

**PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA  
PERUSAHAAN**

**Studi Kasus pada Careffour Ambarukmo Plaza**

**SKRIPSI**



Disusun oleh :

Nama : Bayu Priyogo Tunggal Rachmawan

Nomor Mahasiswa : 13311298

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

**PRODI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
2018**

**PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA  
PERUSAHAAN**

**Studi Kasus pada Careffour Ambarukmo Plaza**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

Nama : Bayu Priyogo Tunggal Rachmawan

Nomor Mahasiswa : 13311298

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

**PRODI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2018**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

iii

### PERNYATAAN 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.”

Yogyakarta, 23 April 2018

Penulis,



Bayu Priyogo Tunggal Rachmawan

PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA  
PERUSAHAAN

Studi Kasus pada Careffour Ambarukmo Plaza

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Bayu Priyogo Tunggal Rachmawan

Nomor Mahasiswa : 13311298

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 23 April 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



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

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN  
STUDI KASUS CAREFFOUR AMBARUKMO PLAZA**

Disusun Oleh : **BAYU PRIYOGO TUNGGAL R**

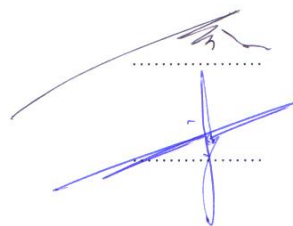
Nomor Mahasiswa : **13311298**

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

Pada hari Senin, tanggal: 14 Mei 2018

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

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



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Dr. Agus Harjito, M.Si.

## ABSTRAK

Penelitian ini terkait dengan bagaimana pengaruh manajemen rantai pasok terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan Careffour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pembagian informasi terhadap kinerja operasional perusahaan, hubungan jangka panjang terhadap kinerja operasional perusahaan, kerjasama terhadap kinerja operasional perusahaan, proses integrasi terhadap kinerja operasional perusahaan pada Perusahaan Careffour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini adalah 30 karyawan di Perusahaan Careffour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner. Kemudian dalam menganalisis data menggunakan regresi linear proses SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pembagian informasi terhadap kinerja operasional perusahaan, hubungan jangka panjang terhadap kinerja operasional perusahaan, kerjasama terhadap kinerja operasional dan proses integrasi terhadap kinerja operasional perusahaan pada Perusahaan Careffour Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

**Kata Kunci:** *pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama, proses integrasi*

### **ABSTRACT**

*This research is related to how the influence of supply chain management on corporate performance at Carefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. The purpose of this study is to determine the effect of information sharing on the company's operational performance, long-term relationship to the company's operational performance, cooperation to the company's operational performance, integration process to the company's operational performance at Carefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Respondents in this study were 30 employees at Carefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Data collection method used is using questionnaire. Then in analyzing the data using linear regression process of SPSS.*

*The results of this study indicate that there is a positive and significant influence of information sharing on the company's operational performance, long-term relationship to the company's operational performance, cooperation on operational performance and integration process to the company's operational performance at Carefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta.*

***Keywords: information sharing, long-term relationship, cooperation, integration process***

## KATA PENGANTAR



Segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan karunia serta rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Careffour Ambarukmo Plaza)” . Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang di penuhi untuk mencapai gelar sarjana ekonomi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Careffour Ambarukmo Plaza)” disusun untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai jenjang pendidikan strata satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Proses pengerjakan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan dan rezeki, serta hidayah-Nya sehingga hamba-Mu bisa menyelesaikan pendidikan S-1 ini.
2. Bapak Fathul Wahid,S.T.,M.Sc.,Ph.D. selaku rektor Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Drs. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.



