

**ANALISIS PENGARUH PRAKTEK *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*  
TERHADAP EFEKTIVITAS KINERJA *SUPPLY CHAIN*  
( Studi pada UKM Gula semut di Kulon Progo)**

SKRIPSI



Ditulis oleh :

Nama : Faisal Hendra Saputra  
No. Mahasiswa : 12311428  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**ANALISIS PENGARUH PRAKTEK *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*  
TERHADAP EFEKTIVITAS KINERJA *SUPPLY CHAIN*  
( Studi pada UKM Gula semut di Kulon Progo)**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk  
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen  
pada Fakultas Ekonomi UII



Oleh :

Nama : Faisal Hendra Saputra  
No. Mahasiswa : 12311428  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasional

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2018**

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME**

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

Yogyakarta, 20 Oktober 2017

Penyusun,



6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
(Faisal Hendra Saputra)

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH PRAKTEK *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*  
TERHADAP EFEKTIVITAS KINERJA *SUPPLY CHAIN*  
( Studi pada UKM Gula semut di Kulon Progo)**

**SKRIPSI**



Oleh :

Nama : FAISAL HENDRASAPUTRA  
No. Mahasiswa : 12311428  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasional

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal.. Juli 2017

Dosen Pembimbing,



(Siti Nurul Ngaini, Dra., MM.)

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS PENGARUH PRAKTEK SUPPLY CHAIN MANAGEMENT TERHADAP  
EFEKTIFITAS KINERJA SUPPLY CHAIN**

Disusun Oleh : **FAISAL HENDRA SAPUTRA**

Nomor Mahasiswa : **12311428**

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

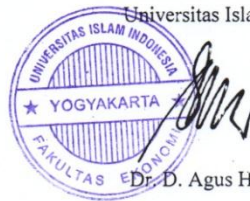
Pada hari Senin, tanggal: 13 November 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Siti Nurul Ngaini, Dra., MM

Penguji : Zulian Yamit, Drs., M.Si.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

**ANALISIS PENGARUH PRAKTEK *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*  
TERHADAP EFEKTIVITAS KINERJA *SUPPLY CHAIN*  
(Studi Pada UKM Gula Semut di Kulon Progo)**

**Oleh :**

**FAISAL HENDRA SAPUTRA**

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

**ABSTRAK**

Pada penelitian kali ini, dilakukan studi tentang praktek *Supply Chain Management* dalam meningkatkan efektivitas kinerja *supply chain*. Penelitian bertujuan Pengaruh *Integration*, *Information Sharing*, *Customer Management* (manajemen pelanggan), *Supplier Management* (Manajemen Pemasok), dan *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*. Pengambilan data variabel penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 30 eksemplar pada manajer atau pemilik industri kecil Pengolahan gula semut di Temon Kulonprogo yang menerapkan SCM. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menemukan bahwa 1) terdapat pengaruh signifikan positif integrasi terhadap efektivitas kinerja *supply chain*, 2) terdapat pengaruh signifikan positif *information sharing* terhadap efektivitas kinerja *supply chain*, 3) terdapat pengaruh signifikan positif *customer management* terhadap efektivitas kinerja *supply chain*, 4) terdapat pengaruh signifikan positif *supplier management* terhadap efektivitas kinerja *supply chain* dan 5) tidak terdapat pengaruh signifikan positif *responsiveness* terhadap efektivitas kinerja *supply chain*.

*Kata kunci : Integration, Information Sharing, Customer Management, Supplier Management, Responsiveness, efektivitas kinerja Supply Chain Management*

## *MOTTO*

*“Selalu ada jalan untuk melakukan yang lebih baik,  
Temukanlah !”  
(Thomas Alfa Edison)*

*“Hanya orang gila yang mengharapkan hasil yang  
berbeda dengan cara yang sama”  
(Albert Einstein)*

## *Halaman Persembahan*

*Dengan mengucap syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya tulisku untuk orang-orang yang kusayang :*

- 1. Kedua orang tua tercinta, sebagai motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendoakan dan menyanggiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini. Tak pernah cukupku membalas cinta kedua orang tua padaku.*
- 2. Teman dekatku yang selalu memberikan dukungan dan semangat (Diah Yuniarti)*
- 3. Sahabat terbaikku yang selalu mendukung (Ega, Cahyo, Nanang, Dichi, Emir, Cahya dan Chandra)*
- 4. Teman-teman Manajemen 2012*
- 5. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.*



**KATA PENGANTAR**

*Assalamu'alaikum Warohmatullahiwabarokatu*

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur senantiasa dipanjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah - Nya baik berupa kenikmatan maupun kesehatan lahir dan batin sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir (skripsi) dengan baik yang berjudul “Analisis Pengaruh Praktek *Supplay Chain Management* Terhadap Efektivitas Kinerja Supply Chain”. Penulisan tugas akhir ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Tak lupa shalawat serta salam dihaturkan kepada nabi besar Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi seluruh umat di muka bumi sehingga dapat menjadi insan yang bermanfaat bagi orang lain dan sekitarnya. Proses penyelesaian ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT karena telah diberikan segala karunia dan ke ridhoan- Nya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
2. Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi penulis.
3. Bapak Nandang Sutrisno, S.H., M.Hum., LL.M., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.

4. Bapak Dr. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Sutrisno, MM. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. Ibu Siti Nurul Ngaini, Dra., MM. selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, saran, dukungan, ilmu pengetahuan serta kritik yang sifatnya membangun bagi penulis.
7. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
8. Kedua Orangtua ku tercinta Didi Priyatna & Sri Suyanti yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang, semangat, serta doa yang terbaik selama membesarkan dan membimbingku. Terima kasih atas kesabaran yang telah diberikan selama mendidikku. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan serta kebahagiaan untuk beliau.
9. Teman dekatku Diah Yuniarti yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
10. Sahabat terbaikku (Ega, Cahyo, Nanang, Dichi, Emir, Cahya dan Chandra) yang memberikan canda tawa berbagi cerita suka dan duka
11. Semua pihak yang telah memberi dukungan tanpa dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga segala amal kebaikan dan bantuannya diterima dan mendapat balasan rahmat serta karunia yang lebih baik dari Allah SWT.

Penulis berharap semoga penulisan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Tidak lupa penulis memohon maaf apabila terdapat

kekhilafan dan kesalahan yang disadari maupun tidak disadari dan penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun penulis terima dengan senang hati. Semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan sebagai referensi, Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahiwabarokatu*

Yogyakarta, 12 Oktober 2017

Penulis

Faisal Hendra Saputra

**DAFTAR ISI**

HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI .....	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
BERITA ACARA SKRIPSI.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA & TELAAH PENELITIAN TERDAHULU..	7
2.1 Kajian Pustaka .....	7
2.2. Landasan Teori .....	9
2.2.1. Praktek <i>Suplay Chain Management</i> .....	9
2.2.2. Efektivitas Kinerja <i>Suplay Chain Management</i> .....	19
2.3. Kerangka Pemikiran .....	22
2.4. Hipotesis Penelitian .....	23
BAB III METODE PENELITIAN .....	24
3.1. Jenis Penelitian .....	24
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	24
3.3. Metode Penarikan Sampel .....	25
3.4. Definisi Operasional Variabel .....	25
3.5. Pengujian Instrumen .....	27
3.6. Metode Analisis Data .....	28
3.6.1. Analisis Deskriptif .....	28
3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	29
3.6.3. Uji Asumsi Klasik .....	29
3.6.4. Pengujian Hipotesis .....	32
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Uji Intsrumen Penelitian .....	33
4.1.1. Uji Validitas .....	33
4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	35
4.2. Analisis Deskriptif .....	36

4.2.1. Karakteristik Responden .....	36
4.2.2. Persepsi Responden .....	42
4.3. Analisis Kuantitatif .....	49
4.4. Pembahasan.....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Teori Dimensi Praktek Rantai Pasokan.....	11
Tabel 3.1. . Definisi Operasional Variabel .....	26
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas .....	34
Tabel 4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas .....	35
Tabel 4.3. Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 4.4. Usia Responden .....	37
Tabel 4.5. Pendidikan Terakhir Responden .....	38
Tabel 4.6. Umur Perusahaan .....	39
Tabel 4.7. Jumlah Supplier .....	40
Tabel 4.8. Jumlah Distributor .....	40
Tabel 4.9. Jumlah Pengecer .....	41
Tabel 4.10. Penilaian Variabel <i>Integration</i> .....	43
Tabel 4.11. Penilaian Variabel <i>Information Sharing</i> .....	44
Tabel 4.12. Penilaian Variabel <i>Customer Management</i> .....	45
Tabel 4.13. Penilaian Variabel <i>Supplier Management</i> .....	46
Tabel 4.14. Penilaian Variabel <i>Responsiviness</i> .....	47
Tabel 4.15. Penilaian Efektivitas Kinerja <i>Supply Chain Management</i> .....	48
Tabel 4.16. Estimasi Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel 4.17. Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel 4.18. Uji Multikolonieritas .....	59
Tabel 4.19. Uji Autokolerasi .....	60

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran .....	22
Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas .....	60



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dunia bisnis sekarang ini terus bersaing untuk menciptakan berbagai kebutuhan konsumen yang semakin tinggi, dan semakin cerdas dalam memilih kebutuhannya. Setiap perusahaan akan berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, pelayanan yang cepat, mudah, dan terus menciptakan berbagai inovasi-inovasi baru untuk tetap dapat unggul dan bertahan di pasar. Hal ini juga terjadi pada para petani gula kelapa di Kuloprogo dengan meningkatkan inovasinya yang semula memproduksi gula kelapa dengan melakukan inovasi produknya menjadi gula semut.

Gula kelapa pada awalnya dibuat dalam bentuk padatan yang dicetak dengan tempurung kelapa atau bambu sehingga gula yang dihasilkan berbentuk silindris. Seiring dengan perkembangan teknologi, inovasi baru dari gula kelapa adalah gula dalam bentuk serbuk atau gula kristal. Bentuk akhir gula semut ini adalah serbuk, sehingga menjadikan gula semut ini lebih praktis untuk digunakan. Permintaan akan gula semut terus meningkat dari waktu ke waktu, hal ini tidak lepas dari usaha para produsen gula semut yang terus melakukan pengembangan pasar. Terutama terhadap target pasar industri yang sangat mempertimbangkan efisiensi, dan mengutamakan sisi kepraktisan dibandingkan dengan menggunakan gula merah biasa.

Saat ini gula semut telah banyak dipasarkan pada beberapa supermarket, bahkan sudah diekspor ke Australia maupun Eropa, karena digunakan sebagai pemanis minuman kesehatan yang memiliki berbagai manfaat antara lain mencegah perut kembung, masuk angin, flu, batuk. Selain itu, gula semut dapat tahan lama tanpa penambahan bahan pengawet (Ningtyas, 2012). Gula semut dipasaran dijual dengan aneka rasa, ada yang natural (alami), rasa jahe, dan sebagainya.

Memaknai kegiatan agroindustri pangan lokal seperti Gula Semut di Kulon Progo yang menjadi bagian terpenting, maka dibutuhkan keterlibatan pemasok dan pelanggan untuk lebih fokus dalam menjalankan usahanya. Untuk mencapai kesuksesan dalam lingkungan bisnis yang menantang dewasa ini, agroindustri pangan lokal salah pondoh perlu menyatukan fungsi-fungsi internal sebuah usaha secara efektif dan menghubungkannya dengan operasional eksternal pemasok dan anggota rantai pasok. Anggota rantai pasok harus fokus pada praktek Supply Chain Management (SCM). Proses membuat dan mendistribusikan produk ke pelanggan menjadi cara yang paling efektif dan efisien bagi perusahaan untuk tetap sukses, dan menjadi pusat dari pengembangan manajemen rantai pasok (Agus, 2011).

Penelitian tentang *Supply chain management* (SCM) dilakukan oleh Ibrahim dan Hamid (2012) yang mengembangkan lima dimensi praktek SCM (*Integration, Information Sharing, Customer Management, Supplier Managemen dan Responsiveness*). Mereka menyatakan bahwa efektivitas kinerja supply chain membantu memberikan banyak manfaat langsung dan tidak langsung untuk

pemasok dan manufaktur perusahaan di mana ia merupakan kemampuan untuk menciptakan dan menghasilkan solusi yang menambah nilai lebih untuk (pelanggan) dari penawaran yang ada, juga efektivitas dalam meningkatkan proses manufakturing, jaringan pemasok dan pihak lainnya. Hasil penelitian menemukan bahwa secara empiris menunjukkan praktek manajemen pemasok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas rantai pasokan

Daerah Kokap di Kabupaten Kulon Progo, merupakan salah satu penghasil produksi gula kelapa dalam bentuk gula cetak. Dengan bekal pengetahuan dan pengalamannya bekerja di bagian teknisi mesin, para petani berpikir mengupayakan produksi gula kelapa itu ditingkatkan menjadi Gula Semut. Dinamakan Gula Semut, karena bentuknya yang menyerupai dengan Sarang Semut yang ada di tanah. Gula Semut ini memiliki beberapa kelebihan dibanding gula cetak pada umumnya, yakni dapat tahan lama disimpan dalam jangka waktu hingga dua tahun tanpa mengalami perubahan warna dan rasa jika di bungkus dalam tempat yang rapat. Dikarenakan kadar air pada gula semut hanya berkisar 2-3 persen. Saat ini gula semut pasarnya sudah menembus pasar ekspor, dan menjadi komoditi yang paling diminati oleh konsumen mancanegara.

Gula Semut memiliki nilai ekspor yang cukup tinggi. Produksi Gula Semut di Kulon Progo kini menjadi produk unggulan *One Village One Product*. Program ini telah melibatkan ribuan petani Kelapa. Kurang lebih terdapat 3.000-an petani yang memproduksi Gula Semut yang tersebar wilayah Kokap, Samigaluh dan Girimulyo. Diperkirakan, produksi dalam sebulan mencapai 60 ton. Harga gula semut per kilogramnya memang relatif sedikit lebih mahal dari

gula cetak biasa. Harga per kilogramnya dipatok Rp 17.000 s/d Rp18.000, untuk harga jual ekspor sekitar Rp 21.500 per kilogramnya.

