

**PENGARUH BERBAGI INFORMASI, KEPERCAYAAN, HUBUNGAN
JANGKA PANJANG, KOLABORASI TERHADAP
KINERJA RANTAI PASOK MANAJEMEN
(Studi pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun,
Kalimantan Tengah)**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Muthia Intan Sari
Nomor Mahasiswa : 17311423
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA YOGYAKARTA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Hormat saya,

Widiana Sari

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH BERBAGI INFORMASI, KEPERCAYAAN, HUBUNGAN
JANGKA PANJANG, KOLABORASI TERHADAP
KINERJA RANTAI PASOK MANAJEMEN
(Studi pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun,
Kalimantan Tengah)**

Oleh :

Muthia Intan Sari

Nim: 17311423



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk di ujikan dan dipertahankan tim
penguji skripsi

Tanggal : 13 April 2023

Dosen Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Al-Hasin', written over a horizontal line.

Al-Hasin, Drs., MBA.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PENGARUH BERBAGI INFORMASI, KEPERCAYAAN, HUBUNGAN JANGKA PANJANG,
KOLABORASI TERHADAP KINERJA RANTAI PASOK MANAJEMEN (STUDI PADA UMKM
TOKO RETAIL BAHAN BANGUNAN DI PANGKALAN BUN, KALIMANTAN TENGAH)**

Disusun Oleh : MUTHIA INTAN SARI
Nomor Mahasiswa : 17311423

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

Pada hari, tanggal: Jumat, 16 Juni 2023

Penguji/ Pembimbing TA : Al Hasin, Drs., MBA.



Penguji : Dessy Isfianadewi, Dr., SE., MM.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

HALAMAN MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُضِيعُ أَجْرَ الْمُحْسِنِينَ

"Sesungguhnya Allah tidak menyalakan pahala orang-orang yang berbuat baik."

QS. At Taubah: 120

وَمَنْ جَاهَدَ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ

"Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri"

QS. Al Ankabut: 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا

"Wahai orang-orang yang beriman, bersabarlah engkau dan kuatkanlah kesabaranmu."

QS. Ali Imran: 200

HALAMAN PERSEMBAHAN

Persembahan :

Skripsi ini kupersembahkan untuk orangtua, dan kedua adik saya yang turut memberikan dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul: “Pengaruh Berbagi Informasi, Kepercayaan, Hubungan Jangka Panjang, Kolaborasi Terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen (Studi Pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun Kalimantan Tengah)”.

Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak dalam prosesnya, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Al-Hasin, Drs., MBA. selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini, terima kasih telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak / Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Keluarga yang telah memberikan dukungan dan doa yang tiada henti mengalir sehingga penulis terus termotivasi untuk menyelesaikan studi.
4. Kepada sahabat-sahabat yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi selama kuliah maupun selama penulisan skripsi ini.
5. Serta pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis memohon maaf jika ada kekurangan di dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 11 April 2023

Penulis,

Muthia Intan Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	13
2.4 Kerangka Penelitian	23
2.3 Pengembangan Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Lokasi Penelitian	32

3.2 Variabel dan Definisi Operasional Penelitian	32
3.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	36
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.5 Uji Kelayakan Instrumen	39
3.6 Metode Analisis Data	40
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Pengujian Instrumen.....	44
4.2 Karakteristik Responden	47
4.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	51
4.4. Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.5. Uji asumsi klasik	61
4.6. Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4. 1 Uji Validitas	42
Tabel 4. 2 Reliabilitas	44
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Usia Pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun	45
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun	45
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Pendidikan Pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun	46
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Usia perusahaan UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun	47
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Banyaknya Karyawan UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun	48
Tabel 4. 8 Analisis Penilaian Responden.....	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4. 10 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	56
Tabel 4. 11 Uji Normalitas.....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	59

DAFTAR GAMBAR

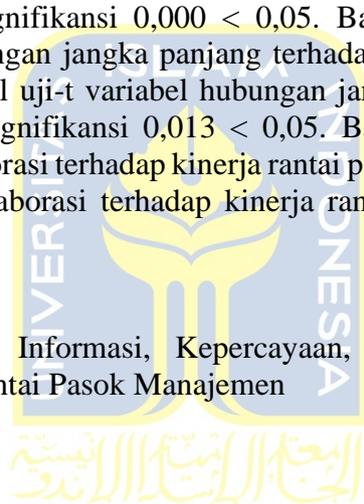
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	23
--------------------------------------	----



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisa pengaruh berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, dan kolaborasi terhadap kinerja manajemen rantai pasok. Metode dalam penelitian ini yaitu menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun Kalimantan Tengah. Sampel pada penelitian ini sebanyak 37 Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun Kalimantan Tengah. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala likert. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t variabel berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,018 < 0,05$. Bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t variabel kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan jangka panjang terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t variabel hubungan jangka panjang terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,013 < 0,05$. Bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kolaborasi terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t variabel kolaborasi terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

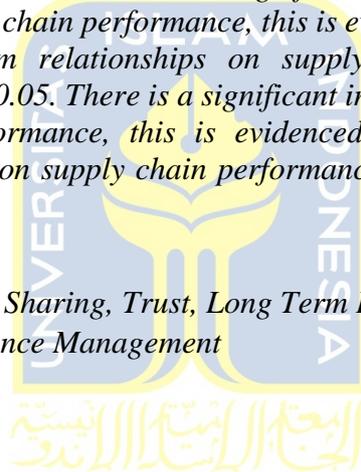
Kata Kunci: Berbagi Informasi, Kepercayaan, Hubungan Jangka Panjang, Kolaborasi, Kinerja Rantai Pasok Manajemen



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of information sharing, trust, long-term relationships, and collaboration on the performance of supply chain management. The method in this research is to use a quantitative research type. The population in this study were MSME companies in Building Materials Retail Stores in Pangkalan Bun, Central Kalimantan. The sample in this study were 37 Building Material Retail Stores in Pangkalan Bun, Central Kalimantan. The data collection technique uses a questionnaire with a Likert scale measurement. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis. The results showed that there was a significant influence between information sharing on supply chain performance, this is evidenced by the results of the t-test variable information sharing on supply chain performance with a significance of $0.018 < 0.05$. There is a significant influence between trust on supply chain performance, this is evidenced by the results of the t-test variable trust on supply chain performance with a significance of $0.000 < 0.05$. There is a significant influence between long-term relationships on supply chain performance, this is evidenced by the results of the t-test variable long-term relationships on supply chain performance with a significance of $0.013 < 0.05$. There is a significant influence between collaboration on supply chain performance, this is evidenced by the results of the t-test collaboration variable on supply chain performance with a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Information Sharing, Trust, Long Term Relationship, Collaboration, Supply Chain Performance Management



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan persaingan bisnis pada era modern ini menciptakan berbagai kebutuhan konsumen yang semakin meningkat. Perusahaan berupaya memenuhi kebutuhan tersebut dengan meningkatkan produktivitas, pelayanan yang cepat dan mudah, inovasi-inovasi baru agar tetap unggul dan bertahan di pasar. Perusahaan perlu mengetahui produk-produk yang disukai oleh konsumen. Salah satu perusahaan yang harus bertahan yaitu perusahaan ritel.

Perusahaan ritel telah ada di Indonesia sejak tahun 1960-an, dengan pendirian gedung Sarinah di Jalan M.H Thamrin di Jakarta menjadi momen penting dalam sejarah negara. Bisnis ritel berkembang dari ukuran kecil ke ukuran besar seiring berjalannya waktu. Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi dewasa ini tidak dapat dipisahkan dengan perkembangan usaha ritel, teknologi mendorong para pengusaha untuk mencoba membangun dan memperluas usahanya (Rahadian, 2018). Munculnya aplikasi-aplikasi sekarang membuat kegiatan transaksi tidak hanya dilakukan secara tatap muka tetapi bisa hanya melalui layar ponsel pintar. Tokopedia, shopee, blibli.com, bukalapak, dan masih banyak lagi, merupakan segelintir dari banyaknya aplikasi yang muncul di Indonesia yang membuat industri ritel di Indonesia mengalami kenaikan yang pesat (Afrianto, 2021).

Namun, wabah Covid-19 memberikan dampak negatif yang parah pada industri ritel. Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang

menyulitkan pelanggan untuk bepergian melakukan pembelian dan karyawan untuk bekerja, menyebabkan penurunan. Bisnis ritel, menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM menyatakan terdapat 3,6 juta warung ritel tradisional di Indonesia yang perlu diberdayakan agar tetap bertahan di masa Pandemi. Akibatnya, banyak perusahaan ritel yang menutup usahanya karena penurunan penjualan yang tidak sejalan dengan biaya operasional yang sedang berlangsung. Salah satu elemen yang mendukung banyaknya toko ritel yang tutup di Indonesia adalah daya beli masyarakat yang menurun akibat menurunnya perekonomian Indonesia (Mujianto, 2022).

Salah satu bisnis retail di Indonesia yaitu ritel bahan bangunan. Bisnis ritel bahan bangunan di Indonesia mengalami penurunan pada saat pandemi melanda (Kemenkeu, 2021). Bisnis ritel usaha bangunan di Kota Pangkalanbun mengalami dampak dari pandemic covid-19. Berdasarkan survey pendahuluan menggunakan wawancara pada salah satu usaha bangunan mengatakan bahwa dampak dari pandemik yaitu kebutuhan konsumen yang tidak dapat dipenuhi seluruhnya, karena saat pandemic banyak kebijakan-kebijakan baru sehingga bahan-bahan bangunan telat sampai ke toko.

Mengelola rantai pasokan adalah salah satu metode untuk memuaskan permintaan konsumen. Bisnis akan dapat secara konsisten memenuhi berbagai kebutuhan konsumen dengan mengelola rantai pasokan. Anda tidak hanya dapat memenuhi jumlah barang, tetapi juga mempelajari barang apa saja yang populer di kalangan pelanggan. Selain itu, organisasi semakin menyadari nilai dari bekerja sama dengan pemasok yang dikelola dengan baik, tidak hanya untuk kepentingan

jangka pendek tetapi juga untuk kepentingan jangka panjang. Manfaat jangka panjang yang dialami organisasi adalah pemasok dapat langsung memenuhi permintaannya untuk pengiriman jangka panjang ketika ada permintaan yang mendesak. Biaya pengiriman yang stabil dapat menguntungkan hubungan yang baik dengan memangkas pengeluaran secara lebih efektif. Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management/SCM) adalah koordinasi proses yang terlibat dalam memperoleh bahan mentah dan layanan, memprosesnya menjadi barang setengah jadi dan komoditas jadi, serta mendistribusikannya kepada klien. (Heizer dalam Lukman, 2021).

Evaluasi kinerja rantai pasokan secara berkala diperlukan untuk mempertahankan kinerja manajemen rantai pasokan, terutama jika dilakukan modifikasi pada struktur rantai pasokan. Dengan melakukan evaluasi, bisnis akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja manajemen rantai pasokan di masa depan. Tingkat kepercayaan dan dedikasi yang ditunjukkan oleh masing-masing pihak dalam rantai pasokan akan menentukan seberapa baik operasi manajemen rantai pasokan berfungsi (Marimin, 2021). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa efektivitas manajemen rantai pasokan dapat membantu menentukan daya saing perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar secara efektif dan efisien. Perusahaan harus memasukkan pemasok sebagai komponen kunci dari strategi jangka panjang mereka ketika menerapkan rantai pasokan yang efektif agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk yang bervariasi, kualitas produk

yang tinggi, biaya yang lebih rendah, dan respon pasar yang cepat (Heizer dalam Lukman, 2021).

Industri membutuhkan strategi yang sesuai untuk dapat bertahan di pasar, dapat menghadapi persaingan, ancaman, dan peluang pasar. Industri harus dapat merancang dan memiliki strategi supply chain management untuk dapat mengarahkan jalannya tujuan yang ingin dicapai dalam meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga perusahaan dapat bertahan dalam persaingan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kinerja *supply chain management* pada perusahaan diantaranya adalah berbagi informasi, kepercayaan, kolaborasi dan hubungan jangka panjang (Ariani, 2013).

Berbagi informasi merupakan topik yang penting untuk dibahas mengingat banyak penelitian terdahulu yang membahas tentang hal ini. Berbagi informasi perlu dilakukan oleh perusahaan karena dapat membantu dalam pengambilan suatu keputusan atau tindakan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen, permintaan konsumen yang dinamis setiap waktunya membuat perusahaan begitu membutuhkan informasi yang update dan valid. Dengan informasi yang berkualitas, jelas, dan transparan, maka perusahaan dapat menghindari *bullwhip effect* (Muhamad, 2020). Hasil penelitian Kurniawan & Kusumawardhani (2017) menunjukkan bahwa transparansi informasi antara pemasok memberikan dampak positif terhadap produktifitas perusahaan.

Kepercayaan (*trust*) merupakan pondasi dari bisnis. Membangun kepercayaan dengan pelanggan adalah suatu faktor yang penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Kepercayaan tidak begitu saja dapat diakui oleh

pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan (Muhamad, 2020). Hasil penelitian Almira (2020) menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan ketika pelanggan percaya kepada produk kita tentu akan berpengaruh pada loyalitasnya. Kepercayaan merupakan salah satu aspek penting untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan dalam rantai pasokan.

Hubungan jangka panjang perusahaan dengan pemasok merupakan kolaborasi yang paling kuat dalam konteks value chain atau supply chain. Dalam hal ini, pemasok berperan untuk menyediakan material atau bahan input yang digunakan oleh perusahaan. Kualitas material dan kemampuan dalam pendistribusian material tersebut tergantung pada kinerja pemasok yang selanjutnya berpengaruh pada kinerja perusahaan (Muhamad, 2020). Hal ini didukung penelitian Ariani (2013), tujuan akhir dari manajemen hubungan jangka panjang adalah profitabilitas, yang diperoleh melalui kemitraan yang solid dan tahan lama yang saling menguntungkan. Tingkat kolaborasi yang tinggi dapat mendorong peningkatan kinerja supply chain management perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2017) kolaborasi memberikan pengaruh yang signifikan pada kinerja rantai pasok.

Supply chain management tidak hanya dapat diterapkan oleh perusahaan besar saja, namun UMKM juga dapat menerapkannya. Pengembangan UMKM harus ditopang oleh adanya akses ke sumber dana, pasar, sumber bahan baku, teknologi dan Informasi serta manajemen. Perusahaan retail bangunan merupakan salah satu kelompok UMKM yang ada di Pangkalan Bun. Salah satu permasalahan

dari UMKM yaitu permasalahan pada produktivitas. Sebagian dari pelaku UMKM tidak berkenan untuk merubah cara-cara yang selama ini dijalani. Padahal kemajuan dunia tak bisa di bendung lagi. Banyak proyek-proyek pembangunan dan renovasi perumahan yang ada di Indonesia. Karenanya perlu untuk menyediakan produk yang dibutuhkan untuk menjalankan proyek. Hal ini merupakan peluang bagi pelaku UMKM yang bergerak di bidang dagang bahan bangunan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, kolaborasi terhadap kinerja rantai pasok manajemen. Pada penelitian ini penulis berfokus pada UMKM Dagang Bahan Bangunan di Pangkalan Bun.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan tersebut sebagai topik penelitian skripsi dengan judul: “PENGARUH BERBAGI INFORMASI, KEPERCAYAAN, HUBUNGAN JANGKA PANJANG, KOLABORASI TERHADAP KINERJA RANTAI PASOK MANAJEMEN (Studi Pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam pokok bahasan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah berbagi informasi berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasok pada perusahaan Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah?