4. Bapak Dr. Drs. Sutrisno, MM selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Dra. Siti Nursyamsiah M.M selaku dosen wali.
6. Bapak Nursya'bani Purnama,S.E.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, pikiran, kesabaran, dan perhatiannya dengan memberikan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staf program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu, bimbingan serta pelayanannya.
8. Bapak Turman dan Ibu Supriyati yang telah menjadi orang tua yang selalu sabar dalam menghadapi semua keluh kesah penulis, serta telah memberikan semangat dan dukungan, kasih sayang, perhatian dan doa yang tiada batas bagi penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Festy Rianata yang telah Menjadi kakak yang sangat baik dan penyayang bagi penulis.
10. Dewi Puspitasari orang kedua yang penulis sayangi setelah keluarga yang selalu memberikan dukungan, semangat, doa dan selalu sabar dalam menghadapi keluh kesah penulis.
11. Teman-teman Green House, Hilmy, Farid, Lukman, Rilo, Gunito, Tamtam. Terimakasih untuk waktunya yang sangat berkesan, terimakasih karena sudah selalu ada dalam kondisi suka dan duka, dan terimakasih karena sudah bersedia menjadi bagian dari catatan perjalanan penulis.
12. Teman teman Hipers Pemuda RT 09 yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.

13. Teman-teman Irama Tongkol Teduh yang selalu memberikan motivasi terhadap penulis agar semangat dalam mengerjakan dengan alunan khas musik keroncong.
14. Teman teman kampus Hilmy, Gunito dan kawan kawan yang selalu membantu penulis ketika penulis sedang bingung untuk menentukan langkah selanjutnya dan selalu memberikan dukungan kepada penulis.
15. Teman-teman Ibeng Scoot Garage yang selalu menghibur dengan berkeliling jogja menggunakan vespa bersama penulis dan memberi semangat penulis dalam mengerjakan tugas akhir.
16. Semua teman-teman Manajemen angkatan 2013 senang bisa bertemu dan berbagi ilmu bersama kalian.
17. Pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi baik langsung maupun tidak langsung yang tak mungkin disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangannya. Mungkin hal ini karena terbatasnya pengetahuan maupun pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mohon maaf sebesar-besarnya dan penulis dengan terbuka menerima saran dan kritik yang sifatnya memperbaiki. Semoga hasil penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan di masa mendatang.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 23 April 2018

Penulis

Bayu Priyogo Tunggal Rachmawan

## HALAMAN MOTTO

“ Kalau kita libatkan Allah dalam urusan kita, maka Allah sendiri yang melibatkan manusia untuk menyayangi kita”

(Ust. Hanan Attaki)

“Karena sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

( Qs. Al Insyirah : 5)

“Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula) kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu mengingkari (ni'mat)-Ku.”

(QS. Al-Baqarah:152)

“Man Jadda Wajada. Siapa yang bersungguh-sungguh, ia akan mendapatkannya.”

“Tuhan tidak menuntut kita untuk sukses, Tuhan hanya menyuruh kita berjuang tanpa henti”

(Cak Nun)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Teruntuk :

Bapak dan Ibu Tercinta ( Turman dan Supriyati )

Saudara-saudaraku tersayang

Bapak dan Ibu Dosen FE UII

Serta Teman dan Sahabat tercinta

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>xi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I 1</b>	
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Laporan Penelitian.....	6
<b>BAB II.....</b>	<b>8</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	8
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 Pengertian Manajemen Rantai Pasok .....	10
2.2.2 Komponen Utama Manajemen Rantai Pasok .....	12
2.2.3 Aktivitas dan fungsi Manajemen Rantai Pasok .....	13
2.2.4 Proses Manejemen Rantai Pasok .....	13
2.2.5 Pembagian Informasi.....	16
2.2.6 Hubungan Jangka Panjang.....	18
2.2.7 Kerjasama .....	20
2.2.8 Integrasi Proses .....	22
2.2.9 Kinerja Operasional .....	25
2.2.10 Penilaian Kinerja Operasional.....	25
2.3 Hubungan antara Rantai Pasok dengan Kinerja Operasional .....	26