Namun demikian fenomena manajemen rantai pasokan yang terjadi di UKM industri pengolahan makanan khas Gula Semut di Kulonprogo berdasarkan pengamatan peneliti masih belum terlaksana dengan baik. UKM melakukan penjualan ekspor terkadang masih melalui reseller atau pengepul, sehingga tidak bisa menentukan harga secara langsung dengan konsumen. Ada juga beberapa UKM melakukan penawaran produk kepada konsumen melalui website, sehingga dapat dimanfaatkan pelanggan yang berada di luar Sleman atau di Luar negeri dalam melakukan transaksi. *Supplay Chain Management* juga dilakukan perusahaan untuk memesan bahan baku dari pemasok, sehingga para pemilik UKM tidak perlu datang ketempat pemasok dalam melakukan transaksi bahan baku (nira). Namun demikian proses *Supplay Chain Management* belum terintegrasi dengan baik, sehingga prosesnya masih berjalan secara parsial.

Berdasarkan fenomena tersebut diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Analisis Pengaruh Praktek *Supply Chain Management* Terhadap Efektivitas Kinerja Supply Chain (Studi Pada UKM Gula Semut di Kulon Progo)**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Integration* berpengaruh terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*?

2. Apakah *Information Sharing* berpengaruh terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*?
3. Apakah *Cusmomer Managemen* (manajemen pelanggan) berpengaruh terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*?
4. Apakah *Supplier Manajemen* (Manajemen Pemasok) berpengaruh terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*?
5. Apakah *Responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Integration* terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Information Sharing* terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Cusmomer Managemen* (manajemen pelanggan) terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*.
4. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Supplier Manajemen* (Manajemen Pemasok) terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*.

5. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

1. Memberikan tambahan informasi bagi Agro Industri Pengolahan Makanan Khas Gula Semut di Kecamatan Temon Kabupaten Kulonprogo untuk penyusunan kebijakan dalam meningkatkan efektivitas kinerja rantai pasokan melalui pengembangan *Supplay Chain Management*.
2. Memberikan tambahan informasi dan pengetahuan bagi ilmu manajemen operasional, terutama untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh *Supplay Chain Management* terhadap efektivitas kinerja supplay chain

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA & LANDASAN TEORI

#### 2.1. Kajian Pustaka

Ibrahim dan Hamid (2012) melakukan penelitian dengan judul *Supply Chain Management Practices and Supply Chain Performance Effectiveness*. Dengan menggunakan berbagai pandangan teori penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh dari dimensi yang berbeda dari praktek manajemen rantai pasokan (*Integration, Information Sharing, Customer Management, Supplier Management dan Responsiveness*) terhadap efektivitas kinerja rantai pasokan perusahaan manufaktur di Sudan. Metode analisis data menggunakan metode kuantitatif, di mana *convenience sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada 110 perusahaan produsen di Sudan. Penelitian ini menemukan bahwa praktek manajemen rantai pemasok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas kinerja rantai pasokan.

Ariani dan Dwiyanto (2013) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan. Sampel digunakan sebanyak 736 industri kecil dengan teknik analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa Variable SCM yang terdiri dari *information sharing, long*

*term relationship, cooperation* dan *process integration* seluruhnya berpengaruh positif dan signifikan Kinerja SCM pada perusahaan.

Anatan (2010) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Implementasi Praktik-Praktik Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja Rantai Pasok dan Keunggulan Kompetitif. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh praktik-praktik manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif, menjelaskan pengaruh Keunggulan kompetitif terhadap kinerja rantai pasokan dan menjelaskan pengaruh Praktik-praktik manajemen rantai pasokan terhadap kinerja rantai pasokan. Teknik analisis menggunakan Regresi Linier Sederhana, dan hasil pengujian menemukan bahwa H1 dan H3 didukung sedangkan H2 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa praktik-praktik manajemen rantai pasokan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif dan berpengaruh signifikan positif kinerja rantai pasokan. Sedangkan Keunggulan kompetitif tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan.

Timisela dkk (2014) melakukan penelitian dengan judul Manajemen Rantai Pasok Dan Kinerja Agroindustri Pangan Lokal Sagu Di Propinsi Maluku : Suatu Pendekatan Model Persamaan Struktural. Penelitian bertujuan untuk mengetahui mekanisme rantai pasok dan pola aliran rantai pasok agroindustri sagu, menganalisis pengaruh komponen-komponen manajemen rantai pasok (MRP) terhadap peningkatan aktivitas rantai pasok dan kinerja agroindustri. Sampel penelitian berjumlah 102 pengrajin sagu diambil secara simple random sampling, penelitian menggunakan kuesioner dan wawancara mendalam dengan responden. Analisis data secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif untuk



mendeskripsikan mekanisme dan pola aliran rantai pasok agroindustri sagu. Sedangkan analisis kuantitatif untuk menganalisis komponen, aktivitas rantai pasok dan kinerja agroindustri menggunakan model persamaan struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme rantai pasok agroindustri sagu yang terjadi yaitu terciptanya kolaborasi dan koordinasi diantara pelaku rantai pasok mulai dari hulu sampai ke hilir. Pola aliran rantai pasok yang terdiri dari aliran bahan baku, aliran produk, aliran finansial dan aliran informasi berlangsung baik dan lancar. Secara statistik menemukan 1) Perhatian Rantai Pasok berhubungan secara signifikan terhadap praktek rantai pasokan, praktek rantai pasokan berpengaruh signifikan terhadap perhatian rantai pasokan, 3) praktek rantai pasok berhubungan dengan kompetensi rantai pasok, 4) perhatian rantai pasok tidak berpengaruh terhadap peningkatan aktivitas rantai pasok, 5) praktek rantai pasok berpengaruh signifikan terhadap peningkatan aktivitas rantai pasok, 6) kompetensi rantai pasok berpengaruh terhadap peningkatan aktivitas rantai pasok dan 7) peningkatan aktivitas rantai pasok berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Agroindustri.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. Praktek *Supply Chain Management***

#### **1. Konsep dan Pengertian *Supply chain management***

Definisi manajemen rantai pasokan yaitu apakah integrasi proses bisnis dari pengguna akhir melalui pasokan asli yang menyediakan produk, layanan dan informasi yang menambah nilai kepada pelanggan (Galaskiewicz, 2011)). Supply

chain" tampaknya menjadi umum dalam berbagai definisi yaitu "manajemen rantai pasokan" dan ahli mengusulkan bahwa rantai pasokan adalah seperangkat perusahaan, biasanya beberapa perusahaan independen yang terlibat dalam pembuatan produk dan menempatkannya pada pengguna akhir dalam rantai pasokan, bahan baku dan komponen produsen, perakitan produk grosir, pedagang pengecer dan semua anggota rantai pasokan (Lalonde BJ 1998)

Praktek SCM adalah mengacu untuk melengkapi terhadap semua tindakan yang dilakukan dalam organisasi dengan tujuan untuk meningkatkan efektivitas dalam rantai pasokan internal. Evaluasi modern dari praktek SCM yang terdiri dari kemitraan dengan pemasok, proses outsourcing, siklus kompresi waktu, proses aliran berkelanjutan dan berbagi informasi dan teknologi (Tan, et al., 1998). Praktek SCM juga didefinisikan sebagai seperangkat kegiatan yang dilakukan dalam suatu organisasi untuk mempromosikan manajemen yang efektif dari rantai pasokan (Suhong Li, et al 2006). Manajemen yang berbasis rantai pasokan mengacu pada bagaimana perusahaan memanfaatkan proses pemasok mereka, teknologi dan kemampuan untuk meningkatkan kinerja supply chain dan keunggulan kompetitif dan bagaimana manufaktur, logistik, bahan baku, distribusi dan transportasi akan dikoordinasikan dalam suatu organisasi (Billington dan Lee,1992), menyatakan bahwa SCM dalam prakteknya berarti termasuk perusahaan yang terlibat perencanaan dan strategi untuk koordinasi rantai pasokan mereka, termasuk kolaborasi antara fungsi internal maupun seluruh perusahaan.

## 2. Dimensi Praktek Manajemen Rantai Pasokan

Banyak penulis praktek telah manajemen rantai pasokan dan ada berbagai unsur dan dimensi telah diukur atau digunakan untuk mengukur praktek rantai pasokan, untuk lebih eksplorasi dalam tabel berikut beberapa dari mereka:

Tabel 1

### Teori Dimensi Praktek Rantai Pasokan

No	Teori	Dimensi Rantai Pasokan
1	Chin et al. 2011	<i>information sharing, customer relationship, strategic supplier partnership, material flow management and corporate culture</i>
2	Inda , et al	<i>Strategic supplier partnership , customer relationship , information sharing</i>
3	Chowa , et al	<i>There are four elements (suppliers and customer mgt , information sharing , speed of communication , supply chain features)</i>
4	Min & Mentzer	<i>here are seven elements of supply chain practice such as a greed vision and goals, information sharing, risk and award sharing, cooperation, process integration, long-term relationship and a greed supply chain leadership</i>
5	Chen & Paulraj	<i>Using supplier base reduction , long-term relationship , communication , cross-functional teams and supplier involvement to measure buyer supplier relationships</i>
6	Tan, Lyman and Wisner	<i>Six elements of supply chain practice (using factor analysis) supply chain integration , information sharing supply chain characteristics customer service management , geographical proximity and JIT capability</i>
7	Alvarado & Kotzab	<i>Using inter-organizational system in supply chain practice such as EDI , and elimination of excess stock levels by postponing customization toward the end of the supply chain</i>
8	Tan , Kannan and Handfield	<i>Supply chain practice includes purchasing quality , and customer relations</i>
9	Donlon	<i>upply chain practice includes supplier partnership , outsourcing cycle time compression , continuous process flow and information sharing</i>
10	Ibrahim dan Hamid (2012)	<i>Integration, Information Sharing, Customer Management, Supplier Managemen dan Responsiveness</i>

Sumber : Ibrahim dan Hamid, 2002

Dalam penelitian ini dimensi praktek SCM mengacu pada penelitian Ibrahim dan Hamid (2012) yaitu

**a. Integration**

Suatu integrasi harus dapat dicapai bagi organisasi atau perusahaan yang berada pada jaringan supply chain management dan seluruh mata rantai pengadaan barang. Tujuan dari *supply chain management* adalah untuk mengintegrasikan proses bisnis utama perusahaan mulai dari hubungan ke hulu (upstreams) dan ke hilir (downstreams) bahkan sampai ke pengguna akhir, melalui penyediaan produk, jasa dan informasi yang memberikan nilai tambah bagi konsumen dan stakeholder lainnya (Setiawan dan Rahardian, 2005).

Integrasi merupakan penggabungan bagian-bagian atau aktivitas-aktivitas hingga membentuk keseluruhan, integrasi dapat meningkatkan hubungan disetiap rantai nilai, memfasilitasi pengambilan keputusan, memungkinkan terjadinya penciptaan nilai dan proses transfer dari supplier sampai ke pelanggan akhir untuk mengoperasikan aliran informasi, pengetahuan, peralatan, dan asset fisik (Hamidin dan Surendro, 2010). Integrasi dalam supply chain menunjukkan sebuah proses kerjasama yang kompleks antara perusahaan dengan pemasok dan pembeli yang mana bila dikelola akan dapat meningkatkan efisiensi dalam operasi perusahaan dan lebih jauh dapat meningkatkan profit perusahaan serta memberikan kepuasan bagi semua pihak (Cousineau et al dalam Setiawan dan Rahardian, 2005).

Ada beberapa tahapan untuk mencapai suatu sistem SCM yang terintegrasi, dalam pengembangan dari manajemen logistik ke manajemen supply

chain menurut Indrajit dan Djokopranoto (2002), terdiri dari beberapa tahapan yaitu :

1) Tahap 1 : Dasar (*Baseline*)

Pada tahap ini fungsi produksi dan fungsi logistik masih melakukan aktivitas masing-masing dan terpisah. Bagian produksi tidak memikirkan mengenai persediaan yang ada, kurangnya persediaan ataupun persediaan yang menumpuk, karena bagian produksi hanya bertugas dalam memproduksi suatu produk sesuai dengan mutu yang telah ditetapkan.

2) Tahap 2 : Fungsional integrasi (*Fungsional Integration*)

Menggabungkan fungsi-fungsi yang mempunyai aktivitas yang hampir sama atau fungsi yang berdekatan, mulai dipertimbangkan pada tahapan ini, karena dalam hal ini proses integrasi sudah mulai dipertimbangkan.

3) Tahap 3 : Integrasi secara internal (*Internal Integration*)

Semua fungsi yang terkait di dalam suatu organisasi atau perusahaan memerlukan proses Integrasi secara internal untuk melakukan perencanaan kerangka kerja dan pengawasan.

4) Tahap 4 : Integrasi secara eksternal

Merupakan tahap akhir dan tahap sebenarnya dari supply chain integration, karena tahap ini melanjutkan dari tahap perencanaan dan pengawasan (internal integration), yaitu ke hulu (upstreams) dan ke hilir (downstreams), sampai kepelanggan.

Pola integrasi supply chain perusahaan mencerminkan fokus operasional perusahaan dalam bersaing di dunia bisnis. Dalam melakukan pengintegrasian

perusahaan dihadapkan pilihan kearah mana pola integrasi supply chain nya, apakah condong ke internal atau eksternal (kearah pemasok, konsumen, atau kedua duanya (Setiawan dan Santoso, 2006). Empat jenis integrasi yang diperkenalkan oleh Noord (dikutip Becker dkk dan Hamidin, Surendro 2010) yaitu :

- 1) Integrasi fisik, mengacu pada perubahan dalam proses dan aktivitas untuk meningkatkan dan efisiensi proses inti.
- 2) Integrasi informasi, mengacu pada pertukaran informasi yang berhubungan dengan tingkat inventori, perencanaan transportasi/manufaktur, peramalan, status aktual proses dan sebagainya.
- 3) Integrasi koordinasi, mengacu pada keselarasan proses pengambilan keputusan disepanjang rantai pasok.
- 4) Integrasi desain rantai pasok, mengacu pada kerjasama di dalam perubahan struktur rantai pasokan.