2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasok pada perusahaan Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah?
3. Apakah hubungan jangka panjang berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasok pada perusahaan Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah?
4. Apakah kolaborasi berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasok pada perusahaan Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja manajemen rantai pasok pada perusahaan Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah.
2. Untuk menganalisa pengaruh kepercayaan terhadap kinerja manajemen rantai pasok pada perusahaan Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah?
3. Untuk menganalisa pengaruh hubungan jangka panjang terhadap kinerja manajemen rantai pasok pada perusahaan Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah?

4. Untuk menganalisa pengaruh kolaborasi terhadap kinerja manajemen rantai pasok pada perusahaan Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah?

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak antara lain:

1. Bagi Akademisi

Dengan penelitian maka dapat diketahui praktek kinerja manajemen rantai pasok pada perusahaan toko retail bahan bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah. Penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi akademisi selanjutnya yang akan meneliti dengan objek-objek yang baru di masa yang akan datang.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan mempraktikkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh selama kuliah terutama yang berhubungan dengan kinerja manajemen rantai pasok.

3. Bagi Perusahaan Ritel dan Bangunan

Penelitian ini bermanfaat untuk perusahaan ritel di Pangkalan Bun untuk mengetahui pengaruh berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, kolaborasi terhadap kinerja rantai pasok manajemen perusahaan ritel di Pangkalan Bun. Setelah mengetahui pengaruh berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, kolaborasi terhadap

kinerja rantai pasok manajemen perusahaan ritel di Pangkalan Bun dapat mengetahui faktor mana yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merupakan hasil dari mencermati jurnal dari penelitian yang sudah ada sebelumnya. Penelitian sebelumnya merupakan jembatan bagi pembaca untuk mempelajari lebih lanjut tentang penelitian ini. Ada beberapa konsep dan teori yang dapat dilihat dan diterima oleh peneliti. Konsep-konsep ini adalah teknik manajemen persediaan yang ditemukan di perusahaan retail.

Dalam penelitian ini, penulis mengacu pada penelitian terdahulu oleh Muhamad (2020) dengan hasil dari analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja supply chain management ditentukan secara langsung oleh kepercayaan, hubungan jangka panjang, dan kolaborasi. Sedangkan hasil analisis terhadap pengaruh berbagi informasi yaitu tidak berpengaruh signifikan pada kinerja supply chain management UMKM Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang.

Adapun penelitian selanjutnya yang menjadi acuan penulis adalah Almira (2020) dengan hasil penelitian menunjukkan berbagi informasi dan hubungan jangka panjang memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan sedangkan kerja sama memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan secara simultan, hubungan variabel independent dan dependen menghasilkan hubungan positif namun tidak signifikan. Variabel hubungan jangka panjang memiliki pengaruh terbesar terhadap kinerja perusahaan.

Pemilik IKM dapat melakukan proaktif untuk rutin menghubungi supplier dan pedagang untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pemilik IKM juga dapat meningkatkan kemauan untuk membuat kontrak formal dengan supplier dan pedagang agar hubungan kedua belah pihak lebih terstruktur. Kerja sama dengan bantuan bantuan dapat dilakukan pemilik IKM jika tidak memberatkan perusahaan.

Penelitian Latuconsina (2021) dengan hasil penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembagian informasi, sinkronisasi keputusan, dan penyelarasan insentif terhadap kepercayaan antar organisasi. Teknik analisis data menggunakan Partial Least Square. Responden dalam penelitian ini adalah manajer umum, pemilik, dewan direksi, dan staf administrasi perusahaan, terutama yang terkait dengan pemasok-pengecer atau pengecer-pemasok relasi di Kota Ambon, dengan total 51 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa information sharing berpengaruh terhadap *inter-organizational trust*. Sinkronisasi keputusan tidak berpengaruh pada kepercayaan antar organisasi. Penyelarasan insentif juga berpengaruh pada kepercayaan antar organisasi.

Penelitian Hamid (2022) dengan hasilnya melaporkan hubungan positif antara atribut transaksi (pemasok hubungan dan kepercayaan manajemen puncak) dan kinerja logistik perusahaan manufaktur (kinerja biaya). Selanjutnya, temuan menegaskan bahwa (hubungan pemasok dan keyakinan manajemen puncak) dan Kinerja logistik (pengiriman); juga, hasilnya memprediksi bahwa ukuran perusahaan secara positif mempengaruhi kinerja biaya. Temuan telah dibahas, dan implikasi teoretis dan praktis telah diketahui. Selain itu, keterbatasan dengan penelitian masa depan saran.

Penelitian Lee (2021) dengan hasil: Komunikasi kolaboratif berpengaruh positif terhadap informasi membagikan. Namun, berbagi informasi, tidak seperti komunikasi kolaboratif, tidak menunjukkan hubungan positif yang signifikan dengan kinerja rantai pasokan. Hasil ini menunjukkan bahwa penting untuk berkomunikasi secara efektif dalam rantai pasokan daripada berusaha jenis berbagi informasi yang tepat.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Manajemen Rantai Pasokan

Menurut Heizer dalam Lukman (2021) menjelaskan manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) merupakan koordinasi dari seluruh kegiatan rantai pasokan termasuk di dalamnya peningkatan nilai pelanggan. Manajemen rantai pasokan memiliki tujuan untuk mengkoordinasi kegiatan dalam rantai pasokan dalam hal memaksimalkan keunggulan kompetitif perusahaan.

Manajemen rantai pasokan adalah kumpulan teknik untuk merampingkan integrasi pemasok, produsen, gudang, dan penyimpanan sehingga produk diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, di tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, untuk mengurangi biaya dan menawarkan tingkat layanan yang memuaskan kepada pelanggan. Memaksimalkan nilai yang dihasilkan di seluruh rantai pasokan adalah hasil yang diinginkan. Agar dapat bersaing, rantai pasokan akan menghasilkan

nilai lebih secara keseluruhan jika terintegrasi (Heizer dalam Lukman, 2021).

Supply Chain Management adalah sebuah sistem pendekatan total untuk dapat mengantarkan produk ke konsumen akhir dengan menggunakan teknologi informasi di dalam mengkoordinasikan seluruh elemen supply chain dari mulai pemasok ke pengecer. SCM merupakan upaya pemasok untuk mengembangkan dan menerapkan rantai pasokan yang seefisien dan seekonomis mungkin. Rantai pasokan mencakup segala hal, mulai dari produksi dan pengembangan produk hingga sistem informasi yang diperlukan guna mengarahkan usaha dalam perusahaan (Lukman, 2021).

2.2.2. Kinerja Rantai Pasokan

Menurut Lynch dan Cross dalam (Erlina, 2017), manfaat sistem pengukuran kinerja yang baik adalah sebagai berikut:

- 1) Menelusuri kinerja terhadap harapan pelanggan sehingga akan membawa perusahaan lebih dekat pada pelanggannya dan membuat seluruh orang dalam organisasi terlibat dalam upaya memberi kepuasan kepada pelanggan
- 2) Memotivasi pegawai untuk melakukan pelayanan sebagai bagian dari matarantai pelanggan dan pemasok internal.
- 3) Mengidentifikasi berbagai pemborosan sekaligus mendorong upaya-upaya pengurangan terhadap pemborosan tersebut.
- 4) Membuat suatu tujuan strategis yang biasanya masih kabur menjadi lebih konkret sehingga mempercepat proses pembelajaran organisasi.

- 5) Membangun consensus untuk melakukan suatu perubahan dengan memberi “*reward*” atas perilaku yang diharapkan tersebut.

Kinerja dari rantai pasok didefinisikan sebagai derajat/tingkat sejauh mana sebuah rantai pasok dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan stakeholder mengenai indikator kunci kinerja di setiap titik. Tujuan dari pengukuran kinerja adalah untuk mendukung tercapainya tujuan, mengevaluasi kinerja, dan menentukan tindakan strategis, taktis dan operasional di masa depan. Untuk mencapai tujuan, proses output harus diukur dan dibandingkan dengan ukuran standar (Van der Vorst dalam Erlina, 2017).

Pengelolaan rantai pasok berkembang menjadi suatu hubungan nilai yang di dorong oleh keinginan dan kebutuhan konsumen, mengejar efisiensi, usaha yang dilakukan untuk menangkap sebuah nilai dari kemampuan konsumen sebagai sumber daya saing yang dapat digunakan untuk memajukan perusahaan. Suatu kinerja perusahaan yang menunjukkan peningkatan dan cenderung positif setiap tahun akan membuat investor tertarik untuk melakukan investasi dalam perusahaan sehingga perusahaan tersebut bisa melakukan pengembangan usaha yang membuat nilai perusahaan akan semakin besar (Tampubolon, 2022).

Kinerja rantai pasok berfokus pada mengintegrasikan dan mengelola aliran barang dan jasa dan informasi melalui rantai suplai untuk membuatnya responsif terhadap kebutuhan pelanggan sambil menurunkan total biaya. Seiring dengan perkembangan pasar sekarang ini yang semakin

berkembang, kebutuhan pelanggan pun semakin tinggi. Maka dibutuhkan peran serta pemasok dalam pengelolaan dan pendistribusian produk sampai ke pelanggan akhir. Salah satu kunci sukses di setiap organisasi adalah kemampuan untuk mengukur kinerja (Russell dalam Lukman, 2021).

Terdapat 3 model yang dapat dilakukan untuk menganalisis kinerja rantai pasokan, yaitu :

1. *Inspection analysis*, dilakukan dengan memetakan rantai pasokan yang ada dan memeriksa apakah terjadi masalah redundancies, gaps, dan performance.
2. *Baselining analysis*, dilakukan dengan memberikan data internal performance pada inspeksi analisis, untuk dibandingkan dengan pencapaian tujuan, identifikasi masalah, dan perhitungan untung rugi. *Benchmarking analysis*, dilakukan dengan membandingkan operasi perusahaan dengan proses-proses dan operasi-operasi yang hampir sama.
3. Metode *Benchmarking* adalah tolak ukur yang memusatkan perhatian pada masalah pengadaan dan kinerja vendor. Perusahaan benchmark kelas dunia merupakan hasil dari rantai pasokan yang dikelola dengan baik untuk menurunkan biaya, waktu tunggu, keterlambatan pengiriman, dan kekosongan persediaan sementara juga meningkatkan kualitas (Heizer dalam Lukman, 2021).

Menurut Gang Li dkk dalam (Aprianingsih, 2015) kinerja rantai pasok perusahaan dapat diukur dengan beberapa faktor, diantaranya: (1)

Peningkatan aktivitas logistik (penghilangan waktu tunggu, aliran informasi); (2) Perputaran persediaan dan lamanya alur distribusi barang (*cash-to-cash cycle*); (3) Lead time pelanggan (mulai dari mengorder sampai menerima) dan efisiensi beban; (4) Kinerja dan kualitas pengiriman; (5) Sistem manajemen persediaan; (6) Total biaya logistik (biaya transportasi, penyimpanan persediaan, pengelolaan pesanan, biaya administrasi, dll)

2.2.3. Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Rantai Pasokan

Russel (Lukman, 2021) mendefinisikan supply chain management sebagai fokus ilmu yang mengintegrasikan dan mengelola pergerakan barang dan jasa serta informasi dalam rantai pasokan supaya responsif terhadap kebutuhan pelanggan sambil menurunkan total biaya. Faktor yang dapat mempengaruhi kinerja supply chain management pada perusahaan diantaranya adalah berbagi informasi, kepercayaan, kolaborasi dan hubungan jangka Panjang (Ariani, 2013). Berikut penjelasan dari faktor yang mempengaruhi kinerja rantai pasok.

1) Berbagi informasi

Berbagi informasi adalah kunci dari bahan utama untuk segala macam sistem rantai pasokan. Ketersediaan basis data yang memungkinkan semua peserta rantai pasok untuk melacak pergerakan barang dan pesanan dari produsen ke pelanggan dapat disebut sebagai berbagi informasi. Berbagi informasi adalah praktik pertukaran

informasi teknologi, pemasaran, manufaktur, dan inventaris dengan pemasok dan pelanggan. Perusahaan juga dapat memperoleh manfaat dari berbagi informasi dengan lebih memahami keinginan konsumen dan tren pasar, serta dengan mengembangkan dan meningkatkan prosedur bisnis internal mereka (Kalam, 2019). Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa berbagi informasi oleh perusahaan sangat diperlukan karena dapat membantu dalam pengambilan keputusan atau tindakan lain yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Menurut Chopra dan Meindl (dalam Muhamad, 2020) informasi harus memiliki beberapa karakteristik agar dapat berguna dalam mengambil keputusan rantai pasok :

- a) Akurat Informasi harus menggambarkan kondisi yang sebenarnya dan dapat dipercaya.
- b) Tepat. Mempertimbangkan informasi apa saja yang sesuai dan dibutuhkan oleh perusahaan.
- c) Dapat diakses pada saat dibutuhkan.

Indikator dari berbagi informasi yaitu (Ariani, 2013):

- a) Pembagian informasi dalam segi *financial*, *production*, dan *design*.
- b) Bertukar informasi secara berkesinambungan
- c) Informasi dapat membantu semua pihak terkait.

2) Kepercayaan

Kepercayaan dapat membantu keselarasan kepentingan mitra, meningkatkan kepuasan pemangku kepentingan, dan mendukung tercapainya tujuan Bersama. Kepercayaan membantu adanya peluang yang muncul dari kerjasama antara mitra. Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan suatu keyakinan dan sikap untuk mau berbagi informasi dan resiko antara mitra yang bekerjasama, dimana pihak yang ada di dalamnya saling percaya terhadap informasi yang diberikan, sehingga menciptakan kemitraan yang strategis dan mendukung tercapainya tujuan bersama (Kurniawan dan Kusumawardhani, 2017).

Salam (2017) menjelaskan indicator dari kepercayaan yaitu:

- a) Kepercayaan terhadap pemasok
- b) Kepercayaan terhadap pemasok yang menjaga kepentingan perusahaan
- c) Pemasok percaya terhadap keberhasilan perusahaan
- d) Kepedulian pemasok
- e) Dukungan pemasok
- f) Keandalan pemasok

3) Hubungan jangka panjang

Dalam Sambasivan et al (Muhamad, 2020) menyatakan bahwa hubungan yang erat antara perusahaan dan pemasoknya dapat menghasilkan keuntungan taktis, finansial, dan strategis. Hubungan

jangka panjang perusahaan dengan pemasok merupakan hubungan kolaboratif yang paling kuat dalam konteks value chain atau supply chain. Menurut definisi yang diberikan di atas, hubungan jangka panjang dilihat sebagai rasa keinginan untuk menjalin hubungan jangka panjang dan kerja sama dalam menawarkan barang berkualitas tinggi dengan harga yang wajar. Oleh karena itu, manajemen rantai pasokan merupakan strategi yang cocok bagi bisnis untuk mengembangkan kerja sama jangka Panjang.