2.4 Kerangka Pemikiran .....	26
<b>BAB III .....</b>	<b>30</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Lokasi Penelitian.....	30
3.1.1 Profil Perusahaan.....	30
3.1.2 Visi, Misi, Tujuan, Strategi, Nilai dan Slogan .....	31
3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
3.2.1 Variabel Penelitian.....	32
3.2.2 Skala Pengukuran variabel .....	34
3.3 Jenis dan Teknik pengumpulan Data .....	34
3.3.1 Jenis Data.....	34
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4 Populasi dan Sampel .....	36
3.5 Uji instrumen Penelitian.....	37
3.5.1 Uji Validitas .....	37
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.6 Metode Analisis Data .....	38
3.6.1 Analisis Regresi .....	39
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	42
<b>BAB IV.....</b>	<b>46</b>
<b>ANALISIS DATA .....</b>	<b>46</b>
4.1 Uji Kualitas Data .....	46
4.1.1 Hasil Uji Validitas .....	46
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
4.2 Analisis Deskriptif .....	49
Dalam analisis ini akan dibahas mengenai deskripsi responden penelitian dan deskripsi variabel penelitian.....	49
4.2.1 Deskripsi Responden Penelitian .....	49
Deskripsi responden penelitian adalah membahas mengenai karakteristik responden. Karakteristik responden yang akan dianalisis adalah jenis kelamin umur, pendidikan dan masa kerja.....	49
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	51

4.3 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.3.1 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas Residual .....	57
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas.....	58
4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas.....	59
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
4.5 Uji Hipotesis .....	63
4.5.1 Uji F (Simultan) .....	63
4.5.2 Uji T (Parsial).....	64
4.5.3 Analisis Koefisien Determinasi Ganda .....	65
4.6 Pembahasan .....	66
4.6.1 Pengaruh Pembagian Informasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan	66
4.6.2 Pengaruh Hubungan Jangka Panjang Terhadap Kinerja Perusahaan.....	67
4.6.3 Pengaruh Kerjasama Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan.....	68
4.6.4 Pengaruh Proses Integrasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan.....	70
<b>BAB V .....</b>	<b>72</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
5.1 Kesimpulan .....	72
5.2. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 .....	46
Tabel 4.2 .....	48
Tabel 4.3 .....	49
Tabel 4.4 .....	50
Tabel 4.5 .....	50
Tabel 4.6 .....	51
Tabel 4.7 .....	53
Tabel 4.8 .....	54
Tabel 4.9 .....	55
Tabel 4.10 .....	56
Tabel 4.11 .....	57
Tabel 4.12 .....	58
Tabel 4.13 .....	59
Tabel 4.14 .....	61



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1..... 29

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dalam persaingan bisnis di era modern seperti sekarang ini menciptakan berbagai kebutuhan konsumen yang semakin tinggi dan dalam memilih barang kebutuhannya. Semua perusahaan akan melakukan memberikan semaksimal mungkin untuk meningkatkan produktivitas, efektif, efisien, pelayanan cepat, mudah, dan terus mengembangkan serta menciptakan inovasi-inovasi baru untuk tetap dapat unggul, bersaing, dan bertahan di pasar.

Perkembangan zaman yang semakin pesat sekarang ini membuat tingginya permintaan akan suatu produk oleh konsumen. Dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju membuat konsumen semakin cerdas untuk mengakses suatu produk sehingga konsumen atau masyarakat sangat mudah untuk mendapatkan informasi secara luas yang mereka inginkan.

Rantai pasok di setiap perusahaan mempunyai arti yang penting, karena tujuan dari rantai pasokan itu sendiri yaitu memenuhi kebutuhan konsumen dan memaksimalkan keuntungan (Fitrianto dan Sudaryanto, 2016). Dengan adanya supply chain perusahaan dapat memantau pengelolaan aliran informasi, produk dan dana dari hulu ke hilir maupun sebaliknya. Kontribusi rantai pasok bagi kinerja perusahaan adalah proses integrasi di tahapan pada rantai pasokan seperti arus informasi, hubungan jangka

panjang dengan pemasok dan kerja sama dengan pihak yang terkait di dalam rantai pasokan (Rahmasari, 2011).

Menurut Fitrianto dan Sudaryanto (2016) setiap perusahaan akan berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, pelayanan yang cepat, mudah, dan terus menciptakan berbagai inovasi-inovasi baru untuk tetap dapat unggul dan bertahan di pasar. Jika perusahaan menginginkan minimal bertahan pada persaingan bisnis, maka perusahaan harus mencapai keunggulan tersebut, dengan cara menghasilkan kinerja yang baik. Untuk mendapatkan kinerja yang baik, perusahaan diuntut memberikan perencanaan strategi yang tepat. Hal ini harus segera di realisasikan karena perkembangan teknologi yang semakin inovatif dan variatif membuat perkembangan perusahaan, retail maupun UKM semakin menurun (Ariani, 2013).

