</sub>= Koefisien regresi antara information sharing dengan kinerja operasional

b<sub>2</sub>= Koefisien regresi antara longterm relationship dengan kinerja operasional

b<sub>3</sub>= Koefisien regresi antara cooperation dengan kinerja operasional

$b_4$ = Koefisien regresi antara process integration dengan kinerja operasional

$X_1$ = Variabel information sharing

$X_2$ = Variabel longterm relationship

$X_3$ = Variabel cooperation

$X_4$ = Variabel process integration

## **2. Koefisien Determinasi**

Untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas, maka menggunakan koefisien determinasi. Koefisien determinasi ini akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau suatu variasi dari variabel biasa di jelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel lain. Kecilnya nilai  $r^2$  berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

## **3. Uji T (Parsial)**

Pada dasarnya, uji T dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Berikut langkah-langkahnya, yaitu:

- a. Menemukan formula hipotesis
- b. Menentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) dan t tabel
- c. Menentukan kriteria pengujian

1. Jika  $p > \alpha$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti terdapat pengaruh tetapi tidak signifikan dari *information sharing, longterm relationship, cooperation dan process integration* terhadap kinerja operasional secara parsial.

2. Jika  $p \leq \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari *information sharing, longterm relationship, cooperation dan process integration* terhadap kinerja operasional secara parsial.

d. Menentukan nilai uji statistik

e. Membuat Kesimpulan

### 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Multikolonieritas

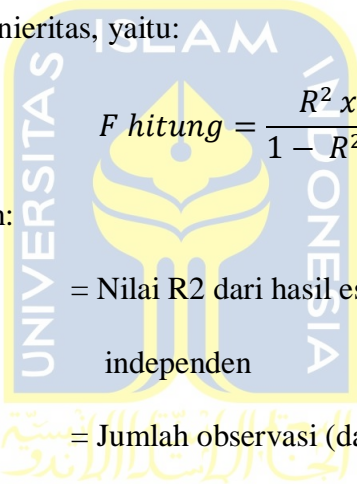
Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear yang sempurna di antara variabel-variabel bebas dalam regresi. Dengan melihat besarnya *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor*, maka multikolinieritas akan terdeteksi. Variabel yang menyebabkan multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,1 ( $>0,1$ ) dan VIF yang kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2005). Dalam mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi yaitu sebagai berikut:

1. Nilai R yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel

independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

2. Matriks korelasi variabel-variabel independen di analisis. Jika antara variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
3. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) variance inflation factor atau VIF.

Berikut merupakan rumus untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, yaitu:


$$F_{hitung} = \frac{R^2_{xt}}{1 - R^2_{xt}} \times \frac{n - k}{k - 1}$$

Keterangan:

$R^2_{xt}$  = Nilai  $R^2$  dari hasil estimasi regresi parsial variabel independen

$n$  = Jumlah observasi (data)

$k$  = Jumlah variabel independen termasuk konstanta

Jika nilai  $F_{hitung} > F_{table}$ , maka dapat dikatakan bahwa variabel independen memiliki korelasi dengan variabel dependen lainnya dan ini menunjukkan bahwa adanya multikolinieritas.

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik adalah data distribusi mendekati normal yaitu dengan tingkat

signifikan lebih besar dari 0,05. Data yang terdistribusi normal, tentu dapat memperkecil kemungkinan terjadinya bias. Dalam melakukan pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2005). Analisis statistic merupakan salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Uji statistic ini dapat dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan skewness dari residual. Dalam menghitung nilai z statistic untuk skewness maka dilakukan dengan rumus:

$$Z_{skewness} = \frac{Skewness}{\sqrt{6 / N}}$$

Sedangkan nilai z kurtosis dapat dihitung menggunakan rumus:

$$Z_{kurtosis} = \frac{Kurtosis}{\sqrt{24 / N}}$$

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varian antara anggota grup tersebut. Jika terdapat kesamaan varian, maka dapat dikatakan adanya homoskedastitas, sedangkan jika variannya tidak memiliki kesamaan, maka dapat dikatakan terjadinya heteroskedastitas (Situmorang, 2010). Menurut Ghozali (2006) uji heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Dimana:

- Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Terdapat beberapa uji statistic yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan menggunakan uji Park. Park mengemukakan sebuah metode bahwa variance ( $s^2$ ) merupakan fungsi dari variabel-variabel independen yang dinyatakan dalam persamaan:

$$\sigma^2 i = \alpha X_i \beta$$

Persamaan ini dijadikan linear dalam bentuk persamaan logaritma, sehingga menjadi:

$$\ln \sigma^2 i = \alpha + \beta \ln X_i + v_i$$

Karena  $s^2 i$  umumnya tidak diketahui, maka dapat ditaksir dengan menggunakan residual  $U_i$  sebagai proksi, sehingga rumusnya menjadi:

$$\ln U_i^2 = \alpha + \beta \ln X_i + v_i$$

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai hasil analisis data pengaruh manajemen rantai pasok terhadap kinerja operasional perusahaan. Subyek penelitian atau responden dalam penelitian ini adalah pedagang retail di Bantul. Analisis data yang digunakan meliputi analisis validitas, analisis reabilitas, analisis normalitas, analisis deskriptif, analisis linear berganda. Jumlah kuisioner yang disebarkan sebanyak 104 kuisioner. Selanjutnya, data akan dianalisis dengan menggunakan program SPSS 23.

#### 4.1 Analisis Deskriptif

##### 4.1.1 Analisis Deskriptif Responden

Analisis deskriptif ini digunakan untuk mengetahui profil responden dan penilaian dari responden terhadap variable penelitian.

##### a. Jenis Kelamin Responden

**Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden**

<b>Keterangan</b>	<b><i>Frequency</i></b>	<b><i>Percent</i></b>
Laki-laki	55	52.9
Perempuan	49	47.1
Total	104	100.0

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.1, menunjukkan bahwa seluruh responden pedagang retail di Bantul laki-laki sebanyak 55 yaitu 52.9% dan

perempuan sebanyak 49 yaitu 47.1% dengan jumlah keseluruhan responden 104. Hal ini menunjukkan bahwa responden pedagang retail di Bantul mayoritas adalah laki-laki.

b. Usia Responden

**Tabel 4. 2 Usia Responden**

<b>Keterangan</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<20 tahun	8	7.7
21-30 tahun	55	52.9
31-40 tahun	26	25.0
Lebih dari 40 tahun	15	14.4
Total	104	100.0

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.2, menunjukkan bahwa responden pada pedagang retail di Bantul berusia <20 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 7.7%, usia 21-30 tahun sebanyak 55 orang dengan persentase 52.9%, usia 31-40 tahun sebanyak 26 orang dengan persentase 25.0% dan usia lebih dari 40 tahun sebanyak 15 orang dengan persentase 14.4%. dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas berusia produktif.

c. Jabatan Responden

**Tabel 4. 3 Jabatan Responden**

<b>Keterangan</b>	<b><i>Frequency</i></b>	<b><i>Percent</i></b>
Pemilik	9	8.7
Karyawan	95	91.3
Total	104	100.0

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.3, menunjukkan bahwa responden pedagang retail di Bantul dengan pemilik 9 orang dengan persentase 8.7% dan karyawan 95 orang dengan persentase 91.3% dengan jumlah keseluruhan 104. Dengan demikian, hal ini menunjukkan responden pedagang retail di Bantul mayoritas menjabat sebagai karyawan.

#### **4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

Penelitian ini menjelaskan mengenai deskripsi penilaian responden terhadap variable penelitian. Penelitian dalam variable ini dapat diukur dengan skala linkert dengan skor terendah 1 (sangat tidak setuju) dan skor tertinggi 5 (sangat setuju). Sehingga dalam menentukan penilaian responden pedagang retail di Bantul ini dapat dilakukan dengan interval sebagai berikut:

$$\text{Skor persepsi terendah} = 1$$

$$\text{Skor persepsi tertinggi} = 5$$

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

Sehingga diperoleh batas persepsi sebagai berikut:

1.00-1.79 = Sangat tidak setuju

1.80-2.59 = Tidak setuju

2.60-3.39 = Cukup/Netral

3.40-4.19 = Setuju

4.20-5.00 = Sangat setuju

Hasil analisis deskriptif variable penelitian dapat ditunjukkan dalam table dibawah ini:

e. Information Sharing

**Tabel 4. 4 Uji Frekuensi**

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Perusahaan kami membagi informasi kepada karyawan mengenai aspek finansial	4.43	Sangat Setuju
2	Perusahaan kami membagi informasi kepada karyawan mengenai aspek produk	4.11	Setuju
3	Perusahaan kami membagi informasi kepada karyawan mengenai aspek distribusi	4.32	Sangat Setuju

4	Perusahaan kami membagi informasi kepada karyawan mengenai aspek kinerja	3.93	Setuju
5	Perusahaan kami bertukar informasi kepada karyawan gudang secara formal yang berkesinambungan	3.54	Setuju
6	Perusahaan kami bertukar informasi kepada karyawan gudang secara informal yang berkesinambungan	4.05	Setuju
7	Informasi mengenai aspek finansial, produk, distribusi dan kinerja dapat membantu semua pihak	4.35	Sangat Setuju
8	Perusahaan kami senantiasa bekerjasama dengan mitra usaha dalam menginformasikan keadaan atau perubahan yang mungkin akan mempengaruhi bisnis keduanya	3.76	Setuju
9	Pengiriman informasi mengenai permintaan barang dapat dilakukan dengan mudah	4.23	Sangat Setuju
<b>Mean Total</b>		4.08	Setuju

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan analisis data diatas, secara keseluruhan responden menyatakan setuju pada variable *information sharing* dengan rata-rata

sebesar 4.08. Pendapat tertinggi terjadi pada item pertanyaan perusahaan kami membagi informasi kepada karyawan mengenai aspek finansial dengan skor rata-rata 4.43 dalam kategori sangat setuju dan pendapat terendah terjadi pada item pertanyaan perusahaan kami bertukar informasi kepada karyawan gudang secara formal yang berkesinambungan dengan skor rata-rata 3.54 dalam kategori setuju.