Indikator hubungan jangka Panjang yaitu (Ariani, 2013):

- a) Hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok
 - b) Hubungan proyek jangka panjang menjadi dasar hubungan aliansi dengan pemasok
 - c) Kerjasama jangka panjang menjadi dasar hubungan dengan pemasok
- 4) Kolaborasi**

Kolaborasi *supply chain* adalah sebuah konsep yang menghubungkan dua atau lebih anggota dalam membangun komitmen dan mempertahankan proses hubungan dengan sasaran strategis, yang mana mereka menggunakan kemampuan intinya untuk menangani perubahan dan tantangan yang sesuai (Bowersox dalam Muhamad, 2020).

Menurut Martono (dalam Muhamad, 2020) kolaborasi dapat dibedakan menjadi empat jenis.

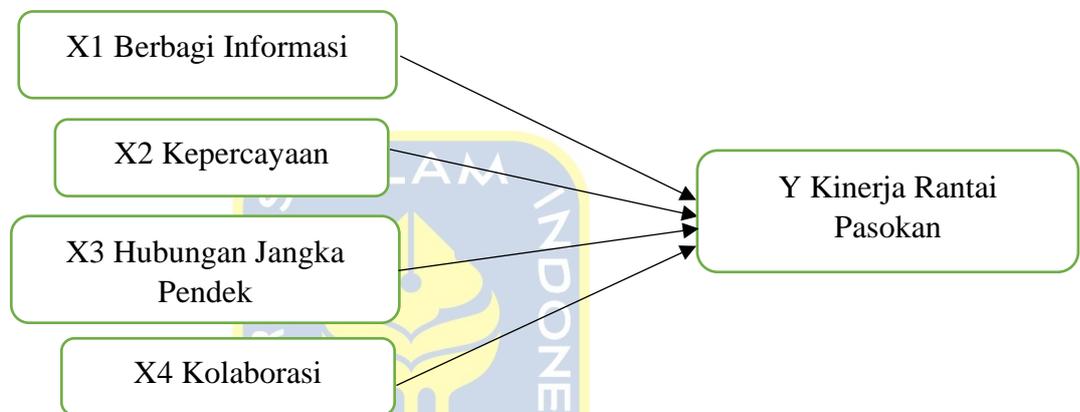
- a) Pertama, *transactional collaboration*, bertujuan mencapai transaksi yang efektif dan efisien, tidak perlu kesepakatan strategi jangka panjang. Contohnya, jika terjadi kesepakatan harga antara pemasok dan pembeli selama periode tertentu, maka proses bisa segera dilaksanakan.
- b) Kedua, *cooperative collaboration*, ada komitmen antarkomponen di dalam supply chain untuk berbagi informasi informasi peramalan, inventori, pengadaan barang, pengiriman barang, termasuk kapasitas produksi. Alat bantu yang banyak digunakan adalah *electronic data interchange* (EDI).
- c) Ketiga, *coordinated collaboration*, membutuhkan arus informasi dua arah dan proses perencanaan dan eksekusi yang selaras antar pihak di dalam *supply chain*.
- d) Keempat, *synchronized collaboration (strategic alliances)*, komponen di dalam *supply chain* bekerja sama dalam hal riset dan pengembangan produk, berbagi aset dan pengetahuan, dan pengembangan kapasitas dan kinerja *supply chain*.

Indikator kolaborasi yaitu (Salam, 2017):

- a) Perusahaan melakukan proses berbagi sumber daya untuk meningkatkan kemampuan pemasok
- b) Pengembangan tujuan strategis dilakukan secara bersama-sama dengan pemasok
- c) Pemantauan kinerja pemasok

- d) Pengaturan hubungan kerjasama yang berhubungan dengan “reward” dan resiko
- e) Pembagian bersama mengenai nilai tambah dengan pemasok

2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran
Sumber: (Muhamad, 2020)

2.4. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka disimpulkan hipotesis dari penelitian ini adalah:

2.4.1. Pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Kinerja Manajemen Rantai Pasokan merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik dari segi kualitas produk maupun biaya. Kinerja rantai pasok ditentukan oleh kemampuan dalam hal reliabilitas, responsivitas, dan fleksibilitas dalam memenuhi

kebutuhan konsumen dengan biaya serendah-rendahnya (Zelb dalam Hasmi, 2020).

Suatu kinerja manajemen rantai pasokan dapat membantu untuk mengetahui daya saing perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar secara efektif dan efisien. Salah satu alat yang digunakan untuk menilai kinerja rantai pasokan adalah dengan model SCOR (*Supply Chain Operations Reference*) (Kurniawan dan Kusumawardhani, 2017).

Tingkat berbagi informasi dengan mitra merupakan elemen penting dari rantai pasokan yang mencerminkan kuantitas dari informasi yang dibagikan. Semakin banyak informasi yang diberikan maka semakin efisien dan efektif pula komunikasi yang dibangun dalam rantai pasokan. Upaya berbagi informasi dan membuat informasi dapat diakses berbagai pihak dalam rantai pasokan, memungkinkan keputusan yang dibuat menjadi lebih cepat dan akurat. Hal ini pada akhirnya akan memberikan sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Mufaqqih, 2018).

Hubungan Berbagi Informasi dengan Kinerja Manajemen Rantai Pasokan berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini, menyatakan bahwa berbagi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2013), (Muhamad, 2020), Tundunaung, (2021), (Afriliyani, 2019), Almira (2020), Karuntu (2021), mengenai *e-procurement and supply chain performance*, menyatakan bahwa berbagi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja

manajemen rantai pasokan. Adanya pertukaran informasi dalam rantai pasokan, membantu perusahaan untuk memperbaiki tingkat persediaan dan melakukan penghematan biaya. Berbagi informasi dengan mitra dalam rantai pasokan dapat mengurangi ketidakpastian dan memperbaiki layanan dalam memenuhi pesanan konsumen. Sehingga intensitas berbagi informasi yang tinggi dapat meningkatkan kinerja manajemen rantai pasokan perusahaan (Lin dalam Kurniawan, 2017). Dengan demikian dirumuskan hipotesis:

H₁ : Berbagi informasi (X1) berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan (Y).

2.4.2. Pengaruh kepercayaan terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Kepercayaan merupakan sebuah keputusan yang dibuat perusahaan untuk mengandalkan mitra dengan harapan mitra tersebut akan bertindak sesuai dengan tujuan yang disepakati. Kepercayaan antara mitra menciptakan hubungan yang dapat saling menguntungkan. Kepercayaan juga berpengaruh penting dalam menurunkan biaya transaksi dan kesediaan untuk berbagi resiko (Kwon dalam Kurniawan, 2017).

Kepercayaan merupakan faktor utama dalam kolaborasi anggota rantai pasokan. Terjalannya suatu kepercayaan pemasok dengan pelanggan akan terciptanya suatu kerjasama dalam mencapai tujuan, mengatasi masalah serta dapat mengembangkan ide dalam mengembangkan usaha. Kepercayaan sangat penting dalam setiap hubungan, sehingga sama

pentingnya dalam kolaborasi rantai pasokan. Kepercayaan didefinisikan sebagai suatu hubungan antara individu maupun organisasi, dan itu berubah dari waktu ke waktu dipengaruhi oleh perilaku mitra individu (Civelek dalam Dwiastuti, 2022).

Hubungan Kepercayaan dengan Kinerja Manajemen Rantai Pasokan berdasarkan penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini, menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan. Dalam menumbuhkan kepercayaan, perusahaan tidak hanya melihat hubungan dengan pemasok sebagai transaksi bisnis saja, tetapi lebih menganggap pemasok sebagai bagian dari perusahaan. Sehingga dengan tingkat kepercayaan yang tinggi antara perusahaan dengan pemasok dapat meningkatkan kinerja manajemen rantai pasokan perusahaan. Penelitian Ariani (2013), (Muhamad, 2020), Tundunaung, (2021), Afriliyani (2019), Almira (2020), Karuntu (2021) dengan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasok. Dengan demikian dirumuskan hipotesis:

H₂ :Kepercayaan (X₂) berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan (Y).

2.4.3. Pengaruh hubungan jangka panjang terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Hubungan jangka panjang merupakan suatu persepsi mengenai kebutuhan perusahaan akan bahan baku, informasi, dan hubungan dengan

pemasok, sehingga diharapkan membawa keuntungan bersama dalam jangka waktu yang panjang. Keuntungan dari strategi sedikit pemasok ini adalah hubungan jangka panjang dan biaya yang rendah. Strategi aliansi dengan pemasok dapat membantu perusahaan lebih fokus terhadap tujuan utama mereka yaitu menyediakan produk yang berkualitas (Sambasivan dalam Kurniawan, 2017).

Hubungan jangka panjang merupakan suatu kemauan untuk menjalin hubungan dalam waktu yang lama dengan asumsi bahwa hubungan tersebut dapat membawa keuntungan bagi usaha. Hubungan jangka panjang merupakan suatu persepsi untuk mau menjalin hubungan dan kerjasama jangka panjang dalam menyediakan produk yang berkualitas dengan biaya yang rendah. Oleh karena itu, manajemen rantai pasokan merupakan suatu pendekatan yang tepat bagi perusahaan dalam membangun kemitraan jangka panjang (Khan dalam Almira, 2021).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini, menyatakan bahwa hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2013), Muhamad (2020), Tundunaung (2021), Afriliyani (2019), Almira (2020), Karuntu (2021) mengenai analisis pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja, menyatakan bahwa hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Hubungan jangka panjang dalam rantai pasokan dapat membantu perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing melalui kemampuan rantai pasokan yang dibangun bersama-sama dengan mitranya. Sehingga hubungan jangka panjang dapat mendorong peningkatan kinerja manajemen rantai pasokan. Dengan demikian dirumuskan hipotesis:

H₃ : Hubungan Jangka Panjang (X₃) berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan (Y).

2.4.4. Pengaruh kolaborasi terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Menurut Simatupang dalam (Baba, 2021), kerja sama dapat didefinisikan sebagai dua bisnis yang bekerja sama untuk menyelaraskan proses rantai pasok mereka dalam rangka memberikan nilai yang lebih baik kepada konsumen. Untuk memiliki keunggulan kompetitif, bisnis harus berkolaborasi dengan semua mitra rantai pasokan. Kolaborasi memiliki dampak positif terhadap kinerja operasional dan kinerja keuangan yang menyoroti lebih jauh mengenai pentingnya roda manajemen yang aktif sangat dibutuhkan dalam kolaborasi rantai pasok (Suwanda, 2018).

Menurut Suwanda (2018), Baba (2021), Muhamad (2020), Tundunaung, (2021), Afriliyani (2019), Almira (2020) dengan hasil bahwa kolaborasi merupakan perpaduan pandangan serta ide-ide dari seluruh mitra rantai pasokan yang bertujuan untuk bekerjasama dalam menciptakan suatu nilai tambah dan mencapai tujuan bersama yaitu untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

H₄ : Kolaborasi (X₄) berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan (Y).



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada toko ritel bahan bangunan yang berlokasi di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pemilik atau manajer dari toko ritel bahan bangunan.

3.2. Variabel dan Definisi Operasional Penelitian

3.2.1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022) mengemukakan pengertian variabel adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel dalam penelitian ini akan diperinci sebagai berikut:

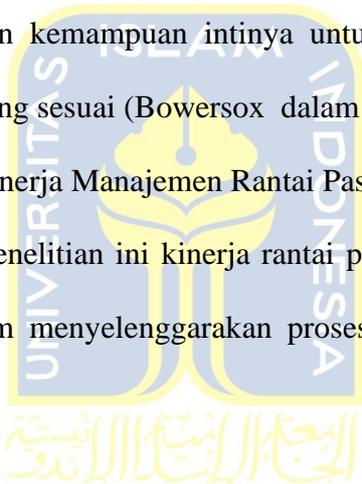
1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)
 - a. Berbagi informasi (X1) yaitu Berbagi informasi, adalah praktik pertukaran informasi teknologi, pemasaran, manufaktur, dan inventaris dengan pemasok dan pelanggan (Kalam, 2019).
 - b. Kepercayaan (X2) yaitu suatu keyakinan dan sikap untuk mau berbagi informasi dan resiko antara mitra yang bekerjasama, dimana pihak yang ada di dalamnya saling percaya terhadap informasi yang diberikan,

sehingga menciptakan kemitraan yang strategis dan mendukung tercapainya tujuan bersama (Kurniawan dan Kusumawardhani, 2017).

- c. Hubungan jangka panjang (X3) yaitu sebagai rasa keinginan untuk menjalin hubungan jangka panjang dan kerja sama dalam menawarkan barang berkualitas tinggi dengan harga yang wajar (Muhamad, 2020).
- d. Kolaborasi (X4) yaitu sebuah konsep yang menghubungkan dua atau lebih anggota dalam membangun komitmen dan mempertahankan proses hubungan dengan sasaran strategis, yang mana mereka menggunakan kemampuan intinya untuk menangani perubahan dan tantangan yang sesuai (Bowersox dalam Muhamad, 2020).

2. Variabel Terikat: Kinerja Manajemen Rantai Pasok (Y)

Dalam penelitian ini kinerja rantai pasok yaitu ukuran pencapaian perusahaan dalam menyelenggarakan proses rantai pasok dalam rentang waktu tertentu.