Selanjutnya Menurut Ariani (2013) pentingnya kerja sama *supplier* dengan perusahaan yang dibina dengan baik semakin disadari perusahaan, tidak hanya untuk kepentingan jangka pendek tetapi untuk kepentingan jangka panjang. Keuntungan jangka panjang yang di rasakan perusahaan jika kondisi ketika perusahaan membutuhkan pengiriman jangka panjang untuk kebutuhan mendesak, supplier dengan segera dapat memenuhi permintaan tersebut. Hubungan yang baik juga memberikan keuntungan dari ongkos pengiriman yang stabil, sehingga dapat mengurangi biaya secara lebih efisien.

Semua perusahaan yang bergerak di bidang produk mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi. Perusahaan semaksimal mungkin meningkatkan kinerja, efisien kerja, pelayanan yang cepat dan memuaskan, juga membuat strategi baru agar perusahaan tetap kompetitif. Di sisi lain melihat dari fenomena yang sering

terjadi di masyarakat seperti sekarang ini adalah produk dan jasa yang di inginkan oleh konsumen dilihat dari aspek harga, kualitas dan kecepatan pelayanan sehingga konsumen selalu menginginkan harga yang murah dan mempunyai kualitas yang bagus serta cepat dalam pelayanan sehingga hal hal tersebut membuat point positif menjadi kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Pentingnya peran semua pihak mulai dari *supplier, manufacturer, distributor, retailer* hingga customer dalam menciptakan produk yang murah, berkualitas dan cepat inilah yang kemudian melahirkan konsep baru yaitu *supply chain management* (Ariani, 2013).

Salah satu aspek dari rantai pasok adalah *retailer* pihak yang menjual produk jadi yang akan di konsumsi oleh masyarakat atau konsumen akhir. Di Daerah Istimewa Yogyakarta, persaingan toko-toko retail yang menjual kebutuhan banyak ragam produk yang dibutuhkan oleh masyarakat luas atau toko serba ada (toserba) yang banyak di jumpai di setiap sudut kota, mulai dari menjual produk kebutuhan primer hingga kebutuhan tersier. Di Yogyakarta saat ini persaingan sudah mulai tekat baik yang baru hadir sampai yang sudah lama hadir di pasar. Carrefour salah satu toko retail yang sudah lama di Yogyakarta yang bersaing dengan toko-toko retailer baru. Persaingan tersebut bertujuan untuk mencari konsumen sebanyak-banyaknya untuk berbelanja di toko mereka. Toko tersebut menawarkan berbagai macam variasi produk yang lengkap, lalu ada juga toko yang menawarkan dengan harga yang lebih murah dari pesaingnya. Banyaknya pesaing yang ada, pihak retailer harus bisa memberikan layanan yang terbaik agar konsumen merasa nyaman dan akan kembali ke toko tersebut, dan nilai positif untuk toko mendapatkan nilai lebih dari konsumen yaitu kepuasan pelanggan.

Dari sudut pandang retailer ketersediaan produk yang dijual menjadi hal yang penting. Rasa kepuasan pelanggan yang telah tercapai adalah adanya barang yg diinginkan oleh konsumen. Toko atau retailer sebaiknya mengetahui barang-barang apa saja yang sudah habis terjual yang sudah tidak ada lagi di persediaan penjualan. Idealnya kondisi tersebut manajer toko harus mengetahui dan menjamin ketersediaan produk yang ada di toko sehingga tahu segala macam produk yang dibutuhkan konsumen dapat terpenuhi karena hal ini berkaitan dengan kepuasan konsumen itu sendiri.

Dengan manajemen rantai pasok yang strategis, perusahaan kurang lebih dapat mengurangi inventory barang di gudang penjualan. Inventory merupakan salah satu asset kunci suatu perusahaan. Perlu adanya metode terbaru untuk menangani masalah inventory. Terpeliharanya hubungan baik antara supplier dengan konsumen akhir sangat berpengaruh besar karena para pemegang kepentingan saling memiliki ketergantungan satu dengan lainnya. Supply chain management yang terintegrasi dengan baik dapat menghasilkan apa yang diharapkan perusahaan untuk kepuasan konsumennya (Maddepongeng, 2017).