f. Longterm Relationship

**Tabel 4. 5 Uji Frekuensi**

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Perusahaan kami menjalin hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok	4.22	Sangat Setuju
2	Hubungan jangka panjang menjadi dasar hubungan aliansi antara perusahaan kami dengan pemasok	3.75	Setuju
3	Kerjasama jangka panjang menjadi dasar hubungan antara perusahaan kami dengan pemasok	3.67	Setuju
4	Perusahaan kami senantiasa mengevaluasi pentingnya hubungan dengan pelanggan	3.73	Setuju
5	Perusahaan kami memiliki program yang secara terus menerus melibatkan pemasok	4.06	Setuju
<b>Mean Total</b>		3.88	Setuju

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan analisis data diatas, secara keseluruhan responden menyatakan setuju pada variable *longterm relationship* dengan rata-rata sebesar 3.88. Pendapat tertinggi terjadi pada item pertanyaan perusahaan kami menjalin hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok dengan skor rata-rata sebesar 4.22 dalam kategori setuju dan pendapat terendah terjadi pada item pertanyaan kerjasama jangka panjang menjadi dasar hubungan antara perusahaan kami dengan pemasok dengan skor rata-rata sebesar 3.67 dalam kategori setuju.

g. Cooperation

**Tabel 4. 6 Uji Frekuensi**

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Perusahaan kami bekerjasama dalam melakukan perencanaan dan peramalan penjualan	3.41	Setuju
2	Kerjasama antara perusahaan kami dan karyawan ditetapkan berdasarkan kondisi yang obyektif	4.09	Setuju
3	Kerjasama antara perusahaan kami dan karyawan dapat meningkatkan hubungan yang berkelanjutan	3.99	Setuju
4	Kerjasama antara perusahaan kami dan karyawan sesuai dengan perencanaan strategis yang telah ditetapkan	4.05	Setuju



<b>Mean Total</b>	3.88	Setuju
-------------------	------	--------

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan analisis data diatas, secara keseluruhan responden menyatakan setuju pada variable *cooperation* dengan rata-rata sebesar 3.88. Pendapat tertinggi terjadi pada item pertanyaan kerjasama antara perusahaan kami dan karyawan ditetapkan berdasarkan kondisi yang obyektif dengan skor rata-rata sebesar 4.09 dalam kategori setuju dan pendapat terendah terjadi pada item pertanyaan perusahaan kami bekerjasama dalam melakukan perencanaan dan peramalan penjualan dengan skor rata-rata sebesar 3.41 dalam kategori setuju.

#### h. Process Integration

**Tabel 4. 7 Uji Frekuensi**

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Aktivitas logistic merupakan aktivitas yang terkoordinasi antara perusahaan kami dengan karyawan	4.17	Setuju
2	Aktivitas logistic perusahaan kami memiliki integrase yang baik dengan karyawan	4.20	Sangat Setuju
3	Proses transportasi distribusi, gudang dan proses transportasi dari perusahaan kami terintergrasi dengan karyawan	3.99	Setuju

4	Perusahaan kami menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan	3.89	Setuju
<b>Mean Total</b>		4.06	Setuju

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan analisis data diatas, secara keseluruhan responden menyatakan setuju pada variable process integration dengan rata-rata sebesar 4.06. Pendapat tertinggi terjadi pada item pertanyaan aktivitas logistic perusahaan kami memiliki integrasi yang baik dengan karyawan dengan skor rata-rata sebesar 4.20 dalam kategori sangat setuju dan pendapat terendah terjadi pada item pertanyaan perusahaan kami menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan skor rata-rata sebesar 3.89 dalam kategori setuju.

i. Kinerja Operasional Perusahaan

**Tabel 4. 8 Uji Frekuensi**

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Tingkat kehabisan stok barang tinggi	3.83	Setuju
2	Permintaan konsumen terhadap barang tinggi	4.03	Setuju
3	Biaya order ke distributor tinggi	3.94	Setuju
4	Kualitas barang dari distributor baik	4.11	Setuju

5	Barang selalu tersedia di distributor	3.92	Setuju
6	Jumlah barang yang cacat rendah	4.12	Setuju
7	Perputaran persediaan tinggi	3.92	Setuju
8	Complain dari konsumen rendah	3.97	Setuju
9	Konsumen puas dengan kinerja operasional perusahaan	3.87	Setuju
10	Konsumen puas dengan produk dari distributor yang dijual di perusahaan kami	3.99	Setuju
<b>Mean Total</b>		3.97	Setuju

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan analisis data diatas, secara keseluruhan responden menyatakan setuju pada variable kinerja operasional perusahaan dengan rata-rata sebesar 3.97. Pendapat tertinggi terjadi pada item pertanyaan jumlah barang yang cacat rendah dengan skor rata-rata 4.12 dalam kategori setuju dan pendapat terendah terjadi pada item pertanyaan tingkat kehabisan stok barang tinggi dengan skor rata-rata sebesar 3.83 dalam kategori setuju.

## 4.2 Analisis Kuantitatif Data

### 4.2.1 Uji Validitas

Metode yang digunakan untuk melakukan uji validitas ini adalah uji kolerasi pearson. Uji validitas dapat ditunjukkan pada table berikut:

**Tabel 4. 9 Uji Validitas**

<b>Pernyataan</b>	<b>Rhitung</b>	<b>Rtabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>IS</b>			
IS1	0.656	0.1927	Valid
IS2	0.669	0.1927	Valid
IS3	0.434	0.1927	Valid
IS4	0.596	0.1927	Valid
IS5	0.519	0.1927	Valid
IS6	0.621	0.1927	Valid
IS7	0.460	0.1927	Valid
IS8	0.645	0.1927	Valid
IS9	0.562	0.1927	Valid

Sumber: Data primer diolah 2019

Seperti yang ditunjukkan oleh table diatas, maka dapat diketahui bahwa variable information sharing dikatakan valid karena Rhitung lebih tinggi daripada Rtabel sebesar 0.1927.

**Tabel 4. 10 Uji Validitas**

<b>Pernyataan</b>	<b>Rhitung</b>	<b>Rtabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>LR</b>			
LR1	0.674	0.1927	Valid
LR2	0.738	0.1927	Valid

LR3	0.792	0.1927	Valid
LR4	0.770	0.1927	Valid
LR5	0.539	0.1927	Valid

Sumber: Data primer diolah 2019

Seperti yang ditunjukkan oleh table diatas, maka dapat diketahui bahwa variable longterm relationship dikatakan valid karena Rhitung lebih tinggi daripada Rtabel sebesar 0.1927.

**Tabel 4. 11 Uji Validitas**

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
<b>C</b>			
C1	0.614	0.1927	Valid
C2	0.706	0.1927	Valid
C3	0.662	0.1927	Valid
C4	0.615	0.1927	Valid

Sumber: Data primer diolah 2019

Seperti yang ditunjukkan oleh table diatas, maka dapat diketahui bahwa variable cooporation dikatakan valid karena Rhitung lebih tinggi daripada Rtabel sebesar 0.1927.

**Tabel 4. 12 Uji Validitas**

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
<b>PI</b>			

PI1	0.740	0.1927	Valid
PI2	0.673	0.1927	Valid
PI3	0.783	0.1927	Valid
PI4	0.760	0.1927	Valid

Sumber: Data primer diolah 2019

Seperti yang ditunjukkan oleh table diatas, maka dapat diketahui bahwa variable process integration dikatakan valid karena Rhitung lebih tinggi daripada Rtabel sebesar 0.1927.

**Tabel 4. 13 Uji Validitas**

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
<b>KO</b>			
KO1	0.680	0.1927	Valid
KO2	0.709	0.1927	Valid
KO3	0.635	0.1927	Valid
KO4	0.607	0.1927	Valid
KO5	0.572	0.1927	Valid
KO6	0.511	0.1927	Valid
KO7	0.666	0.1927	Valid
KO8	0.654	0.1927	Valid
KO9	0.753	0.1927	Valid

KO10	0.679	0.1927	Valid
------	-------	--------	-------

Sumber: Data primer diolah 2019

Seperti yang ditunjukkan oleh table diatas, maka dapat diketahui bahwa variable kinerja operasional perusahaan dikatakan valid karena Rhitung lebih tinggi daripada Rtabel sebesar 0.1927.

#### 4.2.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan alat mengukur kuisioner yang merupakan indikator dari variable yang mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh antara variable bebas dengan variable terikat. Metode uji ini dengan menggunakan Alpha Cronbach, dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien sebesar 0.60 atau lebih.

**Tabel 4. 14 Uji Reabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Koefisien	Keterangan
IS	0.740	0.60	Reliabel
LR	0.748	0.60	Reliabel
C	0.631	0.60	Reliabel
PI	0.722	0.60	Reliabel
KOP	0.843	0.60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2019

Dari uji reabilitas diatas, maka dapat dikatakan reliabel apabila Alpha Cronbach sebesar 0.60. Dimana butir pernyataan yang

berhubungan dengan variable information sharing, longterm relationship, cooperation, process integration dan kinerja operasional perusahaan reliabel karena memiliki nilai  $> 0.60$ , sehingga pernyataan yang terdapat dalam angket kuisioner dapat dinyatakan konsisten atau reliabel dan dapat dilanjutkan ke analisis selanjutnya.

### 4.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.1 Uji Multikoleniaritas

Model regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi korelasi antara variable independen. Kriteria pengujiannya yaitu jika nilai VIF kurang dari 10 dan mulai tolerance lebih dari 0.10, maka dapat dikatakan model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikoleniaritas dapat ditunjukkan pada table dibawah ini:

**Tabel 4. 15 Uji Multikoleniaritas**

Variabel Bebas	VIF	Keterangan
Information Sharing	1.525	Tidak multikoleniaritas
Longterm Relationship	2.084	Tidak multikoleniaritas
Cooperation	1.994	Tidak multikoleniaritas
Process Integration	2.085	Tidak multikoleniaritas

Sumber: Data primer diolah 2019



Berdasarkan data perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variable independent memiliki nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung multikoleniartitas.