3.2.2. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Alat Ukur
Berbagi Informasi (X1)	Berbagi informasi, adalah praktik pertukaran informasi teknologi, pemasaran, manufaktur, dan inventaris dengan pemasok dan pelanggan (Kalam, 2019).	<ul style="list-style-type: none"> 1) Pembagian informasi dalam segi financial, production, dan design. 2) Bertukar informasi secara berkesinambungan 3) Informasi dapat membantu semua pihak terkait 	Skala Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Alat Ukur
		(Ariani, 2013)	
Kepercayaan (X2)	Suatu keyakinan dan sikap untuk mau berbagi informasi dan resiko antara mitra yang bekerjasama, dimana pihak yang ada di dalamnya saling percaya terhadap informasi yang diberikan, sehingga menciptakan kemitraan yang strategis dan mendukung tercapainya tujuan bersama (Kurniawan dan Kusumawardhani, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kepercayaan terhadap pemasok 2) Kepercayaan terhadap pemasok yang menjaga kepentingan perusahaan 3) Pemasok percaya terhadap keberhasilan perusahaan 4) Kepedulian pemasok 5) Dukungan pemasok 6) Keandalan pemasok (Salam, 2017)	Skala Likert
Hubungan Jangka Panjang (X3)	Hubungan jangka panjang dilihat sebagai rasa keinginan untuk menjalin hubungan jangka panjang dan kerja sama dalam menawarkan barang berkualitas tinggi dengan harga yang wajar (Muhmad, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok 2) Hubungan proyek jangka panjang menjadi dasar hubungan aliansi dengan pemasok 3) Kerjasama jangka panjang menjadi dasar hubungan dengan pemasok (Ariani, 2013)	Skala Likert
Kolaborasi (X4)	Kolaborasi supply chain adalah sebuah konsep yang menghubungkan dua atau lebih anggota dalam membangun komitmen dan mempertahankan proses hubungan dengan sasaran strategis, yang mana mereka menggunakan kemampuan intinya untuk menangani perubahan dan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Perusahaan melakukan proses berbagi sumber daya untuk meningkatkan kemampuan pemasok 2) Pengembangan tujuan strategis dilakukan secara bersama-sama dengan pemasok 3) Pemantauan kinerja pemasok 4) Pengaturan hubungan kerjasama yang 	Skala Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Alat Ukur
	tantangan yang sesuai (Bowersox dalam Muhamad, 2020).	berhubungan dengan “reward” dan resiko 5) Pembagian bersama mengenai nilai tambah dengan pemasok (Salam, 2017)	
(Y)	Kinerja Manajemen Rantai Pasok yaitu ukuran pencapaian perusahaan dalam menyelenggarakan proses rantai pasok dalam rentang waktu tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan aktivitas logistik (penghilangan waktu tunggu, aliran informasi) 2. Perputaran persediaan dan lamanya alur distribusi barang (<i>cash-to-cash cycle</i>) 3. Lead time pelanggan (mulai dari mengorder sampai menerima) dan efisiensi beban 4. Kinerja dan kualitas pengiriman 5. Sistem manajemen persediaan 6. Total biaya logistic (biaya transportasi, penyimpanan persediaan, pengelolaan pesanan, biaya administrasi, dll) (Aprianingsih, 2015)	Skala Likert

3.3. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis data yang diperlukan:

1) Data Primer

Menurut Arikunto (2019), data dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya melalui wawancara, penelusuran, dan elemen karakteristik data primer lainnya. Dapat disimpulkan bahwa sumber data primer adalah sumber yang memberikan data pihak pertama secara langsung kepada pengumpul data, biasanya melalui wawancara atau kuesioner. Dalam penelitian ini data primer didapatkan dari hasil kuisisioner yang akan dikirimkan kepada pemilik atau manajer dari toko ritel bahan bangunan yang berada di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah.

2) Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2022), sumber data yang diperoleh dengan membaca, meneliti dan memahami melalui media lain yang diambil dari literatur, buku dan dokumen disebut data sekunder. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan membaca, meneliti dan memahami pertanyaan-pertanyaan terkait penelitian melalui buku-buku dan hal-hal lain. Penelitian terdahulu menggunakan jurnal yang relevan dengan pembahasan merupakan sumber data sekunder untuk penelitian ini.

3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Sugiyono (2022) menyatakan bahwa Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mengetahui persepsi dan informasi para pengusaha ritel bahan bangunan yang berada di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah.

Dalam penelitian ini, untuk mengukur persepsi responden digunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2022), skala Likert adalah metode untuk mengukur persepsi atau pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Teknik pengumpulan data ini meliputi serangkaian pernyataan tentang sikap responden, serta diminta menyatakan:

1. Sangat Setuju (SS): skor 5
2. Setuju (S): skor 4
3. Ragu-ragu (RR): skor 3
4. Tidak Setuju (TS): skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS): skor 1

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022). Subjek dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha ritel bahan bangunan, dan objek dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha ritel bahan bangunan yang berada di Pangkalan Bun. Populasi sasaran yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha ritel bahan bangunan yang berada di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah sebanyak 45 perusahaan (Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Kotawaringin Barat, 2023).

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2022), sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti, yang berfungsi sebagai perwakilan dari seluruh anggota populasi. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2017) *purposive sampling* adalah desain terbatas untuk orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diperlukan karena hanya mereka yang memiliki informasi atau memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh penelitian. Kriteria tersebut adalah pemilik atau manajer usaha ritel bahan bangunan yang berada di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah yang mampu memberikan jawaban yang baik. Usia UMKM yaitu lebih dari 1 tahun. Metode ini dianggap cara paling baik untuk mendapatkan informasi dasar secara cepat dan efisien (Sekaran, 2017). Penelitian ini menggunakan seluruh populasi pada perusahaan ritel bangunan Pangkalan Bun sebesar 45 orang pengusaha ritel bahan bangunan

yang berada di Pangkalan Bun yang dapat mewakili dalam penelitian deskriptif ini. Jumlah sampel pada penelitian ini mengikuti rekomendasi yang dibuat oleh Gay dan Diehl, Roscoe (1992), ukuran sampel yang sesuai dalam penelitian lebih besar dari 30 dan kurang dari 500. Oleh karena itu, peneliti menggunakan Sampel yang dipilih peneliti secara acak dengan kriteria toko ritel dengan usia perusahaan lebih dari 1 tahun sebanyak 37 toko ritel bahan bangunan yang berada di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah, dimana 37 sampel memenuhi persyaratan Gay, Diehl, dan Roscoe (1992).

3.5. Uji Kelayakan Instrumen

3.5.1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang artinya keakuratan suatu alat ukur dalam mengukur data. Jika r hitung lebih besar dari r tabel berarti variabel tersebut valid (Sugiyono, 2022). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan nilai korelasi product moment (r). Taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Pengujian ini menggunakan program SPSS 21. Pengujian validitas tiap item pertanyaan dilakukan dengan menghitung korelasi product moment antara skor item dengan skor total. Suatu item pertanyaan dikatakan valid jika nilai signifikansi < 0,05.

3.5.2. Uji Reliabilitas (*Test of Reliabilitas*)

Instrumen yang reliabel yaitu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data

yang sama (Sugiyono, 2022). Kuesioner dikatakan reliabel juga nilai alpha crobach > 0,7 (Umar, 2014). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* / perangkat lunak SPSS (*Statistical Product Service Solution*).

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum dan minimum. Statistik deskriptif mendeskripsikan data yang akan menjadi sebuah informasi lebih jelas dan mudah untuk dipahami (Ghozali, 2018)

3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Persamaan uji regresi linier berganda:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja Rantai Pasok

X1 = Berbagi Informasi

X2 = Kepercayaan

X3 = Hubungan jangka panjang

X4 = kolaborasi

α = Konstanta

b1, b2, b3, b4.. = Koefisien regresi

e = Standar eror

3.6.3. Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Menguji tingkat signifikansi semua variabel X apakah mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel Y (Ghozali, 2018). Dengan tolak ukur pengujiannya yaitu :

- 1) H_0 : Variabel X secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Variabel Y.
- 2) H_1 : Variabel X secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y

Sedangkan ketentuan pengujiannya:

- 1) Signifikansi sebesar 0,05
- 2) H_0 diterima apabila probabilitas value $> \alpha$ (0,05).
- 3) H_1 diterima jika nilai probabilitas value $< \alpha$ (0,05).

b. Uji t (Uji Parsial)

Menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y (Ghozali, 2018).

Dengan tolak ukur pengujiannya yaitu :

- 1) H_0 : Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.
- 2) H_1 : Variabel X memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y.

Sedangkan ketentuan pengujiannya:

Tingkat signifikansi sebesar 0,05

- 1) H_0 diterima apabila nilai probabilitas value $> \alpha$ (0,05).

2) H1 diterima apabila nilai probabilitas value $< \alpha$ (0,05).

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependet amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel- variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk variasi variabel dependen (Sugiyono, 2022).

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji dan memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2018). Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Suatu data dikatakan mempunyai distribusi normal jika mempunyai Asymptotic significance $> 0,05$ dan jika nilai Asymptotic significance $< 0,05$, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal (Umar, 2014).

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Nilai korelasi tersebut dapat dilihat dari *collinearity statistics*, apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) memperlihatkan hasil yang lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* tidak boleh lebih kecil dari 0,1 maka menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, sedangkan apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka gejala multikolinearitas tidak ada (Ghozali, 2018).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan varian residual yang tidak konstan dalam regresi jadi akurasi hasil prediksi bisa jadi bias. Pendapat dari Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas tujuannya menguji apakah pada model regresi mengalami ketidaksamaan *variance* dari residual satu observasi ke observasi lainnya. Heteroskedastisitas menunjukkan nilai korelasi antara nilai yang diperkirakan terhadap *Studentized Delete Residual* nilai tersebut. Cara melakukan prediksi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam sebuah model bisa diketahui dari pola gambar Scatterplot model. Analisis dalam gambar Scatterplot yang menyampaikan model regresi linier berganda tidak ada

heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau tidak terdapat heteroskedastisitas.



BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut akan diuraikan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Berbagai Informasi, Kepercayaan, Hubungan Jangka Panjang, Kolaborasi Terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen (Studi Pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah)”. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner. Hasil dari jawaban-jawaban responden ini akan menjadi informasi dalam menjawab permasalahan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya.

Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan, serta kepentingan pengujian hipotesis maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif dan Analisis regresi linier berganda.

4.1. Pengujian Instrumen

4.1.1. Hasil Uji Validitas

Analisis kesahihan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS 15.00 for window yang bertujuan untuk mengetahui apakah setiap butir pertanyaan dinilai atau dievaluasi dapat dinyatakan valid atau tidak. Hasilnya uji validitas variabel berbagi informasi, variabel kepercayaan, variabel hubungan jangka Panjang, variabel kolaborasi dan variabel kinerja rantai pasok manajemen diperoleh tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 1 Uji Validitas

Pernyataan	<i>R hitung</i>	Sig	Keterangan
Berbagi Informasi			
1) Perusahaan membagi informasi kepada pemasok mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja.	0,843	0,000	Valid
2) Perusahaan bertukar informasi secara berkesinambungan dengan pemasok.	0,836	0,000	Valid
3) Informasi mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja dapat membantu semua pihak yaitu perusahaan dan pemasok.	0,723	0,000	Valid
Kepercayaan			
1) Perusahaan memiliki kepercayaan terhadap pemasok.	0,662	0,000	Valid
2) Perusahaan memiliki kepercayaan terhadap pemasok yang menjaga kepentingan perusahaan.	0,820	0,000	Valid
3) Pemasok percaya terhadap keberhasilan perusahaan.	0,771	0,000	Valid
4) Perusahaan memiliki kepedulian terhadap pemasok.	0,748	0,000	Valid
5) Dukungan pemasok merupakan hal yang penting bagi perusahaan.	0,753	0,000	Valid
6) Perusahaan percaya terhadap kehandalan pemasok.	0,752	0,000	Valid
Hubungan Jangka Panjang			
1) Perusahaan kami memiliki hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok.	0,844	0,000	Valid
2) Hubungan proyek jangka panjang menjadi dasar hubungan aliansi dengan pemasok.	0,829	0,000	Valid
3) Kerjasama jangka panjang menjadi dasar hubungan dengan pemasok.	0,745	0,000	Valid
Kolaborasi			
1) Perusahaan melakukan proses berbagi sumber daya untuk meningkatkan kemampuan pemasok.	0,571	0,001	Valid
2) Pengembangan tujuan strategis dilakukan secara bersama-sama dengan pemasok.	0,625	0,000	Valid
3) Perusahaan kami melakukan pemantauan kinerja dengan pemasok.	0,925	0,000	Valid

Pernyataan	<i>R hitung</i>	Sig	Keterangan
4) Perusahaan melakukan pengaturan hubungan kerjasama yang berhubungan dengan “reward” dan risiko.	0,910	0,000	Valid
5) Perusahaan melakukan pembagian hasil kerja bersama dengan pemasok.	0,925	0,000	Valid
Kinerja Manajemen Rantai Pasok			
1) Perusahaan kami mempunyai aktivitas logistik yang baik dengan mengurangi waktu tunggu pesanan dan memberikan informasi yang baik kepada pemasok.	0,791	0,000	Valid
2) Perusahaan kami mengelola persediaan dan distribusi barang secara baik.	0,609	0,000	Valid
3) Perusahaan kami mengelola waktu pemesanan bahan bangunan pelanggan secara baik mulai dari mengorder sampai menerima pesanan.	0,614	0,000	Valid
4) Perusahaan kami mempunyai kinerja dan kualitas pengiriman yang baik.	0,898	0,000	Valid
5) Perusahaan mempunyai sistem manajemen persediaan.	0,894	0,000	Valid
6) Perusahaan mempunyai pengelolaan biaya <i>logistic</i> yang baik seperti biaya transportasi, penyimpanan persediaan, pengelolaan pesanan, biaya administrasi, dll.	0,898	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil uji validitas variabel berbagi informasi, variabel berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, kolaborasi, dan variabel kinerja rantai pasok dari 30 responden diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semua item variabel berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, kolaborasi, dan kinerja rantai pasok adalah valid.

4.1.2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas di atas dilakukan dengan menggunakan *software* / perangkat lunak SPSS (*Statistical Product Service Solution*) dengan uji statistik Cronbach alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,70.

Tabel 4. 2 Reliabilitas

	Nilai Alpha	Ketentuan nilai Alpha	Keterangan
Berbagi informasi (X ₁)	0,716	0,7	Reliabel
Kepercayaan (X ₂)	0,846	0,7	Reliabel
Hubungan jangka Panjang (X ₃)	0,731	0,7	Reliabel
Kolaborasi (X ₄)	0,859	0,7	Reliabel
Kinerja rantai pasok (Y)	0,880	0,7	Reliabel

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Nilai cronbach alpha untuk masing-masing variabel lebih dari 0,7 sehingga dikatakan bahwa instrumen yang digunakan di dalam penelitian memiliki reliabilitas yang baik (Umar, 2014). Dari hasil uji validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner sudah layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.2. Karakteristik Responden

Gambaran umum pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun ditinjau dari usia, jenis kelamin, pendidikan, jumlah karyawan, usia perusahaan. Berikut datanya:

- a. Karakteristik pemilik UMKM Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun berdasarkan usia

Distribusi pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Usia Pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun

Usia	Frequency	%
18 - 24 Tahun	1	2,70
25 – 30 Tahun	6	16,22
31 - 35 Tahun	13	35,14
> 35 Tahun	17	45,95
Total	37	100

Sumber: Data Primer Yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 37 pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun mayoritas pemilik usaha berusia diatas 33 tahun yaitu sebanyak 17 (45,95%), usia 18 sampai 24 tahun sebanyak 1 (52,7%), usia 31 sampai 35 tahun sebanyak 13 (35,14%) dan usia 25 sampai dengan 30 tahun sebanyak 6 (16,22%).