Oleh karena itu berdasarkan latar belakang masalah di atas maka akan dilakukannya penelitian pada salah satu toko retailer yaitu Careffour. Karena itu, penelitian ini harapannya mampu mengungkapkan apa saja yang menyebabkan masalah tentang ketersediaan produk di toko tersebut kurang memuaskan. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Careffour Ambarukmo Plaza)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Pembagian Informasi berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan?
2. Apakah Hubungan Jangka Panjang berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan?
3. Apakah Kerjasama berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan?
4. Apakah Integrasi Proses berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Pembagian Informasi terhadap kinerja operasional perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh Hubungan Jangka Panjang terhadap kinerja operasional perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh Kerjasama terhadap kinerja operasional perusahaan
4. Untuk mengetahui pengaruh Integrasi Proses terhadap kinerja operasional perusahaan

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi perusahaan untuk dapat mengetahui sejauh mana kinerja supply chain management atau rantai pasokan yang sudah mereka rancang dan mereka jalani selama ini dapat menunjang kinerja operasional perusahaan baik dari segi keuangan dan kelancaran aktivitas sehari-hari.
2. Manfaat bagi penulis adalah penelitian ini merupakan suatu pengalaman yang sangat berarti dan berharga di bidang akademis dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh untuk menempuh gelar sarjana strata-1 di Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
3. Manfaat bagi masyarakat luas dan khususnya mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Indonesia adalah penelitian ini bisa berguna sebagai referensi di waktu yang akan datang.

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen rantai pasok terhadap kinerja perusahaan di Careffour Ambarukmo Plaza. Dalam penelitian ini memiliki batasan yaitu dalam hal responden dimana melibatkan manajer dan karyawan yang mengetahui mengenai manajemen rantai pasok pada bagian pergudangan Careffour Ambarukmo Plaza.

#### **1.6 Sistematika Laporan Penelitian**

Dalam penulisan skripsi penulis menggunakan pedoman yang telah terdapat pada buku “Pedoman Penulisan Skripsi Jurusan Manajemen Tahun 2014” yang diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

**BAB I** Pendahuluan, dalam bab ini terdiri dari Latar belakang masalah, Rumusan Masalah Penelitian, Tujuan Penelitian, dan Manfaat Penelitian.

**BAB II** Kajian Pustaka, pada bab ini berisi penjelasan dan pembahasan yang lebih rinci dari kajian pustaka.

**BAB III** Metode Penelitian, adapun isi dari babnya yaitu Lokasi Penelitian, Definisi Operational Variabel Penelitian, Jenis Dan Teknik Pengumpulan Data, Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrument, Populasi Dan Sampel Dan Metode Analisis Data.

**BAB IV** Analisis Data dan Pembahasan, bab ini membahas mengenai temuan temuan yang diperoleh dalam penelitian, dan dianalisa secara deskriptif, kuantitatif, atau kualitatif.

**BAB V** Kesimpulan dan Saran

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### 2.1 Kajian Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh Fitrianto dan Sudaryanto (2016) memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel independen yaitu *information sharing*, *long term relationship*, *cooperation* dan *proseses integration* terhadap variabel dependen yaitu kinerja operasional outlet (Studi Pada Counter Handphone yang terdaftar di PT.Mutikom Indonesia Cabang Semarang) Populasi pada penelitian ini sejumlah 171 outlet. Dan sampel yang di gunakan pada penelitian ini adalah 120 outlet di semarang. Analisis linier berganda digunakan dalam penelitian ini dan pengolahan data menggunakan SPSS 16. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *information sharing*, *long term relationship*, *cooperation*, dan *proseses integration* berpengaruh positif terhadap kinerja operasional outlet di semarang.

Selanjutnya penelitian dari Ariani dan Dwiyanto (2013), tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). Sampel yang di gunakan adalah 100 industri kecil dan menengah dari 736 populasi yang ada, pengambilan sampel dilakukan dengan tehnik simple random sampling dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang di gunakan adalah analisis linier berganda dan di operasikan menggunakan program SPSS. Hasil peneliatian ini menunjukkan bahwa variabel *information sharing*, *long term*

*relationship, cooperation, proses integration* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Pada penelitian Rahmasari (2011), tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing pada (Studi Kasus pada Industri Kreatif di provinsi Jawa Tengah). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive samplings* dari 105 perusahaan Industri kreatif di Jawa Tengah dan analisis data menggunakan AMOS 5. Hasil dari penelitian ini menyatakan *supply chain management* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing.