#### 4.3.2 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik, yaitu distribusinya mendekati nilai normal dengan tingkat signifikan lebih besar dari 0.05

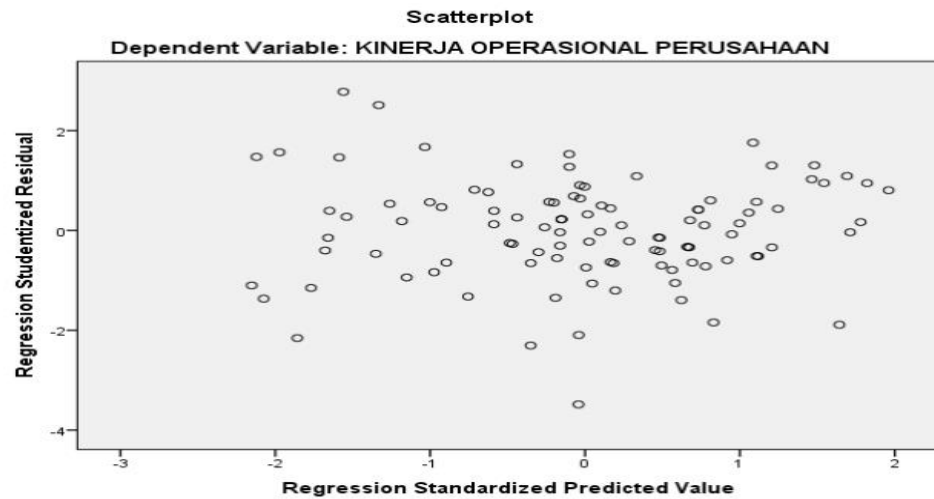
**Tabel 4. 16 Uji Normalitas**

Unstandardized Residual	
N	104
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	
Mean	.0000000
Std. Deviation	3.68313164
Most Extreme Absolute Differences	.057
Positive	.042
Negative	-.057
Test Statistic	.057
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

Berdasarkan table diatas, maka menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) > 0.05, sehingga dapat diasumsikan normal dan memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan plot residual. Hasil dari uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:



**Gambar 2. 2 Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan Gambar terlihat bahwa terdapat titik-titik menyebar secara acak dan tidak menentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian model regresi linier berganda pada pengaruh manajemen rantai pasok terhadap kinerja operasional perusahaan dapat dilihat pada table sebagai berikut:

**Tabel 4. 17 Uji Linear Berganda**

<b>Variabel Independen</b>	<b>Koefisien Regresi</b>	<b>Sig-t (p-value)</b>
Konstanta	12.793	0.000
Information Sharing	-0.073	0.510
Longterm Relationship	0.555	0.002
Cooperation	0.594	0.009
Process Integration	0.591	0.011
F Hitung	25.485	
Sig - F	0.000	
Adjusted R <sup>2</sup>	0.487	

Sumber: Data primer diolah 2019

Penelitian ini menggunakan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Dengan memperhatikan model regresi dan hasil regresi linier berganda diatas, maka didapat persamaan pengaruh manajemen rantai pasok terhadap kinerja operasional perusahaan sebagai berikut:

$$Y = 12.793 + (-0.073X_1) + 0.555X_2 + 0.594X_3 + 0.591X_4$$

Berdasarkan beberapa parameter didalam persamaan regresi diatas, maka dapat diberikan interpretasi sebagai berikut:

i. Konstanta (Koefisien a)

Nilai konstanta sebesar 12.793 menyatakan bahwa apabila seluruh variable independen tidak ada atau sama dengan nol maka nilai kinerja operasional perusahaan sebesar 12.793

ii. Koefisien Information Sharing

Information sharing ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang negative terhadap kinerja operasional perusahaan dengan koefisien sebesar -0.073. Hal ini membuktikan bahwa apabila information sharing meningkat satu-satuan, maka kinerja operasional perusahaan juga akan meningkat sebesar -0.073 dengan asumsi variable independen lain konstan.

iii. Koefisien Longterm Relationship

Longterm relationship ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja operasional perusahaan dengan koefisien sebesar 0.555. Hal ini membuktikan bahwa apabila longterm relationship meningkat satu-satuan, maka kinerja operasional perusahaan juga akan meningkat sebesar 0.555 dengan asumsi semua variable independen lain konstan.

iv. Koefisien Cooperation

Cooperation ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja operasional perusahaan dengan koefisien sebesar 0.594. Hal ini membuktikan bahwa apabila cooperation meningkat satu-satuan, maka kinerja operasional perusahaan juga akan meningkat sebesar 0.594 dengan asumsi semua variable independen lain konstan.

v. Koefisien Process Integration

Process integration ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja operasional perusahaan dengan koefisien sebesar 0.591. Hal ini membuktikan bahwa apabila process integration meningkat satu-satuan, maka kinerja operasional perusahaan juga akan meningkat sebesar 0.591 dengan asumsi semua variable independen lain konstan.

#### 4.5 Uji Hipotesis

##### 4.5.1 Uji T (Signifikansi Pengaruh Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari *information sharing*, *longterm relationship*, *cooperation* dan *process integration* terhadap kinerja operasional perusahaan. Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 5%. Berikut dibawah ini merupakan prosedur dari Uji T:

a. Penentuan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh secara parsial dari variable *information sharing*, *longterm relationship*, *cooperation* dan *process integration* terhadap kinerja operasional perusahaan

$H_a$  : Terdapat pengaruh secara parsial dari variable *information sharing*, *longterm relationship*, *cooperation* dan *process integration* terhadap kinerja operasional perusahaan

b. Penentuan Uji T sebagai uji statistic

c. Tingkat signifikansi 5%

d. Menghitung sig-t dengan menggunakan SPSS

e. Kesimpulan

Ho diterima apabila  $p\text{value (sig F)} > 0.05$

Ho ditolak apabila  $p\text{value (sig F)} \leq 0.05$

1) Pengujian variable Information Sharing ( $X_1$ )

Table 4.18 menunjukkan hasil nilai koefisien regresi sebesar -0.073 dan pvalue sebesar 0.510. Pada tingkat signifikansi 5%, maka hasil tersebut tidak signifikan karena nilai pvalue ( $0.510 > 0.05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa *information sharing* memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan sehingga hipotesis pertama ini tidak didukung.

2) Pengujian variable Longterm Relationship ( $X_2$ )

Table 4.18 menunjukkan hasil nilai koefisien regresi sebesar 0.555 dan pvalue sebesar 0.002. Pada tingkat signifikansi 5%, maka hasil tersebut signifikan karena pvalue ( $0.002 < 0.05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa *longterm relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan sehingga hipotesis kedua ini didukung.

3) Pengujian variable Cooperation ( $X_3$ )

Tabel 4.18 menunjukkan hasil nilai koefisien regresi sebesar 0.594 dan pvalue sebesar 0.009. Pada tingkat signifikansi 5%, maka hasil tersebut signifikan karena pvalue ( $0.009 < 0.05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa *cooperation* berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kinerja operasional perusahaan sehingga hipotesis ketiga ini didukung.

#### 4) Pengujian variable Process Integration ( $X_4$ )

Tabel 4.18 menunjukkan hasil nilai koefisien regresi sebesar 0.591 dan pvalue sebesar 0.011. Pada tingkat signifikansi 5%, maka hasil tersebut signifikan karena pvalue ( $0.011 < 0.05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa process integration berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan sehingga hipotesis keempat ini didukung.

#### 4.5.2 Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan analisis regresi linear berganda yang telah disebutkan, besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0.487. Hal tersebut berarti menunjukkan bahwa variable bebas secara bersama-sama mempengaruhi variable terikat sebesar 48.7% sisanya sebesar 51.3% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

### 4.6 Pembahasan

#### 4.6.1 Pengaruh Information Sharing terhadap Kinerja Operasional Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variable *information sharing* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.18 di mana menunjukkan hasil dari pvalue sebesar 0.510 yang artinya  $0.510 > 0.05$ . Hasil penelitian ini berbanding terbalik dari penelitian sebelumnya yang

dilakukan oleh Ariani dan Dwiyanto (2013) dimana *information sharing* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ariani dan Dwiyanto (2013) ini menunjukkan bahwa *information sharing* secara signifikan mempengaruhi kinerja operasional perusahaan karena *information sharing* merupakan intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya kepada supplier maupun karyawan untuk berbagi informasi yang berkaitan dengan strategi-strategi bisnis bersama. *Information sharing* ini juga dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki efisiensi dan efektivitas supply chain dan merupakan factor yang sangat penting dalam mencapai koordinasi yang efektif dalam supply chain. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan di pedagang retail di daerah Bantul menunjukkan bahwa *information sharing* memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan dikarenakan masih memiliki penilaian yang rendah oleh karyawan atau pemilik toko. Beberapa penilaian yang dianggap rendah oleh karyawan atau pemilik toko diantaranya penilaian terhadap bertukar informasi kepada karyawan gudang secara formal yang berkesinambungan dengan rata-rata penilaian 3.54. Selain itu, penilaian terhadap perusahaan senantiasa bekerjasama dengan mitra usaha dalam menginformasikan keadaan atau perubahan yang mungkin akan mempengaruhi bisnis keduanya memiliki rata-rata penilaian sebesar 3.76. Terakhir, penilaian terhadap pembagian informasi kepada karyawan mengenai aspek kinerja memiliki rata-rata penilaian sebesar 3.93. Kesimpulan yang dapat diambil



dari penelitian ini yaitu masih minimnya kejelasan informasi dalam information sharing antara supplier maupun karyawan perusahaan mengenai ketersediaan barang yang ada. Kualitas dari information sharing juga sangat diperlukan dalam menentukan strategi disepanjang supply chain.