Standarisasi yang terjadi pada integrasi menjadikan integrasi harus dapat dikarakteristikan sebagai kerjasama, kolaborasi, berbagi informasi (*information sharing*), kepercayaan (*trust*), kemitraan (*partnership*), berbagi teknologi (*shared technology*), kompatibilitas, berbagi risiko dan manfaat, komitmen dan visi yang sama,kebergantungan dan berbagi proses utama (Hamidin dan Surendro, 2010).

#### **b. Informasi Sharing**

Risnandar dan Wulandari (2010) mengatakan, informasi adalah sekumpulan data yang sudah dikelompokkan, diolah, dan dikomunikasikan untuk

kebutuhan yang masuk akal dan bermakna atau bermanfaat. Oleh karena itu informasi digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan yang harus diperoleh pada saat yang tepat, secara cepat, dan memiliki kualitas yang baik. Informasi merupakan dasar pelaksanaan proses rantai pasok. Menurut Chopra dan Meindl (dalam Pujawan dan Mahendrawathi, 2010) informasi harus memiliki beberapa karakteristik agar dapat berguna dalam mengambil keputusan rantai pasok :

a. Akurat.

Untuk mengambil keputusan yang baik, 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.

Untuk dapat digunakan pada saat dibutuhkan informasi harus dapat diakses dengan baik dan benar, sehingga dapat membantu dalam mengambil keputusan. Keberhasilan supply chain sangat tergantung kepada sistem informasinya, dengan adanya informasi partner bisnis dalam rantai pasok dapat diperhitungkan (Pujawan dan Mahendrawathi, 2010).

Kurangnya koordinasi dari pihak-pihak yang terlibat dalam supply chain akan menimbulkan distorsi Informasi yang disebut dengan fenomena bullwhip effect (Parwati dan Andrianto, 2009). Sedangkan Bullwhip Effect itu sendiri didefinisikan oleh Susilo (2008) sebagai peningkatan variabilitas permintaan yang

terjadi pada setiap level supply chain sebagai akibat adanya distorsi informasi Handfield dan Nicholas (dikutip oleh Susilo, 2008) mengatakan bahwa informasi yang tidak akurat atau informasi yang terdistorsi pada setiap level supply chain dari bawah ke atas dapat menimbulkan beberapa masalah penting, diantaranya :

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

### **c. Manajemen Pelanggan (*Customer Management*)**

Organisasi tergantung pada pelanggan mereka dan karena itu harus memahami kebutuhan pelanggan saat ini dan masa depan, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan berusaha untuk melebihi harapan pelanggan. Manajemen hubungan pelanggan (CRM) merupakan komponen penting dari SCM (Ibrahim dan Hamid, 2012). Praktek hubungan pelanggan pada perusahaan dapat menghasilkan keberhasilan organisasi dalam rantai pasokan dalam upaya praktek manajemen serta kinerjanya , menganggap bahwa hubungan antara manajemen dengan pelanggan dapat dilihat sebagai kegiatan organisasi yang konsisten di bawah penggunaan jual terpadu, pemasaran dan strategi pelayanan. Artinya, mencoba untuk menentukan kebutuhan riil pelanggan, oleh perusahaan yang mengintegrasikan berbagai proses dan teknologi, dalam meminta produk internal



dan peningkatan pelayanan, dalam rangka upaya fajar meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

#### **d. Manajemen Pemasok (*Supplier Management*)**

Kemitraan pemasok mewakili hubungan jangka panjang antara organisasi dan pemasok. Manajemen pemasok yang efektif dapat menjadi komponen penting dari terkemuka rantai pasokan (Ibrahim dan Hamid, 2012). Melalui kemitraan pemasok strategis, organisasi dapat bekerja sama dengan pemasok yang dapat berbagi tanggung jawab untuk keberhasilan perusahaan. Radas (2009) menemukan bahwa kolaborasi dengan perusahaan atau organisasi lain, juga termasuk pemasok, memiliki dampak positif yang signifikan pada inovasi proses dan inovasi produk tambahan. Kemitraan strategis dengan pemasok tersebut memungkinkan akan meningkatkan tingkat keberhasilan SCM.

Arus globalisasi yang semakin berkembang, perkembangan teknologi yang cepat, dan situasi ekonomi yang tidak dapat diprediksi merupakan faktor yang mendorong munculnya suatu konsep hubungan kolaboratif jangka panjang antara pemasok dan perusahaan. Hubungan kolaboratif jangka panjang dapat diwujudkan melalui proses adaptasi yang baik dalam proses maupun produknya, meningkatkan kesesuaian satu sama lain, sharing information, dan mengurangi sumber-sumber ketidakpastian (Bujang, 2007). Ganesan dalam Indriani (2006) mendefinisikan hubungan jangka panjang sebagai persepsi mengenai saling ketergantungan pembeli terhadap pemasok baik dalam konteks produk atau

hubungan yang diharapkan akan membawa manfaat bagi pembeli dalam jangka panjang.

Kanter dalam Lesatri (2009) mengungkapkan bahwa hubungan 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 secara keseluruhan.

Beberapa keuntungan utama dari hubungan kolaboratif jangka panjang antara lain : pemasok yang sama dalam jangka panjang akan lebih mengerti tentang keinginan konsumen, perencanaan yang dirumuskan bersama dan saling tukar informasi bisnis akan mendorong adanya kesesuaian pada perencanaan selanjutnya dan strategi yang direncanakan bersama akan menghasilkan kekuatan yang dapat dijadikan competitive advantage dalam jangka panjang (Ellram dan Zineldin dalam Bujang, 2007).

#### ***e. Responsiveness***

Ibrahim dan Hamid (2012) menyebutkan sub-konstruksi untuk rantai pasokan responsif mencakup sistem operasi responsiveness, tanggap terhadap proses logistik dan responsif jaringan pemasok. Sistem operasi responsif kemampuan sistem manufaktur perusahaan untuk mengatasi perubahan permintaan pelanggan. Ini mencakup manufaktur dan jasa operasi, jaringan.

Pemasok responsiveness adalah kemampuan pemasok utama perusahaan untuk perubahan alamat permintaan perusahaan. Kunci responsif adalah adanya responsif dan fleksibilitas mitra hulu dan hilir dari perusahaan. Lumnus, Duclos dan Vokurka (2003) menunjukkan bahwa responsif pada setiap ranai pasokan perusahaan adalah integral komponen rantai pasokan responsif. Proses logistik responsiveness adalah kemampuan outbound perusahaan transformasi, distribusi dan sistem pergudangan akibat adanya perubahan permintaan pelanggan tentang alamat permintaan.

### **2.2.2. Efektivitas Kinerja *Supply Chain Management***

Pada dasarnya, ada dua pendekatan yang mendasari konsep efektivitas dalam teori organisasi, yaitu eksternal dan pendekatan internal (Ibrahim dan Hamid, 2012). Pendekatan eksternal untuk efektivitas organisasi, kriteria efektivitas yang paling banyak digunakan dari model tujuan pencapaian, mendefinisikan efektivitas organisasi sebagai prestasi dari serangkaian tujuan dan sasaran organisasi (Haron dan Harashid,(2007). Pendekatan internal untuk efektivitas organisasi, di sisi lain, didasarkan pada sistem yang dikelola dengan baik dan proses internal yang kompeten. Sebuah organisasi memiliki sistem dikelola dengan baik jika anggotanya sangat terintegrasi, informasi mengalir lancar, dan karyawan mencapai kinerja yang baik, menikmati kepuasan kerja dan berkomitmen. Efektivitas organisasi juga didefinisikan sebagai sesuai usaha untuk mendapatkan sumber daya, dan mengacu pada tingkat absolut hasil pencapaian dan juga didefinisikan sebagai ransum antara output aktual dan normal atau output yang diharapkan (Brian et al, 2010).

Kinerja merupakan kemampuan kerja yang diperlihatkan oleh hasil kerja. Kinerja perusahaan adalah sesuatu yang dihasilkan perusahaan dalam masa periode tertentu dengan merujuk pada standar yang telah ditentukan. Kinerja usaha merujuk pada seberapa banyak perusahaan berorientasi pada Pasar serta tujuan keuntungan (Rahadi, 2012).

Konsep pengintegrasian aktivitas-aktivitas fisik dalam perusahaan dinyatakan oleh Christopher (dalam Larson, Halldorsson dan Ariefin, 2004) yang mendefinisikan rantai pasokan sebagai suatu “jaringan kerja” organisasi yang melibatkan hubungan vertikal ke atas (*upstream*) dan hubungan vertikal ke bawah (*downstream*), dalam proses yang berbeda dan aktivitas yang berbeda pula yang menghasilkan nilai dalam bentuk produk dan jasa di tangan konsumen akhir. Kemudian dijelaskan pula oleh (Pujawan dan Mahendrawathi, 2010) *Supply chain* merupakan jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Adapun aktivitas-aktivitas yang tercakup dalam sebuah rantai pasokan antara lain pencarian sumber, pengadaan, desain produk, perencanaan produksi, penanganan material, proses pemesanan, pengelolaan persediaan, transportasi, penggudangan, sampai pada layanan pelanggan (Shankar dikutip oleh Ariefin, 2004). Relasi dengan pelanggan/konsumen akhir adalah sebuah keharusan dalam meraih kesuksesan dalam rantai pasokan, rantai pasokan harus dekat dengan konsumen akhir mereka untuk membentuk hubungan kerjasama dalam perencanaan permintaan (Cook dan Graver dalam Bernard, 2011).

Mengelola rantai supply yang sukses menurut Heizer dan Render (2010) dimulai dari kesepakatan atas tujuan bersama, kepercayaan bersama, dan dilanjutkan dengan budaya organisasi yang sejalan.

1) Kesepakatan atas tujuan bersama

Sebuah rantai pasokan yang terintegrasi memerlukan kerjasama yang baik dalam hubungan dengan anggotanya. Anggota rantai pasokan harus menghargai bahwa satu-satunya pihak yang menanamkan modal pada sebuah rantai pasokan adalah pelanggan akhir. Oleh karena itu, perlu pemahaman timbal balik mengenai misi, strategi, dan sasaran dari organisasi. Rantai pasokan yang terintegrasi menambah nilai ekonomi dan memaksimalkan isi total produk.

2) Kepercayaan

Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting dalam rantai pasokan yang efektif dan efisien. Anggota rantai pasokan harus masuk ke dalam hubungan dan saling berbagi informasi. Hubungan yang dibangun didasarkan rasa saling percaya cenderung akan berhasil.

3) Budaya organisasi yang sesuai

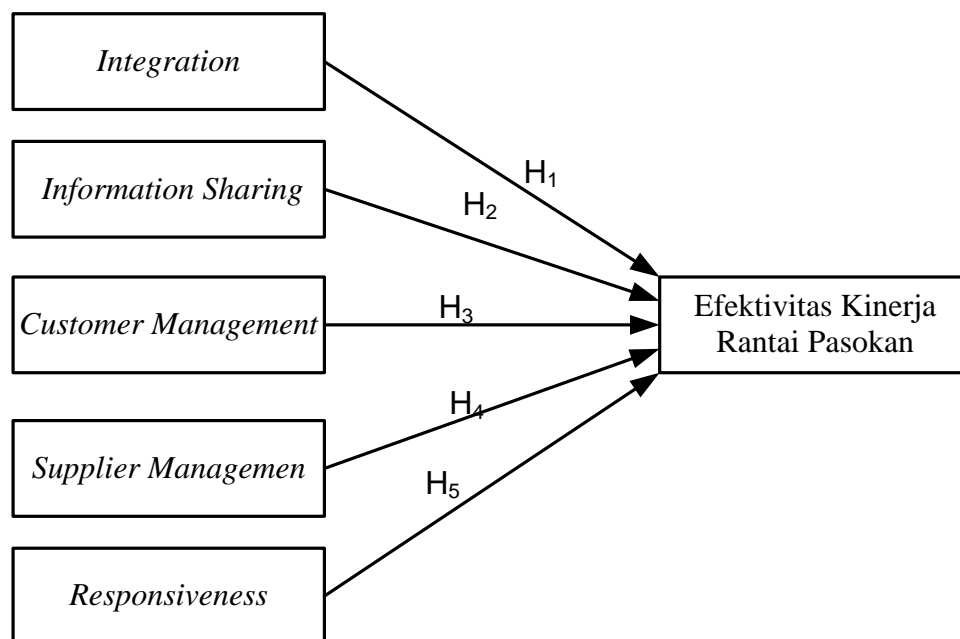
Sebuah hubungan yang positif di antara organisasi pembeli dan pemasok dengan budaya organisasi yang sesuai, dapat menjadi keuntungan nyata dalam membuat rantai pasokan menjadi lebih baik.

Dapat disimpulkan bahwa jika kinerja perusahaan semakin meningkat maka perusahaan semakin dekat dengan target yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut, dan tergambar dengan jelas bahwa betapa pentingnya kinerja dari supply

chain management pada perusahaan, hal ini dapat dilihat dari definisi-definisi yang dikemukakan oleh para ahli.

### 2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini mengacu pada penelitian Ariani dan Dwiyanto (2013), sehingga gambar kerangka penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## 2.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dan telaah teori yang disampaikan maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H.1. Terdapat pengaruh *Integration* terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*.
- H.2. Terdapat pengaruh *Information Sharing* terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*.
- H.3. Terdapat pengaruh *Cusmomer Managemen* (manajemen pelanggan) terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*.
- H.4. Terdapat pengaruh *Supplier Manajemen* (Manajemen Pemasok) terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*.
- H.5. Terdapat pengaruh *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap efektivitas kinerja *Supply Chain Management*.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini tergolong dalam penelitian survey. Penelitian survey menurut Sugiyono, (2004) adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Tipe penelitian ini umumnya mengambil generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam.

#### **3.2. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Sumber Data**

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner (Umar, 2002). Dalam penelitian ini sumber data diperoleh langsung dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan kepada pimpinan atau manajer industri kecil Pengolahan gula semut di Temon Kulonprogo dan tidak menutup kemungkinan pemilik yang sekaligus jadi pimpinan.