Pada penelitian Suharto dan Devie (2013) memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur di Surabaya. Variabel *Supply Chain Management* di ukur dari beberapa indikator, *strategic supplier partnership, Customer Relationship, dan Information sharing*. Variabel keunggulan bersaing di ukur dari 5 indikator yaitu, harga, kualitas, delivery, dependability, inovasi produk, dan time to market. Sedangkan variabel kinerja perusahaan di ukur dari 2 indikator yaitu kinerja keuangan dan kinerja operasional. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner dan responden yang dijadikan sampel sebanyak 90 orang manajer. Metode analisis yang di gunakan struktural *equation modeling* dengan menggunakan *partial least Square*. Penelitian ini berhasil membuktikan adanya hubungan signifikan antara *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing, *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan.

Pada penelitian Maddepunggeng (2017) tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh daya saing untuk meningkatkan kinerja perusahaan pada (Perusahaan Jasa Kontruksi di DKI Jakarta). Untuk analisis data menggunakan AMOS V21 yang dikumpulkan dari 133 manajer dan karyawan. Konsep penelitian ini mengembangkan 3 dimensi yaitu manajemen rantai pasok (material, finansial, informasi), daya saing perusahaan (harga, biaya, kualitas), dan kinerja perusahaan (internal, eksternal, dan situasi pasar). Hasil penelitian menunjukkan manajemen rantai pasok menimbulkan dampak positif menyebabkan meningkatkan daya saing dan meningkatkan kinerja perusahaan.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Pengertian Manajemen Rantai Pasok**

Manajemen rantai pasok adalah seperangkat pendekatan untuk mengefisienkan integrasi supplier, manufaktur, gudang dan penyimpanan, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat, untuk meminimasi biaya dan memberikan kepuasan layanan terhadap konsumen (Rahmasari,2011).

Menurut David Simchi Levi (dalam Irmawati, 2007) *Supply chain management* merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian berbagai organisasi yang lebih efisien dari *supplier, manufaktur, distributor, retailer, dan customer*. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai cost dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai service level yang diinginkan.

Simichi-Levi et al (dalam Ariani 2013) menyatakan manajemen rantai pasokan sebagai sebuah pendekatan yang diterapkan untuk menyatukan pemasok, pengusaha, gudang, dan tempat penyimpanan lainnya (distributor, retailer, dan pengecer) secara efisien, sehingga produk dapat dihasilkan dan distribusikan dengan jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, dan waktu yang tepat untuk menurunkan biaya dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Perusahaan yang berada dalam rantai pasok pada intinya ingin memuaskan konsumen dengan bekerja sama membuat produk yang murah, mengirimkan tepat waktu dan dengan kualitas yang bagus (Rahmasari, 2011). Dengan melakukan ukuran performansi *supply chain management*, sebagai berikut:

1. Kualitas (tingkat kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, ketepatan pengiriman).
2. Waktu (*total replenishment time, business cycle time*).
3. Biaya (*total delivered cost*, efisiensi nilai tambah).
4. Fleksibilitas (jumlah dan spesifikasi).

Widyarto, Agus (2012) mengatakan pada dasarnya konsumen mengharapkan dapat memperoleh produk yang memiliki manfaat pada tingkat harga yang dapat diterima. Untuk mewujudkan keinginan konsumen tersebut maka setiap perusahaan berusaha secara optimal untuk menggunakan seluruh asset dan kemampuan yang dimiliki untuk memberikan value terhadap konsumen. Implementasi upaya ini tentunya menimbulkan konsekuensi biaya yang berbeda di setiap perusahaan termasuk para pesaingnya. Untuk dapat menawarkan

produk yang menarik dengan tingkat harga yang bersaing, setiap perusahaan harus berusahamenekan atau mereduksi seluruh biaya tanpa mengurangi kualitas produk maupun standar yang sudah di tetapkan. Salah satu upaya untuk mereduksi biaya tersebut adalah melalui optimalisasi distribusi material dari pemasok, aliran material dalam proses produksi sampai dengan distribusi produk ke tangan konsumen. Distribusi yang optimal dalam hal ini dapat dicapai melalui penerapan konsep manajemen rantai pasok.