#### **4.6.2 Pengaruh Longterm Relationship terhadap Kinerja Operasional Perusahaan**

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variable *longterm relationship* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.18 di mana menunjukkan hasil dari pvalue sebesar 0.002 yang artinya  $0.002 < 0.05$ . Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fitrianto dan Sudaryanto (2016) dimana *longterm relationship* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Pada dasarnya, hubungan yang terjalin antara supplier, customer maupun perusahaan harus dikelola dengan baik dan senantiasa ditingkatkan agar hubungan itu dapat terjalin secara berkelanjutan sehingga mampu menghasilkan kualitas produk yang baik.

Triastity R dalam Rachbini (2016) memiliki prinsip dari pengelolaan *longterm relationship* dengan tujuan akhir yang akan dicapai yaitu memperoleh probabilitas perusahaan secara terus menerus melalui longterm relationship yang menguntungkan kedua belah pihak sehingga mampu terciptanya longterm relationship yang konsisten dan berkesinambungan.

Unsur *trust* juga menjadi salah satu factor yang sangat penting demi keberhasilan dalam menjalin *longterm relationship* yang baik. Hubungan yang baik ini akan tercipta apabila adanya rasa percaya antara masing-masing pihak yang terlibat. Selanjutnya terdapat unsur lain dalam mencapai keberhasilan dari *longterm relationship* yaitu sebuah komitmen. Komitmen adalah keyakinan dari salah satu pihak bahwa membina hubungan yang baik dengan pemasok maupun pelanggan merupakan sesuatu yang sangat penting dan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup perusahaan (Morgan dan Hunt dalam Bernard, 2011)

#### **4.6.3 Pengaruh Cooperation terhadap Kinerja Operasional Perusahaan**

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variable *cooperation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.18 di mana menunjukkan hasil dari pvalue sebesar 0.009 yang artinya  $0.009 < 0.05$ . Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitrianto (2016) dan Ariani (2013) dimana *cooperation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

Cempakasari dan Yoestrini dalam Fitrianto (2016) menyatakan bahwa dengan adanya kerjasama yang baik dengan *supplier* maupun karyawan maka diharapkan mampu menghasilkan pemahaman dan pengertian yang baik pula akan keperluan dari masing-masing pihak yang terlibat sehingga dapat meningkatkan profitabilitas dari perusahaan itu sendiri. Ketika suatu perusahaan itu memiliki rasa percaya terhadap mitra

bisnisnya, maka perusahaan tersebut akan memandang bahwa hubungan *cooperation* ini sebagai asset, strategi dan alat perusahaan dalam memperkuat kemampuan bersaingnya. Kerjasama tidak akan berjalan dengan baik apabila tidak ada trust dan komitmen. Para pemasok perlu mengetahui bagaimana kerjasama itu dikembangkan sehingga terjalinnya hubungan kolaboratif jangka panjang yang mampu memuaskan masing-masing pihak.

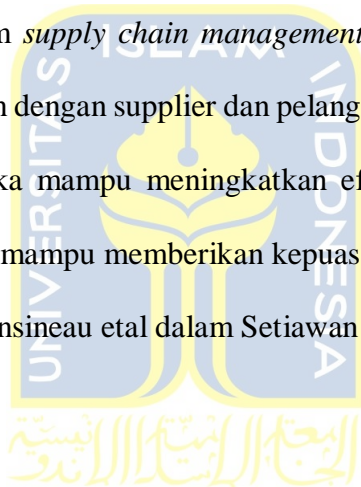
Saat ini, perusahaan semakin menyadari pentingnya kerjasama dengan supplier maupun karyawan perusahaan. Kerjasama ini tidak hanya untuk kepentingan jangka pendek, tetapi juga untuk kepentingan jangka panjang. Dengan adanya kerjasama yang baik antara perusahaan dengan supplier maupun karyawan maka mampu memperoleh banyak keuntungan dari kerjasama jangka panjang maupun jangka pendek. Dalam hubungan dengan supplier, apabila terciptanya hubungan yang baik maka supplier juga akan memberikan keuntungan pada ongkos pengiriman yang selalu stabil sehingga hal ini mampu mengurangi dan menekan biaya agar lebih efisien (Rahardian, 2011).

#### **4.6.4 Pengaruh Process Integration terhadap Kinerja Operasional Perusahaan**

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variable *process integration* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.18 di mana menunjukkan hasil dari pvalue sebesar 0.011 yang artinya  $0.011 <$

0.05. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2013) dan Fitrianto (2016) yang membuktikan bahwa *process integration* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

Integrasi pada dasarnya dapat meningkatkan hubungan di seluruh rantai nilai, memfasilitasi dalam setiap pengambilan keputusan, menciptakan nilai dan proses pengiriman barang dari supplier sampai ke pengguna akhir yang sangat berguna dalam system operasional aliran informasi, pengetahuan, peralatan dan asset fisik (Hamidin dan Surendo, 2010). *Process integration* dalam *supply chain management* merupakan proses kerjasama antara perusahaan dengan supplier dan pelanggan yang mana apabila dikeola dengan baik maka mampu meningkatkan efisiensi dalam hal operasional perusahaan serta mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi semua pihak yang terlibat (Consineau etal dalam Setiawan dan Rahardian, 2005).



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

- a. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa *information sharing* memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil analisis data memperoleh nilai koefisien regresi sebesar - 0.073 dan pvalue sebesar 0.510 yang artinya hasil tersebut tidak signifikan karena nilai pvalue  $(0.510) > 0.05$ .
- b. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa *longterm relationship* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil analisis data memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0.555 dan pvalue sebesar 0.002 yang artinya hasil tersebut signifikan karena pvalue  $(0.002) < 0.05$ .
- c. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa *cooperation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil analisis data memperoleh koefisien regresi sebesar 0.594 dan pvalue sebesar 0.009 yang artinya hasil tersebut signifikan karena pvalue  $(0.009) < 0.05$ .
- d. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa *process integration* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil analisis data memperoleh koefisien regresi sebesar 0.591 dan pvalue sebesar 0.011 yang artinya hasil tersebut signifikan karena pvalue  $(0.011) < 0.05$ .

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat kendala saat melakukan pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu beberapa pedagang retail tidak bersedia untuk dijadikan sebagai sampel penelitian
2. Mayoritas karyawan yang mengisi kuisioner pada penelitian ini tidak dibaca dan hanya asal-asalan ketika mengisinya

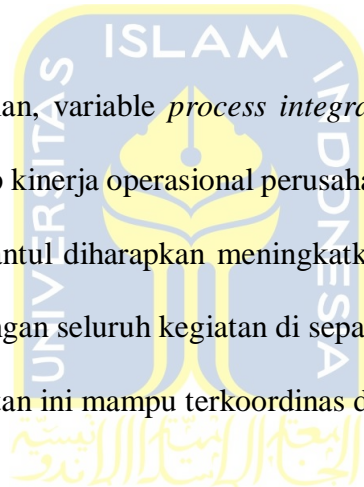
## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Pada hasil penelitian, variable *information sharing* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Oleh karena itu, toko-toko retail di daerah Bantul perlu meningkatkan *information sharing* baik itu dengan karyawan maupun supplier toko karena pada dasarnya *information sharing* ini sangat penting untuk setiap perusahaan dan sebagai dasar dalam pelaksanaan *supply chain management*. Caranya dengan diperbaikinya proses pengiriman informasi mengenai permintaan barang-barang dan menjaga hubungan yang baik dengan para supplier toko sehingga perusahaan dapat mengetahui apakah ada perubahan yang akan mempengaruhi bisnis mereka dan tentunya ini sama akan menguntungkan kedua belah pihak.
- b. Pada hasil penelitian, variable *longterm relationship* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Oleh karena itu, toko-toko retail di daerah Bantul diharapkan terus meningkatkan *longterm relationship*

yang berkesinambungan baik itu dengan supplier maupun karyawan toko dengan cara meningkatkan hubungan timbal balik jangka panjang, bekerjasama yang saling menguntungkan, senantiasa melakukan evaluasi dan memiliki program yang secara terus menerus mampu meningkatkan dan menguntungkan pihak-pihak yang terlibat.

- c. Pada hasil penelitian, variable *cooperation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Oleh karena itu, toko-toko retail di daerah Bantul diharapkan terus meningkatkan *cooperation* karena sebagai alternative yang terbaik dalam melaksanakan manajemen rantai pasok yang optimal.
- d. Pada hasil penelitian, variable *process integration* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Oleh karena itu, toko-toko retail di daerah Bantul diharapkan meningkatkan *process integration* karena sebagai penggabungan seluruh kegiatan di sepanjang manajemen rantai pasok agar seluruh kegiatan ini mampu terkoordinasi dengan baik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, Lina. (2010). "Pengaruh Implementasi Praktik-praktik Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja Rantai Pasok dan Keunggulan Kompetitif". Universitas Kristen Maranata Bandung. Karisma Vol. 4(2): 106-117.
- Ariani, desi., B.M 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. Vol 2 (3). Hal; 1
- Cooper, Donald R., dan Pamela S. Schindler. 2014. Business Research Method. Twelfth Edition. New York: Mc Graw Hill International Edition
- Eko, Indrajit Richardus dan Richardus Djokopranoto. (2002). Konsep Manajemen Supply Chain cara baru memandang mata rantai penyediaan barang. Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2002.
- Fitrianto, Ahmad Yudha, Budi Sudaryanto (2016). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Operasional Outlet (Studi Pada Counter Handphone yang terdaftar di PT. Multikom Indonesia Cabang Semarang). Diponegoro Journal of Management. Vol 5 (2). Hal; 1-11
- Ghozali, Imam (2005). Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2010. Manajemen Operasi. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat
- Heizer, Jay dan Barry Render, 2015, Manajemen Operasi. Edisi 11. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philips dan Gary Armstrong. (2003). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi ke-9. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2006). Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta



- Levi, David Simchi. (2003). *Designing and Managing the Supply Chain*.
- Maddepunggeng, Andi (2017). Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan (MRP) pada Daya Saing dan Kinerja Perusahaan Jasa Konstruksi di DKI Jakarta. *Journal Kontruksi*. Vol 8 (2). Hal; 23-26
- Nurdianti, Ratih (2017). Analisa Pengaruh Praktek Manajemen Rantai Pasok Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Organisasi Pada UMKM Handycraft dan Tas di Semarang. *Industrial Engineering Online Journal* Vol.6, No.2. Teknik Industri Universitas Diponegoro.
- Pramana, Yongki Kristianto. (2015). "Analisa Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Jawa Timur. Manajemen/Fakultas Bisnis dan Ekonomika. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Univesitas Surabaya* Vol. 4 No.2.
- Rahmasari, Lisda (2011). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Industri Kreatif Provinsi Jawa Tengah). *Majalah Ilmiah Informatika* (2013). Hal; 89-1-103
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi keempat-Jakarta: Salemba empat.
- Sekaran, Uma. 2011. *Metode Penelitian untuk Binsis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono (2007). *Statistika untuk Penelitian*, Bandung; CV Alfabeta
- Suharto Regina, Devie (2013). Analisa Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*. Vol 1(2).
- Sekaran, Uma. 2011. *Metode Penelitian untuk Binsis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Widyarto, Agus (2012). Peran Supply Chain Management Dalam Sistem Produksi dan Operasi Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 16(2), hal 91-98.
- Yamit, Zulian. 2011. *Manajemen Produksi & Operasi* (Edisi Pertama). Yogyakarta: Ekonisia

# LAMPIRAN



## Lampiran 1

### Kuisisioner Penelitian

#### A. Identitas Responden

Saya mohon kepada bapak/ibu untuk mengisi data yang telah disediakan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki  
☐ Perempuan
2. Usia : ☐ < 20 tahun  
☐ 21 - 30 tahun  
☐ 31 - 40 tahun  
☐ Lebih dari 40 tahun
3. Jabatan : ☐ Pemilik  
☐ Karyawan



#### B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda ( ☐ ) pada jawaban yang menurut bapak/ibu sesuai dengan perusahaan:

- SS = Sangat setuju  
S = Setuju  
N = Netral  
TS = Tidak setuju  
STS = Sangat tidak setuju

INFORMATION SHARING						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Perusahaan kami membagi informasi kepada karyawan mengenai aspek finansial					
2	Perusahaan kami membagi informasi kepada karyawan mengenai aspek produk					
3	Perusahaan kami membagi informasi kepada karyawan mengenai aspek distribusi					
4	Perusahaan kami membagi informasi kepada karyawan mengenai aspek kinerja					
5	Perusahaan kami bertukar informasi kepada karyawan gudang secara formal yang berkesinambungan					
6	Perusahaan kami bertukar informasi kepada karyawan gudang secara informal yang berkesinambungan					
7	Informasi mengenai aspek finansial, produk, distribusi dan kinerja dapat membantu semua pihak					
8	Perusahaan kami senantiasa bekerjasama dengan mitra usaha dalam menginformasi keadaan/perubahan yang mungkin akan mempengaruhi bisnis keduanya					
9	Pengiriman informasi mengenai permintaan barang dapat dilakukan dengan mudah					

--	--	--	--	--	--	--

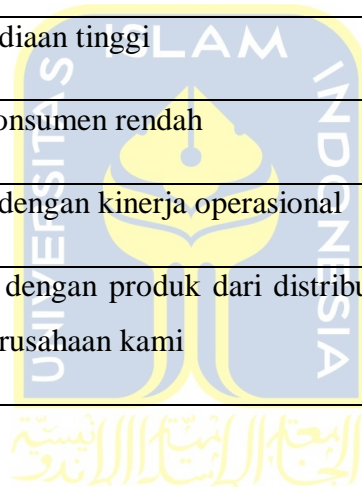
LONGTERM RELATIONSHIP						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Perusahaan kami menjalin hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok					
2	Hubungan proyek jangka panjang menjadi dasar hubungan aliansi antara perusahaan kami dengan pemasok					
3	Kerjasama jangka panjang menjadi dasar hubungan antara perusahaan kami dengan pemasok					
4	Perusahaan kami senantiasa mengevaluasi pentingnya hubungan dengan pelanggan					
5	Perusahaan kami memiliki program yang secara terus menerus melibatkan pemasok					

COOPERATION						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Perusahaan kami bekerjasama dalam melakukan perencanaan dan peramalan penjualan					

2	Kerjasama antara perusahaan kami dan karyawan ditetapkan berdasarkan kondisi yang objektif					
3	Kerjasama antara perusahaan kami dan karyawan dapat meningkatkan hubungan yang berkelanjutan					
4	Kerjasama antara perusahaan kami dan karyawan sesuai dengan perencanaan strategis yang telah ditetapkan					

PROCESS INTEGRATION						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Aktivitas logistic merupakan aktifitas yang terkoordinasi antara perusahaan kami dengan karyawan					
2	Aktivitas logistic perusahaan kami memiliki integrasi yang baik dengan karyawan					
3	Proses transportasi distribusi, gudang dan proses transportasi dari perusahaan kami terintegrasi dengan karyawan					
4	Perusahaan kami menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan					

KINERJA OPERASIONAL PERUSAHAAN						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Tingkat kehabisan stok barang tinggi					
2	Permintaan konsumen terhadap barang tinggi					
3	Jumlah barang yang cacat rendah					
4	Kualitas barang dari distributor baik					
5	Barang selalu tersedia di distributor					
6	Biaya order ke distributor tinggi					
7	Perputaran persediaan tinggi					
8	Complain dari konsumen rendah					
9	Konsumen puas dengan kinerja operasional					
10	Konsumen puas dengan produk dari distributor yang dijual di perusahaan kami					



**Lampiran 2**  
**Analisis Deskriptif**  
**JENIS KELAMIN**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	55	52.9	52.9	52.9
perempuan	49	47.1	47.1	100.0
Total	104	100.0	100.0	

**USIA**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <20	8	7.7	7.7	7.7
21-30	55	52.9	52.9	60.6
31-40	26	25.0	25.0	85.6
>40	15	14.4	14.4	100.0
Total	104	100.0	100.0	

**JABATAN**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PEMILIK	9	8.7	8.7	8.7
KARYAWAN	95	91.3	91.3	100.0
Total	104	100.0	100.0	



### Lampiran 3

#### Hasil Uji Frekuensi Variabel Pertanyaan

##### Statistics

		IS1	IS2	IS3	IS4	IS5	IS6	IS7
N	Valid	104	104	104	104	104	104	104
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	4.4327	4.1154	4.3269	3.9327	3.5481	4.0577	4.3558

##### Statistics

		LR1	LR2	LR3	LR4	LR5
N	Valid	104	104	104	104	104
	Missing	0	0	0	0	0
	Mean	4.2212	3.7596	3.6731	3.7308	4.0673



##### Statistics

		C1	C2	C3	C4
N	Valid	104	104	104	104
	Missing	0	0	0	0
	Mean	3.4135	4.0962	3.9904	4.0577

### Statistics

		P1	P2	P3	P4
N	Valid	104	104	104	104
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.1731	4.2019	3.9904	3.8942

### Statistics

		KOP1	KOP2	KOP3	KOP4	KOP5	KOP6	KOP7
N	Valid	104	104	104	104	104	104	104
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.8365	4.0385	3.9423	4.1154	3.9231	4.1250	3.9231

### Statistics

		KOP8	KOP9	KOP10
N	Valid	104	104	104
	Missing	0	0	0
Mean		3.9712	3.8750	3.9904

**Lampiran 4**  
**Hasil Uji Validitas**

**CORRELATIONS**

/VARIABLES=IS1 IS2 IS3 IS4 IS5 IS6 IS7 IS8 IS9 ISTOTAL

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

**Correlations**

		IS1	IS2	IS3	IS4	IS5	IS6
IS1	Pearson Correlation	1	.500 <sup>*</sup>	.207 <sup>*</sup>	.156	.040	.571 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)		.000	.035	.113	.690	.000
	N	104	104	104	104	104	104
IS2	Pearson Correlation	.500 <sup>*</sup>	1	.209 <sup>*</sup>	.272 <sup>*</sup>	.196 <sup>*</sup>	.441 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000		.033	.005	.047	.000
	N	104	104	104	104	104	104
IS3	Pearson Correlation	.207 <sup>*</sup>	.209 <sup>*</sup>	1	.204 <sup>*</sup>	.188	.098
	Sig. (2-tailed)	.035	.033		.038	.057	.321
	N	104	104	104	104	104	104
IS4	Pearson Correlation	.156	.272 <sup>*</sup>	.204 <sup>*</sup>	1	.351 <sup>*</sup>	.198 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	.113	.005	.038		.000	.044

	N	104	104	104	104	104	104
IS5	Pearson Correlation	.040	.196*	.188	.351*	1	.020
	Sig. (2-tailed)	.690	.047	.057	.000		.843
	N	104	104	104	104	104	104
IS6	Pearson Correlation	.571*	.441*	.098	.198*	.020	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.321	.044	.843	
	N	104	104	104	104	104	104
IS7	Pearson Correlation	.462*	.279*	.111	.152	-.191	.463*
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.260	.124	.052	.000
	N	104	104	104	104	104	104
IS8	Pearson Correlation	.209*	.378*	.220*	.345*	.550*	.217*
	Sig. (2-tailed)	.033	.000	.025	.000	.000	.027
	N	104	104	104	104	104	104
IS9	Pearson Correlation	.391*	.295*	.186	.280*	.202*	.302*
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.059	.004	.040	.002
	N	104	104	104	104	104	104
ISTO TAL	Pearson Correlation	.656*	.669*	.434*	.596*	.519*	.621*

