

PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* DAN KEUNGGULAN BERSAING  
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

(Studi Pada Industri *Furniture* di Yogyakarta)

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Nila Anggini

Nomor Mahasiswa : 14311328

Jurusan : Manajemen

Bidang : Operasional

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* DAN KEUNGGULAN BERSAING  
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN**

(Studi Pada Industri *Furniture* di Yogyakarta)

**SKRIPSI**

Ditulis dan Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Ujian Akhir Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 Di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Oleh :

Nama : Nila Anggini

Nomor Mahasiswa : 14311328

Jurusan : Manajemen

Bidang : Operasional

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2018**

HALAMAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain 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 kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



الجامعة الإسلامية  
Yogyakarta, 15 Februari 2018

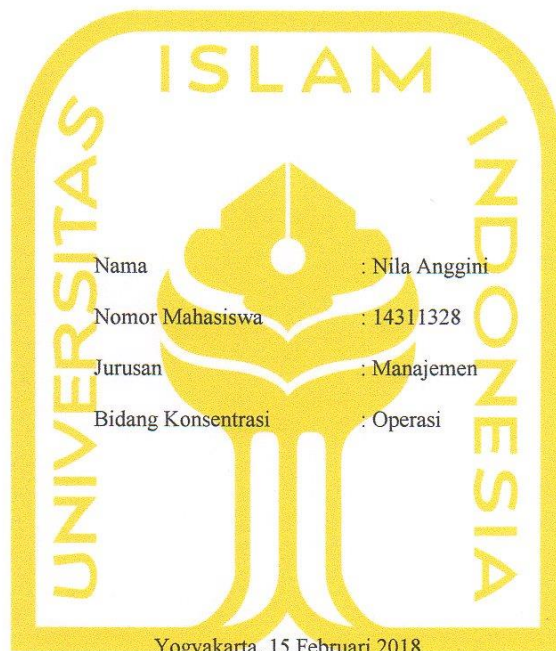
Penulis,



Nila Anggini

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* DAN KEUNGGULAN BERSAING  
TETHADAP KINERJA PERUSAHAAN



Nama : Nila Anggini

Nomor Mahasiswa : 14311328

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

Yogyakarta, 15 Februari 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh  
Dosen Pembimbing,  
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR / SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* DAN KEUNGGULAN BERSAING  
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN**

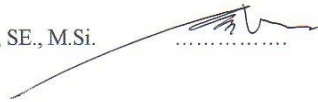
Disusun Oleh : **NILA ANGGINI**

Nomor Mahasiswa : **14311328**

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

Pada hari Rabu, tanggal: 14 Maret 2018

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



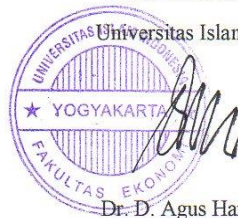
Penguji : Moch. Nasito, Drs., MM.



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas segala nikmat dan karunia yang telah Allah SWT berikan, skripsi ini ku persembahkan kepada keluarga tercinta Bapak Salimin Mamak Rumlah dan Adikku tersayang M. Adri Ramadhan atas segala dukungan moral maupun materil, curahan cinta dan kasih sayang, motivasi, semangat, doa yang tulus tak pernah putus mereka berikan selama ini untuk menyelesaikan skripsi ini.

## HALAMAN MOTTO

*“Man Jadda Wa Jadda”*

Barang siapa yang bersungguh - sungguh akan mendapatkannya.

مَنْ خَرَجَ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ

‘‘Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah ‘‘

(HR.Turmudzi)

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kamu. Dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kamu. Allah Maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui’’

(Al-Baqarah: 216)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Supply Chain Management* dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan. Hipotesis penelitian ini *supply chain management* dan keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Subyek dalam penelitian ini berjumlah 30 dari industri *furniture* yang ada di Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey dengan pengambilan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada para industri *furniture*. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 16.0. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis mayor berpengaruh signifikan *Supply Chain Management* dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan. Namun pada kedua hipotesis minor menunjukkan bahwa keduanya ditolak.

Kata Kunci : *Supply Chain Management*, Keunggulan Bersaing, Kinerja Perusahaan

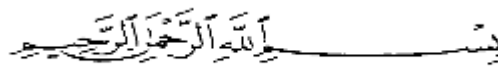
## ABSTRACT

*This research aims to know the influence of Supply Chain Management and competitive advantage on performance of the company. The hypothesis of this research supply chain management and the competitive advantage of significant effect on performance of the company. The subjects in this study amounted to 30 of furniture industry in Yogyakarta. This type of research is a research survey with data retrieval using a questionnaire which was distributed to the furniture industry. Testing instrument using the test validity and reliability test by using SPSS 16.0. Methods of data analysis using multiple linear regression. Research results show that the hypothesis of major influential Supply Chain Management and significant competitive advantage against the performance of the company. However, in the second minor hypothesis indicates that both declined.*

*Keywords: Supply Chain Management, Competitive Advantage, and Company Performance*



## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum warrahmatullohi wabarakatuhu*

*Alhamdulillahirobil'alamiin*, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, inspirasi akhlak dan pribadi mulia. Atas rahmat dan karunia Allah SWT, Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Pada Produksi *Furniture* di Yogyakarta). Skripsi ini penulis susun sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Dalam menyusun skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan. Penulis menyadari tanpa adanya dukungan, penulis tidak akan mungkin menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Dengan kesempatan ini, kepada mereka yang telah memberikan dukungan, penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. **ALLAH SWT** yang telah memberikan kekuatan dan kemampuan untuk menyelesaikan tugas skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. **Nabi Muhammad SAW** sebagai suri tauladan dan panutan bagi seluruh umat manusia.
3. **Bapak tercinta (Salimin)** dan **Mamak tersayang (Rumlah)** terimakasih untuk segala doa yang selalu mengiringi dalam setiap langkahku, terimakasih untuk segala nasehat-nasehat yang kalian berikan kepadaku, semua itu sangat membantuku dalam setiap hariku.
4. **Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si.** selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. **Segenap Dosen, Staf dan Karyawan FE UII** atas segala bantuannya dalam mempermudah penulis mendapatkan ilmu.

6. **Adikku tersayang (M. Adri Ramadhan)** terimakasih untuk segala doa dan semangatnya.
7. Terimakasih untuk seseorang yang memberikan doa dan semangat dengan tulus.
8. Kakak-Kakak ku tersayang **Kak Aya, Kak Pipin dan Kak Cici** terimakasih untuk dukungannya.
9. Sahabat-Sahabatku Antiswetswclub : **Shinta, Teti, Netta, Gladish, Usi, Dinda dan Putri** Terimakasih untuk semangat dan becandaannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-Sahabatku MHACHAN : **Almira, Caca, Sasa, Novarli, dan Hastuti**
11. Sahabatku **Ela** dan **Intan** terimakasih telah menjadi pendengar yang baik untuk segala celotehku.
12. Sahabatku **Salma** yang berjuang bersama dari ujian kompre hingga menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat KKN ku Unit 73 **Aik, Ana, Selva, Nadia, Brian, Surya, Heru dan Iqbal**
14. Seluruh Teman di Fakultas Ekonomi UII
15. Terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran sangat penulis harapkan.

*Walaikumsalamwarrahmatullohi wabarakatuhu*

Yogyakarta, Maret 2018

Nilia Anggini

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu .....	5
2.1.1 Suhong Li et al .....	5
2.1.2 Rajwinder Singh et al .....	6
2.1.3 Lisda Rahmasari .....	7
2.1.4 Desi Ariani dan Bambang Munas Dwiyanto .....	8
2.1.5 Regina Suharto dan Devie .....	10
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Supply Chain Management.....	14
2.2.2 Keunggulan Bersaing.....	16
2.2.3 Kinerja Perusahaan .....	19

2.3	Kerangka Penelitian .....	20
2.4	Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN .....		21
3.1	Jenis Penelitian.....	21
3.1	Metode Pengumpulan Data .....	21
3.2	Metode Penarikan Sampel.....	23
3.3	Variabel Penelitian .....	24
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	24
3.5	Pengujian Instrumen.....	28
3.5.1	Uji Validitas .....	28
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	29
3.6	Metode Analisis Data .....	29
3.6.1	Analisis Deskriptif .....	29
3.6.2	Uji Prasyarat Analisis .....	30
3.7	Pengujian Hipotesis.....	34
3.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	34
3.7.2	Uji Statistik F (Uji <i>Overall</i> ) .....	35
3.7.3	Uji Statistik t (Parsial).....	36
BAB IV ANALISIS DATA.....		37
4.1	Uji Instrumen .....	37
4.1.1.	Uji Validitas .....	37
4.1.3	Uji Reliabilitas .....	40
4.2	Analisis Deskriptif .....	41
4.3	Pengujian Prasyarat Analisis.....	54
4.3.1	Uji Normalitas.....	54
4.3.2	Uji Multikolinearitas.....	55
4.3.3	Uji Autokorelasi.....	55
4.3.4	Uji Heterokedastisitas .....	56
4.3.5	Uji Linieritas .....	58
4.4	Pengujian Hipotesis.....	59
4.4.1	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	59

4.4.2	Uji F .....	61
4.4.3	Uji t .....	62
4.5	Pembahasan .....	63
4.5.1	Pengujian Hipotesis Pertama .....	63
4.5.2	Pengujian Hipotesis Kedua .....	64
4.5.3	Pengujian Hipotesis Ketiga .....	66
BAB V PENUTUP .....		69
5.1	Kesimpulan .....	69
5.2	Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....		71
LAMPIRAN .....		74

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 4.1 Hasil Perhitungan Uji Validitas <i>Supply Chain Management</i> .....	37
Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Uji Validitas Keunggulan Bersaing.....	38
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Uji Validitas Kinerja Perusahaan.....	39
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Uji Reabilitas <i>Supply Chain Management</i> .....	40
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Uji Reabilitas Keunggulan Bersaing.....	40
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Uji Reabilitas Kinerja Perusahaan.....	41
Tabel 4.7 Penilaian Variabel Dengan Interval <i>Supply Chain Management</i> .....	49
Tabel 4.8 Penilaian Variabel Dengan Interval Keunggulan Bersaing.....	51
Tabel 4.9 Penilaian Variabel Dengan Interval Kinerja Perusahaan.....	53
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Uji Autokorelasi.....	56
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji Heteroskedastisitas .....	57
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji Linieritas <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Kinerja Perusahaan.....	58
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji Linieritas Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Perusahaan.....	59
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda .....	60
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji F.....	62
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Uji t.....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Penelitian.....	20
Gambar 4.1	Jenis Kelamin.....	42
Gambar 4.2	Pendidikan.....	43
Gambar 4.3	Pemilik Usaha.....	44
Gambar 4.4	Pangsa Pasar.....	44
Gambar 4.5	Pemilik Usaha.....	45
Gambar 4.6	Umur Perusahaan.....	46
Gambar 4.7	Omset Yang Dihasilkan Perusahaan.....	47
Gambar 4.8	Produk Yang Dihasilkan Perusahaan.....	48
Gambar 4.9	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	87
Lampiran 3	Hasil Uji Prasyarat.....	95
Lampiran 4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	104
Lampiran 5	Surat Izin Penelitian.....	107



# BAB I

## PENDAHULUAN

### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini berkembang dengan sangat pesat. Pada dunia usaha hal seperti ini menjadi tantangan agar perusahaan terus memacu usahanya agar selalu meningkatkan hasil produksi dan mencapai penjualan yang tinggi. Perusahaan dituntut untuk mengikuti perkembangan dengan selalu melakukan inovasi, efisiensi, dan pelayanan yang cepat supaya tetap unggul dipasar. Dalam menghadapi kondisi seperti ini perusahaan membutuhkan keunggulan strategi untuk bersaing agar tetap dapat bertahan. Menurut Porter (1993) Dengan adanya strategi keunggulan bersaing didalam perusahaan, diharapkan organisasi dapat mempertahankan posisi bersaingnya terhadap kompetitor.

Keunggulan bersaing pada dasarnya berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh organisasi kepada pembelinya yang melebihi biaya organisasi dalam menciptakannya. Nilai merupakan sesuatu yang pembeli bersedia membayar dan nilai yang unggul berasal dari tawaran harga yang lebih rendah dari pada yang ditawarkan pesaing dengan manfaat yang sepadan atau membarikan manfaat unik yang lebih daripada sekedar mengimbangi harga yang lebih tinggi (Porter, 1993). Menurut Ferdinand (2003) Keunggulan kompetitif berkelanjutan merupakan arah strategi organisasi yang bukan merupakan tujuan

akhir, tetapi merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi, yaitu kinerja organisasi yang menghasilkan keuntungan yang relative tinggi.

Kinerja perusahaan merupakan tingkat pencapaian perusahaan dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas yang menjadi tanggung jawabnya dalam mengoptimalkan pencapaian visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan yang dapat dinilai dengan cara membandingkan pencapaian dengan target atau dengan kinerja beberapa perusahaan di industri yang sama. (Regina dan Devie, 2013) Agar suatu perusahaan dapat bersaing dan memiliki kinerja perusahaan yang baik maka dapat didukung dengan *Supply Chain Management*. (William J. Stevenson, 2014) *Supply Chain Management* adalah koordinasi strategis terhadap fungsi-fungsi bisnis dalam sebuah organisasi bisnis dan disepanjang rantai pasokannya dengan tujuan untuk mengintegrasikan manajemen pasokan dan permintaan. Menurut Jay Heizer dan Barry Render (2015) *Supply Chain Management* menggambarkan koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Tujuan dari *Supply Chain Management* adalah untuk mengkoordinasi kegiatan dalam rantai pasokan untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif dan manfaat dari rantai pasokan bagi konsumen akhir.

Penelitian *Supply Chain Management* yang dilakukan Suhong Li et al (2006), Rajwinder Singh et al (2010), Lisda Rahmasari (2011) Regina Suharto dan devie (2013), dan Bambang Munas Dwiyanto dkk (2013) menguji hubungan antara praktek *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan yang menghasilkan bahwa praktek *Supply Chain*

*Management* berpengaruh positif terhadap peningkatan Keunggulan Bersaing dan meningkatkan Kinerja Perusahaan.

Perusahaan industri di Yogyakarta memberikan kontribusi yang baik dalam perdagangan. Salah satu industri yang ada di Yogyakarta adalah industri *Furniture*. *Supply Chain Management* diperlukan dalam industri ini karena bertujuan agar perusahaan tetap dapat bersaing dengan keunggulan yang kompetitif. Persaingan harus selalu diperhatikan oleh perusahaan, sehingga perusahaan harus memiliki strategi untuk memenangkan persaingan pasar. Agar perusahaan dapat bertahan dan mampu bersaing serta memiliki kinerja perusahaan yang baik, maka bisa di dukung dengan penggunaan *Supply Chain Management* dalam perusahaan.