- b. Karakteristik pemilik UMKM Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun berdasarkan jenis kelamin

Distribusi pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun

Jenis Kelamin	Frequency	%
1. Laki-laki	26	70
2. Perempuan	11	30
Total	37	100

Sumber: Data Primer Yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 37 pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun mayoritas pemilik usaha berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 26 (70%), dan 11 (30%) sisanya adalah perempuan.

- c. Karakteristik pemilik UMKM Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun berdasarkan pendidikan

Distribusi pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Pendidikan Pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun

Pendidikan	Frequency	%
SD	0	0
SMP	0	0
SMA	19	51
Diploma123	0	0
D4/S1	18	49
S2	0	0
Total	37	100

Sumber: Data Primer Yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 37 pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun mayoritas pemilik usaha dengan pendidikan SMA sebanyak 19 (51%), pendidikan SD sebanyak 0 (0%), pendidikan SMP sebanyak 0 (0%), pendidikan S1 sebanyak 18 (49%) dan pendidikan S2 sebanyak 0 (0%).

- d. Karakteristik pemilik UMKM Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun berdasarkan usia perusahaan

Distribusi pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun berdasarkan usia perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Usia perusahaan UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun

Usia Perusahaan	Frequency	%
1 – 5 Tahun	11	30
6 – 10 Tahun	18	43
> 11 Tahun	8	27
Total	37	100

Sumber: Data Primer Yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 37 pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun mayoritas usia perusahaan 6 sampai dengan 10 tahun sebanyak 16 (43%), 1 sampai 5 tahun sebanyak 11 (30%), lebih dari 11 tahun sebanyak 10 (27%).

- e. Karakteristik pemilik UMKM Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun berdasarkan banyaknya karyawan

Distribusi pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun berdasarkan banyaknya jumlah karyawan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Banyaknya Karyawan UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun

Jumlah Karyawan	Frequency	%
1-5 orang	18	48,65
6-10 orang	16	43,24
> 10 orang	3	8,11
Total	37	100

Sumber: Data Primer Yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 37 pemilik UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun mayoritas pemilik usaha dengan jumlah karyawan sebanyak 1 sampai dengan 5 orang karyawan sebanyak 18 (48,65%), 6 sampai dengan 10 karyawan sebanyak 16 (43,2%), lebih dari 10 karyawan karyawan sebanyak 3 (8,11%).

4.3. Analisis Deskriptif Variabel

Deskripsi jawaban responden digunakan untuk mengetahui tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap Berbagai Informasi, Kepercayaan, Hubungan Jangka Panjang, Kolaborasi Terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen. Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif terhadap masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

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

Skor penilaian terendah adalah : 1

Skor penilaian tertinggi adalah : 5

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Baik

1,81 – 2,60 = Tidak Baik

2,61 – 3,40 = Cukup Baik

3,41 – 4,20 = Baik

4,21 – 5,00 = Sangat Baik

Analisis Penilaian Responden

Berikut adalah hasil analisis penilaian responden terhadap variabel Berbagi Informasi, Kepercayaan, Hubungan Jangka Panjang, Kolaborasi Terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen. Hasil penilaian responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. 8 Analisis Penilaian Responden

Pernyataan	N	Mean	Kriteria
Berbagi Informasi			
1) Perusahaan membagi informasi kepada pemasok mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja	37	4,24	Sangat baik
2) Perusahaan bertukar informasi secara berkesinambungan dengan pemasok.	37	4,32	Sangat baik

Pernyataan	N	Mean	Kriteria
3) Informasi mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja dapat membantu semua pihak yaitu perusahaan dan pemasok	37	4,14	Baik
Nilai rata-rata berbagi informasi		4,23	Sangat baik
Kepercayaan			
1) Perusahaan memiliki kepercayaan terhadap pemasok.	37	4,4	Sangat baik
2) Perusahaan memiliki kepercayaan terhadap pemasok yang menjaga kepentingan perusahaan.	37	4,2	Baik
3) Pemasok percaya terhadap keberhasilan perusahaan.	37	4,1	Baik
4) Perusahaan memiliki kepedulian terhadap pemasok.	37	4,1	Baik
5) Dukungan pemasok merupakan hal yang penting bagi perusahaan.	37	4,1	Baik
6) Perusahaan percaya terhadap kehandalan pemasok.	37	4,1	Baik
Nilai rata-rata kepercayaan		4,16	Baik
Hubungan Jangka Panjang			
1) Perusahaan kami memiliki hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok.	37	4,14	Baik
2) Hubungan proyek jangka panjang menjadi dasar hubungan aliansi dengan pemasok.	37	4,32	Sangat baik
3) Kerjasama jangka panjang menjadi dasar hubungan dengan pemasok.	37	4,08	Baik
Nilai rata-rata hubungan jangka panjang		4,18	Baik
Kolaborasi			
1) Perusahaan melakukan proses berbagi sumber daya untuk meningkatkan kemampuan pemasok.	37	4,3	Sangat Baik
2) Pengembangan tujuan strategis dilakukan secara bersama-sama dengan pemasok.	37	4,1	Baik
3) Perusahaan kami melakukan pemantauan kinerja dengan pemasok.	37	4,2	Baik

Pernyataan	N	Mean	Kriteria
4) Perusahaan melakukan pengaturan hubungan kerjasama yang berhubungan dengan “reward” dan risiko.	37	4,24	Sangat Baik
5) Perusahaan melakukan pembagian hasil kerja bersama dengan pemasok.	37	4,2	Baik
Nilai rata-rata kolaborasi		4,21	Sangat Baik
Kinerja Manajemen Rantai Pasok			
1) Perusahaan kami mempunyai aktivitas logistik yang baik dengan mengurangi waktu tunggu pesanan dan memberikan informasi yang baik kepada pemasok.	37	4,1	Baik
2) Perusahaan kami mengelola persediaan dan distribusi barang secara baik.	37	4,3	Sangat Baik
3) Perusahaan kami mengelola waktu pemesanan bahan bangunan pelanggan secara baik mulai dari mengorder sampai menerima pesanan.	37	4,1	Baik
4) Perusahaan kami mempunyai kinerja dan kualitas pengiriman yang baik.	37	4,2	Baik
5) Perusahaan mempunyai sistem manajemen persediaan.	37	4,2	Sangat baik
6) Perusahaan mempunyai pengelolaan biaya <i>logistic</i> yang baik seperti biaya transportasi, penyimpanan persediaan, pengelolaan pesanan, biaya administrasi, dll.	37	4,2	Baik
Nilai rata-rata kinerja manajemen rantai pasok		4,19	Baik

4.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh Berbagai Informasi (X_1), Kepercayaan (X_2), Hubungan Jangka Panjang (X_3), Kolaborasi (X_4) Terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen (Y),

metode analisis regresi linier berganda tersebut dilakukan menggunakan software IBM SPSS 21.

Untuk mengetahui tingkat ketepatan fungsi regresi, diukur dengan *goodness of fit* yang secara statistik dapat dilihat dari nilai adjusted R², nilai statistik t, dan nilai statistik F. Apabila nilai uji statistik t berada di bawah 0,05 maka Ho diterima.

Hipotesis pertama hingga hipotesis kelima bertujuan mengetahui pengaruh pengaruh Berbagi Informasi (X₁), Kepercayaan (X₂), Hubungan Jangka Panjang (X₃), Kolaborasi (X₄) Terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen (Y). Hasil pengujian hipotesis pertama hingga hipotesis kelima dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koef.	t hitung	Sig.	keputusan
Constant (α)	1,153			
Berbagi Informasi (X ₁)	0.141	2.498	0.018	Signifikan
Kepercayaan (X ₂)	0.309	4.012	0.000	Signifikan
Hubungan Jangka Panjang (X ₃)	0.070	2.641	0.013	Signifikan
Kolaborasi (X ₄)	0.498	8.012	0.000	Signifikan
Adjusted R Square = 0,993 dengan F hit = 1319,538 dan Sig = 0,000				

Sumber: Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tabel 4.9 didapatkan persamaan regresi dari data yang telah di standarisasi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 1,153 + 0,147X_1 + 0,324 X_2 + 0,070 X_3 + 0,496 X_4$$

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode regresi berganda.

Uji Parsial (T-Test) berdasarkan tabel 4.9 hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0 : b_1 = 0$ tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Berbagi Informasi (X_1), Kepercayaan (X_2), Hubungan Jangka Panjang (X_3), Kolaborasi (X_4) Terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen (Y).

$H_1 : b_1 \neq 0$ terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Berbagi Informasi (X_1), Kepercayaan (X_2), Hubungan Jangka Panjang (X_3), Kolaborasi (X_4) Terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen (Y).

Kesimpulan dengan menggunakan taraf signifikansi 5% ($=0,05$). Jadi:

H_0 Ditolak : Jika taraf signifikansi $< 0,05$ artinya, Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Berbagi Informasi (X_1), Kepercayaan (X_2), Hubungan Jangka Panjang (X_3), Kolaborasi (X_4) Terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen (Y).

H_0 Diterima : Jika taraf signifikansi $> 0,05$ artinya, Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Berbagi Informasi (X_1), Kepercayaan (X_2), Hubungan Jangka Panjang (X_3), Kolaborasi (X_4) Terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen (Y).

4.4.1. Pengujian Uji t

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.9 menghasilkan:

1. Pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini langkahnya sebagai berikut:

H₀₁ : Berbagi informasi tidak berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok.

H₁₁ : Berbagi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok.

Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh koefisien regresi berbagi informasi sebesar 0,147. Pada taraf signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa berbagi informasi secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok. Hal ini berarti hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

2. Pengaruh kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini langkahnya sebagai berikut:

H₀₂ : Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok.

H₁₂ : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok.

Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,324. Pada taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok. Hal ini berarti hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

3. Pengaruh hubungan jangka panjang terhadap kinerja rantai pasok

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini langkahnya sebagai berikut:

H₀₃ : hubungan jangka panjang tidak berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok.

H₁₃ : hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok.

Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh koefisien regresi hubungan jangka panjang sebesar 0,070. Pada taraf signifikansi sebesar $0,013 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan jangka panjang secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok. Hal ini berarti hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

4. Pengaruh kolaborasi terhadap kinerja rantai pasok

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini langkahnya sebagai berikut:

H₀₄ : kolaborasi tidak berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok.

H₁₄ : kolaborasi berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok.

Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh koefisien regresi kolaborasi sebesar 0,496. Pada taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kolaborasi berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok. Hal ini berarti hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

Rangkuman hasil uji t parsial (T-Test) dalam penelitian ini akan disajikan dalam tabel 4.10 berikut:

Tabel 4. 10 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Keterangan	R ²
H1 : Berbagi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok	Terbukti	99,3%
H2 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok	Terbukti	
H3 : Hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok	Terbukti	
H4 : Kolaborasi berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok	Terbukti	

4.4.2. Pengujian R Square

Uji R-Square / uji koefisien Determinasi memiliki kriteria determinasinya sebagai berikut:

- Jika koefisien determinasi mendekati (0), berarti pengaruh variabel dependen terhadap independen lemah.
- Jika koefisien determinasi mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap dependen kuat.

Pada tabel 4.9 Uji R-Square menghasilkan Nilai Adjusted R² sebesar 0,993. Hal ini berarti 99,3% kinerja rantai pasok dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka Panjang dan kolaborasi sedangkan sisanya (100%-99,3%= 0,7%) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4.4.3. Pengujian Uji F

Uji F (Uji Simultan) berdasarkan tabel 4.9 hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0 : p = 0$ tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel Berbagi Informasi (X_1), Kepercayaan (X_2), Hubungan Jangka Panjang (X_3), Kolaborasi (X_4) Terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen (Y).

$H_1 : p \neq 0$ terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel Berbagi Informasi (X_1), Kepercayaan (X_2), Hubungan Jangka Panjang (X_3), Kolaborasi (X_4) Terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen (Y).

Nilai signifikan akan dibandingkan dengan nilai 0,05 dan derajat kebebasan (df) = $(n-k)$, $(k-1)$

Keputusan yaitu:

H_0 diterima jika nilai signifikan $> 0,05$, dapat diartikan sebagai tidak adanya pengaruh dari variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

H_0 ditolak jika nilai signifikan $< 0,05$, dapat diartikan sebagai adanya pengaruh dari variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Pada tabel 4.11 Uji F menghasilkan nilai signifikan 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05. Sehingga H_a ditolak yang artinya adanya pengaruh dari variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

4.5. Uji Asumsi Klasik

Asumsi-asumsi klasik ini harus dilakukan pengujiannya untuk memenuhi penggunaan regresi linier berganda. Setelah diadakan perhitungan regresi linier berganda melalui alat bantu SPSS, diadakan pengujian uji asumsi klasik regresi. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut :

4.5.1. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar normal atau tidak. Prosedur uji dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dengan ketentuan sebagai berikut :

Hipotesis yang digunakan :

H_0 : residual tersebar normal

H_1 : residual tidak tersebar normal

Jika nilai **sig.** (*p-value*) > maka H_0 diterima yang artinya normalitas terpenuhi.

Tabel 4. 11 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		37
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.04528472
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.108
	Negative	-.106
Kolmogorov-Smirnov Z		.655
Asymp. Sig. (2-tailed)		.784

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil uji normalitas sebesar 0,655. Nilai **sig.** sebesar 0,784 dapat dilihat pada tabel atau lebih besar dari 0.05; maka ketentuan H_0 diterima yaitu bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan. Cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai Tolerance yang didapat dari perhitungan regresi berganda, apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel bebas	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Berbagi Informasi (X_1)	0.877	1.016	Non Multikolinieritas
Kepercayaan (X_2)	0.738	3.508	Non Multikolinieritas
Hubungan Jangka Panjang (X_3)	0.268	3.734	Non Multikolinieritas
Kolaborasi (X_4)	0.878	2.499	Non Multikolinieritas

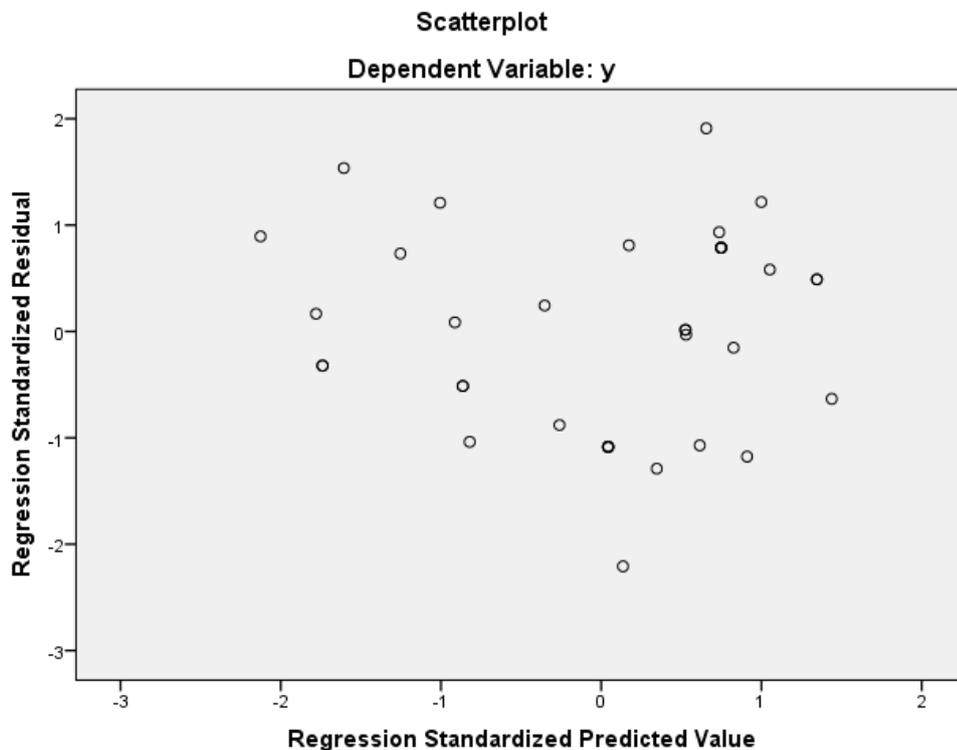
Sumber: Data primer, diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) kurang dari 10, artinya tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipakai agar mengetahui ada tidaknya pertidaksamaan nilai residual sebagai akibat besarnya nilai variabel bebas. Atau terdapat perbedaan nilai varians seiring dengan bertambahnya nilai variabel bebas. Proses pengujian menggunakan uji scatter plot.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.1



Gambar 4.1

Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil pengujian diketahui bahwa scatter plot menunjukkan bahwa grafik difusi tidak menyerupai sebuah pola, sehingga tidak

mengalami gejala heteroskedastisitas, oleh karena itu bisa ditarik kesimpulan jika residual memiliki variansi yang homogen (konstan), yaitu terdapat tidak ada gejala heteroskedastisitas. Model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan layak ataupun sesuai dengan syarat semua asumsi regresi klasik tersebut di atas terpenuhi. Hal ini memungkinkan interpretasi hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan.