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	104	104	104	104	104	104

### Correlations

		IS7	IS8	IS9	ISTOTAL
IS1	Pearson Correlation	.462**	.209*	.391**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.033	.000	.000
	N	104	104	104	104
IS2	Pearson Correlation	.279**	.378**	.295**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.002	.000
	N	104	104	104	104
IS3	Pearson Correlation	.111	.220*	.186	.434**
	Sig. (2-tailed)	.260	.025	.059	.000
	N	104	104	104	104
IS4	Pearson Correlation	.152	.345**	.280**	.596**
	Sig. (2-tailed)	.124	.000	.004	.000
	N	104	104	104	104
IS5	Pearson Correlation	-.191	.550**	.202*	.519**
	Sig. (2-tailed)	.052	.000	.040	.000
	N	104	104	104	104
IS6	Pearson Correlation	.463**	.217*	.302**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000	.027	.002	.000
	N	104	104	104	104
IS7	Pearson Correlation	1	.157	.170	.460**

	Sig. (2-tailed)		.112	.085	.000
	N	104	104	104	104
IS8	Pearson Correlation	.157	1	.111	.645**
	Sig. (2-tailed)	.112		.264	.000
	N	104	104	104	104
IS9	Pearson Correlation	.170	.111	1	.562**
	Sig. (2-tailed)	.085	.264		.000
	N	104	104	104	104
ISTOTAL	Pearson Correlation	.460**	.645**	.562**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104

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

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### CORRELATIONS

/VARIABLES=LR1 LR2 LR3 LR4 LR5 LRTOTAL

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

#### Correlations

		LR1	LR2	LR3	LR4	LR5	LRTOTAL
LR1	Pearson Correlation	1	.409**	.427**	.363**	.249*	.674**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.011	.000

	N	104	104	104	104	104	104
LR2	Pearson Correlation	.409**	1	.462**	.454**	.215*	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.028	.000
	N	104	104	104	104	104	104
LR3	Pearson Correlation	.427**	.462**	1	.587**	.244*	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.013	.000
	N	104	104	104	104	104	104
LR4	Pearson Correlation	.363**	.454**	.587**	1	.276**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.005	.000
	N	104	104	104	104	104	104
LR5	Pearson Correlation	.249*	.215*	.244*	.276**	1	.539**
	Sig. (2-tailed)	.011	.028	.013	.005		.000
	N	104	104	104	104	104	104
LRTOTAL	Pearson Correlation	.674**	.738**	.792**	.770**	.539**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104	104

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## CORRELATIONS

/VARIABLES=C1 C2 C3 C4 CTOTAL

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

		Correlations				
		C1	C2	C3	C4	CTOTAL
C1	Pearson Correlation	1	.166	.155	.119	.614**
	Sig. (2-tailed)		.092	.116	.228	.000
	N	104	104	104	104	104
C2	Pearson Correlation	.166	1	.378**	.334**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.092		.000	.001	.000
	N	104	104	104	104	104
C3	Pearson Correlation	.155	.378**	1	.239*	.662**
	Sig. (2-tailed)	.116	.000		.014	.000
	N	104	104	104	104	104
C4	Pearson Correlation	.119	.334**	.239*	1	.615**
	Sig. (2-tailed)	.228	.001	.014		.000
	N	104	104	104	104	104
CTOTAL	Pearson Correlation	.614**	.706**	.662**	.615**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104

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

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## CORRELATIONS

/VARIABLES=PI1 PI2 PI3 PI4 PITOTAL

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.



### Correlations

		PI1	PI2	PI3	PI4	PITOTAL
PI1	Pearson Correlation	1	.360**	.433**	.391**	.740**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104
PI2	Pearson Correlation	.360**	1	.416**	.293**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.000
	N	104	104	104	104	104
PI3	Pearson Correlation	.433**	.416**	1	.488**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	104	104	104	104	104
PI4	Pearson Correlation	.391**	.293**	.488**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000		.000
	N	104	104	104	104	104
PITOTAL	Pearson Correlation	.740**	.673**	.783**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104

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

### CORRELATIONS

/VARIABLES=KOP1 KOP2 KOP3 KOP4 KOP5 KOP6 KOP7 KOP8 KOP9

KOP10 KOPTOTAL

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

### Correlations

	KOP 1	KOP 2	KOP 3	KOP 4	KOP 5	KOP 6
KOP1 Pearson Correlation	1	.435 <sup>*</sup>	.480 <sup>*</sup>	.513 <sup>*</sup>	.324 <sup>*</sup>	.230 <sup>*</sup>
Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.001	.019
N	104	104	104	104	104	104
KOP2 Pearson Correlation	.435 <sup>*</sup>	1	.400 <sup>*</sup>	.330 <sup>*</sup>	.331 <sup>*</sup>	.302 <sup>*</sup>
Sig. (2- tailed)	.000		.000	.001	.001	.002
N	104	104	104	104	104	104
KOP3 Pearson Correlation	.480 <sup>*</sup>	.400 <sup>*</sup>	1	.425 <sup>*</sup>	.289 <sup>*</sup>	.274 <sup>*</sup>
Sig. (2- tailed)	.000	.000		.000	.003	.005
N	104	104	104	104	104	104
KOP4 Pearson Correlation	.513 <sup>*</sup>	.330 <sup>*</sup>	.425 <sup>*</sup>	1	.383 <sup>*</sup>	.202 <sup>*</sup>
Sig. (2- tailed)	.000	.001	.000		.000	.039
N	104	104	104	104	104	104

KOP5	Pearson Correlation	.324 <sup>*</sup>	.331 <sup>*</sup>	.289 <sup>*</sup>	.383 <sup>*</sup>	1	.326 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.003	.000		.001
	N	104	104	104	104	104	104
KOP6	Pearson Correlation	.230 <sup>*</sup>	.302 <sup>*</sup>	.274 <sup>*</sup>	.202 <sup>*</sup>	.326 <sup>*</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.019	.002	.005	.039	.001	
	N	104	104	104	104	104	104
KOP7	Pearson Correlation	.265 <sup>*</sup>	.447 <sup>*</sup>	.236 <sup>*</sup>	.163	.329 <sup>*</sup>	.287 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.016	.098	.001	.003
	N	104	104	104	104	104	104
KOP8	Pearson Correlation	.331 <sup>*</sup>	.457 <sup>*</sup>	.344 <sup>*</sup>	.174	.220 <sup>*</sup>	.160
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.077	.025	.104
	N	104	104	104	104	104	104
KOP9	Pearson Correlation	.440 <sup>*</sup>	.474 <sup>*</sup>	.429 <sup>*</sup>	.401 <sup>*</sup>	.177	.240 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.072	.014
	N	104	104	104	104	104	104
KOP10	Pearson Correlation	.466 <sup>*</sup>	.431 <sup>*</sup>	.249 <sup>*</sup>	.417 <sup>*</sup>	.236 <sup>*</sup>	.272 <sup>*</sup>

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.011	.000	.016	.005
N	104	104	104	104	104	104
KOPT Pearson OTAL Correlation	.680 <sup>*</sup>	.709 <sup>*</sup>	.635 <sup>*</sup>	.607 <sup>*</sup>	.572 <sup>*</sup>	.511 <sup>*</sup>
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	104	104	104	104	104	104

### Correlations

		KOP7	KOP8	KOP9	KOP10	KOPTOTAL
KOP1	Pearson Correlation	.265 <sup>**</sup>	.331 <sup>**</sup>	.440 <sup>**</sup>	.466 <sup>**</sup>	.680 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.007	.001	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104
KOP2	Pearson Correlation	.447 <sup>**</sup>	.457 <sup>**</sup>	.474 <sup>**</sup>	.431 <sup>**</sup>	.709 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104
KOP3	Pearson Correlation	.236 <sup>*</sup>	.344 <sup>**</sup>	.429 <sup>**</sup>	.249 <sup>*</sup>	.635 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.000	.011	.000
	N	104	104	104	104	104
KOP4	Pearson Correlation	.163	.174	.401 <sup>**</sup>	.417 <sup>**</sup>	.607 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.098	.077	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104
KOP5	Pearson Correlation	.329 <sup>**</sup>	.220 <sup>*</sup>	.177	.236 <sup>*</sup>	.572 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.001	.025	.072	.016	.000

	N	104	104	104	104	104
KOP6	Pearson Correlation	.287**	.160	.240*	.272**	.511**
	Sig. (2-tailed)	.003	.104	.014	.005	.000
	N	104	104	104	104	104
KOP7	Pearson Correlation	1	.568**	.558**	.364**	.666**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104
KOP8	Pearson Correlation	.568**	1	.528**	.391**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104
KOP9	Pearson Correlation	.558**	.528**	1	.630**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	104	104	104	104	104
KOP10	Pearson Correlation	.364**	.391**	.630**	1	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	104	104	104	104	104
KOPTOTAL	Pearson Correlation	.666**	.654**	.753**	.679**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Lampiran 5**  
**Hasil Uji Reabilitas**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	9

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	5

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	4

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.722	4

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	10



**Lampiran 6**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		104
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.68313164
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.042
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