Dari latar belakang ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan judul “ **Pengaruh *Supply Chain Management* dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri *Furniture* di Yogyakarta)**”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

1. Apakah *Supply Chain Management* dan Keunggulan Bersaing berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan?
2. Apakah *Supply Chain Management* berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan?
3. Apakah Keunggulan Bersaing berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh *Supply Chain Management* dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *supply chain management* terhadap Kinerja Perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan

### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Hasil penelitian ini bermanfaat untuk tambahan informasi bagi ilmu manajemen operasional mengenai pengaruh *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan.
2. Hasil penelitian ini bermanfaat untuk para perusahaan di bidang produksi furniture mengenai pengaruh *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang pengaruh *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, antara lain adalah sebagai berikut:

##### 2.1.1 Suhong Li et al (2006)

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Suhong Li et al (2006) yang berjudul “*The Impact Of Supply Chain Management Practices On Competitive Advantage and Organizational Performance*” penelitian ini mengembangkan lima dimensi praktek *supply chain management* seperti *strategic supplier partnership, customer relationship, level of information sharing, quality of information sharing, dan postponement*.

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji kerangka yang mengidentifikasi hubungan antara praktek *supply chain management*, keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Metode analisis yang dilakukan dengan menggunakan data yang dikumpulkan dari survey responden melalui kuesioner. Data yang dikumpulkan sebanyak 196 organisasi yang menggunakan *supply chain management*. Instrumen

pengujian dilakukan menggunakan *convergent validity, discriminant validity, reliability, and the validation of second-order constructs*. Indikator penilaian dengan mengarah pada *supply chain management* terdiri dari *strategic supplier partnership, customer relationship*, Keunggulan bersaing terdiri dari harga, kualitas, inovasi produk, *time to market*, dan *delivery dependability*. Serta indikator dari kinerja perusahaan yang terdiri dari kinerja organisasi dan kinerja perusahaan.

Hasil dari penelitian ini *supply chain management* dapat menyebabkan peningkatan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja organisasi, serta keunggulan kompetitif berdampak positif terhadap kinerja organisasi.

### **2.1.2 Rajwinder Singh et al (2010)**

Rajwinder Singh et al melakukan penelitian yang berjudul “*Relating Organized Retail Supply Chain Management Practices, Competitive Advantage and Organizational Performance*” Penelitian ini mengembangkan lima konsep untuk praktek *supply chain* yaitu *technology, SC speed, Customer satisfaction, SC integration*, dan *Inventory management*.

Tujuan dari penelitian ini mengidentifikasi hubungan antara praktek *supply chain management*, keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian menggunakan kuesioner dari perusahaan retail yang diambil secara acak dari india

seperti Punjab, Haryana, Chandigarh, New Delhi dan, Gurgaon. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada *supply chain management* yaitu *technology*, *SC speed*, *Customer satisfaction*, *SC integration*, dan *Inventory management*. Keunggulan kompetitif seperti *Inventory Management*, *Customer Satisfaction*, *Profitability*, dan *Customer Base Identification*. Serta pada kinerja perusahaan *Market Performance*, *SC Competencies*, *Stakeholder Satisfaction*, dan *Innovation and Learnin*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengecer india dapat memahami hubungan antara *supply chain management* dan keunggulan kompetitif dan dapat memahami hubungan antara keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi tetapi gagal untuk mencocokkan *supply chain management* dengan kinerja perusahaan.

### **2.1.3 Lisda Rahmasari (2011)**

Penelitian yang dilakukan oleh Lisda Rahmasari (2011) dengan judul “Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah)”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkapkan dan mencari tahu bagaimana praktek *supply chain* untuk penyediaan baran dan jasa yang dijalankan oleh para pelaku industri kreatif di Jawa Tengah serta dampak yang nyata bagi peningkatan kinerja usaha.

Metode analisis data adalah analisis diskriminan serta pengujian model menggunakan *structural equation modeling* (SEM) dengan *two step approach*. Indikator dalam penelitian ini adalah dari *supply chain management* terdiri dari kualitas, waktu, biaya, fleksibilitas. Keunggulan bersaing yaitu *delivery dependability*, *time to market* dan inovasi produk. Serta kinerja perusahaan yaitu memperhatikan setiap aktivitas organisasi dan menekankan pada perspektif pelanggan, menilai setiap aktivitas dengan menggunakan alat ukur kinerja yang mengesahkan pelanggan, memperhatikan semua aspek aktivitas kinerja secara komprehensif yang mempengaruhi pelanggan, menyediakan informasi, berupa umpan balik untuk membantu anggota organisasi mengenali permasalahan dan peluang untuk melakukan perbaikan.

Hasil dari penelitian ini menunjukan variabel prektek *supply chain management* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Praktek *supply chain management* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Serta keunggulan bersaing memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan.

#### **2.1.4 Desi Ariani dan Bambang Munas Dwiyanto (2013)**

Pada tahun 2013 Desi Ariani dan Bambang Munas Dwiyanto melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan dan Olahan Khas Padang Sumatera Barat)”. Tujuan



dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *information sharing* terhadap kinerja *supply chain management*, menganalisis *long-term relationship* terhadap kinerja *supply chain management*, menganalisis pengaruh *cooperation* terhadap kinerja *supply chain management*, dan menganalisis pengaruh *process integration* terhadap kinerja *supply chain management*.

Metode yang digunakan adalah regresi linier berganda yang dioperasikan oleh program spss. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja *supply chain management* yang terdiri dari pangsa pasar, tingkat keuntungan, daya saing, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan. *Information sharing* terdiri dari pembagian informasi dalam segi *financial*, *production*, dan *design*, bertukar informasi secara berkesinambungan, dan informasi dapat membantu semua pihak terkait. *Long-term relationship* yaitu proyek jangka panjang merupakan dasar hubungan dengan *supplier*, kerjasama merupakan dasar hubungan jangka panjang, hubungan berlangsung dalam jangka waktu yang lama. *Cooperation* terdiri dari berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan, kerjasama ditetapkan berdasarkan kondisi yang obyektif, dan meningkatkan hubungan berkelanjutan. *Process integration* terdiri dari aktivitas logistic diutamakan, aktivitas logistik memiliki integrasi yang baik dan arus material efektif.

Hasil dari penelitian ini adalah variabel *information sharing*, *long-term relationship*, *cooperation*, dan *process integration* berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kinerja *supply chain management* pada perusahaan.

#### **2.1.5 Regina Suharto dan Devie (2013)**

Penelitian yang sama juga pernah dilakukan oleh Regina Suharto dan Devie pada tahun 2013 dengan judul “ Analisa Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi hubungan antara praktek *supply chain management*, keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan.

Metode analisis yang digunakan adalah *structural equation modeling (SEM)* dengan menggunakan *partial least square (PLS)*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *supply chain management* terdiri dari *strategic supplier partnership*, *customer relationship*, dan *information sharing*. Keunggulan bersaing yaitu harga, kualitas, inovasi produk, *delivery dependability*, dan *time to market*. Kinerja perusahaan terdiri dari kinerja keuangan dan kinerja operasional.

Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh signifikan dan positif antara *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing, penerapan *supply chain management* yang baik akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan, dan keunggulan bersaing perusahaan yang meningkat akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan.

Berdasarkan dari beberapa penelitian diatas yang telah dilakukan, maka dapat ditemukan beberpa persamaan dan perbrdaannya yang tertuang dalam tabel berikut ini:

**Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Objek Penelitian	Indikator atau Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	<i>The Impact Of Supply Chain Management Practices On Competitive Advantage and Organizational Performance</i>	Suhong Li, Bhanu Ragu-Nathan, T.S. Ragu Nathan dan S. Subba Raob	Perusahaan yang menerapkan <i>supply chain management</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Supply chain management: strategic supplier partnership, customer relationship, dan information sharing.</i></li> <li>2. Keunggulan bersaing: harga, kualitas, inovasi produk, <i>time to market</i>, dan <i>delivery dependability.</i></li> <li>3. Kinerja perusahaan: kinerja organisasi dan kinerja perusahaan.</li> </ol>	<i>Convergent validity, discriminant validity, reliability, and the validation of second-order constructs</i>	<i>Supply chain management</i> dapat menyebabkan peningkatan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja organisasi, serta keunggulan kompetitif berdampak positif terhadap kinerja organisasi.
2	<i>Relating Organized Retail Supply Chain Management Practices, Competitive Advantage and Organizational Performance</i>	Rajwinder Singh, H.S. Shandu, B.A. Metri dan Rajinder Kaur	Industri retail yang menerapkan <i>supply chain management</i> di India	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Supply chain management: technology, SC speed, Customer satisfaction, SC integration, dan Inventory management.</i></li> <li>2. Keunggulan kompetitif: <i>Inventory Management, Customer Satisfaction, Profitability, dan Customer Base Identification.</i></li> <li>3. Kinerja perusahaan: <i>Market</i></li> </ol>	Uji Validitas dan Reliabilitas. Regresi Linier Berganda	Pengecer india dapat memahami hubungan antara <i>supply chain management</i> dan keunggulan kompetitif dan dapat memahami hubungan antara keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi tetapi gagal untuk mencocokkan <i>supply chain management</i> dengan kinerja perusahaan

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Objek Penelitian	Indikator atau Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<i>Performance, SC Competencies, Stakeholder Satisfaction, dan Innovation and Learning.</i>		
3	Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah)	Lisda Rahmasari	Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Supply chain management</i>: kualitas, waktu, biaya, fleksibilitas.</li> <li>2. Keunggulan bersaing: <i>delivery dependability, time to market</i> dan inovasi produk.</li> <li>3. Kinerja perusahaan: memperhatikan setiap aktivitas organisasi dan menekankan pada perspektif pelanggan, menilai setiap aktivitas dengan menggunakan alat ukur kinerja yang mengesahkan pelanggan, memperhatikan semua aspek aktivitas kinerja secara komprehensif yang mempengaruhi pelanggan, menyediakan informasi, berupa umpan balik untuk membantu anggota organisasi mengenali permasalahan dan peluang untuk melakukan perbaikan.</li> </ol>	Analisis diskriminan serta pengujian model menggunakan <i>structural equation modeling</i> (SEM) dengan <i>two step approach</i>	Variabel pretek <i>supply chain management</i> memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Praktek <i>supply chain management</i> memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Serta keunggulan bersaing memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan.

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Objek Penelitian	Indikator atau Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4	Analisis Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan dan Olahan Khas Padang Sumatera Barat)	Desi Ariani dan Bambang Munas Dwiyanto	Industri Kecil dan Menengah Makanan dan Olahan Khas Padang Sumatera Barat	<p>1. <i>Supply chain management</i>: pangsa pasar, tingkat keuntungan, daya saing, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan.</p> <p>2. <i>Information sharing</i>: pembagian informasi dalam segi <i>financial</i>, <i>production</i>, dan <i>design</i>, bertukar informasi secara berkesinambungan, dan informasi dapat membantu semua pihak terkait.</p> <p>3. <i>Long-term relationship</i>: proyek jangka panjang merupakan dasar hubungan dengan <i>supplier</i>, kerjasama merupakan dasar hubungan jangka panjang, hubungan berlangsung dalam jangka waktu yang lama.</p> <p>4. <i>Coorporation</i>: berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan, kerjasama ditetapkan berdasarkan kondisi yang obyektif, dan meningkatkan hubungan berkelanjutan.</p> <p><i>Process integration</i>:</p>	Regresi linier berganda yang dioperasikan oleh program spss	Variabel <i>information sharing</i> , <i>long-term relationship</i> , <i>cooperation</i> , dan <i>process integration</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja <i>supply chain management</i> pada perusahaan.

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Objek Penelitian	Indikator atau Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				aktivitas logistic diutamakan, aktivitas losgistik memiliki integrasi yang baik dan arus material efektif.		
5	Analisa Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan	Regina Suharto dan Devie	Perusahaan Manufaktur yang menerapkan <i>supply chain management</i> di Surabaya	<ol style="list-style-type: none"> <li><i>Supply chain management</i> : <i>strategic supplier partnership, customer relationship, dan information sharing.</i></li> <li>Keunggulan bersaing: harga, kualitas, inovasi produk, <i>delivery dependability</i>, dan <i>time to market.</i></li> <li>Kinerja perusahaan: kinerja keuangan dan kinerja operasional.</li> </ol>	<i>Structural equation modeling (SEM)</i> dengan menggunakan <i>partial least square (PLS)</i>	Terdapat pengaruh signifikan dan positif antara <i>supply chain management</i> terhadap keunggulan bersaing, penerapan <i>supply chain management</i> yang baik akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan, dan keunggulan bersaing perusahaan yang meningkat akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Supply Chain Management

(David Simchi Levi et al, 2000) *Supply Chain Management* merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mengefisienkan integrasi pemasok, manufaktur, distributor, retailer, dan customer, sehingga barang yang diproduksi dalam jumlah yang tepat, waktu yang tepat, dan lokasi yang tepat untuk meminimumkan biaya dan memberikan

kepuasan pada konsumen. *Supply chain management* adalah koordinasi strategis terhadap fungsi-fungsi bisnis dalam sebuah organisasi bisnis dan disepanjang rantai pasokannya dengan tujuan untuk mengintegrasikan manajemen pasokan dan permintaan (William J. Stevenson, 2014).

Jay Heizer dan Barry Render (2005) Manajemen rantai pasokan adalah pengintegrasian aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dari produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan. Seluruh aktivitas ini mencakup aktivitas pembelian, dan *outsourcing*, ditambah fungsi lain yang penting bagi hubungan antara pemasok dengan distributor. Tujuan dari manajemen rantai pasokan adalah untuk mengkoordinasi kegiatan dalam rantai pasokan untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif dan manfaat dari rantai pasokan bagi konsumen akhir (Jay Heizer dan Barry Render, 2015).

Suhong Li et al (2006) Indikator keberhasilan *Supply Chain Management* dapat dilihat dari:

a. *Strategic supplier partnership*

Kemitraan strategis dengan pemasok memungkinkan organisasi untuk bekerja lebih efektif dengan beberapa pemasok penting yang bersedia untuk berbagi tanggung jawab untuk keberhasilan produk. Kemitraan pemasok yang efektif dapat menjadi komponen penting dari rantai pasokan terdepan.

b. *Customer relationship*

Seluruh praktek yang digunakan untuk mengelola keluhan pelanggan, membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan. Hubungan yang baik diperlukan untuk keberhasilan pelaksanaan program *supply chain management* dengan mempertahankan loyalitas pelanggan, membedakan produk dari pesaing dan memperluas nilai pada pelanggan.

c. *Information Sharing*

Regina Suharto dan Devie (2013) Berbagi informasi antar mitra usaha dapat berupa taktik strategi, kondisi pasar secara umum, dan informasi mengenai pelanggan. Dengan saling melakukan pertukaran informasi antar anggota dalam *supply chain* maka informasi tersebut dapat digunakan sebagai sumber keunggulan bersaing.

### **2.2.2 Keunggulan Bersaing**

Suhong Li et al (2006) Keunggulan kompetitif adalah sejauh mana suatu organisasi mampu menciptakan posisi mempertahankan dari pesaingnya. Ini terjadi dari kemampuan yang memungkinkan suatu organisasi untuk membedakan dirinya dari pesaingnya dan merupakan hasil dari keputusan kritis manajemen. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Manfaat inilah yang bersedia dibayar oleh



pembeli dari nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat yang setara (Porter, 1993).