## **2. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan kuesioner yang diberikan kepada para pemilik/pimpinan dan/atau manajer.

### **3.3. Metode Penarikan Sampel**

Populasi dari penelitian ini adalah semua manajer atau karyawan yang bekerja pada industri kecil Pengolahan gula semut di Temon Kulonprogo yang menerapkan SCM. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria sampel adalah pemilik atau pimpinan pada industri kecil Pengolahan gula semut di Temon Kulonprogo.

### **3.4. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel penelitian adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Dengan kata lain, definisi operasional semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang amat membantu penelitian lain yang ingin mengukur suatu variabel yang sama (Singarimbun dan Effendi, 1989). Dalam penelitian segmen keseragaman pengertian tentang suatu variabel sangat dibutuhkan dalam suatu penelitian, untuk mencegah terjadinya perbedaan pandangan atau persepsi, untuk memberikan pengertian yang jelas dan memudahkan pelaksanaan penelitian.

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel yaitu variabel dependen (kinerja SCM), dan variabel independen terdiri dari *Integration*, *Information Sharing*, *Customer Management*, *Supplier Management* dan *Responsiveness*. Definisi operasional variabel ditunjukkan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator
<i>Integration</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencari cara baru untuk mengintegrasikan kegiatan rantai pasokan</li> <li>2. Meningkatkan kegiatan integrasi di seluruh rantai pasokan</li> <li>3. Melibatkan rantai pasokan pada paket layanan pemasaran produk</li> <li>4. Membangun kontak lebih sering dengan anggota rantai pasokan</li> </ol>
<i>Information Sharing</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan tim manajemen rantai pasokan untuk memasukkan perusahaan yang berbeda</li> <li>2. segmentasi pelanggan berdasarkan kebutuhan layanan</li> <li>3. Perusahaan ini bekerja untuk menciptakan suatu sistem informasi yang tepat</li> <li>4. Saya menggunakan berbagi informasi informal yang</li> </ol>
<i>Customer Management</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pada waktu pengiriman langsung kepada pelanggan tepat waktu</li> <li>2. Pada waktu pengiriman langsung oleh perusahaan kami dilakukan dengan cepat</li> </ol>
<i>Supplier Management</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perusahaan melibatkan partisipasi dari pemasok dalam pengambilan keputusan</li> <li>2. Perusahaan ini berhubungan dengan pihak ketiga dalam hal logistik dan pasokan</li> <li>3. pemasok berpihak untuk meningkatkan kemampuan Just in Time mereka</li> </ol>
<i>Responsiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perusahaan selalu berkomunikasi dengan pelanggan tentang kebutuhan strategis di masa depan</li> <li>2. Perusahaan mengidentifikasi tambahan kebutuhan dalam rantai pasokan</li> </ol>
Efektivitas Kinerja Rantai Pasokan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Efisiensi biaya pergudangan</li> <li>2. Efisiensi biaya persediaan</li> <li>3. Efisiensi Biaya transportasi</li> <li>4. Efisiensi dari total biaya logistik</li> <li>5. Peningkatan Penjualan</li> </ol>

Sumber : Ibrahim dan Hamid (2012)

### 3.5. Pengujian Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antar data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2004:109).

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk. Validitas konstruk menentukan validitas alat ukur dengan mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dan masing-masing item yang berupa pertanyaan atau pernyataan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu. Bila ternyata semua skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat disimpulkan bahwa alat pengukur tersebut mempunyai validitas konstruk dengan teknik *product moment* (Soehardi Sigit, 2003 : 120). Suatu Item dikatakan valid jika memiliki koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ ) lebih besar dari korelasi tabel ( $r_{tabel}$ ) (Ghozali, 2005 : 45).

## 2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Soegiyono, 2004). Koefisien reliabilitas dihitung dengan menggunakan koefisien alpha yang dapat diterima adalah 0,6 maka dapat dikatakan reliabel. Semakin tinggi koefisien reliabilitasnya berarti semakin baik hasil ukurnya maka dikatakan semakin reliabel. Pengujian tingkat reliabilitas ini menggunakan alat bantu komputer program SPSS 17 yang memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach alpha ( $\alpha$ ). Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika memiliki koefisien Cronbach's Alpha  $>0,6$  (Ghozali, 2005).

### 3.6. Metode Analisis Data

#### 3.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lainnya (Sugiyono, 2004). Data yang menggunakan skema-skema dan gambaran analisis deskriptif yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden. Deskriptif tersebut terhadap subyek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dan subyek yang diteliti dan dimaksudkan untuk pengujian hipotesis.

### 3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Model tersebut dapat juga dinyatakan dalam bentuk persamaan, sehingga membentuk sistem persamaan :

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

dimana:

a : adalah nilai konstanta dalam regresi

$\beta$  : merupakan koefisien regresi

*Integration, Information Sharing, Customer Management, Supplier Management dan Responsiveness*

X1 : *Integration*

X2 : *Information Sharing*

X3 : *Customer Management*

X4 : *Supplier Management*

X5 : *Responsiveness*

Y : Efektivitas Kinerja SCM

Sebelum dilakukan analisis Regresi Linier Berganda terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

### 3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah pengamatan model regresi linier dalam menganalisis telah memenuhi asumsi klasik. Model linier akan lebih tepat digunakan apabila memenuhi asumsi berikut :

## 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi dengan membagi model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2005). Untuk menguji normalitas, peneliti akan menggunakan *uji Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai  $p\text{ value} > 0.05$  maka data tersebut berdistribusi normal, jika  $p\text{ value} < 0.05$  maka data tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan asumsi *central limit theorem* yang menyatakan bahwa untuk sampel besar ( $n > 30$ ) akan mendekati suatu distribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan antar variabel independen pada model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas digunakan analisis matrik korelasi antara variabel bebas dan perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila korelasi di atas 90% dan nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya apabila korelasi di bawah 90% dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dalam perhitungan nilai VIF, multikolinearitas dapat dilihat pada batas *tolerance value* 0,01 dan batas VIF adalah 10. Jika *tolerance value* di bawah 0,01 dan nilai VIF di atas 10 maka terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2005).

### 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu (*time series*). Pengambilan keputusan untuk uji autokorelasi adalah sebagai berikut : (Gujarati, 2005)

- a)  $0 < d < d_l$  : ada autokorelasi positif
- b)  $d_l < d < d_u$  : ragu-ragu ada autokorelasi positif (*inconclusive*)
- c)  $d_u < d < 4 - d_u$  : tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif
- d)  $4 - d_u < d < 4 - d_l$  : ragu-ragu ada autokorelasi negatif (*inconclusive*)
- e)  $4 - d_l < d < 4$  : ada autokorelasi negatif

### 4. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari kesalahan atau residual melalui suatu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara mengujinya adalah dengan metode grafik yaitu dengan scatterplot dan dasar pengambilan keputusan adalah :

- Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang akan membentuk suatu pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.

- Jika tidak ada pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar ke atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

#### **3.6.4. Pengujian Hipotesis**

Metode pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t (parsial). Uji t dimaksudkan untuk menguji signifikansi secara parsial pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis maka p-value dari masing-masing koefisien regresi diperbandingkan dengan tingkat signifikansi 0,05 untuk penarikan kesimpulan sebagai berikut :

Apabila p-value  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima

Apabila p-value  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak



## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Subyek penelitian atau responden dalam penelitian ini adalah pimpinan atau manajer industri kecil UKM Gula Semut di Kulon Progo yang disebarkan sebanyak 30 dan kuesioner yang kembali sebanyak 30 eksemplar atau sebesar 100%. Dengan demikian jumlah data yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 30 data responden. Analisis data meliputi analisis validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil analisis.

#### **4.1. Uji Instrument Penelitian**

##### **4.1.1. Uji Validitas**

Analisis validitas pada penelitian ini menggunakan teknik *product moment*. Suatu Item dikatakan valid jika memiliki koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ ) lebih besar dari korelasi tabel ( $r_{tabel}$ ). Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut :

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas**

variabel	indikator	r hitung	r tabel	keterangan
Integrasi	I1	0.900	0.361	valid
	I2	0.905	0.361	valid
	I3	0.908	0.361	valid
	I4	0.848	0.361	valid
<i>Information Sharing</i>	IS1	0.913	0.361	valid
	IS2	0.912	0.361	valid
	IS3	0.700	0.361	valid
	IS4	0.868	0.361	valid
<i>Customer Management</i>	CM1	0.922	0.361	valid
	CM2	0.811	0.361	valid
<i>Supplier Management</i>	SM1	0.909	0.361	valid
	SM2	0.869	0.361	valid
	SM3	0.868	0.361	valid
<i>Responsiveness</i>	R3	0.941	0.361	valid
	R4	0.920	0.361	valid
Efektivitas Kinerja SCM	EK1	0.680	0.361	valid
	EK2	0.832	0.361	valid
	EK3	0.752	0.361	valid
	EK4	0.657	0.361	valid
	EK5	0.712	0.361	valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui hasil perhitungan *koefisien korelasi product moment* ( $r_{xy}$ ) lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid, dan seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

#### 4.1.2. Uji Reliabilitas

Pengujian tingkat reliabilitas ini menggunakan alat bantu komputer program SPSS 17 yang memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach alpha ( $\alpha$ ). Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika memiliki koefisien *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$  (Ghozali, 2011). Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut :

**Tabel 4.2**

#### **Hasil Pengujian Reliabilitas**

variabel	<i>alpha crobach</i>	nilai kritis	keterangan
Integrasi	0.912	0.6	reliabel
<i>Information Sharing</i>	0.864	0.6	reliabel
<i>Customer Management</i>	0.649	0.6	reliabel
<i>Supplier Management</i>	0.857	0.6	reliabel
<i>Responsiveness</i>	0.841	0.6	reliabel
Efektivitas Kinerja SCM	0.771	0.6	reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,6, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal atau reliabel.

## 4.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif untuk mengetahui profil responden dan penilaian responden pada variabel penelitian.

### 4.2.1. Karakteristik Responden

#### a. Jenis Kelamin Responden

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan jenis kelamin seperti ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut:

**Tabel 4.3**  
**Jenis Kelamin Responden**

Keterangan	Frequency	Percent
Laki – laki	24	80%
Perempuan	6	20%
Total	30	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa manajer atau pimpinan UKM Gula Semut di Kulon Progo adalah laki - laki yaitu sebanyak 24 orang atau sebesar 80% dan sisanya sebesar 6 orang atau 20% adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi

manajer atau pimpinan UKM Gula Semut di Kulon Progo lebih banyak laki - laki dibandingkan wanita, hal ini disebabkan usaha gula semut merupakan usaha rumahan atau home industri dan mayoritas yang mengendalikan operasionalnya adalah kepala keluarga atau laki- laki.

#### **b. Umur Responden**

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan umur seperti ditunjukkan pada tabel 4.4 berikut:

**Tabel 4.4**  
**Umur Responden**

Keterangan	Frequency	Percent
< 35 tahun	5	16.7%
35 - 45 tahun	6	20.0%
45 - 55 tahun	17	56.7%
> 55 tahun	2	6.7%
Total	30	100.0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa manajer atau pimpinan UKM Gula Semut di Kulon Progo mayoritas berumur antara 45 – 55 tahun yaitu sebanyak 17 orang atau sebesar 56,7%. Sedangkan umur antara 35 – 45 tahun sebesar 6 orang atau 20%, kurang dari 35 tahun sebesar 5 orang atau 16,7%, dan lebih dari 55 tahun sebanyak 2 orang atau 6,7%. Hal ini menunjukkan bahwa yang menjadi manajer atau

pimpinan UKM Gula Semut mayoritas berumur produktif, sehingga memiliki mobilitas dan kinerja yang tinggi.

### c. Pendidikan terakhir Responden

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan pendidikan terakhir seperti ditunjukkan pada tabel 4.5 berikut :

**Tabel 4.5**  
**Pendidikan terakhir Responden**

Pendidikan terakhir	Jumlah	Persentase
SD	1	3.3%
SMP	7	23.3%
SMA	15	50.0%
Diploma	3	10.0%
Sarjana	4	13.3%
Total	30	100.0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa manajer atau pemilik UKM Gula Semut di Kulon Progo berpendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 15 orang atau sebesar 50%, SD sebesar 1 orang atau 3,3%, SMP sebesar 7 orang atau 23,3%, Diploma sebesar 3 orang atau 10,0%, dan sarjana sebesar 4 orang atau 13,3%. Hal ini menunjukkan bahwa yang menjadi pemilik atau manajer mayoritas berpendidikan terakhir menengah keatas.

#### d. Umur perusahaan

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan umur perusahaan seperti ditunjukkan pada tabel 4.6 berikut:

**Tabel 4.6**  
**Umur perusahaan**

Umur perusahaan	Jumlah	Persentase
< 5 tahun	3	10.0%
5 - 10 tahun	10	33.3%
11 - 15 tahun	9	30.0%
16 - 20 tahun	5	16.7%
> 20 tahun	3	10.0%
Total	30	100.0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa umur perusahaan mayoritas antara 5 – 10 tahun dan 11 – 15 tahun masing – masing sebanyak 10 UKM dan 9 UKM. Hal ini menunjukkan bahwa UKM Gula Semut di Kulon Progo mayoritas sudah lama berdiri.

#### e. Jumlah suplier

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden yang memiliki jumlah suplier seperti ditunjukkan pada tabel 4.7 berikut:

**Tabel 4.7**  
**Jumlah suplier**

Jumlah suplier	Jumlah	Persentase
$\leq 5$	8	26.7%
$>5$	22	73.3%
Total	30	100.0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa jumlah suplier UKM yang menjadi responden Gula Semut di Kulon Progo mayoritas adalah lebih dari 5 suplier yaitu sebanyak 22 orang atau sebesar 73,3%. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah suplier dari UKM Gula Semut mayoritas lebih dari lima.

**f. Jumlah distributor**

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden yang memiliki jumlah distributor seperti ditunjukkan pada tabel 4.8 berikut:

**Tabel 4.8**  
**Jumlah distributor**

Jumlah distributor	Jumlah	Persentase
$\leq 5$	22	73.3%
$>5$	8	26.7%
Total	30	100.0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa jumlah distributor yang menjadi responden UKM Gula Semut di Kulon Progo mayoritas



adalah kurang atau sama dengan 5 yaitu sebanyak 22 orang atau sebesar 73,3%.