4.6.Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis Pengaruh Berbagi Informasi (X_1), Kepercayaan (X_2), Hubungan Jangka Panjang (X_3), Kolaborasi (X_4) Terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen (Y). Untuk menjawab hipotesis penelitian maka berikut ini akan dijelaskan hasil perhitungannya:

4.6.1. Pengaruh berbagi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok

Berdasarkan hasil uji t mendapatkan hasil sebesar $0,018 < 0.05$ dapat disimpulkan bahwa berbagi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi berbagi informasi, maka semakin baik kinerja rantai pasok pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ariani (2013), (Muhamad, 2020), Tundunaung, (2021), Afriliyani (2019), Almira (2020),

Karuntu (2021), yang menyatakan bahwa berbagi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok.

4.6.2. Pengaruh kepercayaan berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok

Berdasarkan hasil uji t mendapatkan hasil sebesar $0,000 < 0.05$ dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan, maka semakin baik kinerja rantai pasok pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Penelitian Ariani (2013), (Muhamad, 2020), Tundunaung, (2021), Afriliyani (2019), Almira (2020), Karuntu (2021), dengan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasok.

4.6.3. Pengaruh hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok

Berdasarkan hasil uji t mendapatkan hasil sebesar $0,013 < 0.05$ dapat disimpulkan bahwa hubungan jangka panjang berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi hubungan jangka panjang, maka semakin baik kinerja rantai pasok pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ariani (2013), Muhamad (2020), Tundunaung, (2021), Afriliyani (2019), Almira (2020), Karuntu (2021), mengenai analisis pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja, menyatakan bahwa hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

4.6.4. Pengaruh kolaborasi berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok

Berdasarkan hasil uji t mendapatkan hasil sebesar $0,000 < 0.05$ dapat disimpulkan bahwa kolaborasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kolaborasi, maka semakin baik kinerja rantai pasok pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Muhamad, 2020), Tundunaung, (2021), Afriliyani (2019), Almira (2020), dengan hasil bahwa kolaborasi berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t variabel berbagi informasi terhadap kinerja rantaipasok dengan signifikansi $0,018 < 0,05$. Dari nilai tersebut dapat diindikasikan bahwa berbagi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t variabel kepercayaan terhadap kinerja rantaipasok dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari nilai tersebut dapat diindikasikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan jangka panjang terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t variabel hubungan jangka panjang terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,013 < 0,05$. Dari nilai tersebut dapat diindikasikan bahwa hubungan jangka panjang berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kolaborasi terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t variabel kolaborasi terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari nilai

tersebut dapat diindikasikan bahwa kolaborasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok.

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, maka menghasilkan implikasi manajerial yang dimana dapat dijadikan saran bagi UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun dalam menerapkan Praktik Manajemen Rantai Pasokan, Kinerja Rantai Pasokan:

1. Perusahaan UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun perlu mempertahankan pengaplikasian dari praktik manajemen rantai pasokan, dan meningkatkan dimensi-dimensi yang ada pada praktik manajemen rantai pasokan guna meningkatkan dan mempertahankan kinerja dari rantai pasokan.
2. Perusahaan UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun menjaga hubungan yang baik dengan para pemasok guna mencapai kinerja maksimal perusahaan.
3. Perusahaan UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun diharapkan untuk memberikan pelatihan dan Pendidikan yang lebih baik guna memberikan pengetahuan pada pekerja akan pentingnya penerapan rantai pasokan.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan antara lain sebagai berikut :

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi manajemen rantai pasokan pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun.
2. Objek penelitian hanya sebatas UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun, hal ini tidak mencerminkan atau menggambarkan reaksi maupun hasil yang diberikan dari pelaksanaan Praktik Manajemen Rantai Pasokan, Kinerja Rantai Pasokan, oleh karena itu masih banyak perusahaan yang dapat menjadi responden agar objek penelitian lebih beragam.
3. Penelitian ini belum meneliti UMKM Toko Retail Bahan Bangunan lainnya yang berada diluar Daerah Pangkalan Bun karena dalam penelitian ini hanya mengungkapkan hasil dari rantai pasokan objek UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun saja.

5.4. Saran

Saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa semua variabel penelitian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja rantai pasok, sehingga dapat disarankan agar UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah lebih meningkatkan

informasi yang jelas, kepercayaan terhadap pemasok, hubungan jangka Panjang dan berkolaborasi agar kinerja rantai pasok semakin baik.

2. Saran untuk penelitian selanjutnya, peneliti dapat menambahkan variabel lain di luar variabel yang telah diteliti, guna meningkatkan kinerja rantai pasok UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah yang dapat meningkatkan kinerja rantai pasok seperti teknologi informasi, kinerja pemasok.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, Pratama Adrian (2021) Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia, *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis* ISSN : 2655-8238 Vol. 3 No.1.
- Afriliyani, (2019), The Impact of LongTerm Relationship, Process Integration, Cooperation On Supply Chain Management Performance And Competitive Advantage. *Journal of Research in Management* Vol. 2, No. 2, 2019, pp. 1 – 6.
- Almira, Nadia (2020), Pengaruh Berbagi Informasi, Hubungan Jangka Panjang Dan Kerja Sama Terhadap Kinerja Industri Kecil Dan Menengah Tahu Anggota Primkopti Jakarta Timur. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. X, No. 1
- Aprianingsih, Hesti, (2015). Analisis pengaruh implementasi teknologi informasi terhadap kinerja rantai pasok. *Jurnal ITS Jawa Timur* Vol 3 (1).
- Ariani, D. (2013). Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 10 (2), 132–141.
- Arikunto, S. 2019. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Baba, Vanessa Fathia (2021). Information Sharing and Supply Chain Collaboration: Strategy for Higher Firm Performance in Ghana. *American Journal of Industrial and Business Management* Vol.11 No.6.
- Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah. (2023) Data Jumlah Populasi Toko Bahan Bangunan di Kotawaringin Barat.
- Dwiastuti, Martina. (2022) Pengaruh Kepercayaan dan komitmen Terhadap Kinerja Rantai Pasokan Toko Kelontong Jaringan SRC. *SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis* p-ISSN 1978-2241, e-ISSN 2541-1047 <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jsm> 41
- Erlina (2017) Analisa Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Dengan Model Supply Chain Operation Reference (SCOR) PT. XYZ di Bogor. *Jurnal Manajemen Universitas Mercu Buana*
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, Abdelsalam Adam (2022) Pengaruh Atribut Transaksi terhadap Kinerja Logistik: Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman Sudan.

International Journal of Supply and Operations Management August 2022, Volume 9, Issue 3, pp. 264-280

Hasmi, Shela Riaufa. (2020). Pengaruh Berbagi Informasi Dan Hubungan Jangka Panjang Terhadap Kinerja Rantai Pasokan Dan Keunggulan Bersaing (Studi Pada IKM Olahan Rendang Kota Payakumbuh) Hasmi. JOM FEB, Volume 7 Edisi 2

Indotelko.co (2023) Membangkitkan bisnis ritel dengan digitalisasi. <https://www.indotelko.com/read/1540176577/membangkitkan-bisnis-ritel-digitalisasi>.

Kalam, Fatahillah Akbar. (2019). Pengaruh berbagi informasi terhadap kualitas produk yang dimediasi oleh keselarasan kualitas: Studi pada Kedai Kopi di Kabupaten Sleman, D. I. Yogyakarta. Journal of Business and Information Systems, Vol. 1, No. 2 www.thejbis.org DOI: 10.36067/jbis.v1i2.30 ISSN: 2685-2543 115

Karuntu (2021), Analysis of the Effect of Supply Chain Management on the Competitiveness of Coastal Fisherman Communities in North Minahasa District. *Archives of Business Research*, 9(2). 142-192.

Kemenkeu. (2021, september 27). *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. Retrieved from [kemenkeu.go.id: https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/menkeu-tekanan-pentingnya-pembangunan-infrastruktur/](https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/menkeu-tekanan-pentingnya-pembangunan-infrastruktur/)

Kurniawan, A., & Kusumawardhani, A. (2017). Pengaruh Supply Chain Management terhadap Kinerja UMKM Batik di Pekalongan. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 175-185.

Latuconsina, Zainuddin (2021) Pengaruh Berbagi Informasi, Keputusan sinkronisasi, dan Penyelarasan Insentif pada Kepercayaan Antar Organisasi. *The International Journal of Business Management and Technology*, Volume 5 Issue 6 November–December 2021 ISSN: 2581-3889

Lee, Changjoon (2021) Komunikasi Kolaboratif, Berbagi Informasi dan Kinerja Rantai Pasokan. *Journal of Industrial Distribution & Business Vol 12 No 5 (2021)* 27-36

Lukman, (2021). *Supply Chain Management*. Gowa: Percetakan CV. Cahaya Bintang Cemerlang

Marimin (2021) Peningkatan Kinerja Dan Mitigasi Risiko Rantai Pasok Agroindustri Nanas Di Pt Great Giant Pineapple. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* 31 (2): 153-163

- Muafaqih, Ihwan Addin. (2018). Pengaruh integrasi, berbagi informasi, dan penundaan pada kinerja rantai pasokan: Studi pada usaha kecil menengah batik di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*. Published by The Management Development Centre, Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Islam Indonesia
- Muhammad, Ibrahim (2020) Analisis Pengaruh Berbagi Informasi, Kepercayaan, Hubungan Jangka Panjang, Dan Kolaborasi Terhadap Kinerja Supply Chain Management (Studi Pada Paguyuban Umkm Kampung Keramik Dinoyo Malang) *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Mujianto (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Pada UMKM Warung Ritel Tradisional Di Indonesia dan Strategi Bertahannya *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol.30 No. 02.
- Rahadian, Firman (2018) Pengaruh green brand image terhadap keputusan pembelian. *Prosiding Manajemen Vol 3 no 2*.
- Salam, asief. (2017). The mediating role of supply chain collaboration on the relationship between technology, trust and operational performance An empirical investigation, *Benchmarking: An International Journal Vol. 24 No. 2, 2017*
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 2*, Salemba Empat, Jakarta
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwanda, Adhitya (2018). Pengaruh Kolaborasi Rantai Pasok Terhadap Kinerja Keuangan Melalui Kinerja Logistik, Kinerja Operasional Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Ritel Yang Beroperasi Di Indonesia). *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti Vol. 3, No. 1*.
- Tundunaung, (2021), Pengaruh Dari Manajemen Hubungan Pemasok Terhadap Kinerja Bisnis Ukm Di Manado. *Emba Volume 9, Issue 3, pp. 264-280*
- Umar, H (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.

KUESIONER PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dalam rangka penulisan skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Yogyakarta yang berjudul “PENGARUH BERBAGI INFORMASI, KEPERCAYAAN, HUBUNGAN JANGKA PANJANG, KOLABORASI TERHADAP KINERJA RANTAI PASOK MAANAJEMEN (Studi Pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan Di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah)”. Dalam pengisian kuisisioner ini, dimohon kepada Bapak/Ibu/Sdr/i dapat memilih salah satu dari kategori jawaban yang telah disediakan dengan memberikan tanda cek list (√) pada jawaban yang dianggap tepat. Jawaban Bapak/Ibu/Sdr/i akan dirahasiakan.

Atas kesediaan dan bantuan dari Bapak/Ibu/Sdr/i untuk menjawab kuisisioner ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

A. Karakteristik Responden

1. Usia
 - 18 - 24 Tahun
 - 25 – 30 Tahun
 - 31 - 35 Tahun
 - > 35 Tahun
2. Jenis Kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Pendidikan
 - SD
 - SMP
 - SMA
 - Diploma 1,2,3
 - D4/S1
 - S2
4. Usia perusahaan
 - 1 – 5 Tahun
 - 6 – 10 Tahun
 - > 11 Tahun
5. Jumlah Karyawan
 - 1 – 5 orang
 - 6 - 10 orang
 - > 10 orang



B. Petunjuk Pengisian

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda check list (√) pada jawaban yang telah tersedia sesuai dengan anggapan anda, dengan alternatif jawaban antara lain :

Keterangan				
Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Berbagi Informasi					
4) Perusahaan membagi informasi kepada pemasok mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja					
5) Perusahaan bertukar informasi secara berkesinambungan dengan pemasok.					
6) Informasi mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja dapat membantu semua pihak yaitu perusahaan dan pemasok					
Kepercayaan					
7) Perusahaan memiliki kepercayaan terhadap pemasok.					
8) Perusahaan memiliki kepercayaan terhadap pemasok yang menjaga kepentingan perusahaan.					
9) Pemasok percaya terhadap keberhasilan perusahaan.					
10) Perusahaan memiliki kepedulian terhadap pemasok.					
11) Dukungan pemasok merupakan hal yang penting bagi perusahaan.					
12) Perusahaan percaya terhadap kehandalan pemasok.					