Suhong Li et al (2006) Indikator keberhasilan keunggulan bersaing dapat dilihat dari:

a. Harga

Philip Kotler et al (2008) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan *positioning* nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Harga bukan hanya angka-angka dilabel, tetapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi.

b. Kualitas

Regina dan Devie (2013) kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing sebuah produk. Kualitas merupakan suatu istilah relatif yang sangat tergantung pada situasi. Produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mempunyai kecocokan penggunaan bagi dirinya sendiri (Zulian Yamit, 2011).

c. Inovasi Produk

Menurut Amabile (1996) dalam Regina dan Devie (2013) inovasi adalah konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk atau proses yang baru. Inovasi merupakan hasil dari gagasan kreatif yang dimiliki perusahaan. Sehingga perusahaan diharapkan dapat membentuk pemikiran-pemikiran baru dalam menghadapi pesaing maupun pelanggan dengan berbagai macam permintaan yang ada.

d. *Time to market*

(Regina dan Devie 2013) pada saat perusahaan mampu meluncurkan produk barunya lebih cepat dibandingkan dengan pesaing, maka hal ini memungkinkan organisasi mampu merebut pangsa pasar terlebih dahulu bahkan mampu memimpin pasar dan akan menghasilkan laba yang lebih tinggi.

e. *Delivery dependability*

Saling ketergantungan antara *partner* dalam jaringan *supply chain* akan menguatkan *delivery product* dan jasa dari hulu ke hilir. *Delivery Dependability* juga akan menciptakan hubungan jangka panjang yang saling membutuhkan. Sehingga ketersediaan produk dan ketepatan waktu pengiriman akan dapat tercapai.

### 2.2.3 Kinerja Perusahaan

(Lisda, 2011) Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empiric suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Kinerja usaha mengacu pada seberapa baik suatu perusahaan berorientasi pada pasar serta tujuan *financialnya*. Kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi dalam upaya mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi tersebut (Bastian, 2001).

Suhong Li et al (2006) Indikator keberhasilan keunggulan bersaing dapat dilihat dari:

#### a. Kinerja Organisasi

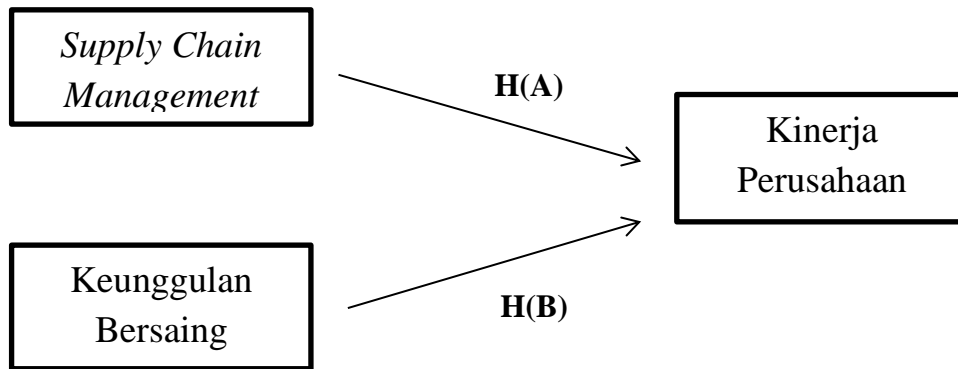
Kinerja non-keuangan ini juga dikenal sebagai kinerja operasional dimana aspek-aspeknya mampu mengukur kinerja ketika informasi yang tersedia terkait dengan peluang yang sudah ada, namun belum terealisasi secara keuangan (Carton, 2004).

#### b. Kinerja Keuangan

Kinerja biasanya dinilai menggunakan pengukuran berbasis data akuntansi atau data keuangan. Data dari tahun-tahun sebelumnya

sangat sedikit dapat menunjukkan potensi masa depan dari sebuah perusahaan ( Hesti, 2016).

### 2.3 Kerangka Penelitian



*Gambar 2.1 Kerangka Penelitian*

### 2.4 Hipotesis Penelitian

- a. Mayor : Ada Hubungan positif *Supply Chain Management* dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan.
- b. Minor (A) : Ada Hubungan positif *Supply Chain Manageme* terhadap Kinerja Perusahaan.
- c. Minor (B) : Ada Hubungan positif Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini tergolong dalam penelitian survey. Penelitian Survey adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden-responden secara tertulis. Survey menggunakan instrument kuesioner untuk berkomunikasi dengan responden-respondennya. Kuesioner digunakan di survey sebagai instrument komunikasi menyatakan pertanyaan-pertanyaan dan untuk mendapatkan jawaban-jawaban dari responden-respondennya, Jogiyanto (2008).

#### **3.1 Metode Pengumpulan Data**

##### 3.1.1. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang langsung diambil dari obyek penelitian oleh perorangan maupun organisasi. Dalam penelitian ini data yang didapat langsung dari pemilik yang memberikan jawabannya melalui kuesioner yang dibagikan.

##### 3.1.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya, Sugiyono (2007). Dalam penelitian ini populasinya adalah semua manajer atau pemilik industri *furniture* di Yogyakarta.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, Sugiyono (2007). Penelitian ini memerlukan sampel sebanyak 30 manajer atau pemilik usaha *furniture* yang ada di Yogyakarta yang memiliki pengalaman atau sudah berdiri minimal 2 tahun produksi.

### 3.1.3. Instrumen

Instrumen pada penelitian ini berupa angket baku, dimana terdapat tiga variabel yaitu *supply chain management*, keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. Angket yang disajikan berjumlah 32 pertanyaan diambil dari jurnal Regina Suharto dan Devie (2013), 12 pertanyaan tentang *supply chain management*, 10 pertanyaan tentang keunggulan bersaing dan 10 pertanyaan tentang kinerja perusahaan.

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*. Sugiyono (2011) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Berikut adalah skor dari lima pilihan jawaban yang penulis sediakan:

SS	: Sangat Setuju	diberi skor	5
S	: Setuju	diberi skor	4
N	: Netral	diberi skor	3
TS	: Tidak Setuju	diberi skor	2
STS	: Sangat Tidak Setuju	diberi skor	1

#### 3.1.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang langsung dibagikan pada manajer atau pemilik usaha *furniture* di Yogyakarta. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam hal ini, responden hanya menjawab dengan cara memberi tanda tertentu pada alternative jawaban yang disediakan.

Bagian pertama kuesioner, responden mengisi identitas diri yang terdiri dari jenis kelamin, pendidikan terakhir, umur responden, pangsa pasar, pemilik, umur perusahaan, omset yang dihasilkan dan produk yang dihasilkan. Kemudian, responden mengisi pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Pertanyaan menyangkut variabel *supply chain management*, keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. Kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian dikumpulkan kepada peneliti.

### 3.2 Metode Penarikan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah semua manajer atau pemilik industri *furniture* di Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, Sugiyono (2007) *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel adalah manajer atau pemilik usaha *furniture* yang ada di Yogyakarta yang memiliki pengalaman atau sudah berdiri minimal 2 tahun produksi.

### 3.3 Variabel Penelitian

Sugiyono (2007) Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen dan variabel dependen.

Variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah **supply chain management dan keunggulan bersaing** Sugiyono (2007) Variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah **kinerja perusahaan**.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

#### 3.4.1. *Supply Chain Management*

##### A. *Strategic Supplier Partnership*

1. Perusahaan kami menawarkan senantiasa mengutamakan kualitas sebagai kriteria utama dalam memilih pemasok.



2. Perusahaan kami senantiasa menyelesaikan masalah bersama-sama dengan pemasok.
3. Perusahaan kami membantu (memberi masukan) kepada pemasok dalam meningkatkan kualitas produk.
4. Perusahaan kami memiliki program perbaikan terus-menerus yang melibatkan pemasok.
5. Perusahaan kami senantiasa mengikutsertakan pemasok dalam membuat sebuah perencanaan strategi

#### B. *Customer Relationship*

1. Perusahaan kami senantiasa berinteraksi dengan pelanggan untuk menetapkan standar (standar pengiriman, standar dalam merespon pelanggan).
2. Perusahaan kami senantiasa mengukur dan mengevaluasi kepuasan pelanggan.
3. Perusahaan kami senantiasa menyelesaikan masalah bersama-sama dengan pemasok.
4. Perusahaan kami senantiasa mencari tahu apa keinginan pasar dimasa depan.
5. Perusahaan kami senantiasa memfasilitasi pelanggan yang membutuhkan bantuan / mengadakan complain

#### C. *Information Sharing*

1. Mitra usaha senantiasa menginformasikan isu-isu yang dapat mempengaruhi bisnis kami.

2. Perusahaan kami senantiasa melakukan pertukaran informasi dengan mitra usaha dalam membuat perencanaan bisnis.
3. Perusahaan kami senantiasa bekerjasama dengan mitra usaha dalam menginformasikan keadaan/perubahan yang mungkin akan mempengaruhi bisnis keduanya

### 3.5.3. Keunggulan Bersaing

#### A. Harga

1. Perusahaan kami senantiasa menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing.
2. Perusahaan kami senantiasa menawarkan harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dari pesaing.

#### B. Kualitas

1. Perusahaan kami senantiasa menawarkan produk yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan pesaing.

#### C. *Delivery Dependability*

1. Perusahaan kami senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen tepat waktu dibandingkan dengan pesaing.
2. Perusahaan kami senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen sesuai dengan jumlah dan pesanan dibandingkan dengan pesaing.

#### D. Inovasi Produk

1. Perusahaan kami senantiasa menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing.

2. Perusahaan kami senantiasa melakukan inovasi produk seiring dengan perubahan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing.
3. Perusahaan kami senantiasa menyediakan produk-produk dengan keunggulan (fitur) baru dibandingkan dengan pesaing

E. *Time to Market*

1. Perusahaan kami merupakan pioneer dalam memperkenalkan produk kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaing.
2. Perusahaan kami bergerak cepat dalam mengembangkan produk baru dibanding dengan pesaing.

3.5.2. Kinerja Perusahaan

A. Kinerja Keuangan

1. Perusahaan kami mampu mencapai tingkat pengembalian terhadap penjualan yang telah ditargetkan.
2. Perusahaan kami mampu mencapai keuntungan (profit) yang telah ditargetkan.
3. Perusahaan kami mampu mencapai tingkat pertumbuhan penjualan yang telah ditergetkan.
4. Perusahaan kami mampu mencapai tingkat produktivitas yang telah ditargetkan.
5. Perusahaan kami mampu mencapai biaya produksi yang telah ditargetkan atau bahkan lebih rendah.

## B. Kinerja Operasional

1. Perusahaan kami mampu mencapai pangsa pasar (market share) yang telah ditargetkan.
2. Perusahaan kami senantiasa memperkenalkan produk baru disaat yang tepat.
3. Perusahaan kami mampu menawarkan produk yang sesuai dengan persepsi pelanggan.
4. Perusahaan kami mampu mencangkup seluruh lingkup pangsa pasar yang ditargetkan dengan menggunakan sumber daya yang minimum.
5. Perusahaan kami mampu memenuhi kebutuhan Pelanggan.

## 3.5 Pengujian Instrumen

### 3.5.1 Uji Validitas

Sugiyono (2010) 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.

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tepat mengukur obyek yang diteliti. Hasil penelitian dikatakan valid

apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid atau tidaknya suatu instrument dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment person* dengan level signifikansi 0.15 (Kehoe, 1995).

### **3.5.2 Uji Reliabilitas**

Instrumen yang reliable adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2010). Sekaran (2006) untuk mengetahui tingkat reliabilitas adalah dengan nilai *Cronbach Alpha*, jika semakin tinggi mendekati angka 1 maka semakin tinggi nilai konsistensi internal reliabilitasnya. Jika nilai *Cronbach Alpha* diatas  $\geq 0,6$  maka reliabilitas diterima.

## **3.6 Metode Analisis Data**

### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Sugiyono (2007) Analisis deskriptif adalah dugaan tentang nilai suatu variabel mandiri, tidak membuat perbandingan atau hubungan. Data yang menggunakan skema – skema dan gambaran analisis deskriptif yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya (Best, 1982 dalam Sukardi, 2004). Penelitian ini juga sering disebut noneksperimen, karena

pada penelitian ini penelitian tidak melakukan kontrol dan manipulasi variabel penelitian Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi, termasuk tentang hubungan, kegiatan, sikap, pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.

### 3.6.2 Uji Prasyarat Analisis

#### a. Uji Normalitas

Uji ini mengasumsikan distribusi yang mendasari variabel yang diuji bersifat kontinu sebagaimana ditentukan/dinyatakan oleh distribusi frekuensi kumulatifnya. Jadi, uji ini cocok untuk menguji *goodness-of-fit* bagi variabel-variabel yang diukur dengan tingkat ordinal atau tingkat yang lebih tinggi. Statistik uji yang digunakan adalah penyimpangan maksimum,  $D$ , yang didefinisikan sebagai berikut.

$$D = \max_x | F_n(x) - F_0(x) | ; x \in \mathbb{R} \quad \dots\dots\dots (3.1)$$

dengan :

$F_0(x)$  = Frekuensi relatif kumulatif yang dihitung menggunakan distribusi teoritis sebagaimana dinyatakan dalam hipotesis nol.

$F_n(x)$  = Frekuensi relatif kumulatif yang dihitung menggunakan distribusi empiris (yang sedang diuji).

Untuk menghitung  $D$ , perlu didefinisikan  $F_n(y_k) = \frac{F_k}{n}$ ;

dengan  $F_k$  adalah banyaknya pengamatan yang nilainya tidak melebihi  $y_k$ .

Apabila  $y_1, y_2, y_3, \dots, y_n$  adalah hasil data *sampling* yang telah diurutkan sedemikian hingga  $y_1 \leq y_2 \leq y_3 \leq \dots \leq y_n$  nilai  $D$  secara teknis dapat ditentukan dengan rumus :

$$D = \max \left[ \max_k |F_n(y_{k-1}) - F_0(y_k)|, \max_k |F_n(y_k) - F_0(y_k)| \right] \dots\dots\dots(3.2)$$

Penggunaan tabel sebagaimana dicontohkan di bawah, akan mempermudah perhitungan  $D$  di atas.

Untuk menguji signifikansi uji ini, digunakanlah Tabel Nilai Kritis  $D$  dalam Uji Satu-Sampel *Kolmogorov-Smirnov*, yaitu untuk menentukan daerah penolakan  $H_0$  dengan taraf nyata tertentu. Jika nilai  $D$  hasil perhitungan terletak di daerah kritis, kita tolak  $H_0$  dan kita simpulkan populasi yang kita amati tersebut tidak berdistribusi sebagaimana yang dinyatakan dalam  $H_0$ .