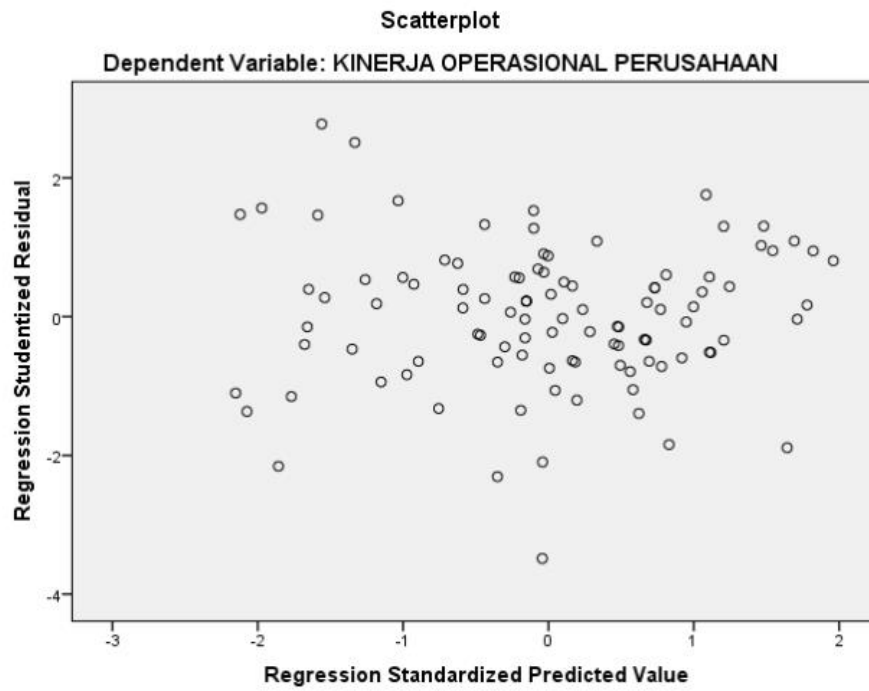
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## Lampiran 7

### Hasil Uji Heteroskedastisitas





**Lampiran 8**  
**Hasil Uji Multikoleniaritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	INFORMATION SHARING	.656	1.525
	LONGTERM RELATIONSHIP	.480	2.084
	COOPERATION	.501	1.994
	PROCESS INTEGRATION	.480	2.085

**Coefficient Correlations<sup>a</sup>**

Model			PROCESS INTEGRA TION	INFORMA TION SHARING	COOPERA TION
1	Correlatio ns	PROCESS INTEGRATION	1.000	-.170	-.295
		INFORMATION SHARING	-.170	1.000	-.256
		COOPERATION	-.295	-.256	1.000
		LONGTERM RELATIONSHIP	-.408	-.156	-.304
	Covarianc es	PROCESS INTEGRATION	.052	-.004	-.015
		INFORMATION SHARING	-.004	.012	-.006

COOPERATION	-.015	-.006	.050
LONGTERM RELATIONSHIP	-.016	-.003	-.012

**Coefficient Correlations<sup>a</sup>**

Model			LONGTERM RELATIONSHIP
1	Correlations	PROCESS INTEGRATION	-.408
		INFORMATION SHARING	-.156
		COOPERATION	-.304
		LONGTERM RELATIONSHIP	1.000
	Covariances	PROCESS INTEGRATION	-.016
		INFORMATION SHARING	-.003
		COOPERATION	-.012
		LONGTERM RELATIONSHIP	.030



## Lampiran 9

### Uji Hipotesis

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 <sup>a</sup>	.507	.487	3.75680

a. Predictors: (Constant), PTOTAL, ISTOTAL, CTOTAL, LRTOTAL

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1438.748	4	359.687	25.485	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1397.242	99	14.114		
	Total	2835.990	103			

a. Dependent Variable: KOPTOTAL

b. Predictors: (Constant), PTOTAL, ISTOTAL, CTOTAL, LRTOTAL



#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.793	3.516		3.638	.000
	ISTOTAL	-.073	.111	-.058	-.661	.510
	LRTOTAL	.555	.173	.327	3.207	.002
	CTOTAL	.594	.224	.264	2.649	.009
	PTOTAL	.591	.228	.265	2.599	.011

a. Dependent Variable: KOPTOTAL

**Lampiran 10**  
**Rekapitulasi Kuisisioner**

**1. Information Sharing**

No	IS1	IS2	IS3	IS4	IS5	IS6	IS7	IS8	IS9
1	5	5	5	5	4	5	5	5	5
2	5	5	4	5	5	4	5	4	4
3	5	4	4	4	4	5	5	4	5
4	5	4	5	3	3	5	5	3	5
5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
6	5	5	4	4	3	4	4	4	4
7	4	5	4	4	4	5	5	4	3
8	5	5	3	4	3	5	5	3	5
9	4	5	4	5	5	4	5	4	4
10	4	4	4	2	2	4	4	2	2
11	5	5	4	4	4	4	5	4	5
12	5	4	4	2	2	4	5	3	4
13	5	4	5	4	5	5	4	4	4
14	5	4	4	4	3	5	5	4	5
15	5	5	3	4	4	5	5	5	4
16	4	4	5	3	4	4	4	4	4
17	4	4	5	3	3	3	4	3	5
18	4	4	5	3	4	3	4	3	4
19	5	4	5	4	3	4	5	4	4
20	5	4	5	3	2	2	5	4	4
21	4	4	5	5	4	5	5	4	5
22	4	4	4	3	3	4	4	4	3
23	4	4	4	3	3	4	4	4	4
24	5	5	5	3	3	5	5	3	5
25	5	4	5	4	4	4	5	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	4
27	5	5	5	5	5	5	2	4	5
28	5	5	5	5	1	5	5	1	5
29	5	4	4	4	2	5	5	4	4
30	3	3	4	3	3	4	4	3	3
31	5	5	4	4	3	4	4	3	4
32	5	4	4	4	3	4	5	4	4

33	4	4	4	2	2	3	4	2	4
34	5	4	5	4	4	4	5	4	4
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	4	5	5	3	4	5	4	5
37	3	3	3	4	4	3	4	4	3
38	5	4	5	3	5	3	4	4	5
39	4	3	4	4	5	4	3	4	5
40	5	5	4	3	5	4	3	5	5
41	5	5	4	5	5	5	4	4	5
42	5	4	3	2	3	5	4	4	4
43	5	4	4	4	1	5	5	3	5
44	5	5	5	5	2	5	5	5	3
45	5	5	4	3	2	4	5	4	4
46	4	4	4	4	5	5	5	3	4
47	4	4	4	3	3	5	5	4	4
48	5	4	5	4	5	5	5	5	5
49	4	3	4	3	4	4	4	3	3
50	4	4	3	5	4	3	4	5	5
51	5	4	5	4	3	4	5	4	3
52	3	4	4	4	3	3	4	4	3
53	3	3	4	3	3	3	4	3	3
54	1	3	4	5	2	2	4	2	4
55	5	5	5	4	4	5	5	5	5
56	5	5	4	3	3	4	5	3	5
57	5	4	4	4	2	4	4	2	4
58	5	4	5	5	3	5	5	4	5
59	5	4	5	5	3	5	5	4	5
60	5	4	4	4	3	4	4	4	5
61	5	5	5	5	3	5	5	3	5
62	3	3	4	3	2	4	4	4	4
63	4	4	4	3	3	4	5	4	5
64	5	4	4	4	3	3	4	3	4
65	4	4	3	4	3	4	4	3	4
66	5	3	4	4	4	3	4	3	4
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	4	5	5	5	5	4	4	5
69	5	4	4	4	5	4	5	5	5
70	5	5	5	5	5	4	5	5	5
71	5	5	5	5	4	4	4	4	5

72	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	5	4	4	5	4	4	4	4	4
74	5	4	5	4	4	4	5	4	3
75	5	5	5	5	5	5	4	5	5
76	5	5	5	5	5	4	5	5	4
77	5	4	4	3	2	4	5	3	4
78	5	4	4	3	3	3	4	3	4
79	4	4	4	3	3	5	4	4	3
80	5	5	4	4	3	5	5	5	5
81	4	4	4	3	2	4	3	3	4
82	5	2	4	3	1	5	5	1	5
83	3	3	4	3	3	4	4	3	3
84	5	5	5	5	3	4	5	5	5
85	5	4	4	4	3	5	5	4	5
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	4	4	4	3	5	3	4	3	5
88	4	3	4	5	4	3	4	3	5
89	4	3	4	5	3	4	5	4	3
90	4	3	4	5	4	3	4	4	3
91	4	3	5	4	3	3	4	3	5
92	3	4	5	4	4	3	3	4	4
93	5	4	3	5	4	4	3	3	4
94	4	3	4	5	4	3	4	4	3
95	3	4	3	5	4	3	4	3	5
96	4	4	5	3	4	3	4	3	4
97	4	3	5	3	4	3	4	5	3
98	3	4	4	3	4	3	4	4	3
99	3	4	5	5	4	3	3	4	3
100	5	4	5	3	4	4	3	3	4
101	4	5	4	3	3	4	4	4	3
102	3	4	5	4	3	3	3	4	4
103	3	4	5	4	5	3	3	4	5
104	3	3	4	3	5	3	3	4	5

## 2. Longterm Relationship

No	LR1	LR2	LR3	LR4	LR5
1	5	5	5	5	5
2	5	5	5	4	4

3	5	3	4	4	5
4	4	4	4	4	5
5	5	3	4	4	5
6	4	3	3	3	4
7	4	4	4	4	4
8	5	3	3	3	5
9	5	4	5	5	4
10	4	2	2	2	4
11	5	5	5	5	2
12	4	4	4	3	5
13	4	5	4	3	5
14	5	3	3	3	4
15	3	3	3	5	5
16	5	4	3	4	4
17	5	5	4	4	4
18	5	3	4	4	5
19	5	5	5	5	5
20	5	3	4	3	3
21	4	5	4	4	5
22	4	3	2	2	4
23	4	4	4	4	4
24	5	5	4	4	5
25	4	4	4	4	5
26	4	3	5	4	5
27	2	4	1	2	4
28	5	5	5	5	5
29	4	4	4	4	5
30	4	3	4	4	5
31	3	3	3	3	4
32	4	3	4	3	4
33	4	4	2	4	4
34	5	4	4	4	5
35	5	5	5	5	5
36	4	3	3	4	3
37	3	3	3	3	3
38	5	5	2	3	2
39	3	3	4	4	4
40	4	5	5	4	5
41	5	4	5	5	4
42	4	3	3	3	3
43	5	4	4	4	5