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Hubungan Jangka Panjang					
4) Perusahaan kami memiliki hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok.					
5) Hubungan proyek jangka panjang menjadi dasar hubungan aliansi dengan pemasok.					
6) Kerjasama jangka panjang menjadi dasar hubungan dengan pemasok.					
Kolaborasi					
6) Perusahaan melakukan proses berbagi sumber daya untuk meningkatkan kemampuan pemasok.					
7) Pengembangan tujuan strategis dilakukan secara bersama-sama dengan pemasok.					
8) Perusahaan kami melakukan pemantauan kinerja dengan pemasok.					
9) Perusahaan melakukan pengaturan hubungan kerjasama yang berhubungan dengan "reward" dan risiko.					
10) Perusahaan melakukan pembagian hasil kerja bersama dengan pemasok.					
Kinerja Manajemen Rantai Pasok					
1) Perusahaan kami mempunyai aktivitas logistik yang baik dengan mengurangi waktu tunggu pesanan dan memberikan informasi yang baik kepada pemasok.					
2) Perusahaan kami mengelola persediaan dan distribusi barang secara baik.					
3) Perusahaan kami mengelola waktu pemesanan bahan bangunan pelanggan secara baik mulai dari mengorder sampai menerima pesanan.					
4) Perusahaan kami mempunyai kinerja dan kualitas pengiriman yang baik.					

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
5) Perusahaan mempunyai sistem manajemen persediaan.					
6) Perusahaan mempunyai pengelolaan biaya <i>logistic</i> yang baik seperti biaya transportasi, penyimpanan persediaan, pengelolaan pesanan, biaya administrasi, dll.					

Mohon kuesioner ini diisi dengan lengkap agar dapat diproses lebih lanjut.

Terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu mengisi kuesioner ini.



Data Toko Bangunan

Toko bangunan
1. Baja mulia
2. Ponti jaya
3. Ponti suri
4. KPM
5. Aflaha
6. Seventy paint
7. Hings putra bajarindo
8. Yuthori
9. Bagan jaya
10. Ponti makmur
11. Glx
12. Harmoni
13. Dunia keramik
14. Fortuna
15. Hari jaya
16. Sindunata
17. Serasi
18. M.Rizal
19. Bina subur
20. Albasithu
21. Indah jaya
22. Borneo jaya
23. Bintang asia
24. Budiana
25. Jabal nur
26. Sari mulia
27. Indo makmur
28. Berkat cahaya muda
29. Berkat cahaya
30. Alfamix
31. Triputra
32. Mandala
33. Sinar Baru
34. Cahaya Muda
35. Akmal
36. Artha Sarana
37. Berkat Cahaya

HASIL TABULASI DATA

No	Berbagi informasi (X1)			Jml	Rt2	kepercayaan (X2)						Jml	Rt2	hubungan jangka panjang (X3)			Jml	Rt2	kolaborasi (X4)					Jml	Rt2	kinerja (Y)						Jml	Rt2
	1	2	3			1	2	3	4	5	6			1	2	3			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	6		
1	4	4	5	13	4,333	5	5	4	5	4	4	27	4,5	3	5	5	13	4,333	5	5	5	5	5	25	5	3	5	5	5	5	5	28	4,67
2	4	5	4	13	4,333	4	5	4	4	3	3	23	3,83	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	24	4	
3	4	4	5	13	4,333	5	4	4	5	4	5	27	4,5	4	4	4	12	4	4	4	5	5	23	4,6	4	4	4	5	5	5	27	4,5	
4	4	3	3	10	3,333	3	3	4	3	3	4	20	3,33	4	4	3	11	3,667	4	3	3	3	3	16	3,2	4	4	3	3	3	20	3,33	
5	5	4	5	14	4,667	5	5	4	4	5	5	28	4,67	5	5	3	13	4,333	5	3	5	5	5	23	4,6	5	5	3	5	5	28	4,67	
6	4	4	5	13	4,333	4	4	5	4	4	4	25	4,17	4	5	4	13	4,333	5	4	4	4	4	21	4,2	4	5	4	4	4	25	4,17	
7	5	5	4	14	4,667	5	5	5	4	4	5	28	4,67	5	4	4	13	4,333	4	4	5	5	5	23	4,6	5	4	4	5	5	28	4,67	
8	4	3	4	11	3,667	4	4	5	3	3	3	22	3,67	3	3	4	10	3,333	3	4	4	4	4	19	3,8	3	3	4	4	4	22	3,67	
9	5	5	4	14	4,667	5	5	4	5	4	4	27	4,5	5	5	5	15	5	5	4	5	4	23	4,6	5	5	5	4	5	4	28	4,67	
10	4	4	3	11	3,667	3	3	3	4	4	4	21	3,5	4	4	5	13	4,333	4	5	3	3	3	18	3,6	4	4	5	3	3	22	3,67	
11	5	5	4	14	4,667	4	5	5	4	5	5	28	4,67	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24	4,8	5	5	5	5	4	5	29	4,83	
12	4	4	3	11	3,667	4	3	3	4	4	4	22	3,67	4	4	5	13	4,333	4	5	3	3	3	18	3,6	4	4	5	3	3	22	3,67	
13	4	5	5	14	4,667	5	5	5	4	5	5	29	4,83	5	5	4	14	4,667	5	4	5	5	5	24	4,8	5	5	4	5	5	29	4,83	
14	3	3	4	10	3,333	5	4	3	3	3	3	21	3,5	3	3	3	9	3	3	4	4	4	18	3,6	3	3	3	4	4	21	3,5		
15	5	4	5	14	4,667	5	5	5	5	4	4	28	4,67	5	4	4	13	4,333	4	4	5	5	5	23	4,6	5	4	4	5	5	28	4,67	
16	4	3	4	11	3,667	5	4	4	3	3	3	22	3,67	3	3	4	10	3,333	3	4	4	4	4	19	3,8	3	3	4	4	4	22	3,67	
17	5	5	4	14	4,667	4	4	5	5	5	4	27	4,5	4	4	5	13	4,333	4	5	5	5	5	24	4,8	4	4	5	5	5	28	4,67	
18	3	4	3	10	3,333	3	3	3	3	4	3	19	3,17	3	4	3	10	3,333	4	3	3	3	3	16	3,2	3	4	3	3	3	19	3,17	
19	5	5	5	15	5	4	5	5	5	5	5	29	4,83	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	30	5	

20	4	5	4	13	4,333	4	5	4	5	4	3	25	4,17	4	5	4	13	4,333	5	4	4	4	4	21	4,2	4	5	4	4	4	4	25	4,17
21	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	30	5	
22	4	5	4	13	4,333	5	4	4	5	4	4	26	4,33	4	5	4	13	4,333	5	4	4	4	4	21	4,2	4	5	4	4	4	4	25	4,17
23	4	5	5	14	4,667	5	5	5	4	4	5	28	4,67	5	4	4	13	4,333	4	4	5	5	5	23	4,6	5	4	4	5	5	5	28	4,67
24	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	18	3	
25	5	5	4	14	4,667	5	5	5	4	4	4	27	4,5	4	4	4	12	4	4	4	5	5	23	4,6	4	4	4	5	5	5	27	4,5	
26	3	3	4	10	3,333	4	3	3	3	3	3	19	3,17	3	4	3	10	3,333	4	3	3	3	3	16	3,2	3	4	3	3	3	3	19	3,17
27	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	4	29	4,83	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	30	5	
28	4	4	5	13	4,333	3	3	4	5	5	5	25	4,17	4	5	4	13	4,333	5	4	4	4	4	21	4,2	4	5	4	4	4	4	25	4,17
29	5	5	4	14	4,667	5	5	4	4	4	5	27	4,5	5	5	4	14	4,667	5	4	4	5	4	22	4,4	5	5	4	4	5	4	27	4,5
30	4	4	3	11	3,667	4	4	3	4	4	4	23	3,83	4	5	4	13	4,333	5	4	3	3	3	18	3,6	4	5	4	3	3	3	22	3,67
31	5	4	4	13	4,333	5	4	3	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	24	4	
32	4	5	4	13	4,333	4	4	5	4	4	4	25	4,17	4	4	4	12	4	4	4	5	4	5	22	4,4	4	4	4	5	4	5	26	4,33
33	4	5	4	13	4,333	5	4	4	3	5	5	26	4,33	4	5	5	14	4,667	5	5	4	4	4	22	4,4	4	5	5	4	4	4	26	4,33
34	3	4	3	10	3,333	3	3	3	3	4	3	19	3,17	3	3	3	9	3	3	3	4	3	16	3,2	3	3	3	3	4	3	19	3,17	
35	5	5	4	14	4,667	5	4	4	5	4	5	27	4,5	5	5	4	14	4,667	5	4	4	5	4	22	4,4	5	5	4	4	5	4	27	4,5
36	4	5	4	13	4,333	5	4	4	4	4	4	25	4,17	4	5	4	13	4,333	5	4	4	4	4	21	4,2	4	5	4	4	4	4	25	4,17
37	5	4	5	14	4,667	4	4	5	5	4	5	27	4,5	5	4	4	13	4,333	4	4	5	5	5	23	4,6	5	4	4	5	5	5	28	4,67
	157	160	153	470	156,7	161	155	153	152	150	152	923	154	153	160	151	464	154,7	160	151	155	157	155	778	156	153	160	151	155	157	155	931	155
	4,24	4,32	4,14	12,7	4,234	4,4	4,2	4,1	4,1	4,1	4,1	24,95	4,16	4,14	4,32	4,08	12,5	4,18	4,3	4,1	4,2	4,24	4,2	21	4,21	4,1	4,3	4,1	4,2	4,2	4,2	25	4,19

HASIL OLAH DATA

Hasil validitas dan reliabilitas

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=x1_1 x1_2 x1_3 jmlX1
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

		x1_1	x1_2	x1_3	jmlX1
x1_1	Pearson Correlation	1	.656**	.397*	.843**
	Sig. (2-tailed)		.000	.030	.000
	N	30	30	30	30
x1_2	Pearson Correlation	.656**	1	.333	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000		.072	.000
	N	30	30	30	30
x1_3	Pearson Correlation	.397*	.333	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.030	.072		.000
	N	30	30	30	30
jmlX1	Pearson Correlation	.843**	.836**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=x2_1 x2_2 x2_3 x2_4 x2_5 x2_6 jmlX2
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

Correlations

		x2_1	x2_2	x2_3	x2_4	x2_5	x2_6	jmlX2
x2_1	Pearson Correlation	1	.733**	.421*	.332	.169	.309	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000	.020	.073	.372	.097	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x2_2	Pearson Correlation	.733**	1	.667**	.480**	.390*	.396*	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.033	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x2_3	Pearson Correlation	.421*	.667**	1	.412*	.475**	.481**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000		.024	.008	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x2_4	Pearson Correlation	.332	.480**	.412*	1	.672**	.494**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.073	.007	.024		.000	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x2_5	Pearson Correlation	.169	.390*	.475**	.672**	1	.730**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.372	.033	.008	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x2_6	Pearson Correlation	.309	.396*	.481**	.494**	.730**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.097	.030	.007	.005	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
jmlX2	Pearson Correlation	.662**	.820**	.771**	.748**	.753**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=x3_1 x3_2 x3_3 jmlX3
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

		Correlations			
		x3_1	x3_2	x3_3	jmlX3
x3_1	Pearson Correlation	1	.604**	.412*	.844**
	Sig. (2-tailed)		.000	.024	.000
	N	30	30	30	30
x3_2	Pearson Correlation	.604**	1	.409*	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000		.025	.000
	N	30	30	30	30
x3_3	Pearson Correlation	.412*	.409*	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.024	.025		.000
	N	30	30	30	30
jmlX3	Pearson Correlation	.844**	.829**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

البحر العربي

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=x4_1 x4_2 x4_3 x4_4 x4_5 jmlX4
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		Correlations					
		x4_1	x4_2	x4_3	x4_4	x4_5	jmlX4
x4_1	Pearson Correlation	1	.409*	.301	.336	.301	.571**
	Sig. (2-tailed)		.025	.106	.069	.106	.001
	N	30	30	30	30	30	30
x4_2	Pearson Correlation	.409*	1	.385*	.373*	.385*	.625**
	Sig. (2-tailed)	.025		.036	.042	.036	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x4_3	Pearson Correlation	.301	.385*	1	.922**	1.000**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.106	.036		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x4_4	Pearson Correlation	.336	.373*	.922**	1	.922**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.069	.042	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x4_5	Pearson Correlation	.301	.385*	1.000**	.922**	1	.925**
	Sig. (2-tailed)	.106	.036	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
jmlX4	Pearson Correlation	.571**	.625**	.925**	.910**	.925**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=y1 y2 y3 y4 y5 y6 jmlY
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		Correlations						
		y1	y2	y3	y4	y5	y6	jmlY
y1	Pearson Correlation	1	.604**	.412*	.563**	.602**	.563**	.791**
	Sig. (2-tailed)		.000	.024	.001	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y2	Pearson Correlation	.604**	1	.409*	.301	.336	.301	.609**
	Sig. (2-tailed)	.000		.025	.106	.069	.106	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	.412*	.409*	1	.385*	.373*	.385*	.614**
	Sig. (2-tailed)	.024	.025		.036	.042	.036	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y4	Pearson Correlation	.563**	.301	.385*	1	.922**	1.000**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.001	.106	.036		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y5	Pearson Correlation	.602**	.336	.373*	.922**	1	.922**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.069	.042	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y6	Pearson Correlation	.563**	.301	.385*	1.000**	.922**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	.001	.106	.036	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
jmlY	Pearson Correlation	.791**	.609**	.614**	.898**	.894**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

```

RELIABILITY
/VARIABLES=x1_1 x1_2 x1_3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1_1	8.4333	1.564	.648	.500
x1_2	8.4000	1.421	.582	.566
x1_3	8.5000	1.776	.399	.787

```

RELIABILITY
/VARIABLES=x2_1 x2_2 x2_3 x2_4 x2_5 x2_6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

```

/MODEL=ALPHA
 /SUMMARY=TOTAL.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2_1	20.6667	9.333	.511	.842
x2_2	20.7333	8.202	.715	.803
x2_3	20.8333	8.626	.650	.816
x2_4	20.8667	8.809	.622	.822
x2_5	20.9667	8.999	.641	.819
x2_6	20.9333	8.754	.626	.821

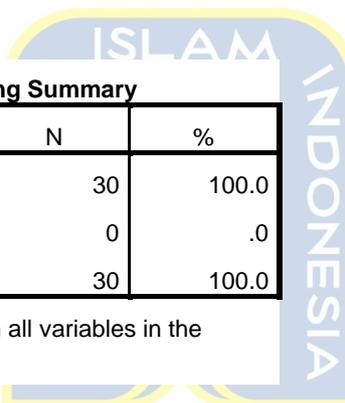
```

RELIABILITY
/VARIABLES=x3_1 x3_2 x3_3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES



Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3_1	8.4333	1.426	.605	.580
x3_2	8.2333	1.564	.607	.582
x3_3	8.4667	1.775	.458	.751

```

RELIABILITY

```

```

/VARIABLES=x4_1 x4_2 x4_3 x4_4 x4_5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x4_1	16.7333	7.513	.383	.895
x4_2	16.9667	7.275	.451	.881
x4_3	16.8667	5.568	.868	.776
x4_4	16.8333	5.592	.842	.783
x4_5	16.8667	5.568	.868	.776

RELIABILITY

```

/VARIABLES=y1 y2 y3 y4 y5 y6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	21.0667	9.513	.688	.859
y2	20.8667	10.740	.464	.892
y3	21.1000	10.714	.469	.892
y4	21.0000	8.759	.839	.832
y5	20.9667	8.723	.832	.833
y6	21.0000	8.759	.839	.832

Hasil Regresi Linier Berganda

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT y
  /METHOD=ENTER x1 x2 x3 x4
  /SCATTERPLOT=(*ZRESID ,*ZPRED) (*ZRESID ,*ZPRED)
  /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
  /SAVE RESID.
    