## **b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada atau tidak variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen yang lain dalam satu model. Kemiripan antar variabel dependen dalam suatu model akan menyebabkan terjadi korelasi yang

sangat kuat antar suatu variabel independen dengan variabel independen lainnya. Deteksi multikolinieritas dapat dilihat dengan menggunakan nilai VIF, jika nilai VIF < 10 maka model dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas (Nugroho, 2005). Untuk mengetahui suatu variabel independen terjadi multikolinieritas atau tidak, dapat dilakukan melalui uji multikolinieritas dengan hipotesis sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{1-R^2} \quad \dots\dots\dots (3.3)$$

dimana  $R^2$  adalah koefisien determinasi.

**c. Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara serangkaian observasi yang menurut waktu atau secara *cross sectional*. Santoso (2002) dalam Pasaribu (2008) Model regresi adalah yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi, uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson. Dimana hasil pengujian ditentukan apabila d terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

**d. Heteroskedastisitas**

Ghozali (2006) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidakhomogenitas variansi dari residual satu



pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusannya :

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

**e. Linieritas**

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui hubungan ada hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan linieritas garis regresi adalah menggunakan harga koefisien signifikansi dari *Deviatoin from linearity* dan dibandingkan dengan nilai alpha yang dipilih yaitu 0,05. Jika harga Fhitung lebih kecil dari harga Ftablel pada taraf signifikansi 5% maka terdapat hubungan linieritas antara variabel bebas dengan variabel terikat (Riduwan, 2011).

### 3.7 Pengujian Hipotesis

#### 3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penerapannya regresi dapat dibedakan dalam 5 konsep regresi yaitu regresi sederhana, regresi linier berganda, regresi nonlinear, regresi logistik dan regresi *dummy*. Analisis regresi itu sendiri merupakan salah satu analisis statistik yang sering digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih.

Hubungan yang didapat pada umumnya dinyatakan dalam bentuk persamaan matematika yang menyatakan hubungan antara variabel bebas (*independent variable*)  $x$  dan variabel tak bebas (*dependent variable*)  $y$  dalam bentuk persamaan sederhana. Dalam laporan kerja praktek ini, data akan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Regresi linier berganda merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, pada regresi linier berganda terdapat hubungan antara variabel  $y$  dengan dua atau lebih variabel  $x$ . Perluasan terlihat dari banyaknya variabel bebas pada model regresi tersebut.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon \quad \dots\dots\dots(3.6)$$

dimana :

$Y$  = Variabel dependen (Kinerja Perusahaan)

$X_1, X_2$  = Variabel independen (*Supply Chain Management* dan Keunggulan Bersaing)

$\beta_0$  = Konstanta ( nilai  $Y$  apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )

$\beta_1$  = Koefisien regresi ( nilai peningkatan ataupun penurunan)

$\varepsilon$  = Galat acak yang berdistribusi  $N(0, \sigma^2)$

### 3.7.2 Uji Statistik F (Uji *Overall*)

Mudrajad (2007) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji *overall* dalam regresi berganda selain digunakan untuk melihat secara serentak pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat pula digunakan sebagai uji kelayakan model Regresi Berganda.

a) Hipotesis

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_5 = 0$  (Tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen )

$H_1$ : paling sedikit ada satu  $j$  dengan  $\beta_j \neq 0, j = 1, 2, \dots, 5$  (paling sedikit ada satu variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen).

b) Tingkat Signifikansi  $\alpha = 0.05$

c) Statistik Uji

$$F = \frac{\sum(\hat{y}_i - \bar{y})^2 / 1}{\sum(y_i - \hat{y}_i)^2 / (n-2)} \dots\dots\dots(3.4)$$

Bila  $F$ -hitung lebih besar dari  $F$ -tabel, untuk derajat bebas 1 dan  $n-2$ , maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_1$  diterima.

### 3.7.3 Uji Statistik t (Parsial)

Mudrajad (2007) Uji statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerapkan variasi variabel terikat. Uji parsial digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen dan konstanta terhadap variabel dependen secara individu.

a) Hipotesis

$H_0 : \beta_j = 0$  (variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen)

$H_1 : \beta_j \neq 0$  (variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen)

b) Tingkat Signifikansi  $\alpha = 0.05$

c) Statistik Uji

$$t = \left( \frac{\hat{\beta}_j}{SE \hat{\beta}_j} \right) \dots\dots\dots(3.5)$$

$\hat{\beta}_j$  : Nilai dugaan untuk parameter  $\beta_j$

$SE \hat{\beta}_j$  : Dugaan galat baku untuk koefisien  $\hat{\beta}_j$

Dapat dilihat berdasarkan  $p\text{-value} < \alpha$ , dimana nilai  $\alpha = 0.05$

## BAB IV

### ANALISA DATA

#### 4.1 Uji Instrumen

##### 4.1.1. Uji Validitas

Hasil yang diperoleh dari pengujian kualitas instrument dengan uji validitas menggunakan SPSS 16.0 tertera dalam tabel dibawah ini:

a. *Supply Chain Management*

**Tabel 4.1** Hasil Perhitungan Uji Validitas SCM

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SC1	44.40	29.283	.386	.796	.791
SC2	44.93	27.168	.512	.792	.779
SC3	44.57	28.668	.402	.717	.789
SC4	44.80	25.476	.665	.671	.763
SC5	45.37	28.447	.268	.637	.804
SC6	44.57	27.978	.505	.699	.782
SC7	44.63	29.689	.194	.552	.807
SC8	44.73	29.651	.161	.496	.812
SC9	44.60	27.490	.428	.684	.787
SC10	45.10	26.162	.567	.772	.773
SC11	45.33	23.540	.704	.839	.754
SC12	45.23	24.944	.588	.856	.769

Berdasarkan uji validitas pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa semua item dinyatakan signifikan karena dari 12 item *supply chain management* menunjukkan skala kurang dari 0.15 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item *supply chain management* dapat diterima dan tidak ada yang gugur. Koefisien item *supply chain management* bergerak dari 0.161 hingga 0.704.

b. Keunggulan Bersaing

**Tabel 4.2 Hasil perhitungan Uji Validitas Keunggulan Bersaing**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KB1	36.43	33.495	.368	.649	.868
KB2	36.73	34.754	.225	.357	.879
KB3	36.50	32.259	.630	.648	.849
KB4	36.53	27.844	.836	.891	.827
KB5	36.50	30.879	.669	.826	.845
KB6	36.57	32.875	.495	.721	.858
KB7	36.87	28.533	.753	.808	.835
KB8	36.80	29.131	.715	.789	.839
KB9	36.90	32.300	.469	.663	.860
KB10	36.77	30.323	.635	.740	.847

Berdasarkan uji validitas pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa semua item dinyatakan signifikan karena dari 10 item keunggulan bersaing

menunjukkan skala kurang dari 0.15 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item kinerja perusahaan dapat diterima dan tidak ada yang gugur.

Koefisien item kinerja perusahaan bergerak dari 0.225 hingga 0.836.

c. Kinerja Perusahaan

**Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Uji Validitas Kinerja Perusahaan**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	34.80	22.993	.488	.411	.824
KP2	35.03	20.171	.718	.650	.800
KP3	35.17	22.282	.395	.429	.832
KP4	35.20	21.476	.579	.452	.815
KP5	35.10	20.921	.539	.471	.818
KP6	35.27	20.478	.671	.577	.805
KP7	35.03	22.447	.382	.554	.833
KP8	34.67	21.885	.618	.611	.813
KP9	35.43	20.047	.439	.436	.838
KP10	34.70	21.734	.600	.539	.814

Berdasarkan uji validitas pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa semua item dinyatakan signifikan karena dari 10 item kinerja perusahaan

menunjukkan skala kurang dari 0.15 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item kinerja perusahaan dapat diterima dan tidak ada yang gugur.

Koefisien item kinerja perusahaan bergerak dari 0.382 hingga 0.718.

### 4.1.3 Uji Reliabilitas

#### a. *Supply Chain Management*

**Tabel 4.4** Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas *Supply Chain Management*

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.800	.800	12

Berdasarkan uji reliabilitas *supply chain management* pada tabel 4.4 dinyatakan reliable karena *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.6 yaitu 0.800 yang berarti sangat baik karena semakin mendekati 1 maka semakin baik.

#### b. Keunggulan Bersaing

**Tabel 4.5** Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas *Keunggulan Bersaing*

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.865	.863	10



Berdasarkan uji reliabilitas keunggulan bersaing pada tabel 4.5 dinyatakan reliable karena *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.6 yaitu 0.865 yang berarti sangat baik karena semakin mendekati 1 maka semakin baik.

c. Kinerja Perusahaan

**Tabel 4.6** Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Kinerja Perusahaan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.835	.847	10

Berdasarkan uji reliabilitas kinerja perusahaan pada tabel 4.6 dinyatakan reliable karena *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.6 yaitu 0.835 yang berarti sangat baik karena semakin mendekati 1 maka semakin baik.

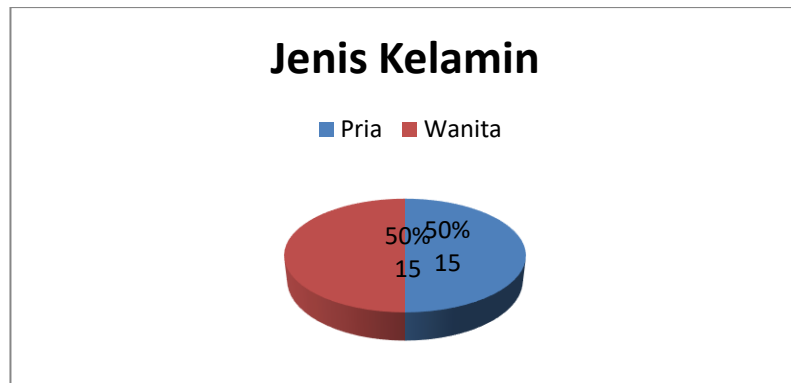
**4.2 Analisis Deskriptif**

Dalam penelitian ini respondennya adalah manajer atau pemilik usaha *furniture* yang ada di Yogyakarta yang minimal telah berdiri selama 2 tahun. Responden yang didapat sebanyak 30 responden.

#### 4.2.1. Karakteristik Responden

##### a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dijelaskan pada gambar 4.1 berikut:

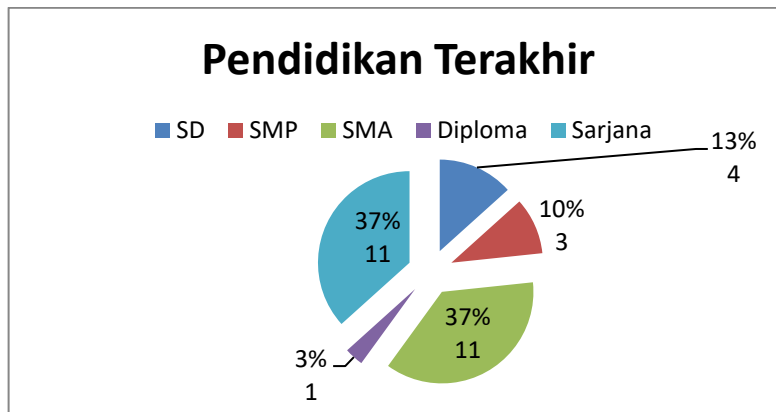


**Gambar 4.1** Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 4.1 dapat diketahui bahwa dari 30 kuesioner yang disebar, terdapat 15 pemilik usaha berjenis kelamin pria (50%) dan 15 berjenis kelamin wanita (50%).

##### b. Berdasarkan Pendidikan

Hasil penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang dijelaskan pada gambar 4.2 berikut:

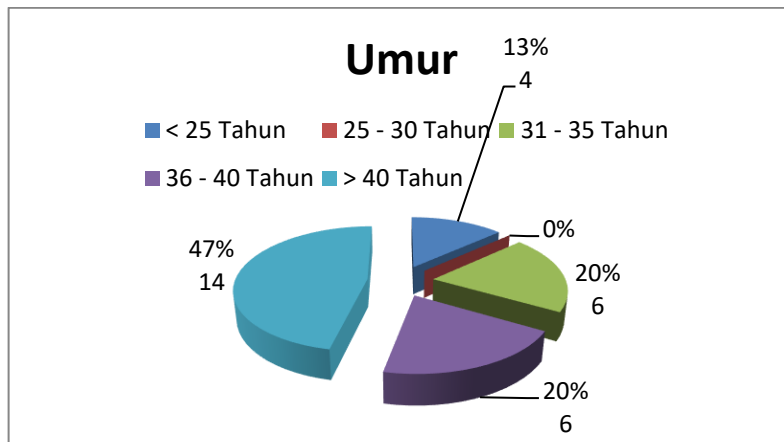


**Gambar 4.2 Pendidikan**

Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa latar belakang pendidikan pemilik usaha berbeda-beda. Diantaranya sebanyak 4 orang tamatan SD (13%), 3 orang tamatan SMP (10%), 11 orang tamatan SMA (37%), 1 orang tamatan Diploma (3%), dan 11 orang tamatan sarjana (37%).

c. Berdasarkan Umur Pemilik

Hasil penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan umur pemilik usaha yang dijelaskan pada gambar 4.3 berikut:

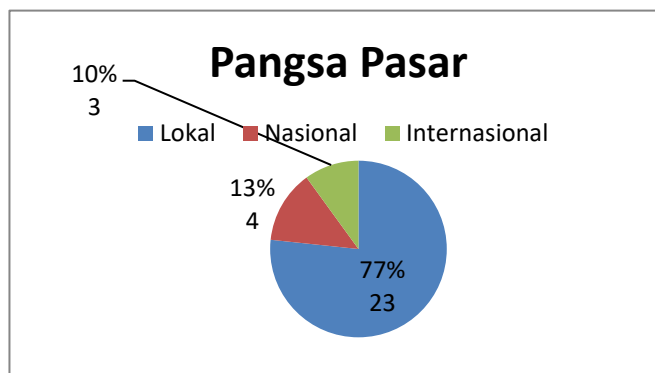


**Gambar 4.3 Umur Pemilik Usaha**

Berdasarkan gambar 4.3 dapat dilihat bahwa kebanyakan pemilik usaha telah berumur diatas 40 tahun yaitu sebanyak 14 orang atau 47%. Sedangkan dibawah umur 25 tahun ada 4 orang (13%), 6 orang berumur antara 31-35 (20%), dan diantara umur 36-40 ada 6 orang (20%).

d. Berdasarkan Pangsa Pasar

Hasil penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan pangsa pasar yang dijelaskan pada gambar 4.4 berikut:

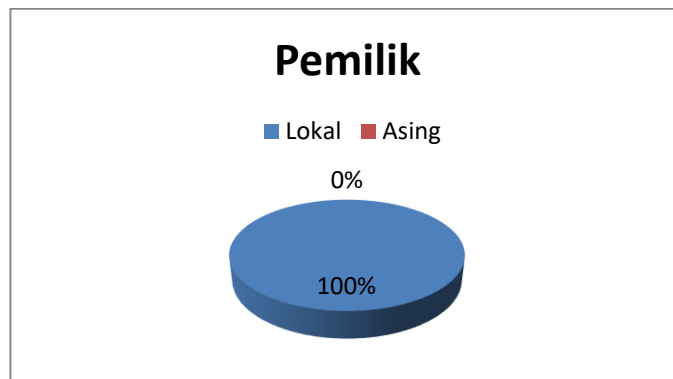


**Gambar 4.4 Pangsa Pasar**

Berdasarkan gambar 4.4 diketahui bahwa pangsa pasar dari responden sebagian besar hanya pada pangsa pasar lokal yaitu hanya dijual di daerah Yogyakarta yaitu sebanyak 23 toko furniture atau 77% dari responden. Serta pada pangsa pasar nasional terdapat 4 toko *furniture* (13%) dan 3 lainnya memiliki pangsa pasar internasional (10%).

e. Pemilik Usaha

Hasil penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan pemilik usaha yang dijelaskan pada gambar 4.5 berikut:

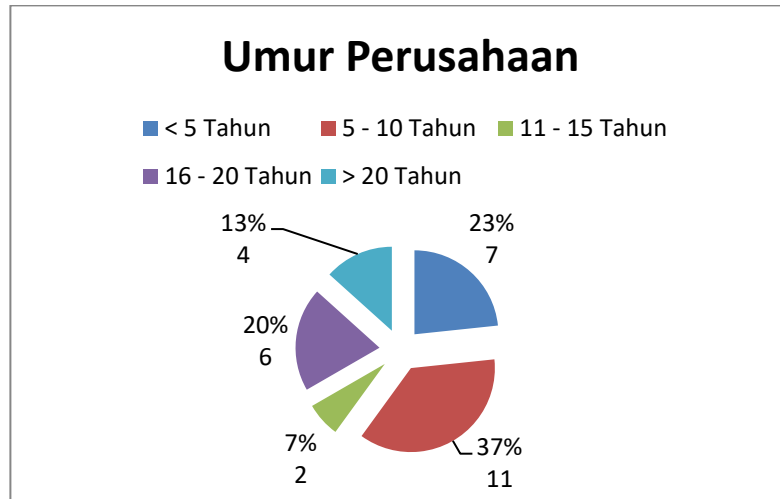


**Gambar 4.5** Pemilik Usaha

Dapat dilihat pada gambar 4.5 bahwa 100% dari responden pemiliknya adalah orang lokal yaitu sebanyak 30 responden.

f. Berdasarkan Umur Perusahaan

Hasil penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan umur perusahaan yang dijelaskan pada gambar 4.6 berikut:

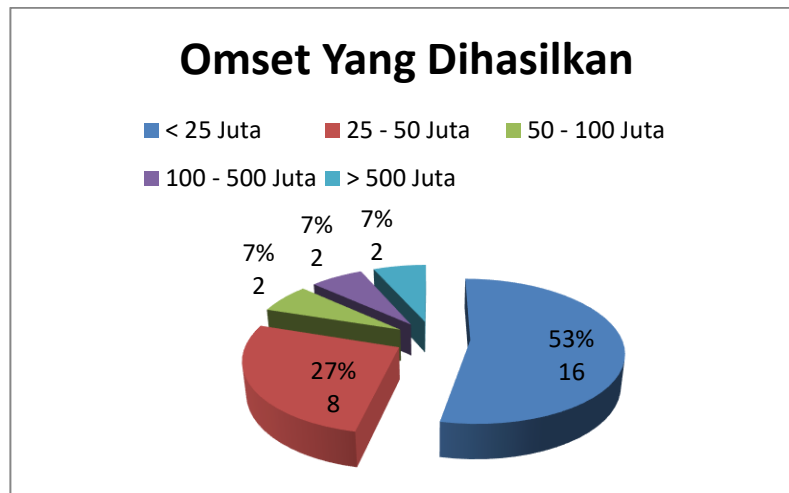


**Gambar 4.6** Umur Perusahaan

Dapat dilihat pada gambar 4.6 bahwa umur perusahaan yang menjadi responden bermacam-macam yaitu ada 7 toko furniture yang berusia kurang dari 5 tahun (23%), 11 toko diantara 5-10 tahun (37%), 2 toko diantara 11-15 tahun (7%), 6 toko diantara 16-20 tahun (20%), dan ada 4 toko yang berusia diatas 20 tahun (13%).

g. Omset yang Dihasilkan

Hasil penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan omset yang dihasilkan yang dijelaskan pada gambar 4.7 berikut:

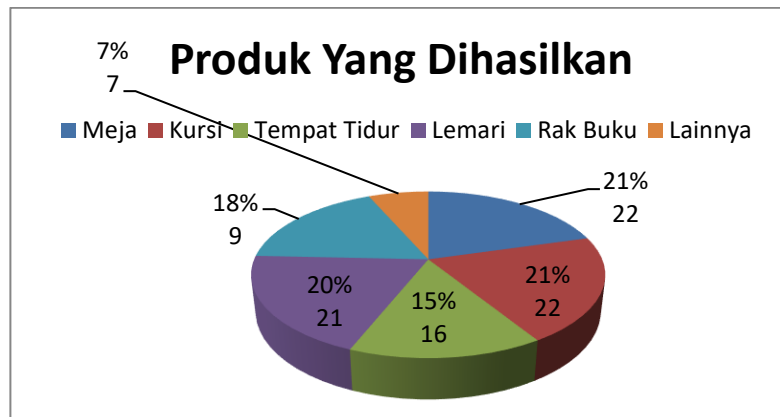


**Gambar 4. 7** Omset Yang Dihasilkan Perusahaan

Berdasarkan gambar 4.7 dapat dilihat bahwa setengah dari responden mendapatkan omset setiap bulannya di bawah 25 juta sebanyak 16 toko furniture (53%), 8 toko lainnya mendapatkan omset antara 25 juta – 50 juta per bulan (27%), 2 toko mendapatkan omset sekitar 50 juta – 100 juta setiap bulan (7%), 2 toko lainnya mendapatkan omset antara 100 juta – 500 juta setiap bulan (7%) dan 2 toko yang lain mendapatkan omset diatas 500 juta setiap bulannya (7%).

#### h. Produk yang Dihasilkan

Hasil penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan omset yang dihasilkan yang dijelaskan pada gambar 4.8 berikut:



**Gambar 4.8** Produk Yang Dihasilkan Perusahaan

Berdasarkan gambar 4.8 dapat dilihat bahwa produk yang dihasilkan oleh perusahaan sangat bermacam-macam jenisnya, diantaranya seperti meja, kursi, lemari, tempat tidur, rak buku, dan juga terdapat lainnya seperti kasur kapuk, cermin, kursi goyang dan rak piring. Rata-rata dari setiap responden memiliki produksi yang sama yaitu sebanyak 21 % memproduksi meja, 21% memproduksi meja, 20% memproduksi lemari, 18% memproduksi rak buku, 15 % memproduksi tempat tidur, dan 6% ada produk tambahan lainnya yang diproduksi.

#### 4.2.2. Analisis Deskriptif Responden

Penelitian terhadap variabel penelitian ini diukur dengan skor tertinggi 5 (Sangat Setuju) dan terendah 1 (Sangat Tidak Setuju). Sehingga dapat menentukan kriteria penilaian terhadap variabel dengan interval sebagai berikut:



Skor terendah : 1

Skor tertinggi : 5

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

Persepsi :

1.00 – 1.79 : Sangat Tidak Setuju

1.80 – 2.59 : Tidak Setuju

2.60 – 3.39 : Netral

3.40 – 4.19 : Setuju

4.29 – 5.00 : Sangat Setuju

a. Variabel *Supply Chain Management*

Variabel *supply chain management* terdiri dari 12 item pertanyaan, hasil deskriptif atau penilaian responden pada *supply chain management* ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.7** Penilaian Variabel dengan Interval *Supply Chain Management*.

No	Pertanyaan	Mean	Persepsi
A	<i>Strategic Supplier Partnership</i>		
1	Perusahaan kami menawarkan senantiasa mengutamakan kualitas sebagai kriteria utama dalam memilih pemasok	4.53	Sangat Setuju
2	Perusahaan kami senantiasa menyelesaikan masalah bersama-sama dengan pemasok	4	Setuju

No	Pertanyaan	Mean	Persepsi
3	Perusahaan kami membantu (memberi masukan) kepada pemasok dalam meningkatkan kualitas produk	4.37	Sangat Setuju
4	Perusahaan kami memiliki program perbaikan terus-menerus yang melibatkan pemasok	4.13	Setuju
5	Perusahaan kami senantiasa mengikutsertakan pemasok dalam membuat sebuah perencanaan strategi	3.6	Setuju
B	<i>Customer Relationship</i>		
6	Perusahaan kami senantiasa berinteraksi dengan pelanggan untuk menetapkan standar (standar pengiriman, standar dalam merespon pelanggan)	4.4	Sangat Setuju
7	Perusahaan kami senantiasa menukur dan mengevaluasi kepuasan pelanggan	4.3	Sangat Setuju
8	Perusahaan kami senantiasa mencari tahu apa keinginan pasar dimasa depan	4.2	Setuju
9	Perusahaan kami senantiasa memfasilitasi pelanggan yang membutuhkan bantuan / mengadakan complain	4.3	Sangat Setuju
C	<i>Information Sharing</i>		
10	Mitra usaha senantiasa menginformasikan isu-isu yang dapat mempengaruhi bisnis kami	3.8	Setuju
11	Perusahaan kami senantiasa melakukan pertukaran informasi dengan mitra usaha dalam membuat perencanaan bisnis	3.6	Setuju
12	Perusahaan kami senantiasa bekerjasama dengan mitra usaha dalam menginformasikan keadaan/perubahan yang mungkin akan mempengaruhi bisnis keduanya	3.7	Setuju
MEAN		3.50	

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap *supply chain management* sebesar 3.50. Penilaian tertinggi terjadi pada item “Perusahaan kami menawarkan senantiasa mengutamakan kualitas sebagai kriteria utama dalam memilih pemasok” dengan rata-rata sebesar 4.53 (sangat setuju) dan penilaian

terendah terjadi pada item “Perusahaan kami senantiasa melakukan pertukaran informasi dengan mitra usaha dalam membuat perencanaan bisnis” dengan rata-rata sebesar 3.6 (setuju). Hal ini artinya responden telah memberikan penilaian yang setuju karena berada pada interval antara 3.40 – 4.19.

b. Variabel Keunggulan Bersaing

Variabel keunggulan bersaing terdiri dari 10 item pertanyaan, hasil deskriptif atau penilaian responden pada keunggulan bersaing ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.8** Penilaian Variabel dengan Interval Keunggulan Bersaing

No	Pertanyaan	Mean	Persepsi
A	Harga		
1	Perusahaan kami senantiasa menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing	4.3	Sangat Setuju
2	Perusahaan kami senantiasa menawarkan harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dari pesaing	4	Setuju
B	Kualitas		
3	Perusahaan kami senantiasa menawarkan produk yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan pesaing	4.23	Setuju
C	<i>Delivery Dependability</i>		
4	Perusahaan kami senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen tepat waktu dibandingkan dengan pesaing	4.2	Setuju
5	Perusahaan kami senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen sesuai dengan jumlah dan pesanan dibandingkan dengan pesaing	4.23	Setuju
D	Inovasi Produk		
6	Perusahaan kami senantiasa menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing	4.2	Setuju

No	Pertanyaan	Mean	Persepsi
7	Perusahaan kami senantiasa melakukan inovasi produk seiring dengan perubahan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing	3.87	Setuju
8	Perusahaan kami senantiasa menyediakan produk-produk dengan keunggulan (fitur) baru dibandingkan dengan pesaing	3.93	Setuju
E	<i>Time to Market</i>		
9	Perusahaan kami merupakan pioneer dalam memperkenalkan produk kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaing	3.83	Setuju
10	Perusahaan kami bergerak cepat dalam mengembangkan produk baru dibanding dengan pesaing	3.967	Setuju
MEAN		2.91	

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap keunggulan bersaing sebesar 2.91. Penilaian tertinggi terjadi pada item “Perusahaan kami senantiasa menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing” dengan rata-rata sebesar 4.3 (sangat setuju) dan penilaian terendah terjadi pada item “Perusahaan kami merupakan pioneer dalam memperkenalkan produk kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaing” dengan rata-rata sebesar 3.83 (setuju). Hal ini artinya responden telah memberikan penilaian yang netral karena berada pada interval antara 2.60 – 3.39.

c. Variabel Kinerja Perusahaan

Variabel kinerja perusahaan terdiri dari 10 item pertanyaan, hasil deskriptif atau penilaian responden pada kinerja perusahaan ditunjukkan pada tabel berikut:

*Tabel 4.9 Penilaian Variabel dengan Interval Kinerja Perusahaan*

No	Pertanyaan	Mean	Persepsi
A	Kinerja Keuangan		
1	Perusahaan kami mampu mencapai tingkat pengembalian terhadap penjualan yang telah ditargetkan	4.13	Setuju
2	Perusahaan kami mampu mencapai keuntungan (profit) yang telah ditargetkan	3.9	Setuju
3	Perusahaan kami mampu mencapai tingkat pertumbuhan penjualan yang telah ditargetkan	3.77	Setuju
4	Perusahaan kami mampu mencapai tingkat produktivitas yang telah ditargetkan	3.73	Setuju
5	Perusahaan kami mampu mencapai biaya produksi yang telah ditargetkan atau bahkan lebih rendah	3.83	Setuju
B	Kinerja Operasional		
6	Perusahaan kami mampu mencapai pangsa pasar (market share) yang telah ditargetkan	3.67	Setuju
7	Perusahaan kami senantiasa memperkenalkan produk baru disaat yang tepat	3.9	Setuju
8	Perusahaan kami mampu menawarkan produk yang sesuai dengan persepsi pelanggan	4.27	Setuju
9	Perusahaan kami mampu mencangkup seluruh lingkup pangsa pasar yang ditargetkan dengan menggunakan sumber daya yang minimum	3.5	Setuju
10	Perusahaan kami mampu memenuhi kebutuhan Pelanggan	4.23	Setuju
MEAN		3.54	

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap keunggulan bersaing sebesar 3.54. Penilaian tertinggi terjadi pada item “Perusahaan kami mampu menawarkan produk yang sesuai dengan persepsi pelanggan” dengan rata-rata sebesar 4.27 (setuju) dan penilaian terendah terjadi pada item “Perusahaan kami mampu mencangkup seluruh lingkup pangsa pasar yang ditargetkan dengan menggunakan sumber daya yang minimum”

dengan rata-rata sebesar 3.5 (setuju). Hal ini artinya responden telah memberikan penilaian yang netral karena berada pada interval antara 3.40 – 4.19.