**g. Jumlah pengecer**

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden yang memiliki jumlah pengecer seperti ditunjukkan pada tabel 4.9 berikut:

**Tabel 4.9**  
**Jumlah pengecer**

Jumlah pengecer	Jumlah	Persentase
$\leq 5$	12	40%
$>5$	18	60%
Total	30	100.0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa jumlah pengecer yang menjadi responden UKM Gula Semut di Kulon Progo mayoritas adalah lebih dari 5 yaitu sebanyak 18 orang atau sebesar 60%.

#### 4.2.2 Persepsi Responden terhadap Variabel *Supply chain Management*, dan Efektivitas Kinerja UKM Gula Semut di Kulon Progo

##### Yogyakarta

Analisis ini menjelaskan tentang deskriptif penilaian responden terhadap variabel - variabel penelitian yang terdiri dari *supply chain management*, dan efektivitas kinerja *supply chain*. Penilaian terhadap variabel penelitian ini diukur dengan skor terendah 1 (sangat tidak setuju), dan skor tertinggi adalah 5 (Sangat setuju). Sehingga dalam menentukan kriteria penilaian konsumen terhadap variabel penelitian dapat dilakukan dengan interval sebagai berikut :

Skor persepsi terendah adalah : 1

Skor persepsi tertinggi adalah : 5

$$5 - 1$$

$$\text{Interval} = \frac{\quad}{5} = 0,80$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,79 = Sangat Tidak Setuju

1,80 – 2,59 = Tidak Setuju

2,60 – 3,39 = Cukup Setuju

3,40 – 4,19 = Setuju

4,20 – 5,00 = Sangat Sangat Setuju

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel penelitian dapat ditunjukkan dengan tabel berikut :

##### a. Variabel *Integration* ( $X_1$ )

*Integration* terdiri dari 4 item pertanyaa, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 4.10 berikut :

**Tabel 4.10****Penilaian Variabel *Integration***

No	Variabel <i>Integration</i>	Rata2	Ket
1	UKM kami selalu mencari cara agar dapat berkoordinasi dengan para pemasok maupun pengecer	4.03	Setuju
2	UKM kami meningkatkan koordinasi dengan para pemasok dan pengecer	3.90	Setuju
3	UKM kami meminta ide-ide dari pemasok maupun pengecer dalam meningkatkan pemasaran produk	3.93	Setuju
4	UKM kami selalu berhubungan dengan pemasok maupun pengecer dalam kondisi apapun	3.77	Setuju
	Rata-rata	3.91	Setuju

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa rata - rata penilaian responden terhadap *Integration* adalah sebesar 3,91. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item UKM kami selalu mencari cara agar dapat berkoordinasi dengan para pemasok maupun pengecer dengan rata-rata sebesar 4,03 (setuju), dan penilaian terendah terjadi pada UKM kami selalu berhubungan dengan pemasok maupun pengecer dalam kondisi apapun dengan rata – rata sebesar 3,77 (setuju). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang setuju terhadap variabel *Integration* karena berada pada interval 3,40 – 4,19. Hal ini disebabkan karena industry kecil gula semut di Kulon Progo selalu mencari cara agar dapat

berkoordinasi, berhubungan, dan meminta ide dari para pemasok maupun pengecer.

**b. Variabel *Information Sharing* (X<sub>2</sub>)**

*Information Sharing* terdiri dari 4 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 4.11 berikut :

**Tabel 4.11**

**Penilaian Variabel *Information Sharing***

No	Variabel <i>Information Sharing</i>	Rata2	Ket
1	UKM membentuk tim manajemen untuk memberikan informasi kepada pemasok dan pengecer	4.03	Setuju
2	UKM membagi segmen pelanggan dengan pelayanan yang berbeda	3.87	Setuju
3	Perusahaan membangun sistem informasi untuk dapat berbagi dengan pemasok dan pengecer	3.60	Setuju
4	UKM sering berbagi informasi informal dari pemasok dan pengecer secara berkesinambungan	4.03	Setuju
	Rata-rata	3.88	Setuju

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa rata - rata penilaian responden terhadap *Information Sharing* adalah sebesar 3,88. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item UKM membentuk tim manajemen untuk memberikan informasi kepada pemasok dan pengecer dengan rata-rata sebesar 4,03 (setuju), dan penilaian terendah terjadi pada perusahaan membangun sistem informasi untuk dapat berbagi dengan pemasok dan pengecer dengan rata – rata sebesar 3,60 (setuju). Hal ini berarti

konsumen telah memberikan penilaian yang setuju terhadap variabel *Information Sharing* karena berada pada interval 3,40 – 4,19. Hal ini disebabkan karena pertukaran informasi perusahaan dengan pemasok/pegecer, dan membentuk tim manajemen untuk memberikan informasi.

**c. Variabel *Customer management* (X<sub>3</sub>)**

Hasil analisis deskriptif pada variabel *Customer management* dapat ditunjukkan pada tabel berikut ;

**Tabel 4.12**

**Penilaian Variabel *Customer management***

No	Variabel <i>Customer management</i>	Rata2	Ket
1	Tepat waktu dalam melakukan pengiriman barang kepada pelanggan	4.10	Setuju
2	Melakukan proses cepat dalam melakukan pengiriman barang kepada pelanggan	4.10	Setuju
	Rata-rata	4.10	Setuju

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap *Customer management* adalah sebesar 4,10. Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang setuju terhadap variabel *Customer management* karena berada pada interval 3,40 – 4,19. Hal ini disebabkan karena UKM Tepat waktu dalam melakukan pengiriman barang kepada pelanggan dan proses cepat dalam melakukan pengiriman barang kepada pelanggan.

**d. Variabel *Supplier management* (X<sub>4</sub>)**

Hasil analisis deskriptif pada variabel *Supplier management* dapat ditunjukkan pada tabel berikut ;

**Tabel 4.13**

**Penilaian Variabel *Supplier management***

No	Variabel <i>Supplier management</i>	Rata2	Ket
1	Perusahaan bekerjasama dengan pemasok dalam memutuskan seseatu	4.30	Sangat Setuju
2	Perusahaan ini menggunakan jasa logistik dalam mengirim produk	4.27	Sangat Setuju
3	Pemasok berpihak untuk meningkatkan kemampuan dalam ketepatan waktu produksi dan pengiriman	4.50	Sangat Setuju
	Rata-rata	4.36	Sangat Setuju

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap *Supplier management* adalah sebesar 4,36. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada pemasok berpihak untuk meningkatkan kemampuan dalam ketepatan waktu produksi dan pengiriman dengan rata-rata sebesar 4,50 (sangat setuju), dan penilaian terendah terjadi pada perusahaan ini menggunakan jasa logistik dalam mengirim produk dengan rata – rata sebesar 4,27 (sangat setuju). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang sangat setuju terhadap

variabel *Supplier management* karena berada pada interval 4,20 – 5,00. Hal ini disebabkan karena perusahaan ini menggunakan jasa logistik dalam mengirim produk, bekerjasama dengan pemasok dalam memutuskan sesuatu, dan berpihak untuk meningkatkan kemampuan dalam ketepatan waktu produksi dan pengiriman.

e. **Variabel *Responsiveness* ( $X_5$ )**

Hasil analisis deskriptif pada variabel *Responsiveness* dapat ditunjukkan pada tabel berikut ;

**Tabel 4.14**

**Penilaian Variabel *Responsiveness***

No	Butir	Rata2	Ket
1	Perusahaan selalu berkomunikasi dengan pelanggan untuk kemajuan produk	3.87	Setuju
2	Perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan tambahan dalam berkoordinasi dengan pemasok maupun pengecer	4.03	Setuju
	Rata-rata	3.95	Setuju

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.14 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap *Responsiveness* adalah sebesar 3,95. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada berusaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan tambahan dalam berkoordinasi dengan pemasok maupun pengecer dengan rata-rata sebesar 4,03 (setuju), dan penilaian terendah terjadi pada selalu berkomunikasi dengan pelanggan untuk kemajuan produk dengan rata – rata sebesar 3,87 (setuju). Hal ini berarti konsumen telah

memberikan penilaian yang setuju terhadap variabel *Responsiveness* karena berada pada interval 3,40 – 4,19. Hal ini disebabkan karena perusahaan selalu berkomunikasi dengan pelanggan untuk kemajuan produk, dan berusaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan tambahan dalam berkoordinasi dengan pemasok maupun pengecer.

**f. Variabel Efektivitas kinerja *supply chain* (Y)**

Hasil analisis deskriptif pada variabel efektivitas kinerja *supply chain* dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.15**

**Penilaian Variabel Efektivitas kinerja *supply chain***

No	Butir	Rata2	Ket
1	Perusahaan telah efisien dalam menyimpan produk di gudang	4.30	Sangat setuju
2	Perusahaan telah efisien dalam stock persediaan	4.33	Sangat setuju
3	Perusahaan telah efisien dalam hal transportasi	4.03	Setuju
4	Perusahaan telah efisien dalam hal logistik	4.03	Setuju
5	Dari tahun ke tahun perusahaan kami secara konsisten mengalami peningkatan Penjualan	3.73	setuju
	Rata-rata	4.09	Setuju

Sumber : Data Primer yang diolah 2017



Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.15 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap Efektivitas kinerja *supply chain* adalah sebesar 4,08. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada telah efisien dalam stock persediaan dengan rata-rata sebesar 4,33 (Sangat setuju), dan penilaian terendah terjadi pada dari tahun ke tahun perusahaan kami mampu memperoleh pertumbuhan laba yang meningkat dengan rata – rata sebesar 3,73 (setuju). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang setuju terhadap variabel Efektivitas kinerja *supply chain* karena berada pada interval 3,40 – 4,19. Hal ini disebabkan karena produk yang ditawarkan lebih unggul sehingga dapat dengan mudah diterima oleh pasar, dan setiap tahun omzet dan laba perusahaan mengalami peningkatan.

#### **4.3. Analisis Kuantitatif**

Analisis Kuantitatif yaitu cara menganalisis data dengan menggunakan statistik inferensial yang digunakan untuk membuktikan hipotesis. Analisis Kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

##### **1. Hasil Regresi Linear Berganda**

Model regresi linear berganda untuk *Supply chain management* serta efektivitas kinerja *supply chain* mempunyai formula sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + e$$

a : adalah nilai konstanta dalam regresi

$\beta$ : merupakan koefisien regresi

Integration, Information Sharing, Customer Management, Supplier  
Managemen dan Responsiveness

X1 : *Integration*

X2 : *Information Sharing*

X3 : *Customer Management*

X4 : *Supplier Management*

X5 : *Responsiveness*

Y : Efektivitas Kinerja SCM

Hasil analisis regresi linier berganda dapat ditunjukkan pada tabel  
berikut :

**Tabel 4.15**  
**Estimasi Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	p value (Signifikan)	r partial	Keterangan
Integrasi	0.292	2.598	0.016	0.220	Signifikan
<i>Information Sharing</i>	0.351	3.267	0.003	0.308	Signifikan
<i>Customer management</i>	0.340	3.054	0.005	0.396	Signifikan
<i>Supplier management</i>	0.271	2.27	0.032	0.176	Signifikan
<i>Responsiveness</i>	0.131	1.153	0.26	0.052	Tidak Signifikan
Adj.R Square	= 0.730				
Multiple R	= 0.881				
F hitung	= 16.685				
Sig F	= 0.000				

Sumber : Data primer diolah, 2017

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

$$Y = 0,080 + 0,292X_1 + 0,351X_2 + 0,340X_3 + 0,271X_4 + 0,131X_5$$

## 2. Interpretasi Persamaan Regresi

Setelah dilakukan pengujian model regresi dengan uji F yang hasilnya signifikan dan dilakukan pengujian untuk masing – masing variabel dengan uji t, yang semuanya signifikan, maka hasil analisis tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut ;

- b1 = Variabel integrasi ( $X_1$ ) mempengaruhi Efektivitas kinerja *supply chain* dengan koefisien positif sebesar 0,292, artinya jika setiap variabel integrasi meningkat 1 satuan maka Efektivitas kinerja *supply chain* maka meningkat sebesar 0,292. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa hubungan integrasi dan Efektivitas kinerja *supply chain* searah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik integrasi maka Efektivitas kinerja *supply chain* akan semakin meningkat, demikian juga semakin rendah integrasi maka semakin menurun Efektivitas kinerja *supply chain* pada UKM Gula Semut di Kulon Progo.
- b2 = Variabel *information sharing* ( $X_2$ ) mempengaruhi Efektivitas kinerja *supply chain* dengan koefisien positif sebesar 0,351, artinya jika setiap variabel *information sharing* meningkat 1 satuan maka Efektivitas kinerja *supply chain* maka meningkat sebesar 0,351.

Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa hubungan *information sharing* dan Efektivitas kinerja *supply chain* searah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *information sharing* maka Efektivitas kinerja *supply chain* akan semakin meningkat, demikian juga semakin rendah *information sharing* maka semakin menurun Efektivitas kinerja *supply chain* pada UKM Gula Semut di Kulon Progo.

b3 = Variabel *customer management* ( $X_3$ ) mempengaruhi Efektivitas kinerja *supply chain* dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,340, artinya jika setiap variabel *customer management* meningkat 1 satuan maka Efektivitas kinerja *supply chain* maka meningkat sebesar 0,340. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa hubungan *customer management* dan Efektivitas kinerja *supply chain* searah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *customer management* maka Efektivitas kinerja *supply chain* akan semakin meningkat, demikian juga semakin rendah *customer management* maka semakin menurun Efektivitas kinerja *supply chain* pada UKM Gula Semut di Kulon Progo.

b4 = Variabel *supplier management* ( $X_4$ ) mempengaruhi Efektivitas kinerja *supply chain* dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,271, artinya jika setiap variabel *supplier management* meningkat 1 satuan maka Efektivitas kinerja *supply chain* maka meningkat sebesar 0,271. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa hubungan

*supplier management* dan Efektivitas kinerja *supply chain* searah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *supplier management* maka Efektivitas kinerja *supply chain* akan semakin meningkat, demikian juga semakin rendah *supplier management* maka semakin menurun Efektivitas kinerja *supply chain* pada UKM Gula Semut di Kulon Progo.

b5 = Variabel *responsiveness* ( $X_5$ ) mempengaruhi Efektivitas kinerja *supply chain* dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,131, artinya jika setiap variabel *responsiveness* meningkat 1 satuan maka Efektivitas kinerja *supply chain* maka meningkat sebesar 0,131. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa hubungan *responsiveness* dan Efektivitas kinerja *supply chain* searah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *responsiveness* maka Efektivitas kinerja *supply chain* akan semakin meningkat, demikian juga semakin rendah *responsiveness* maka semakin menurun Efektivitas kinerja *supply chain* pada UKM Gula Semut di Kulon Progo.