```

Regression



Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x4, x3, x1, x2 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: y

b. All requested variables entered.



Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.997 ^a	.994	.993	.04803	1.990

a. Predictors: (Constant), x4, x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.177	4	3.044	1319.538	.000 ^b
	Residual	.074	32	.002		
	Total	12.251	36			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x4, x3, x1, x2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.153	.062		2.455	.020		
	x1	.147	.059	.141	2.498	.018	.877	1.016
	x2	.324	.081	.309	4.012	.000	.738	3.508
	x3	.070	.027	.070	2.641	.013	.268	3.734
	x4	.496	.062	.498	8.012	.000	.878	2.499

a. Dependent Variable: y



Hasil Multikolinieritas

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	x1	x2	x3	x4
	1	4.981	1.000	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.013	19.468	.97	.00	.00	.01	.01
1	3	.005	33.205	.02	.01	.01	.82	.03
	4	.001	79.026	.01	.82	.01	.12	.35
	5	.000	115.291	.00	.17	.98	.05	.61

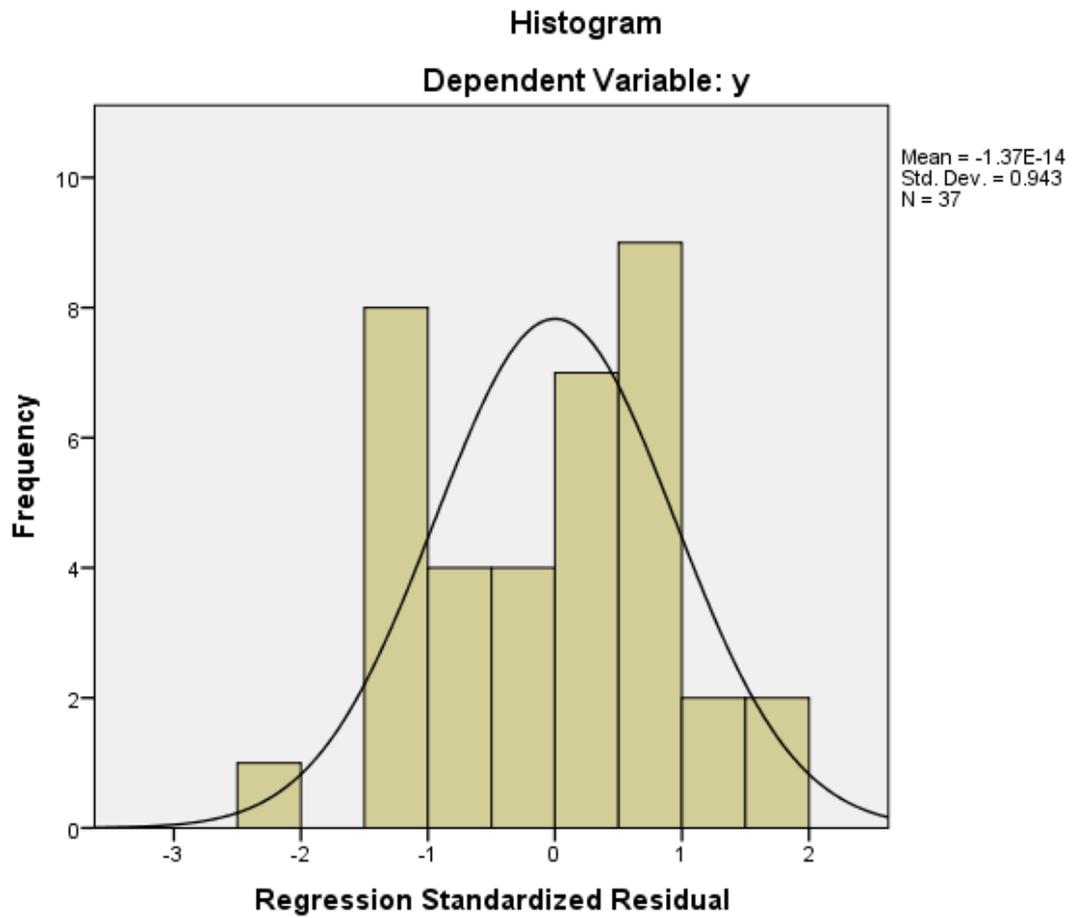
a. Dependent Variable: y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.9571	5.0304	4.1937	.58159	37
Residual	-.10606	.09178	.00000	.04528	37
Std. Predicted Value	-2.126	1.439	.000	1.000	37
Std. Residual	-2.208	1.911	.000	.943	37

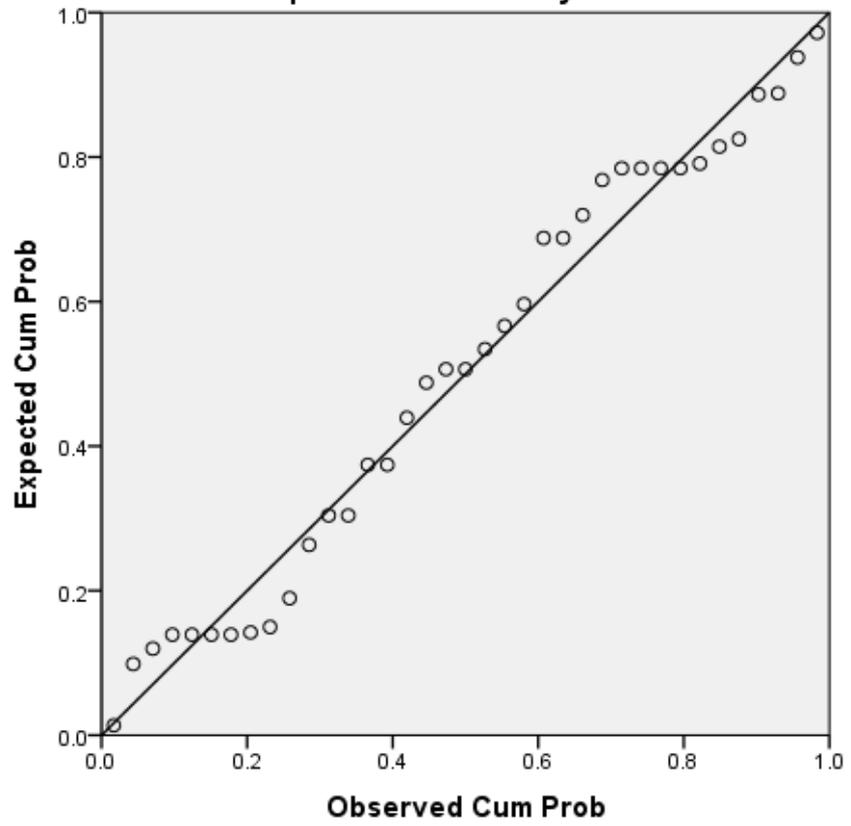
a. Dependent Variable: y

Charts

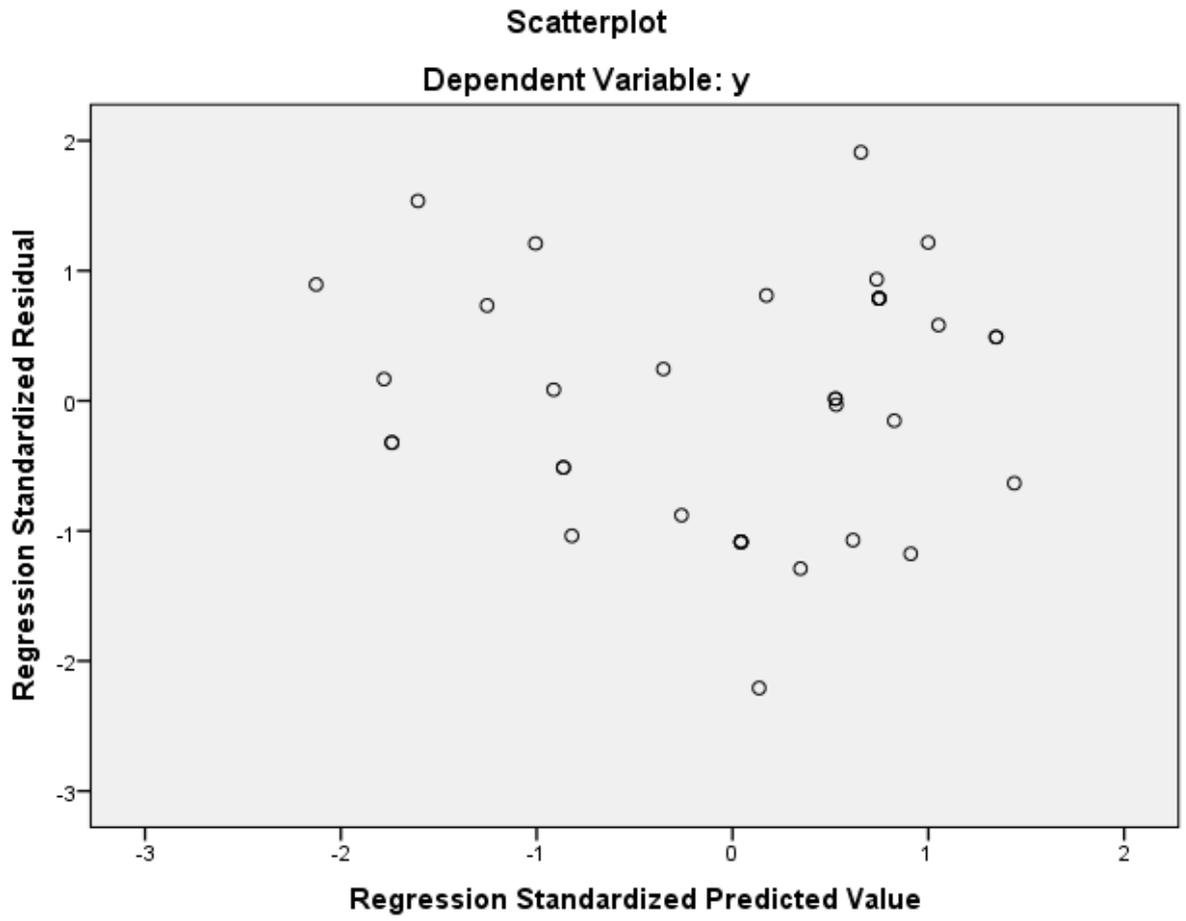


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

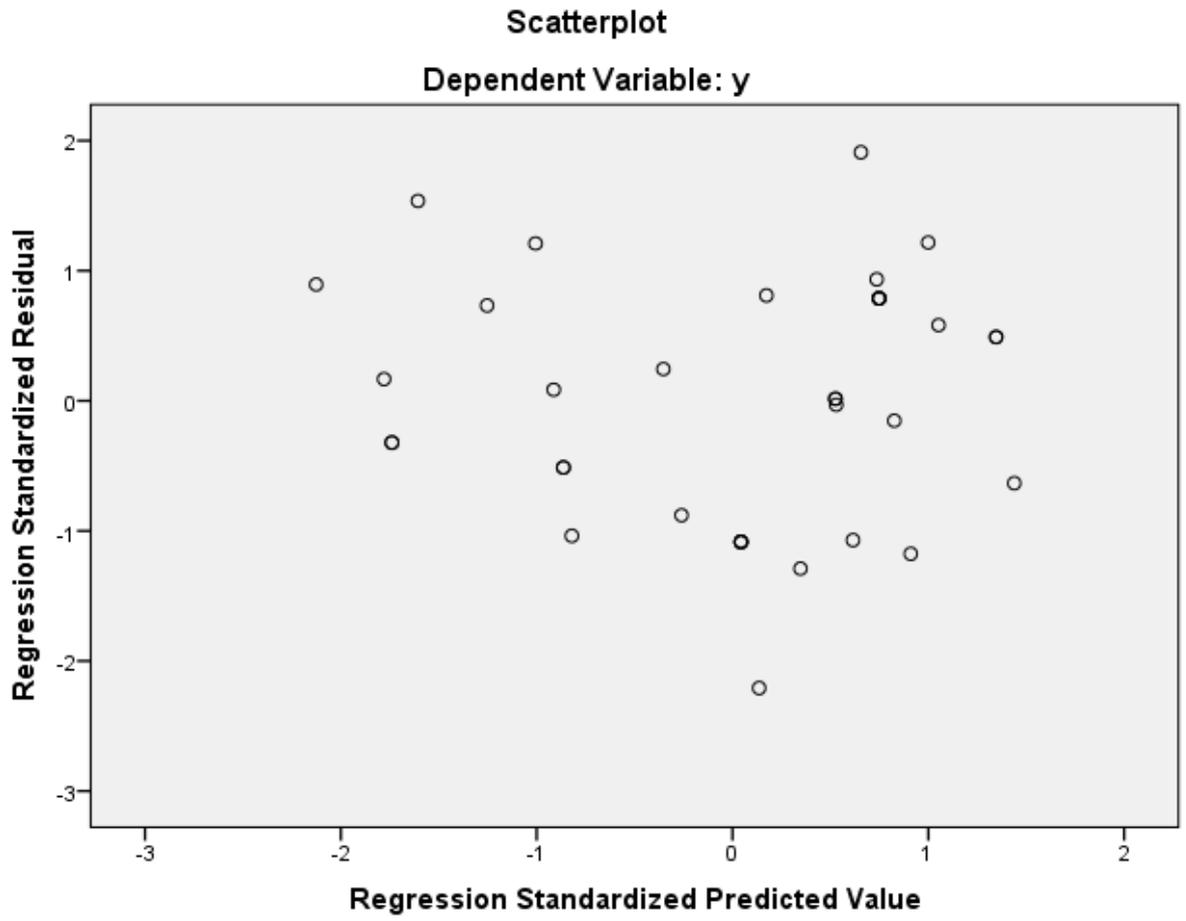
Dependent Variable: y



الجمعة الالهية الانسية









Hasil Normalitas

```

NPAR TESTS
  /K-S (NORMAL) =RES_1
  /MISSING ANALYSIS.
  
```

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		37
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.04528472
	Absolute	.108
Most Extreme Differences	Positive	.108
	Negative	-.106
Kolmogorov-Smirnov Z		.655
Asymp. Sig. (2-tailed)		.784

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.