### 4.3 Pengujian Prasyarat Analisis

#### 4.3.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Berikut adalah hasil dari pengujian normalitas yang dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 4.10** Hasil Perhitungan Uji Noermalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
SC	.108	30	.200*	.971	30	.574
KB	.089	30	.200*	.952	30	.190
KP	.148	30	.093	.965	30	.414

a. Lilliefors Significance Correction

\*. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, variable *supply chain management* menunjukkan nilai p-value sebesar 0.200, variabel keunggulan bersaing menunjukkan nilai p-value 0.200, dan variabel kinerja perusahaan menunjukkan nilai p-value sebesar 0.93. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa ketiga data di atas **normal**, karena p-value > 0,05.

### 4.3.2 Uji Multikolinearitas

Ghozali (2006) pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model korelasi ditemukan adanya korelasi (hubungan) antar variabel bebas (independen). Dari hasil pengujian, berikut adalah tabel dari hasil perhitungan:

**Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Uji Multikolinearitas**

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.667	.700		2.383	.024		
	SC	.191	.259	.177	.739	.466	.434	2.302
	KB	.355	.198	.429	1.796	.084	.434	2.302

a. Dependent Variable: KP

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat disimpulkan bahwa data tersebut **tidak mengalami multikolinieritas** karena nilai *tolerance* > 0.1 (10%) yaitu 0.434 dan nilai VIF < 10 yaitu 2.302. Dengan demikian maka data tersebut dapat dilanjutkan untuk dianalisis regresi berganda.

### 4.3.3 Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Berikut adalah hasil dari pengujian yang dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Uji Autokorelasi**

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.04004
Cases < Test Value	15
Cases >= Test Value	15
Total Cases	30
Number of Runs	12
Z	-1.301
Asymp. Sig. (2-tailed)	.193

a. Median

Berdasarkan tabel 4.12 di atas dapat dilihat bahwa Asymp. Sig (2-tailed) pada output runs test memiliki p-value sebesar 0.193. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut **tidak mengalami atau mengandung auto korelasi** karena p-value > 0.05.

#### 4.3.4 Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2006). Berikut adalah gambar dari hasil perhitungan yang telah dilakukan:



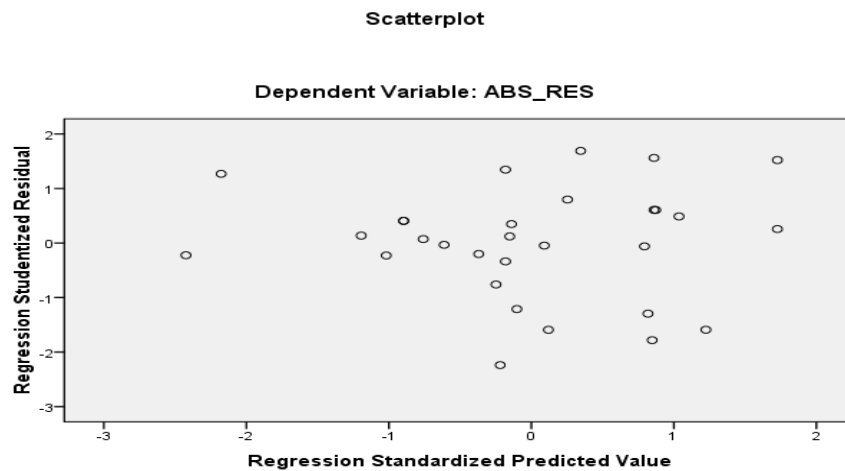
**Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji Heterokedastisitas**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.667	.700		2.383	.024
	SC	.191	.259	.177	.739	.466
	KB	.355	.198	.429	1.796	.084

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Berdasarkan tabel 4.13 di atas *supply chain management* memiliki p-value sebesar 0.466 sedangkan keunggulan bersaing memiliki p-value sebesar 0.084. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen di atas **tidak mengalami heteroskedastisitas** karena p-value > 0.05, sehingga data di atas dapat diteruskan dalam analisis regresi berganda.



**Gambar 4.9 Hasil Pengujian Heterokedastisita**

Berdasarkan output yang didapat dari *scatterplots* dapat disimpulkan bahwa titik-titik tidak mengumpul hanya di atas dan dibawah saja melainkan penyebaran titik-titik menyebar tidak hanya disekitar angka 0 saja. Penyebaran titik-titik juga tidak berpola itu artinya bahwa **tidak mengalami Heteroskedastisitas.**

#### 4.3.5 Uji Linieritas

Pengujian linieritas digunakan untuk mengetahui ada hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berikut adalah hasil perhitungan dari linier.

a. *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan

**Tabel 4.14** Hasil Perhitungan Linier *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP * SC	Between Groups	(Combined)	4.827	12	.402	2.522	.040
		Linearity	1.882	1	1.882	11.798	.003
		Deviation from Linearity	2.945	11	.268	1.679	.163
	Within Groups		2.712	17	.160		
Total			7.539	29			

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat dilihat hubungan antara *supply chain management* dengan kinerja perusahaan membentuk garis linier dikarenakan  $p\text{-value} < 0.05$  yaitu 0.003, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa data di atas **linier**.

b. Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan

**Tabel 4.15 Hasil Pengujian Linier keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP *	Between	(Combined)	6.018	16	.376	3.215	.020
KB	Groups	Linearity	2.383	1	2.383	20.373	.001
		Deviation from Linearity	3.634	15	.242	2.071	.097
	Within Groups		1.521	13	.117		
	Total		7.539	29			

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat dilihat hubungan antara keunggulan bersaing dengan kinerja perusahaan membentuk garis linier dikarenakan  $p\text{-value} < 0.05$  yaitu 0.001, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa data di atas **linier**.

#### 4.4 Pengujian Hipotesis

##### 4.4.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Penggunaan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh *supply chain management* dan keunggulan bersaing terhadap kinerja

perusahaan. Dengan variabel dependen kinerja perusahaan (Y) serta variabel independen *supply chain management* ( $X_1$ ) dan keunggulan bersaing ( $X_2$ ). Hasil perhitungan dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

**Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji Regresi Linier Berganda**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.667	.700		2.383	.024		
SC	.191	.259	.177	.739	.466	.434	2.302
KB	.355	.198	.429	1.796	.084	.434	2.302

a. Dependent Variable: KP

Tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa hipotesis minor (A) yaitu ada hubungan positif *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan dinyatakan **ditolak** karena hipotesis tersebut memiliki p-value sebesar 0.466, dengan nilai Beta sebesar 0.177. Hipotesis minor (B) yaitu ada hubungan positif keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan juga dinyatakan **ditolak** karena hipotesis tersebut memiliki p-value sebesar 0.084, dengan nilai Beta sebesar 0.429. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa **kedua hipotesis baik hipotesis minor (A) maupun hipotesis minor (B) dinyatakan ditolak** karena p-value > 0.05.

Dengan hasil regresi yang didapat maka model persamaannya adalah sebagai berikut  $Y = 1.667 + 0.191 X_1 + 0.355 X_2$ .

Pada persamaan diatas ditunjukkan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang artinya:

a. Konstanta (a) = 1.667

Artinya apabila kedua variabel independen tidak ada atau sama dengan nol maka nilai kinerja perusahaan (Y) adalah sebesar 1.667.

b. Koefisien Regresi ( $\beta_1$ ) = 0.191

Artinya apabila *supply chain management* (X1) naik 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau sama dengan 0, maka kinerja perusahaan (Y) akan naik sebesar 0.191 satuan menjadi 1.858 (1.667 + 0.191).

c. Koefisien Regresi ( $\beta_1$ ) = 0.355

Artinya apabila keunggulan bersaing (X2) naik 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau sama dengan 0, maka kinerja perusahaan (Y) akan naik sebesar 0.355 satuan menjadi 2.022 (1.667 + 0.355).

#### 4.4.2 Uji F

Analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan uji F untuk membuktikan bahwa variabel-variabel *supply chain management* dan keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan pada industri *furniture* di Yogyakarta.

*Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji F*

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

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.486	2	1.243	6.641	.005 <sup>a</sup>
	Residual	5.053	27	.187		
	Total	7.539	29			

a. Predictors: (Constant), KB, SC

b. Dependent Variable: KP

Berdasarkan table 4.17 diatas menunjukkan  $F = 6.641$  dan  $p\text{-value} = 0.005$  maka hipotesis dinyatakan **diterima** karena  $p\text{-value}$  kurang dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh bersama-sama variabel *supply chain management* dan kinerja perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

#### **4.4.3 Uji t**

Uji t dilakukan untuk membuktikan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai sig t dengan tingkat signifikansi 5%.

**Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Uji t**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.667	.700		2.383	.024		
	SC	.191	.259	.177	.739	.466	.434	2.302
	KB	.355	.198	.429	1.796	.084	.434	2.302

a. Dependent Variable: KP

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui bahwa hasil dari pengujian menunjukkan bahwa variabel *supply chain management* (X1) diketahui hasilnya adalah 0.466 yang berarti  $0.466 > 0.05$  sehingga **ditolak**. Dari tabel 4.17 juga dapat diketahui bahwa dari hasil pengujian menunjukkan variabel keunggulan bersaing (X2) diketahui hasilnya adalah 0.084 yang berarti  $0.084 > 0.05$  sehingga **ditolak**. Jadi kesimpulannya adalah kedua hipotesis yang telah di uji t adalah hasilnya ditolak.

## 4.5 Pembahasan

### 4.5.1 Pengujian Hipotesis Pertama

Dalam hipotesis pertama yaitu pengaruh *supply chain management* dan keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan tabel 4.16 didapatkan hasil nilai F sebesar 6.641 dan p-value sebesar 0.005. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat

pengaruh antara *supply chain management* dan keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan karena hasil  $0.005 < 0.05$ , sehingga terdapat pengaruh signifikan *supply chain management dan keunggulan bersaing* terhadap kinerja perusahaan. Jadi semakin tinggi *supply chain management* dan keunggulan bersaing maka dapat meningkatkan dan kinerja perusahaan apabila keduanya digabung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakkan oleh Li et al (2006) memberikan bukti empiris bahwa praktek-praktek *supply chain management* tidak langsung mempengaruhi kinerja perusahaan tetapi dimediasi oleh keunggulan bersaing. Penelitian lain Abdillah (2015) yang menunjukkan bahwa variabel-variabel manajemen rantai pasokan dan keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

#### **4.5.2 Pengujian Hipotesis Kedua**

Dalam hipotesis kedua yaitu pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan bahwa variabel *supply chain management* ada pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.17 yang menunjukkan p-value sebesar 0.466, dengan nilai Beta sebesar 0.177, yang artinya  $0.466 > 0.005$ . Hal ini dapat dijelaskan terkait dengan kinerja perusahaan dalam riset-riset *supply chain management*. Dalam perkembangan penelitian tentang *supply chain*



*management*, selama ini diakui bahwa praktik-praktik *supply chain management* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, tetapi pada studi yang dilakukan oleh Rajwinder (2010) *supply chain management* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan hal ini dikarenakan kegagalan dalam waktu penyimpanan, kelemahan lokasi, hubungan pribadi, meminjam, variasi produk, biaya operasional yang tinggi, pajak, *turnover* karyawan yang tinggi, banyaknya keterampilan, dan prediksi permintaan. Semua faktor ini yang menyebabkan kesenjangan antara praktik yang digunakan dalam kinerja organisasi. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ariani dan Bambang (2013) menyatakan terdapat indikator lain yang dapat berpengaruh antara *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan yaitu 1) *Information sharing* dengan pembagian informasi dalam segi *financial*, *production*, dan *design*, bertukar informasi secara berkesinambungan, dan informasi dapat membantu semua pihak terkait. 2) *Long-term relationship* dengan proyek jangka panjang merupakan dasar hubungan dengan *supplier*, kerjasama merupakan dasar hubungan jangka panjang, hubungan berlangsung dalam jangka waktu yang lama. 3) *Cooperation* dengan berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan, kerjasama ditetapkan berdasarkan kondisi yang obyektif, dan meningkatkan hubungan berkelanjutan. Dan 4) *Process integration*: aktivitas logistik diutamakan, aktivitas logistik memiliki integrasi yang baik dan arus material efektif.

### 4.5.3 Pengujian Hipotesis Ketiga

Dalam hipotesis yang ketiga yaitu pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan bahwa keunggulan bersaing ada pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.17 yaitu p-value sebesar 0.084, dengan nilai Beta sebesar 0.429, yang artinya  $0.084 > 0.05$ . Hal ini dapat dijelaskan terkait dengan kinerja perusahaan dalam riset-riset keunggulan bersaing. Dalam perkembangan penelitian tentang keunggulan bersaing, selama ini diakui bahwa praktik-praktik keunggulan bersaing memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, tetapi pada studi yang dilakukan oleh Anatan (2014) keunggulan kompetitif tidak memiliki efek yang signifikan pada kinerja perusahaan yang dijelaskan oleh peranan keunggulan kompetitif yang terkait dengan penelitian *supply chain management*. Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Li et al (2006) memberikan bukti empiris bahwa praktek-praktek *supply chain management* tidak langsung mempengaruhi kinerja perusahaan tetapi dimediasi oleh keunggulan bersaing. Sehingga *supply chain* dan keunggulan bersaing secara bersama-sama dapat berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Namun ketika hanya salah satu saja maka pengaruh yang diberikan tidak signifikan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Kadarningsih (2013) terdapat faktor lain dalam keunggulan bersaing yang dapat mempengaruhi

kinerja perusahaan yaitu seperti kualitas pelayanan outlet, diferensiasi, citra perusahaan, kualitas hubungan dengan outlet, serta adaptabilitas lingkungan.

#### 4.6.4. Pembahasan Hasil Reresi Linier Berganda

Perhitungan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan  $Y = a + X_1 + X_2$  dengan variabel dependen (Y) kinerja Perusahaan, Konstanta (a), Variabel independen ( $X_1$ ) *supply chain management*, dan ( $X_2$ ) keunggulan bersaing. Indikator dalam kinerja perusahaan terdiri dari kinerja keuangan dan kinerja organisasi. Dalam *supply chain management* terdapat 3 indikator yaitu *strategic supplier partnership*, *customer relationship*, dan *information sharing*. Serta indikator dalam keunggulan bersaing yaitu harga, kualitas, inovasi produk, *time to market*, dan *delivery dependability*.

Perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan persamaan regresi yaitu  $Y = 1.667 + 0.191 X_1 + 0.355 X_2$  yang artinya:

a. Konstanta (a)

Artinya, apabila kinerja perusahaan (Y) tidak dipengaruhi oleh *supply chain management* ( $X_1$ ) dan keunggulan bersaing ( $X_2$ ) maka kinerja perusahaan akan tetap berpengaruh terhadap perusahaan karena hasil yang didapat menunjukkan hasil yang positif yaitu 1.667 yaitu sebesar 16.67%.

b. Koefisien Regresi ( $X_1$ )

Artinya, apabila kinerja perusahaan (Y) hanya dipengaruhi oleh *supply chain management* ( $X_1$ ) maka akan tetap berpengaruh terhadap kinerja perusahaan karena hasil yang didapat menunjukkan angka yang positif walaupun tidak signifikan yaitu 0.191 atau 19.1%. Dengan demikian pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik *supply chain management* pada *furniture* di Yogyakarta maka semakin meningkat kinerja perusahaan.

c. Koefisien Regresi ( $X_2$ )

Artinya, apabila kinerja perusahaan (Y) hanya dipengaruhi oleh keunggulan bersaing ( $X_2$ ) maka akan tetap berpengaruh terhadap kinerja perusahaan karena hasil yang didapat menunjukkan angka yang positif walaupun tidak signifikan yaitu 0.355 atau 35.5%. Dengan demikian pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik keunggulan bersaing pada *furniture* di Yogyakarta maka semakin meningkat kinerja perusahaan.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka kesimpulan yang diambil dari penelitian ini mengenai analisis pengaruh *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan pada industry *furniture* di Yogyakarta adalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan pada hipotesis mayor dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan *supply chain management* dan keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan karena hasil yang didapat adalah nilai F sebesar 6.641 dan p-value sebesar 0.005. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis mayor **diterima** karena p-value < 0.05.
- 2) Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan pada hipotesis minor (A) dapat disimpulkan bahwa variabel *supply chain management* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan terjadi tidak signifikan karena hasil yang didapat adalah p-value sebesar 0.466, dengan nilai Beta sebesar 0.177. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis minor (A) **ditolak** karena p-value > 0.05.
- 3) Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan pada hipotesis minor (B) dapat disimpulkan bahwa variabel keunggulan bersaing berpengaruh terhadap

kinerja perusahaan terjadi tidak signifikan karena hasil yang didapat adalah p-value sebesar 0.084, dengan nilai Beta sebesar 0.429. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis minor (B) **ditolak** karena p-value > 0.05.

## 5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini untuk penelitian selanjutnya dan kepada perusahaan industri *furniture* di Yogyakarta yang menerapkan *supply chain management* adalah:

- 1) Dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa terdapat pengaruh positif *supply chain management* dan kinerja perusahaan terhadap keunggulan bersaing sehingga untuk perusahaan *furniture* di Yogyakarta diharapkan dapat mendorong para pengusaha untuk lebih fokus pada *supply chain management* di setiap perusahaan agar kinerja perusahaan semakin maksimal.
- 2) Industri *furniture* di Yogyakarta harus tetap menjaga kepuasan pelanggan dengan menjaga kualitas serta pelayanan yang maksimal agar terciptanya stabilitas kinerja perusahaan.
- 3) Dalam penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 30 industri *furniture* di Yogyakarta, oleh karena itu untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas pengambilan sampel serta variabel yang digunakan juga dapat diperluas lagi dengan mencoba variabel yang lain untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Rajwinder Singh et al (2010) melakukan penelitian yang berjudul “*Relating Organised Retail Supply Chain Management Practices, Competitive Advantage and Organisational Performance*”
- Ariani, Desi dan Bambang Munas Dwiyanto (2013) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan” Vol.2 No.3. Diponegoro *Journal Of Management*.
- Levi, David Simchi, Philip Kamin Sky & Edith Simchi Levi. (2000). *Designing and Managing the Supply Chain: Concept, Strategies and Case Studies*.
- Bastian, Indra (2001). Akuntansi Sektor Publik di Indonesia. Penerbit BPF, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Rahmasari, Lisda., (2011). Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersain. Majalah Ilmiah Informatika Vol. No.3. Fakultas Ekonomi Universitas AKI.
- Li,S. Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan T.S. & Subba Rao, S. (2006). “*The Impact Of SCM Practices On Competitive Advantage and Organizational Performance,*” Omega.
- Suharto, R. dan Devie, 2013, Analisa Pengaruh SCM Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan, *Business Accounting Review*, Vol.1, No.2.
- Ferdinand, Augusty Tae (2003). *Sustainable Competitive Advantage: Sebuah Explorasi Model Konseptual*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Carton, Robert B. (2004) *Measuring Organizational Performance: An Exploratory Study. A Dissertation Submitted To The Graduate Faculty Of The University Of Georgia In Partial.*

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: ALFABETA. Bandung.

Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Jilid 1, Edisi 4, Jakarta, Salemba Empat.

Abdillah, Agry, (2015). *Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kerajinan Kulit di Manding Bantul)*. Universitas Islam Indonesia.

Agung Nugroho, (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS*, Andi Yogyakarta, Yogyakarta.

Kehoe, J. 1995. *Basic item analysis for multiple-choice tests*. ERIC/AE Digest. [www.eric.ed.gov](http://www.eric.ed.gov)

Ghozali, Imam (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Cetakan Keempat, Semarang: Universitas Diponegoro.

Ana Kadarningsih *Keunggulan Bersaing ; Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dan Dampaknya pada Kinerja Selling-In ( Studi pada Outlet Binaan PT. Indosat Semarang )* Media Ekonomi & Teknologi Informasi Vol.21 No. 1 Maret 2013 : 01 -18

Rowland Bismark Fernando Pasaribu. (2008). *Pengaruh Variabel Fundamental Terhadap Harga Saham Perusahaan Go Public di BEI*.

Stevenson , William J. dan Sum Chee Choung (2014). *Manajemen Operasi Prespektif ASIA*. Edisi 9,Buku 2 Jakarta: Penerbit Salemba Empat.



Heizer, Jay dan Barry Render. 2015. *Operation Management*. Edisi 11. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Porter, Michael E., (1993) *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, Erlangga, Jakarta.

Sukardi (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Sinar Grafika Offset.

Novitasari, Hesti Ika. (2016). *Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Kuncoro, Mudrajad. (2007). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi Ketiga. (UPP) STIM YKPN.

Sugiyono, (2007). *Statistika untuk Penelitian*. ALFABETA. Bandung.

Jogiyanto, (2008). *Pedoman Survei Kuesioner: Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias, dan Meningkatkan Respon*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.

Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA. Bandung.

## LAMPIRAN

LAMPIRAN 1  
KUESIONER PENELITIAN

## 1. Kuesioner Penelitian

### DATA RESPONDEN

Untuk kelengkapan data penelitian, kami mohon Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi data dibawah ini:

1. Jenis Kelamin : Pria / Wanita
  
2. Pendidikan Terakhir :
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. Diploma
  - e. Sarjana
  
3. Umur :
  - a. < 25 Tahun
  - b. 25-30 Tahun
  - c. 31-35 Tahun
  - d. 36-40 Tahun
  - e. > 40 Tahun
  
4. Pangsa Pasar :
  - a. Lokal
  - b. Nasional
  - c. Internasional
  
5. Pemilik :
  - a. Lokal
  - b. Asing
  
6. Umur Perusahaan :
  - a. < 5 Tahun
  - b. 5 -10 Tahun
  - c. 11 – 15 Tahun

- d. 16 – 20 Tahun  
e. > 20 Tahun
7. Kinerja Secara Umum : a. Meningkat  
b. Rata-Rata  
c. Menurun
8. Omset yang Dihasilkan : a. < 25 Juta  
b. 25 – 50 Juta  
c. 50 – 100 Juta  
d. 100 – 500 Juta  
e. > 500 Juta
9. Produk yang Dihasilkan : a. Meja  
b. Kursi  
c. Tempat Tidur  
d. Lemari  
e. Rak Buku  
f. Lainnya

## PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Isilah dengan (X) atas pilihan saudara/i pada lembar pertanyaan yang sudah kami sediakan.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

N : Netral

### A. *Supply Chain Management*

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan kami menawarkan senantiasa mengutamakan kualitas sebagai kriteria utama dalam memilih pemasok					
2	Perusahaan kami senantiasa menyelesaikan masalah bersama-sama dengan pemasok					
3	Perusahaan kami membantu (memberi masukan) kepada pemasok dalam meningkatkan kualitas produk					
4	Perusahaan kami memiliki program perbaikan terus-menerus yang melibatkan pemasok					
5	Perusahaan kami senantiasa mengikutsertakan pemasok dalam membuat sebuah perencanaan strategi					
6	Perusahaan kami senantiasa berinteraksi dengan pelanggan untuk menetapkan standar (standar pengiriman, standar dalam merespon pelanggan)					
7	Perusahaan kami senantiasa menukur dan mengevaluasi kepuasan pelanggan					
8	Perusahaan kami senantiasa mencari tahu apa keinginan pasar dimasa depan					
9	Perusahaan kami senantiasa memfasilitasi pelanggan yang membutuhkan bantuan / mengadakan complain					

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
10	Mitra usaha senantiasa menginformasikan isu-isu yang dapat mempengaruhi bisnis kami					
11	Perusahaan kami senantiasa melakukan pertukaran informasi dengan mitra usaha dalam membuat perencanaan bisnis					
12	Perusahaan kami senantiasa bekerjasama dengan mitra usaha dalam menginformasikan keadaan/perubahan yang mungkin akan mempengaruhi bisnis keduanya					

#### A. Keunggulan Bersaing

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan kami senantiasa menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing					
2	Perusahaan kami senantiasa menawarkan harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dari pesaing					
3	Perusahaan kami senantiasa menawarkan produk yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan pesaing					
4	Perusahaan kami senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen tepat waktu dibandingkan dengan pesaing					
5	Perusahaan kami senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen sesuai dengan jumlah dan pesanan dibandingkan dengan pesaing					
6	Perusahaan kami senantiasa menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing					
7	Perusahaan kami senantiasa melakukan inovasi produk seiring dengan perubahan kebutuhan pelanggan dibandingkan					

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	dengan pesaing					
8	Perusahaan kami senantiasa menyediakan produk-produk dengan keunggulan (fitur) baru dibandingkan dengan pesaing					
9	Perusahaan kami merupakan pioneer dalam memperkenalkan produk kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaing					
10	Perusahaan kami bergerak cepat dalam mengembangkan produk baru dibanding dengan pesaing.					

#### B. Kinerja Perusahaan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan kami mampu mencapai tingkat pengembalian terhadap penjualan yang telah ditargetkan					
2	Perusahaan kami mampu mencapai keuntungan (profit) yang telah ditargetkan					
3	Perusahaan kami mampu mencapai tingkat pertumbuhan penjualan yang telah ditargetkan					
4	Perusahaan kami mampu mencapai tingkat produktivitas yang telah ditargetkan					
5	Perusahaan kami mampu mencapai biaya produksi yang telah ditargetkan atau bahkan lebih rendah					
6	Perusahaan kami mampu mencapai pangsa pasar (market share) yang telah ditargetkan					
7	Perusahaan kami senantiasa memperkenalkan produk baru disaat yang tepat					
8	Perusahaan kami mampu menawarkan produk yang sesuai dengan persepsi pelanggan					
9	Perusahaan kami mampu mencangkup seluruh lingkup pangsa pasar yang					



No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	ditargetkan dengan menggunakan sumber daya yang minimum					
10	Perusahaan kami mampu memenuhi kebutuhan Pelanggan					

## 2. Hasil Data Responden

### a. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	15	50%
Wanita	15	50%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

### b. Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SD	4	13%
SMP	3	10%
SMA	11	37%
Diploma	1	3%
Sarjana	11	37%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

### c. Umur Responden

Umur	Jumlah	Persentase
< 25 Tahun	4	13%
25 - 30 Tahun	0	0%
31 - 35 Tahun	6	20%
36 - 40 Tahun	6	20%
> 40 Tahun	14	47%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

d. Pangsa Pasar

<b>Pangsa Pasar</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Lokal	23	77%
Nasional	4	13%
Internasional	3	10%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

e. Pemilik Usaha

<b>Pemilik</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Lokal	30	100%
Asing	0	0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

f. Umur Perusahaan

<b>Umur Perusahaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
< 5 Tahun	7	23%
5 - 10 Tahun	11	37%
11 - 15 Tahun	2	7%
16 - 20 Tahun	6	20%
> 20 Tahun	4	13%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

g. Omset Perusahaan

<b>Omset yang Dihasilkan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
< 25 Juta	16	53%
25 - 50 Juta	8	27%
50 - 100 Juta	2	7%
100 - 500 Juta	2	7%
> 500 Juta	2	7%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

h. Produk Yang Dihasilkan

<b>Produk yang dihasilkan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Meja	22	21%
Kursi	22	21%
Tempat Tidur	16	15%
Lemari	21	20%
Rak Buku	19	18%
Lainnya	7	7%
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>

### 3. Rekapitulasi Data Penelitian

#### a. *Supply Chain Management*

No.	<i>Supply Chain Management</i>												MEAN	TotalSC
	SC1	SC2	SC3	SC4	SC5	SC6	SC7	SC8	SC9	SC10	SC11	SC12		
1	4	4	3	4	3	5	4	3	4	4	3	4	3.8	45
2	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4.3	51
3	5	5	5	5	3	3	4	4	5	4	4	3	4.2	50
4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4.2	50
5	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	3	3.8	46
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3.8	46
7	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4.5	54
8	4	2	4	1	4	4	4	4	4	2	1	1	2.9	35
9	4	2	4	4	2	4	5	5	5	4	2	2	3.6	43
10	4	5	4	4	3	3	3	5	4	2	2	3	3.5	42
11	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3.8	46
12	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4.2	50
13	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4.6	55
14	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4.4	53
15	4	4	4	5	2	5	2	2	5	5	5	5	4.0	48
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5.0	60
17	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4.0	48
18	5	4	5	5	3	5	4	3	5	5	3	3	4.2	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5.0	60
20	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	5	4.5	54
21	5	4	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4.6	55
22	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4.3	51
23	5	4	4	4	5	4	5	3	2	2	3	3	3.7	44
24	5	4	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	4.4	53
25	5	4	5	4	2	4	4	3	2	3	3	4	3.6	43
26	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3.5	42
27	5	4	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4.4	53
28	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4.4	53
29	4	2	4	4	2	4	5	5	5	4	2	2	3.6	43
30	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3.8	45
<b>MEAN</b>	<b>4.53</b>	<b>4</b>	<b>4.37</b>	<b>4.13</b>	<b>3.6</b>	<b>4.37</b>	<b>4.3</b>	<b>4.2</b>	<b>4.33</b>	<b>3.83</b>	<b>3.6</b>	<b>3.7</b>	<b>4.0778</b>	<b>48.933</b>

b. Keunggulan Bersaing

No.	Keunggulan Bersaing										MEAN	Total KB
	KB1	KB2	KB3	KB4	KB5	KB6	KB7	KB8	KB9	KB10		
1	3	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4.1	41
2	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4.7	47
3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3.9	39
4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3.4	34
5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3.7	37
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4.5	45
8	1	4	4	2	4	2	1	1	4	4	2.7	27
9	5	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3.6	36
10	4	4	4	5	4	3	5	4	5	5	4.3	43
11	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3.9	39
12	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4.1	41
13	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	3.9	39
14	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4.6	46
15	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4.4	44
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4.7	47
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4.7	47
21	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	4.5	45
22	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3.8	38
23	5	5	4	1	1	5	1	1	1	1	2.5	25
24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4.9	49
25	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3.5	35
26	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3.4	34
27	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4.6	46
28	5	5	4	5	5	5	3	3	3	3	4.1	41
29	5	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3.6	36
30	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4.1	41
MEAN	4.3	4	4.23	4.2	4.23	4.17	3.87	3.93	3.83	3.97	4.07333	40.7333

c. Kinerja Perusahaan

No.	Kinerja Perusahaan										MEAN	Total KP
	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	KP 7	KP 8	KP 9	KP1 0		
1	3	3	4	4	3	4	5	4	3	4	3.7	37
2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4.4	44
3	5	4	4	4	5	3	4	4	3	3	3.9	39
4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	3	3.7	37
5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3.7	37
6	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3.5	35
7	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4.1	41
8	4	2	4	4	2	2	4	4	1	4	3.1	31
9	4	4	3	3	4	4	5	5	2	4	3.8	38
10	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3.4	34
11	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3.7	37
12	4	4	4	3	4	3	3	4	5	5	3.9	39
13	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3.3	33
14	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4.8	48
15	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4.7	47
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3.6	36
19	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4.5	45
20	5	4	3	5	5	5	5	5	2	5	4.4	44
21	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3.4	34
22	4	2	2	2	4	2	3	4	2	4	2.9	29
23	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3.7	37
24	4	4	4	3	5	3	3	4	3	3	3.6	36
25	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3.5	35
26	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3.6	36
27	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4.4	44
28	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	4.3	43
29	4	4	3	3	4	4	5	5	2	4	3.8	38
30	5	5	4	5	3	3	5	5	4	5	4.4	44
<b>MEAN</b>	<b>4.13</b>	<b>3.9</b>	<b>3.8</b>	<b>3.73</b>	<b>3.83</b>	<b>3.7</b>	<b>3.9</b>	<b>4.27</b>	<b>3.5</b>	<b>4.23</b>	<b>3.89333</b>	<b>38.9333</b>