### 3. Uji F

Hasil uji F diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 16,685 dan **p value** sebesar 0,000, sehingga  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel *supply chain management* yang terdiri dari integrasi, *information sharing*, *customer management*, *supplier management*, dan *responsiveness* pada UKM Gula Semut di Kulon Progo secara signifikan terhadap Efektivitas kinerja *supply chain*.

### 4. Uji t

Uji t dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel terikatnya atau dependen. Dengan membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan tingkat signifikansi 5%.

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *integrasi* ( $X_1$ ) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,598 dan p value sebesar 0,016 yang berarti  $0,016 < 0,05$  artinya ada pengaruh variabel integrasi secara signifikan terhadap efektivitas kinerja *supply chain* UKM Gula Semut di Kulon Progo.

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *information sharing* ( $X_2$ ) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,267 dan p value sebesar 0,003 yang berarti  $0,003 < 0,05$  artinya ada pengaruh variabel *information sharing* secara

signifikan terhadap efektivitas kinerja *supply chain* UKM Gula Semut di Kulon Progo.

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *customer management* ( $X_4$ ) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,054 dan p value sebesar 0.005 yang berarti  $0,005 < 0,05$ , artinya ada pengaruh variabel *customer management* secara signifikan terhadap Efektivitas kinerja *supply chain* UKM Gula Semut di Kulon Progo.

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *supplier management* ( $X_4$ ) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,270 dan p value sebesar 0.032 yang berarti  $0,032 < 0,05$ , artinya ada pengaruh variabel *supplier management* secara signifikan terhadap Efektivitas kinerja *supply chain* UKM Gula Semut di Kulon Progo.

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* ( $X_5$ ) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,153 dan p value sebesar 0.260 yang berarti  $0,260 > 0,05$ , artinya tidak ada pengaruh variabel *responsiveness* secara signifikan terhadap Efektivitas kinerja *supply chain* UKM Gula Semut di Kulon Progo.



## 5. Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi (*adj. R square*) pengaruh *Supply Chain Management* terhadap efektivitas kinerja *supply chain* adalah sebesar 0,730. Hasil ini dapat diartikan bahwa efektivitas kinerja *supply chain* dapat dijelaskan sebesar 73% oleh variabel *supply chain management* yang terdiri dari integrasi, *information sharing*, *customer management*, *supplier management*, dan *responsiveness* serta sisanya sebesar 27% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

## 6. Koefisien Determinasi Parsial

Hasil koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) pada Tabel 4.15 diketahui bahwa pengaruh integrasi adalah sebesar 22%, pengaruh *information sharing* adalah sebesar 30,8%, pengaruh *customer management* adalah sebesar 39,6%, pengaruh *supplier management* adalah sebesar 17,6%, dan pengaruh *responsiveness* adalah sebesar 5,2%. Dengan demikian variabel *customer management* merupakan variabel yang dominan mempengaruhi efektivitas kinerja *supply chain*.

## 7. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model yang diperoleh benar-benar telah memenuhi asumsi-asumsi persamaan model regresi. Uji asumsi klasik yang digunakan pada regresi linear berganda yaitu uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

**a. Uji Normalitas**

Hasil pengujian normalitas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.16 berikut :

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Standardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.90971765
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.061
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		.560
Asymp. Sig. (2-tailed)		.913

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai *asympt.sig* sebesar  $0,913 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data pada persamaan regresi berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Multikolonieritas

Kriteria pengujian yaitu jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, maka model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolonieritas. Hasil uji multikolonieritas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.17 berikut :

**Tabel 4.17**

#### **Uji Multikolonieritas**

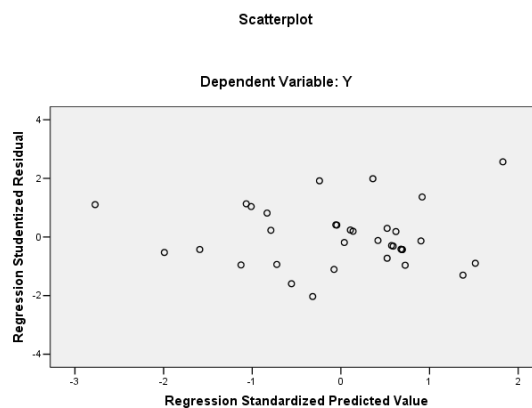
Var. Bebas	VIF	Keterangan
X1	1.356	Tidak terjadi Multikolonieritas
X2	1.243	Tidak terjadi Multikolonieritas
X3	1.329	Tidak terjadi Multikolonieritas
X4	1.530	Tidak terjadi Multikolonieritas
X5	1.396	Tidak terjadi Multikolonieritas

Sumber : data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.17 menunjukkan bahwa seluruh variabel *independent* memiliki nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolonieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Analisis asumsi klasik pada uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *plot residual*. Hasil pengujian heteroskedastisitas ditunjukkan pada Gambar 4.1 berikut :



Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.1 terlihat data residual berupa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### d. Uji Autokorelasi

Analisis asumsi klasik pada uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan *durbin watson*. Hasil pengujian heteroskedastisitas ditunjukkan pada Tabel 4.18 berikut :

**Tabel 4.18**  
**Uji Autokorelasi**

<i>Durbin watson</i>	Interval	Keterangan
2.108	1.833 – 2.167	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber : data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai *durbin watson test* sebesar 2,108, sehingga berada pada  $du < dw < 4-du$  (1.833 – 2.167). Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala autokorelasi.

#### **4.4. Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis Regresi Linier Berganda di atas menunjukkan bahwa ada pengaruh secara signifikan variabel integrasi, *information sharing*, *customer management*, *supplier management*, dan *responsiveness* terhadap efektivitas kinerja *supply chain* pada UKM Gula Semut di Kulon Progo. Hasil penelitian ini telah sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim dan Hamid (2012) yang menyimpulkan bahwa praktek manajemen rantai pemasok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas kinerja rantai pasokan.

## **1. Pengaruh integrasi terhadap efektivitas kinerja *supply chain***

Hasil penelitian membuktikan bahwa ada pengaruh signifikan positif integrasi terhadap efektivitas kinerja *supply chain*. Hal ini berarti semakin baik integrasi maka efektivitas kinerja *supply chain* semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ariani dan Dwiyanto (2013) yang menemukan bahwa proses integrasi berpengaruh positif dan signifikan Kinerja SCM pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat.

Integrasi merupakan penggabungan bagian-bagian atau aktivitas-aktivitas hingga membentuk keseluruhan, integrasi dapat meningkatkan hubungan disetiap rantai nilai, memfasilitasi pengambilan keputusan, memungkinkan terjadinya penciptaan nilai dan proses transfer dari supplier sampai ke pelanggan akhir untuk mengoperasikan aliran informasi, pengetahuan, peralatan, dan asset fisik (Hamidin dan Surendro, 2010). Integrasi dalam *supply chain* menunjukkan sebuah proses kerjasama yang kompleks antara perusahaan dengan pemasok dan pembeli yang mana bila dikelola akan dapat meningkatkan efisiensi dalam operasi perusahaan dan lebih jauh dapat meningkatkan profit perusahaan serta memberikan kepuasan bagi semua pihak (Cousineau et al dalam Setiawan dan Rahardian, 2005).

## **2. Pengaruh *information sharing* terhadap efektivitas kinerja *supply chain***

Hasil penelitian membuktikan bahwa ada pengaruh signifikan positif *information sharing* terhadap efektivitas kinerja *supply chain*. Hal ini berarti semakin baik *information sharing* maka efektivitas kinerja *supply chain* semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ariani dan Dwiyanto (2013) yang menemukan bahwa *information sharing* berpengaruh positif dan signifikan Kinerja SCM pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat.

*Information sharing* adalah intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya untuk saling berbagi informasi kepada partner berkaitan dengan strategi-strategi bisnis bersama. *Information sharing* juga memungkinkan anggota rantai pasok untuk mendapatkan, menjaga, dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan untuk memastikan pengambilan keputusan menjadi efektif, dan merupakan faktor yang mampu mempererat elemen-elemen kolaborasi secara keseluruhan oleh karena itu kemacetan industri dapat dikurangi dengan adanya *information sharing* (Simatupang & Sridharan dalam Yaqoub, 2012). *Information sharing* dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki efisiensi dan efektivitas rantai pasokan dan merupakan faktor yang paling penting untuk mencapai koordinasi yang efektif dalam rantai pasokan serta menjadi pengendali disepanjang rantai pasokan, hal ini dikemukakan oleh Anatan (2008)

Implikasi dari penelitian sebaiknya perusahaan meningkatkan kinerja pada indikator yang dinilai paling rendah oleh konsumen yaitu membangun sistem informasi untuk dapat berbagi dengan pemasok dan pengecer. Strateginya

perusahaan dengan mitra (pemasok/pengecer) saling terbuka dan berbagi informasi untuk mendapatkan produk yang berkualitas sesuai selera konsumen. UKM dan pemasok atau pengecer dapat membuat aplikasi teknologi informasi untuk mengetahui kebutuhan bahan baku untuk produksi, dan produk jadi yang akan di distribusikan kepada pengecer, sehingga tidak ada penumpukan persediaan. Pengusaha sebaiknya menjalin hubungan atau komunikasi yang baik dengan pengecer maupun pemasok, sehingga dapat membuat inovasi – inovasi baru yang sesuai keinginan pasar.

### **3. Pengaruh *Customer management* terhadap efektivitas kinerja *supply chain***

Hasil penelitian membuktikan bahwa ada pengaruh signifikan positif *customer management* terhadap efektivitas kinerja *supply chain*. Hal ini berarti semakin baik *customer management* maka efektivitas kinerja *supply chain* semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ibrahim dan Hamid (2012) yang menemukan bahwa *customer management* berpengaruh positif dan signifikan efektivitas kinerja rantai pasokan.

Manajemen hubungan pelanggan (CRM) merupakan komponen penting dari SCM (Ibrahim dan Hamid, 2012). Praktek hubungan pelanggan pada perusahaan dapat menghasilkan keberhasilan organisasi dalam rantai pasokan dalam upaya praktek manajemen serta kinerjanya , menganggap bahwa hubungan antara manajemen dengan pelanggan dapat dilihat sebagai kegiatan organisasi yang konsisten di bawah penggunaan jual terpadu, pemasaran dan strategi pelayanan. Artinya, mencoba untuk menentukan kebutuhan riil pelanggan, oleh perusahaan yang mengintegrasikan berbagai proses dan teknologi, dalam meminta



produk internal dan peningkatan pelayanan, dalam rangka upaya fajar meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

#### **4. Pengaruh *Supplier management* terhadap efektivitas kinerja *supply chain***

Hasil penelitian membuktikan bahwa ada pengaruh signifikan positif *supplier management* terhadap efektivitas kinerja *supply chain*. Hal ini berarti semakin baik *supplier management* maka efektivitas kinerja *supply chain* semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ibrahim dan Hamid (2012) yang menemukan bahwa *supplier management* berpengaruh positif dan signifikan efektivitas kinerja *supply chain*.

Manajemen pemasok yang efektif dapat menjadi komponen penting dari terkemuka rantai pasokan (Ibrahim dan Hamid, 2012). Melalui kemitraan pemasok strategis, organisasi dapat bekerja sama dengan pemasok yang dapat berbagi tanggung jawab untuk keberhasilan perusahaan. Radas (2009) menemukan bahwa kolaborasi dengan perusahaan atau organisasi lain, juga termasuk pemasok, memiliki dampak positif yang signifikan pada inovasi proses dan inovasi produk tambahan. Kemitraan strategis dengan pemasok tersebut memungkinkan akan meningkatkan tingkat keberhasilan SCM. Hubungan kolaboratif jangka panjang dapat diwujudkan melalui proses adaptasi yang baik dalam proses maupun produknya, meningkatkan kesesuaian satu sama lain, sharing information, dan mengurangi sumber-sumber ketidakpastian (Bujang, 2007). Ganesan dalam Indriani (2006) mendefinisikan hubungan jangka panjang sebagai persepsi mengenai saling ketergantungan pembeli terhadap pemasok baik

dalam konteks produk atau hubungan yang diharapkan akan membawa manfaat bagi pembeli dalam jangka panjang.

Implikasi dari penelitian sebaiknya perusahaan meningkatkan kinerja pada indikator yang dinilai paling rendah oleh responden yaitu menggunakan jasa logistik dalam mengirim produk. Sebaiknya perusahaan menggunakan jasa logistik yang memiliki terpercaya dan professional, sehingga barang dapat dikirim tepat waktu, dan terjamin keamanannya, karena pelayanan yang cepat dan kualitas barang merupakan factor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih produk.