44	5	5	3	5	3
45	4	4	4	4	4
46	5	3	3	3	4
47	4	3	3	3	4
48	4	5	5	5	4
49	4	4	4	3	4
50	4	5	4	3	4
51	4	2	3	4	5
52	3	3	3	4	3
53	4	3	3	3	4
54	2	3	3	4	2
55	3	2	2	2	3
56	3	3	2	4	4
57	4	4	1	4	5
58	3	1	3	5	3
59	5	5	5	5	5
60	5	3	4	4	4
61	5	5	3	4	4
62	5	3	3	3	3
63	4	4	4	4	4
64	3	2	2	1	4
65	4	3	3	3	4
66	3	2	4	2	3
67	5	5	5	5	5
68	5	5	4	5	5
69	5	4	4	5	5
70	5	4	5	5	4
71	5	4	5	4	4
72	4	4	4	4	4
73	4	4	3	3	5
74	3	2	1	3	3
75	5	5	4	5	4
76	5	5	5	5	4
77	4	3	3	3	4
78	4	2	3	2	3
79	4	3	3	3	4
80	5	4	3	4	5
81	4	4	3	3	3
82	5	5	5	4	3
83	3	4	2	2	3
84	5	4	4	4	4



85	5	4	4	4	4
86	3	4	4	3	5
87	4	3	4	4	4
88	4	4	4	3	4
89	4	5	4	4	4
90	5	4	3	4	4
91	4	3	4	4	5
92	3	5	4	4	4
93	4	3	5	4	3
94	5	4	4	3	4
95	4	5	4	3	4
96	5	3	4	3	4
97	4	3	5	4	3
98	5	4	4	3	4
99	4	3	4	4	5
100	5	4	3	3	3
101	4	5	4	5	5
102	4	3	3	4	4
103	4	5	4	3	3
104	3	4	5	5	3

### 3. Cooperation

No	C1	C2	C3	C4
1	5	5	5	5
2	4	5	5	4
3	3	5	5	3
4	4	4	3	5
5	3	5	5	3
6	3	3	3	4
7	2	4	4	4
8	2	5	5	5
9	5	5	4	3
10	2	2	4	4
11	3	4	4	4
12	2	4	4	5
13	4	5	4	4
14	2	5	4	4
15	5	5	5	5
16	3	4	5	5
17	3	5	4	4

18	5	5	4	4
19	3	5	5	5
20	1	5	3	3
21	4	5	5	4
22	3	4	3	3
23	4	4	3	4
24	4	5	5	5
25	2	4	4	4
26	3	4	2	5
27	4	2	5	2
28	1	5	5	5
29	5	5	5	4
30	5	5	4	4
31	4	4	3	3
32	3	5	4	4
33	2	4	4	4
34	5	4	4	5
35	3	5	5	5
36	2	3	3	4
37	4	3	4	4
38	3	3	3	5
39	4	5	5	4
40	4	3	4	3
41	4	4	5	5
42	3	3	3	3
43	5	5	5	5
44	3	4	4	5
45	3	4	4	4
46	2	5	4	5
47	2	4	5	3
48	4	5	5	5
49	4	5	3	5
50	3	5	4	4
51	3	5	4	4
52	1	3	3	4
53	3	2	2	3
54	4	3	1	3
55	2	3	3	3
56	4	5	4	4
57	4	4	3	4
58	3	4	5	5



59	4	3	5	2
60	5	4	4	4
61	1	5	5	4
62	3	3	3	3
63	2	3	4	5
64	2	4	3	5
65	2	4	4	4
66	3	3	3	3
67	5	5	5	5
68	5	5	4	5
69	5	5	4	5
70	4	5	5	4
71	5	4	4	4
72	4	4	4	5
73	5	5	4	4
74	3	5	4	5
75	4	4	5	4
76	4	5	4	4
77	4	3	4	3
78	2	3	4	4
79	3	4	4	4
80	5	4	4	5
81	2	3	3	2
82	3	5	3	3
83	4	2	2	3
84	4	5	4	5
85	3	4	3	4
86	4	5	4	4
87	3	4	3	5
88	5	4	3	4
89	5	4	5	5
90	3	4	4	3
91	4	3	4	4
92	4	3	5	4
93	4	3	5	4
94	3	5	4	3
95	3	4	5	3
96	3	4	4	4
97	4	5	4	3
98	4	3	5	4
99	4	3	3	4



100	3	4	4	5
101	4	3	4	5
102	3	4	3	3
103	3	4	4	5
104	3	3	5	4

#### 4. Process Integration

No	PI1	PI2	PI3	PI4
1	5	5	4	5
2	5	4	4	5
3	5	5	4	5
4	4	5	4	3
5	5	5	4	5
6	4	4	4	3
7	4	4	4	4
8	5	5	3	3
9	4	5	4	4
10	4	4	4	2
11	5	4	5	5
12	5	4	4	4
13	5	5	5	4
14	4	5	4	5
15	5	5	4	3
16	5	5	5	5
17	5	4	4	5
18	5	4	5	4
19	5	5	5	5
20	3	4	4	4
21	5	5	4	5
22	4	4	4	4
23	4	4	4	3
24	5	5	5	4
25	4	4	4	4
26	3	4	5	5
27	2	4	2	4
28	5	5	5	5
29	4	4	4	4
30	4	4	5	3
31	3	4	3	3

32	5	4	4	4
33	4	4	4	4
34	5	5	4	4
35	5	5	5	5
36	3	4	4	3
37	3	3	3	4
38	5	4	5	5
39	5	5	4	5
40	3	3	3	3
41	5	4	5	5
42	3	3	4	3
43	5	5	5	5
44	3	4	4	5
45	4	4	4	4
46	3	3	2	3
47	3	3	2	2
48	5	5	5	5
49	2	4	4	4
50	5	3	4	4
51	4	5	3	4
52	3	4	3	3
53	3	3	3	3
54	4	5	3	1
55	4	4	4	3
56	4	4	4	3
57	4	4	3	3
58	5	3	4	3
59	5	5	5	5
60	5	5	4	4
61	4	5	5	4
62	3	3	4	3
63	5	3	3	4
64	4	2	3	3
65	4	4	3	3
66	3	4	4	3
67	5	5	5	5
68	5	5	5	5
69	5	4	4	4
70	5	5	5	4
71	4	4	4	4
72	4	4	4	4



73	4	5	5	5
74	5	5	4	4
75	5	5	5	5
76	4	4	5	5
77	3	4	5	5
78	5	4	4	3
79	4	3	4	3
80	4	5	4	3
81	3	4	3	3
82	5	5	5	4
83	3	3	3	3
84	4	4	4	4
85	5	4	3	3
86	4	4	5	3
87	4	3	4	5
88	5	4	3	4
89	5	4	3	4
90	4	4	5	3
91	4	4	4	5
92	4	5	4	5
93	3	5	3	4
94	5	4	4	4
95	4	5	4	3
96	3	5	4	3
97	4	4	3	5
98	3	5	4	3
99	4	5	4	3
100	4	4	3	3
101	4	4	4	3
102	4	3	4	5
103	4	4	3	4
104	5	3	4	4

## 5. Kinerja Operasional Perusahaan

KOP1	KOP2	KOP3	KOP4	KOP5	KOP6	KOP7	KOP8	KOP9	KOP10
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	4	5	5	4	5	4	3	4	4

4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
4	4	5	5	5	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
4	3	4	4	3	4	4	4	3	3
5	5	4	4	3	4	5	4	4	4
4	4	2	5	5	5	5	2	3	5
5	4	5	4	5	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	3	4	5	5	5	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
3	4	4	3	1	3	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
3	2	4	4	2	3	2	2	2	3
2	4	2	2	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	3	4	3	3
2	5	4	4	4	3	4	3	4	4
5	4	4	4	3	5	4	5	4	4
4	4	2	4	2	2	2	2	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
5	4	5	5	4	4	3	3	3	3
3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
3	2	3	3	3	4	4	3	3	4
4	5	5	3	5	4	5	4	3	3
4	3	3	4	4	3	4	5	3	4
4	3	4	4	3	5	3	4	4	5
5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
3	4	3	4	3	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

3	4	3	3	3	3	4	5	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
3	4	4	5	5	3	3	5	3	3
3	4	4	4	5	5	3	4	3	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	4	5	5	3	4	4	4	5
3	3	3	4	3	5	3	3	3	4
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
2	1	3	2	5	5	3	2	1	1
4	3	2	3	2	3	3	3	2	3
4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
3	4	3	3	4	4	5	5	4	4
4	3	5	5	3	4	2	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	5	4	3	2	4	5	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5	4	4
4	5	4	5	3	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	4	2	3	3	3
3	5	4	2	3	4	4	5	4	4
4	3	3	4	4	4	3	3	3	3
3	4	3	4	3	4	3	3	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	5	4	3	3	4	5	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
3	4	5	5	5	4	5	4	4	4
4	3	4	4	3	3	3	4	4	4
3	3	4	3	2	4	3	4	3	3
4	5	4	4	3	5	3	3	4	4
3	3	3	4	4	3	4	4	4	3
4	5	4	5	5	5	3	4	4	4



3	3	2	3	3	2	2	3	3	3
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	3	4	3	4	4	4
3	4	4	4	3	4	2	2	2	4
3	4	3	4	5	4	4	3	4	5
4	5	5	4	5	4	4	5	3	4
4	4	3	5	4	5	4	4	5	5
4	4	3	4	5	4	4	4	3	5
4	5	5	4	4	5	3	5	4	3
3	4	3	4	3	5	5	4	5	4
3	4	3	5	4	3	5	4	4	3
3	4	4	4	3	5	4	3	5	3
4	4	3	4	5	3	4	3	4	3
3	4	3	4	4	5	3	4	3	4
4	4	5	3	4	5	4	3	4	5
3	4	3	4	4	3	4	4	3	4
4	3	4	5	4	5	3	3	5	4
3	4	4	3	3	4	5	4	4	3
4	4	3	4	5	4	3	4	4	5
4	4	4	4	3	3	4	3	5	4
5	4	3	4	3	4	3	3	3	5
3	4	3	3	4	5	5	4	4	4