LAMPIRAN 2  
HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI REABILITAS

## 1. *Supply Chain Management*

### 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	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.800	.800	12



**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SC1	44.40	29.283	.386	.796	.791
SC2	44.93	27.168	.512	.792	.779
SC3	44.57	28.668	.402	.717	.789
SC4	44.80	25.476	.665	.671	.763
SC5	45.37	28.447	.268	.637	.804
SC6	44.57	27.978	.505	.699	.782
SC7	44.63	29.689	.194	.552	.807
SC8	44.73	29.651	.161	.496	.812
SC9	44.60	27.490	.428	.684	.787
SC10	45.10	26.162	.567	.772	.773
SC11	45.33	23.540	.704	.839	.754
SC12	45.23	24.944	.588	.856	.769

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
SC1	4.53	.571	30
SC2	4.00	.788	30
SC3	4.37	.669	30
SC4	4.13	.860	30
SC5	3.57	.935	30
SC6	4.37	.669	30
SC7	4.30	.794	30
SC8	4.20	.887	30
SC9	4.33	.844	30
SC10	3.83	.874	30
SC11	3.60	1.070	30
SC12	3.70	1.022	30

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
48.93	31.995	5.656	12

## 2. Keunggulan Bersaing

### 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	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.865	.863	10

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
KB1	4.30	.877	30
KB2	4.00	.910	30
KB3	4.23	.728	30
KB4	4.20	1.031	30
KB5	4.23	.858	30
KB6	4.17	.791	30
KB7	3.87	1.042	30
KB8	3.93	1.015	30
KB9	3.83	.913	30
KB10	3.97	.964	30

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KB1	36.43	33.495	.368	.649	.868
KB2	36.73	34.754	.225	.357	.879
KB3	36.50	32.259	.630	.648	.849
KB4	36.53	27.844	.836	.891	.827
KB5	36.50	30.879	.669	.826	.845
KB6	36.57	32.875	.495	.721	.858
KB7	36.87	28.533	.753	.808	.835
KB8	36.80	29.131	.715	.789	.839
KB9	36.90	32.300	.469	.663	.860
KB10	36.77	30.323	.635	.740	.847

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
40.73	37.995	6.164	10

### 3. Kinerja Perusahaan

#### 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	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.835	.847	10

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KP1	4.13	.571	30
KP2	3.90	.803	30
KP3	3.77	.817	30
KP4	3.73	.740	30
KP5	3.83	.874	30
KP6	3.67	.802	30
KP7	3.90	.803	30
KP8	4.27	.640	30
KP9	3.50	1.167	30
KP10	4.23	.679	30

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
38.93	25.995	5.099	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	34.80	22.993	.488	.411	.824
KP2	35.03	20.171	.718	.650	.800
KP3	35.17	22.282	.395	.429	.832
KP4	35.20	21.476	.579	.452	.815
KP5	35.10	20.921	.539	.471	.818
KP6	35.27	20.478	.671	.577	.805
KP7	35.03	22.447	.382	.554	.833
KP8	34.67	21.885	.618	.611	.813
KP9	35.43	20.047	.439	.436	.838
KP10	34.70	21.734	.600	.539	.814

LAMPIRAN 3  
UJI PRASYARAT

1. Uji Normalitas

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
SC	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
KB	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
KP	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%

**Descriptives**

		Statistic	Std. Error
SC	Mean	4.0778	.08606
	95% Confidence Interval for Mean		
	Lower Bound	3.9018	
	Upper Bound	4.2538	
	5% Trimmed Mean	4.0802	
	Median	4.1667	
	Variance	.222	
	Std. Deviation	.47137	
	Minimum	2.92	
	Maximum	5.00	
	Range	2.08	
	Interquartile Range	.69	
	Skewness	-.124	.427
Kurtosis	.081	.833	
KB	Mean	4.0733	.11254
	95% Confidence Interval for Mean		
	Lower Bound	3.8432	
	Upper Bound	4.3035	
	5% Trimmed Mean	4.1056	
Median	4.1000		



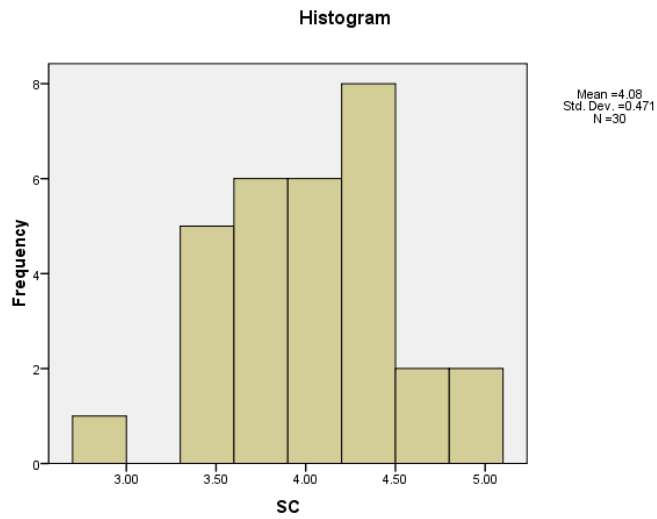
	Variance		.380	
	Std. Deviation		.61640	
	Minimum		2.50	
	Maximum		5.00	
	Range		2.50	
	Interquartile Range		.92	
	Skewness		-.662	.427
	Kurtosis		.474	.833
KP	Mean		3.8933	.09309
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	3.7029	
	Mean	Upper Bound	4.0837	
	5% Trimmed Mean		3.8870	
	Median		3.7500	
	Variance		.260	
	Std. Deviation		.50986	
	Minimum		2.90	
	Maximum		5.00	
	Range		2.10	
	Interquartile Range		.83	
	Skewness		.358	.427
	Kurtosis		-.376	.833

**Tests of Normality**

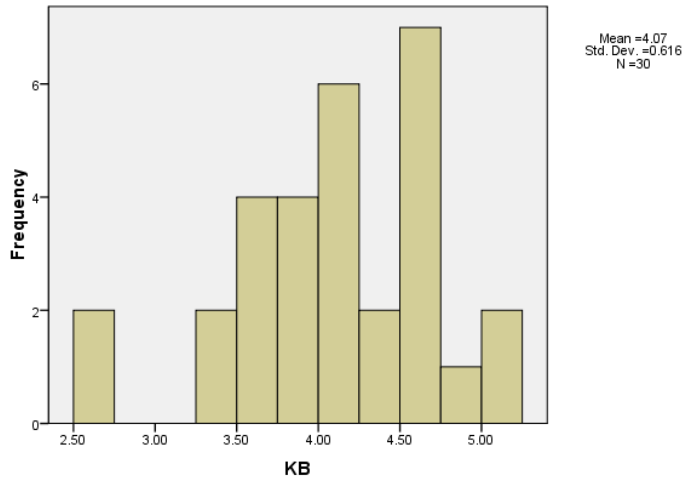
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
SC	.108	30	.200*	.971	30	.574
KB	.089	30	.200*	.952	30	.190
KP	.148	30	.093	.965	30	.414

a. Lilliefors Significance Correction

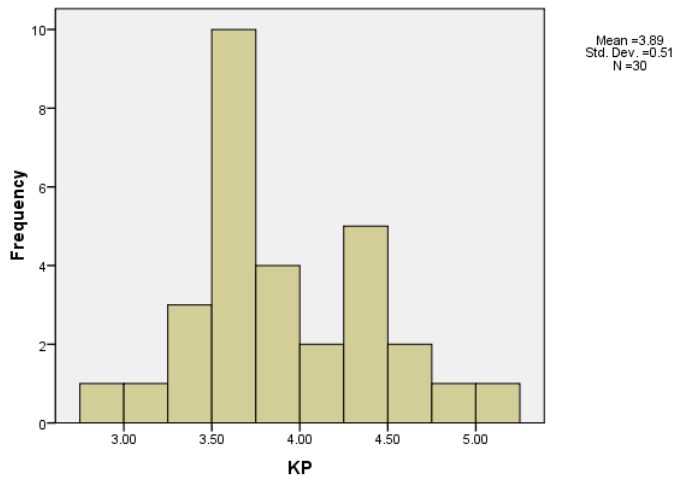
\*. This is a lower bound of the true significance.



Histogram



Histogram



## 2. Uji Multikolinieritas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients			Tolerance	VIF
				Beta				
1	(Constant)	1.667	.700		2.383	.024		
	SC	.191	.259	.177	.739	.466	.434	2.302
	KB	.355	.198	.429	1.796	.084	.434	2.302

a. Dependent Variable: KP

## 3. Uji Autokorelasi

**Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.04004
Cases < Test Value	15
Cases >= Test Value	15
Total Cases	30
Number of Runs	12
Z	-1.301
Asymp. Sig. (2-tailed)	.193

a. Median

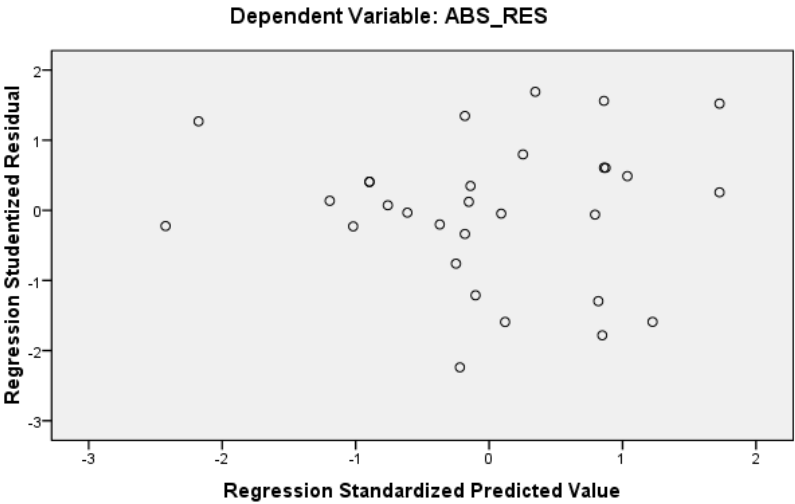
**4. Uji Heteroskedastisitas**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.667	.700		2.383	.024
	SC	.191	.259	.177	.739	.466
	KB	.355	.198	.429	1.796	.084

a. Dependent Variable: ABS\_RES

**Scatterplot**



## 5. Uji Linieritas

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KP * SC	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
KP * KB	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%

### a. *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP * SC	Between Groups (Combined)	4.827	12	.402	2.522	.040
	Linearity	1.882	1	1.882	11.798	.003
	Deviation from Linearity	2.945	11	.268	1.679	.163
	Within Groups	2.712	17	.160		
	Total	7.539	29			

**Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KP * SC	.500	.250	.800	.640

**b. Keunggulan bersaing terhadap Kinerja perusahaan**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP * KB Between Groups (Combined)	6.018	16	.376	3.215	.020
Linearity	2.383	1	2.383	20.373	.001
Deviation from Linearity	3.634	15	.242	2.071	.097
Within Groups	1.521	13	.117		
Total	7.539	29			

**Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KP * KB	.562	.316	.893	.798

LAMPIRAN 4  
PENGUJIAN HIPOTESIS



## 1. Uji Regresi Linier Berganda

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574 <sup>a</sup>	.330	.280	.43261

a. Predictors: (Constant), KB, SC

b. Dependent Variable: KP

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

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.486	2	1.243	6.641	.005 <sup>a</sup>
	Residual	5.053	27	.187		
	Total	7.539	29			

a. Predictors: (Constant), KB, SC

b. Dependent Variable: KP

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.667	.700		2.383	.024		
	SC	.191	.259	.177	.739	.466	.434	2.302
	KB	.355	.198	.429	1.796	.084	.434	2.302

a. Dependent Variable: KP

## 2. Uji F

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.486	2	1.243	6.641	.005 <sup>a</sup>
	Residual	5.053	27	.187		
	Total	7.539	29			

a. Predictors: (Constant), KB, SC

b. Dependent Variable: KP

## 3. Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.667	.700		2.383	.024		
	SC	.191	.259	.177	.739	.466	.434	2.302
	KB	.355	.198	.429	1.796	.084	.434	2.302

a. Dependent Variable: KP

LAMPIRAN 5  
SURAT-SURAT PENELITIAN



**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283  
Telepon (0274) 881546 - 883087 - 885376 Fax. : 882589

Nomor : 011/DEK/10/Div.SDM/I/2018  
Hal : PERMOHONAN IJIN PENELITIAN

Kepada Yth.  
Pemilik/Pengelola Furniture di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa sebelum mengakhiri pendidikan di Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta diwajibkan membuat karya ilmiah berupa riset/penelitian. Sehubungan dengan hal itu mahasiswa kami :

Nama : Nila Anggini  
No. Mahasiswa : 14311328  
Jurusan : Manajemen  
Alamat : Yogyakarta

Bermaksud mohon keterangan/data pada Instansi/Perusahaan yang Saudara pimpin untuk keperluan menyusun skripsi dengan judul :

**“Analisis Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaam (Studi pada Industri Furniture di Yogyakarta)”**

Dosen Pembimbing : Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si.

Hasil karya ilmiah tersebut semata-mata bersifat dan bertujuan keilmuan dan tidak disajikan kepada pihak luar. Oleh karena itu kami mohon perkenan Saudara untuk dapat memberikan data /keterangan yang diperlukan oleh mahasiswa tersebut. Atas perkenan dan bantuan Saudara, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr.wb*

Yogyakarta, 05 Januari 2018  
Dekan,



**Dr. D. Agus Harjito, M. Si**  
NIK. : 87 311 0103