#### **5. Pengaruh *Responsiveness* terhadap efektivitas kinerja *supply chain***

Hasil penelitian membuktikan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan *responsiveness* terhadap efektivitas kinerja *supply chain*. Hal ini disebabkan karena UKM gula semut merupakan industri kecil yang hanya memiliki pemasok dan pengecer dalam jumlah terbatas atau kecil, sehingga koordinasi atau komunikasi perubahan permintaan dapat dilakukan dengan mudah. Selain itu pemilik UKM gula semut tidak berhubungan langsung dengan konsumen, karena mayoritas hasil produksi diambil oleh reseller atau agen, sehingga daya tanggap dalam memenuhi permintaan konsumen tidak mempengaruhi efektivitas kinerja *supply chain*.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh variabel *supply chain management* terhadap efektivitas kinerja *supply chain* pada produk UKM Gula Semut di Kulon Progo, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan integrasi terhadap efektivitas kinerja *supply chain*. Hal ini berarti semakin baik integrasi maka efektivitas kinerja *supply chain* semakin meningkat.
2. Terdapat pengaruh signifikan *information sharing* terhadap efektivitas kinerja *supply chain*. Hal ini berarti semakin baik *information sharing* maka efektivitas kinerja *supply chain* semakin meningkat.
3. Terdapat pengaruh signifikan *customer management* terhadap efektivitas kinerja *supply chain*. Hal ini berarti semakin baik *customer management* maka efektivitas kinerja *supply chain* semakin meningkat.
4. Terdapat pengaruh signifikan *supplier management* terhadap efektivitas kinerja *supply chain*. Hal ini berarti semakin baik *supplier management* maka efektivitas kinerja *supply chain* semakin meningkat.

5. Tidak terdapat pengaruh signifikan *responsiveness* terhadap efektivitas kinerja *supply chain*.

## 5.2. Saran

1. Meningkatkan variabel *supply chain management* UKM Gula Semut di Kulon Progo, karena terbukti mempengaruhi Efektivitas kinerja *supply chain*. Hendaknya perusahaan senantiasa mencari tahu apa keinginan pasar. Perusahaan secara periodik melakukan survei kepada pelanggan baik melalui email maupun menghubungi lewat telepon tentang produk yang ditawarkan oleh UKM Gula Semut di Kulon Progo, dan selalu update model – model yang sedang trend, sehingga produk yang dikeluarkan sesuai dengan keinginan dan selera pasar.

Peneliti selanjutnya dapat menambah variabel yang mempengaruhi Efektivitas Kinerja SCM dan sampel penelitian pada UKM yang lain, sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan untuk sampel yang lebih besar.

## DAFTAR PUSTAKA

Agus, A. (2011). Supply chain management, product quality and business performance. *International Conference on Sociality and Economics Development IPEDR*.pp. 98- 102.

Anatan Lina, (2010), Pengaruh Implementasi Praktik-Praktik Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja Rantai Pasok dan Keunggulan Kompetitif, *Karisma Vol. 4 , No. 2: 106-117*

Ariani Desi, Dwiyanto M.D., (2013), Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat), *Diponegoro Journal Of Management Volume 2, Nomor 3, hal:1-10*

Bernard, F Simplus. 2011. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Hubungan Terhadap Kinerja Rantai Pasokan. *Skripsi. Semarang: Undip.*

Billington, C., Lee H.L. (1992), Managing supply chain inventory: pitfalls and opportunities", *Sloan Management Review, Vol. 33, pp. 65-73*

Bujang. 2007. Pengujian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Trust Dan Komitmen Dalam Hubungan Antara Pemasok Dan Perusahaan. *Jurnal Optimal. Vol 1, No. 1.*

Daft, R. (2003): *Management, Mason: South-Western College Pub*

Brian S. Fugate, John T Mentzer; Theodore P Stank,(2010) Logistic Performance: efficiency, Effectiveness, and Differentiation, *Journal of Business Logistics; BI/inform Global p. 43-55*

Galaskiewicz Joseph (2011), Studying Supply Chains From A Social Network, *Perspective journal of Supply Chain Management Volume 47, Issue 1, pages 4–8*

Giovanucci, D.P. (2001). *Introduction. The Guide to Developing Agricultural Markets and Agro-Enterprises*. Washington DC: The World Bank.

Gujarati. 2005. *SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Ghozali Imam, (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, BP Undip Semarang.

Haron Bin MD. Harashid,( 2007) *logistic strategic orientation and logistics performance : the roles OF organizational structure and complexity*, Thesis submitted in fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy university Sains Malaysia

Hayami, Y. dan Kikuchi, M.I. (1987). *Rural Economic Dilemma*. Jakarta: Yayasan Obor.

Heizer. J & Render B, (2005). *Operations Management*, Seventh Edition (IE) Prentice Hall. USA.

Ibrahim Siddig Balal, Abdelsalam Adam Hamid, 2012, Supply Chain Management Practices and Supply Chain Performance Effectiveness, *International Journal of Science and Research (IJSR)*,p.187-195

Indrajit, Richardus dan Richardus Djokopranoto. (2002), *Konsep Manajemen Supply Chain*. Jakarta

Indriani, Niken Kusuma. 2006. “Analisis Pengaruh Kepercayaan Outlet Ritel Pada Pemasoknya Untuk Mencapai Hubungan Jangka Panjang”. *Tesis. Semarang: Magister Program Studi Pasca Sarjana Universitas Diponegoro*.

Irmawati. (2007). *Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Di PTPN VIII Gunung Mas Bogor*. Skripsi. Bogor: IPB

Lalonde BJ 1998. Building a supply chain relationship. *Supply Chain Review* ;2(2):1-8

Lestari, Purbasari Indah. 2009. Kajian Supply Chain Management: analisis Relationship Marketing Antara Peternakan Pemulihan Farm Dengan Pemasok Dan Pelanggannya. *Skripsi. Bogor: IPB*.

Ningtyas. 2012. *Analisis komparatif usaha pembuatan gula merah dan gula semut di kabupaten Kulon Progo*. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pujawan, I Nyoman dan Mahendrawathi ER. (2010). *Supply chain management*. Edisi 2. Surabaya: Guna Widya.

Radas S, Božić L (2009). The antecedents of SME innovativeness in an emerging transition economy. *Technovation*, 29: 438-450

Setiawan, Ahmad Ikhwan dan Reza Rahardian. 2005. Pengaruh Pola Integrasi Supply Chain Management Terhadap Performa Perusahaan Pada Industri Jasa Makanan Di Surakarta. *Jurnal Bisnis & Manajemen*. Vol 05, No.1.

Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, CV. Bandung

Susilo, Tri. 2008. Analisa Bullwhip Effect Pada Supply Chain (Studi Kasus PT. Istana Cipta Sembada Sidoarjo). *Jurnal Penelitian Ilmu Teknik* Vol 8 No. 2 Desember.

Tan, K. C., Kannan, V. R., & Handfield, R. B. (1998). Supply chain management: Supplier performance and firm performance. *International Journal of Purchasing and Materials Management* 34(3), 2-9

Timisela N.R, Masyhuri, Darwanto D.H, Hartono S., (2014), Manajemen Rantai Pasok Dan Kinerja Agroindustri Pangan Lokal Sagu Di Propinsi Maluku : Suatu Pendekatan Model Persamaan Struktural, *Agritech*, Vol. 34, No. 2, Mei 2014

Wulandari Parama Tirta W K, Risnandar (2010), Integrasi Teknologi Informasi Dan Supply Chain Management : Studi Kasus PT X West Java, *Seminar dan Call For Paper Munas Apticom Politeknik Telkom, Bandung, 9 Oktober 2010*, Hal. 257-263

Yaqoub, M Amak. 2012. Pengaruh Mediasi kepercayaan Pada Hubungan Antara Kolaborasi Supply Chain Dan Kinerja Operasi. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol 14, No. 2



**ANALISIS PENGARUH PRAKTEK *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*  
TERHADAP EFEKTIVITAS KINERJA *SUPPLY CHAIN*  
(Studi Pada UKM Gula Semut di Kulon Progo)**

---

Kepada :

Kepada :

Yth. Manajer / Pemilik UKM Gula Semut di Kulon Progo

Saya adalah mahasiswa Jurusan Manajemen yang saat ini sedang melakukan penelitian tentang praktek Supply Chain Manajemen. Sampel dalam penelitian ini adalah para pemilik atau manajer yang bekerja pada UKM Gula Semut di Kulon Progo

Penelitian ini sepenuhnya didasarkan pada data yang diperoleh. Dengan demikian, agar memperoleh hasil yang berarti, saya memerlukan respons rate (tingkat pengembalian) koefisien yang tinggi. Oleh karena itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu, sehingga pengetahuan yang berkaitan dengan praktek Supply Chain Manajemen dapat dikembangkan.

Dimohon bantuan Bapak/ibu/Saudara/i yang sepenuhnya untuk kepentingan penelitian. Peneliti menjamin semua informasi yang anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya rangkuman hasil/temuan yang akan dilaporkan.

Pengisian kuesioner hanya membutuhkan waktu kurang dari 15 menit. Dimohon mengisi kuesioner dengan lengkap. Jika anda memerlukan informasi berkaitan dengan penelitian ini silahkan hubungi Faisal Hendra Saputra

Atas bantuan dan kerjasama Bapak/ibu/Saudara/i, saya mengucapkan terima kasih tanpa bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i, penelitian ini tidak mungkin terselesaikan.

Peneliti,

Faisal Hendra Saputra

NIM. 12311428

**DEMOGRAFI RESPONDEN**

Mohon pertanyaan-pertanyaan di bawah ini diisi dengan lengkap.

Nama (boleh tidak diisi) : .....

Jenis Kelamin : Pria / Wanita

Umur : a. <35 tahun

b. 35 – 45 tahun

c. 46 – 55 tahun

e. > 55 tahun

Pendidikan Terakhir : a. SD

b. SMP

c. SMA

d. Diploma

e. Sarjana

4. Umur perusahaan : a. < 5 tahun  
b. 5 – 10 tahun  
c. 11 - 15 tahun  
d. 16 – 20 tahun  
e. > 20 tahun

5. Jumlah supplier : a.  $\leq 5$  supplier  
b.  $> 5$  supplier

6. Jumlah Distributor : a.  $\leq 5$  distributor  
b.  $> 5$  distributor

7. Jumlah pengecer : a.  $\leq 5$  ritel  
b.  $> 5$  ritel

**Keterangan:**

Semua pernyataan di bawah ini dimaksudkan untuk mengetahui penilaian Bapak/Ibu tentang implementasi Rantai Pasokan yang ada pada perusahaan saudara. Mohon Bapak/Ibu memilih alternatif penilaian yang paling sesuai **dengan memberi tanda ceklist (V)** pada kolom nomor yang tersedia dibawah ini.

Angka 1 Sangat tidak setuju

Angka 2 Tidak setuju

Angka 3 Netral

Angka 4 Setuju

Angka 5 Sangat Setuju

**Integrasi**

NO	DAFTAR PERTANYAAN	NILAI				
		5	4	3	2	1
1	UKM kami selalu mencari cara agar dapat berkoordinasi dengan para pemasok maupun pengecer					
2	UKM kami meningkatkan koordinasi dengan para pemasok dan pengecer					
3	UKM kami meminta ide-ide dari pemasok maupun pengecer dalam meningkatkan pemasaran produk					
4	UKM kami selalu berhubungan dengan pemasok maupun pengecer dalam kondisi apapun					

**Information sharing**

NO	DAFTAR PERTANYAAN	NILAI				
		5	4	3	2	1
1	UKM kami membentuk tim manajemen untuk memberikan informasi kepada pemasok dan pengecer					
2	UKM kami membagi segmen pelanggan dengan pelayanan yang berbeda					
3	Perusahaan ini membangun sistem informasi untuk dapat berbagi dengan pemasok dan pengecer					
4	UKM sering berbagi informasi informal dari pemasok dan pengecer secara berkesinambungan					

**Customer Management**

NO	DAFTAR PERTANYAAN	NILAI				
		5	4	3	2	1
1	Kami tepat waktu dalam melakukan pengiriman barang kepada pelanggan					
2	Kami melakukan proses cepat dalam melakukan pengiriman barang kepada pelanggan					

**Supplier Management**

NO	DAFTAR PERTANYAAN	NILAI				
		5	4	3	2	1
1	Perusahaan bekerjasama dengan pemasok dalam memutuskan sesuatu					
2	Perusahaan ini menggunakan jasa logistik dalam mengirim produk					
3	Pemasok berpihak untuk meningkatkan kemampuan dalam ketepatan waktu produksi dan pengiriman					

**Responsiveness**

NO	DAFTAR PERTANYAAN	NILAI				
		5	4	3	2	1
1	Perusahaan selalu berkomunikasi dengan pelanggan untuk kemajuan produk					
2	Perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan tambahan dalam berkoordinasi dengan pemasok maupun pengecer					

**Efektivitas Kinerja Rantai Pasokan**

NO	DAFTAR PERTANYAAN	NILAI				
		5	4	3	2	1
1	Perusahaan telah efisien dalam menyimpan produk di gudang					
2	Perusahaan telah efisien dalam stock persediaan					
3	Perusahaan telah efisien dalam hal transportasi					
4	Perusahaan telah efisien dalam hal logistik					
5	Dari tahun ke tahun perusahaan kami secara konsisten mengalami peningkatan Penjualan					

## Uji autokorelasi

Model Summary<sup>a</sup>

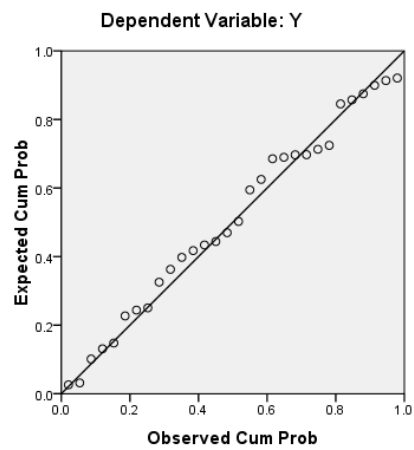
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.881 <sup>a</sup>	.777	.730	.21777	2.108

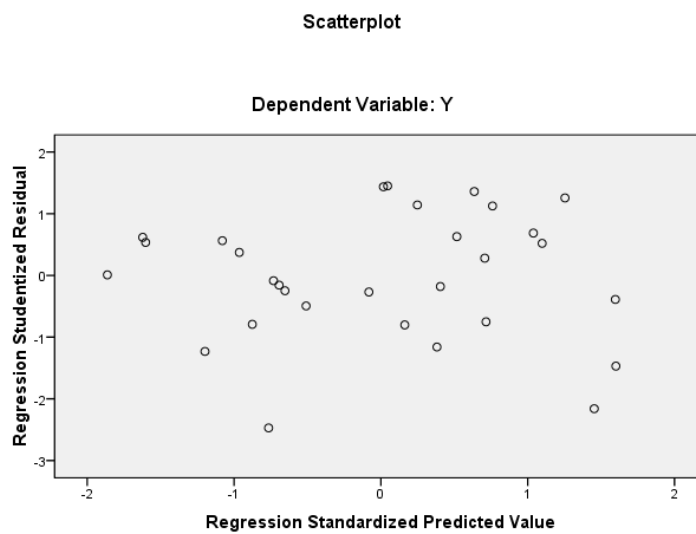
a. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

## Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





## Uji normalitas NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.90971765
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.061
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		.560
Asymp. Sig. (2-tailed)		.913

a. Test distribution is Normal.

## Correlations

		I1	I2	I3	I4	Tot
I1	Pearson Correlation	1	.792**	.776**	.638**	.900**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
I2	Pearson Correlation	.792**	1	.758**	.684**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
I3	Pearson Correlation	.776**	.758**	1	.690**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
I4	Pearson Correlation	.638**	.684**	.690**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Tot	Pearson Correlation	.900**	.905**	.908**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	4

## Correlations

		IS1	IS2	IS3	IS4	Tot
IS1	Pearson Correlation	1	.892**	.448*	.779**	.913**
	Sig. (2-tailed)		.000	.013	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
IS2	Pearson Correlation	.892**	1	.442*	.778**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.014	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
IS3	Pearson Correlation	.448*	.442*	1	.423	.700**
	Sig. (2-tailed)	.013	.014		.020	.000
	N	30	30	30	30	30
IS4	Pearson Correlation	.779**	.778**	.423	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.020		.000
	N	30	30	30	30	30
Tot	Pearson Correlation	.913**	.912**	.700**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	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

### Scale: ALL VARIABLES

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	4



## Correlations

Correlations

		CM1	CM2	Tot
CM1	Pearson Correlation	1	.522**	.922**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000
	N	30	30	30
CM2	Pearson Correlation	.522**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000
	N	30	30	30
Tot	Pearson Correlation	.922**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.649	2

## Correlations

		SM1	SM2	SM3	Tot
SM1	Pearson Correlation	1	.690**	.694**	.909**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
SM2	Pearson Correlation	.690**	1	.620**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
SM3	Pearson Correlation	.694**	.620**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
Tot	Pearson Correlation	.909**	.869**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	3

## Correlations

Correlations

		R3	R4	Tot
R3	Pearson Correlation	1	.734**	.941**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
R4	Pearson Correlation	.734**	1	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
Tot	Pearson Correlation	.941**	.920**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	2

## Correlations

Correlations

		EK1	EK2	EK3	EK4	EK5	Tot
EK1	Pearson Correlation	1	.638**	.357	.073	.487**	.680**
	Sig. (2-tailed)		.000	.053	.700	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30
EK2	Pearson Correlation	.638**	1	.567**	.339	.464**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.067	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30
EK3	Pearson Correlation	.357	.567**	1	.416	.260	.752**
	Sig. (2-tailed)	.053	.001		.022	.165	.000
	N	30	30	30	30	30	30
EK4	Pearson Correlation	.073	.339	.416	1	.532**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.700	.067	.022		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
EK5	Pearson Correlation	.487**	.464**	.260	.532**	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.006	.010	.165	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Tot	Pearson Correlation	.680**	.832**	.752**	.657**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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 Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	5

## Hasil Regresi Linier Berganda

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X5, X4, X2, X3, X1 <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 <sup>a</sup>	.777	.730	.21777

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X3, X1

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.956	5	.791	16.685	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1.138	24	.047		
	Total	5.095	29			

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.080	.467		.172	.865
	X1	.171	.066	.292	2.598	.016
	X2	.212	.065	.351	3.267	.003
	X3	.321	.105	.340	3.054	.005
	X4	.213	.094	.271	2.270	.032
	X5	.068	.059	.131	1.153	.260

a. Dependent Variable: Y

## Frequency Table

### Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	24	80.0	80.0	80.0
Wanita	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

### Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 35 tahun	5	16.7	16.7	16.7
35 - 45 tahun	6	20.0	20.0	36.7
45 - 55 tahun	17	56.7	56.7	93.3
> 55 tahun	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

### Pendidikan terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	1	3.3	3.3	3.3
SMP	7	23.3	23.3	26.7
SMA	14	46.7	46.7	73.3
Diploma	4	13.3	13.3	86.7
Sarjana	4	13.3	13.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

### Umur Perusahaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 5 tahun	3	10.0	10.0	10.0
5 - 10 tahun	10	33.3	33.3	43.3
11 - 15 tahun	9	30.0	30.0	73.3
16 - 20 tahun	5	16.7	16.7	90.0
> 20 tahun	3	10.0	10.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**Jumlah suplier**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 5 suplier	8	26.7	26.7	26.7
> 5 supplier	22	73.3	73.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**Jumlah distributor**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 5 distributor	22	73.3	73.3	73.3
> 5 distributor	8	26.7	26.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**Jumlah pengecer**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 5 pengecer	12	40.0	40.0	40.0
> 5 pengecer	18	60.0	60.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

No	Integrasi				Informasi Sharing				Customer Management			Supplier Management					Responsiveness					Efektivitas Kinerja Rantai Pasokan										
	II	I2	I3	I4	Tot	X1	IS1	IS2	IS3	IS4	Tot	X2	CM1	CM2	Tot	X3	SM1	SM2	SM3	Tot	X4	RI	R2	Tot	X5	EK1	EK2	EK3	EK4	EK5	Tot	Y
1	3	3	4	4	14	3.50	4	3	3	4	14	3.50	4	4	8	400	4	4	4	12	400	5	5	10	500	4	4	3	4	4	19	3.80
2	4	4	4	3	15	3.75	4	3	4	4	15	3.75	4	4	8	400	5	5	14	467	4	5	9	450	4	5	4	5	4	22	4.40	
3	5	4	5	4	18	4.50	4	4	4	4	16	4.00	4	4	8	400	5	5	15	500	4	4	8	400	5	5	5	4	4	23	4.60	
4	2	3	3	3	11	2.75	4	4	3	4	15	3.75	4	4	8	400	4	4	4	12	400	2	4	6	300	4	4	3	4	4	19	3.80
5	4	4	4	4	16	4.00	4	4	4	4	16	4.00	4	4	8	400	4	4	4	12	400	5	4	9	450	4	4	4	4	4	20	4.00
6	2	2	1	1	6	1.50	4	4	3	4	15	3.75	4	4	8	400	3	4	3	10	333	4	4	8	400	4	4	3	3	3	17	3.40
7	4	4	4	4	16	4.00	4	4	4	4	16	4.00	4	4	8	400	4	4	5	13	433	4	4	8	400	4	4	5	5	4	22	4.40
8	4	4	4	4	16	4.00	5	5	5	5	20	5.00	3	4	7	350	4	4	5	13	433	4	5	9	450	5	5	4	4	4	22	4.40
9	4	4	4	3	15	3.75	4	4	4	4	16	4.00	3	3	6	300	5	5	5	15	500	3	3	6	300	4	3	4	3	3	17	3.40
10	4	4	4	3	15	3.75	3	3	2	3	11	2.75	4	4	8	400	3	4	4	11	367	4	4	8	400	3	4	3	3	3	17	3.40
11	4	3	3	4	14	3.50	4	4	2	4	14	3.50	4	4	8	400	4	4	4	12	400	3	3	6	300	4	3	4	4	4	18	3.60
12	4	4	4	3	15	3.75	4	4	4	4	16	4.00	3	4	7	350	4	3	4	11	367	5	5	10	500	4	4	4	4	4	19	3.80
13	4	4	4	5	17	4.25	5	5	5	5	20	5.00	4	4	8	400	4	4	4	12	400	4	4	8	400	5	5	4	4	4	22	4.40
14	4	4	4	4	16	4.00	4	4	5	4	17	4.25	4	5	9	450	5	5	5	15	500	2	3	5	250	5	5	4	4	4	22	4.40
15	4	4	4	4	16	4.00	4	4	4	5	17	4.25	5	4	9	450	4	4	4	12	400	4	4	8	400	4	4	4	5	4	21	4.20
16	4	4	5	4	17	4.25	2	2	3	2	9	2.25	4	4	8	400	5	4	4	13	433	3	4	7	350	4	4	4	4	3	19	3.80
17	5	5	5	5	20	5.00	4	4	4	4	16	4.00	4	4	8	400	4	4	4	12	400	5	4	9	450	4	4	4	4	4	20	4.00
18	5	5	5	5	20	5.00	5	4	4	4	17	4.25	4	4	8	400	4	4	5	13	433	4	5	9	450	5	5	4	3	4	21	4.20
19	3	3	3	3	12	3.00	4	3	4	4	15	3.75	3	4	7	350	3	3	4	10	333	4	4	8	400	4	4	3	4	3	18	3.60
20	4	4	4	3	15	3.75	3	3	3	3	12	3.00	4	4	8	400	5	5	5	15	500	2	2	4	200	4	4	4	4	3	19	3.80
21	5	4	4	4	17	4.25	5	5	5	4	19	4.75	4	4	8	400	4	5	5	14	467	4	4	8	400	4	5	5	4	4	23	4.60
22	4	4	4	4	16	4.00	5	5	4	5	19	4.75	5	4	9	450	5	5	5	15	500	5	5	10	500	5	4	4	4	4	21	4.20
23	5	5	5	4	19	4.75	3	3	4	4	14	3.50	5	5	10	500	4	4	5	13	433	4	5	9	450	5	5	4	4	4	23	4.60
24	3	2	3	3	11	2.75	4	4	3	4	15	3.75	4	4	8	400	5	4	5	14	467	3	3	6	300	4	4	3	4	4	19	3.80
25	4	4	3	4	15	3.75	2	2	2	2	8	2.00	4	4	8	400	4	4	4	12	400	3	3	6	300	4	4	3	3	3	18	3.60
26	4	5	4	5	18	4.50	5	5	4	4	18	4.50	4	4	8	400	4	4	4	12	400	3	3	6	300	4	4	4	4	4	20	4.00
27	5	4	4	4	17	4.25	4	4	4	5	17	4.25	5	4	9	450	5	5	5	15	500	4	4	8	400	4	5	5	4	4	23	4.60
28	4	4	4	4	16	4.00	5	5	2	5	17	4.25	5	5	10	500	5	5	5	15	500	5	5	10	500	5	5	4	4	4	22	4.40
29	5	5	4	4	18	4.50	4	4	3	5	16	4.00	5	4	9	450	5	5	5	15	500	5	5	10	500	5	5	5	4	4	24	4.80
30	5	4	5	4	18	4.50	5	4	3	4	16	4.00	5	5	10	500	5	5	5	15	500	5	4	9	450	5	5	4	4	4	23	4.60
Mean	4.03	3.90	3.93	3.77	15.63	3.91	4.03	3.87	3.60	4.03	15.53	3.88	4.10	4.10	8.20	4.10	4.30	4.27	4.50	13.07	4.36	3.87	4.03	7.90	3.95	4.30	4.03	4.03	3.73	20.43	4.09	



**Tabel Korelasi Product Moment**  
**PADA  $\alpha$  5 %**

N	2-tailed	1-tailed	N	2-tailed	1-tailed
3	0.9969	0.9877	53	0.2704	0.2282
4	0.9500	0.9000	54	0.2679	0.2261
5	0.8783	0.8054	55	0.2654	0.2240
6	0.8114	0.7293	56	0.2630	0.2219
7	0.7545	0.6694	57	0.2607	0.2199
8	0.7067	0.6215	58	0.2584	0.2180
9	0.6664	0.5822	59	0.2562	0.2161
10	0.6319	0.5494	60	0.2540	0.2143
11	0.6021	0.5214	61	0.2519	0.2125
12	0.5760	0.4973	62	0.2499	0.2107
13	0.5529	0.4762	63	0.2479	0.2090
14	0.5324	0.4575	64	0.2459	0.2074
15	0.5140	0.4409	65	0.2440	0.2057
16	0.4973	0.4259	66	0.2421	0.2041
17	0.4821	0.4124	67	0.2403	0.2026
18	0.4683	0.4000	68	0.2385	0.2011
19	0.4555	0.3887	69	0.2368	0.1996
20	0.4438	0.3783	70	0.2351	0.1981
21	0.4329	0.3687	71	0.2334	0.1967
22	0.4227	0.3598	72	0.2318	0.1953
23	0.4132	0.3515	73	0.2302	0.1940
24	0.4044	0.3438	74	0.2286	0.1926
25	0.3961	0.3365	75	0.2271	0.1913
26	0.3882	0.3297	76	0.2256	0.1900
27	0.3809	0.3233	77	0.2241	0.1888
28	0.3739	0.3172	78	0.2226	0.1876
29	0.3673	0.3115	79	0.2212	0.1864
30	0.3610	0.3061	80	0.2198	0.1852
31	0.3550	0.3009	81	0.2185	0.1840
32	0.3494	0.2960	82	0.2171	0.1829
33	0.3440	0.2913	83	0.2158	0.1817
34	0.3388	0.2869	84	0.2145	0.1806
35	0.3338	0.2826	85	0.2132	0.1796
36	0.3291	0.2785	86	0.2120	0.1785
37	0.3246	0.2746	87	0.2107	0.1775
38	0.3202	0.2709	88	0.2095	0.1764
39	0.3160	0.2673	89	0.2084	0.1754
40	0.3120	0.2638	90	0.2072	0.1744
41	0.3081	0.2605	91	0.2060	0.1735
42	0.3044	0.2573	92	0.2049	0.1725
43	0.3008	0.2542	93	0.2038	0.1716
44	0.2973	0.2512	94	0.2027	0.1707
45	0.2940	0.2483	95	0.2016	0.1697
46	0.2907	0.2455	96	0.2006	0.1688
47	0.2876	0.2429	97	0.1995	0.1680
48	0.2845	0.2403	98	0.1985	0.1671
49	0.2816	0.2377	99	0.1975	0.1662
50	0.2787	0.2353	100	0.1965	0.1654
51	0.2759	0.2329			
52	0.2732	0.2306			