### **2.2.2 Komponen Utama Manajemen Rantai Pasok**

Terdapat 3 macam aliran pada manajemen rantai pasok yang harus di kelola menurut Turban Rainer dan Porter (dalam Ariani, 2013)

1. *Upstream supply chain*. Bagian *upstream* (hulu) rantai pasok meliputi aktivitas dari suatu perusahaan manufacturing dengan para penyalurnya (yang mana dapat *manufacturers, assemblers*, atau kedua-duanya) dan koneksi mereka kepada para penyalur mereka (para penyalur *second-tier*). Hubungan para penyalur dapat diperluas pada beberapa strata, semua jalan dari asal material (contohnya biji tambang, pertumbuhan tanaman). Di dalam *upstream supply chain*, aktivitas yang utama adalah pengadaan.

2. Rantai pasok internal. Bagian dari rantai pasok internal meliputi semua proses pemasukan barang ke gudang yang digunakan dalam mentransformasi masukan dari para penyalur ke dalam keluaran organisasi. Di dalam rantai pasok internal, perhatian yang utama adalah manajemen produksi, pabrikasi dan pengendalian persediaan.

3. *Downstream supply chain*. *Downstream* (hilir) *supply chain* meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan akhir. Di dalam *downstream*

*supply chain*, perhatian diarahkan pada distribusi, pergudangan transportasi dan layanan setelah penjualan.

### **2.2.3 Aktivitas dan fungsi Manajemen Rantai Pasok**

Manajemen rantai pasok memiliki beberapa aktivitas menurut Heizer dan Render (2010), menentukan : 1) transportasi ke vendor 2) pemindahan uang secara kredit dan tunai 3) para pemasok 4) bank dan distributor. 5) utang dan piutang usaha. 6) pergudangan dan tingkat persediaan 7) pemenuhan pesanan. 8) berbagi informasi pelanggan, prediksi, dan produksi. Aktivitas-aktivitas tersebut tidak lepas dari fungsi manajemen rantai pasok yang sebelumnya telah dikemukakan oleh Klapper et.,al (dalam Rahmasari, 2011). Terdapat empat fungsi manajemen rantai pasok yang ada :

- a. Perencanaan : Proses yang menyeimbangkan permintaan dan penawaran agregat untuk membangun jalan terbaik dari tindakan yang memenuhi aturan bisnis yang ditetapkan.
- b. Sumber : Proses yang melakukan pengadaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan yang direncanakan atau aktual.
- c. Membuat : Proses yang mengubah barang ke tahap penyelesaian untuk memenuhi kebutuhan yang direncanakan atau aktual.
- d. Pengiriman : Proses yang menyediakan barang jadi dan jasa, termasuk manajemen pemesanan, manajemen transportasi, dan manajemen gudang, untuk memenuhi kebutuhan yang direncanakan atau aktual.

### **2.2.4 Proses Manajemen Rantai Pasok**

Mudahnya alur informasi dan pergerakan barang yang efektif serta efisiensi yang menimbulkan kepuasan para pelanggan menjadi sebab utama untuk memaksimalkan

rantai pasok. Ariani (2013) menyatakan bahwa dalam manajemen rantai pasok terdapat beberapa perusahaan kunci yang memiliki kepentingan serupa, yaitu :

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

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

1. Chain: *Supplier*

Jaringan yang bermula dari sini, yang merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama, dimana mata rantai penyaluran barang akan dimulai. bahan pertama ini bisa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, bahan dagangan, suku cadang dan sebagainya. Sumber pertama ini dinamakan supplier.

2. Chain 1 – 2: *Supplier – Manufacturer*

Rantai pertama dihubungkan dengan rantai yang kedua, yaitu *manufaturer* yang melakukan pekerjaan membuat, memfabrikasi, meng-assembling, merakit, mengkonveksi, atau pun menyediakan barang. Hubungan dengan mata rantai yang pertama ini sudah mencapai potensi untuk melakukan penghematan. Misalnya inventories bahan baku, bahan setengah jadi, dan bahan jadi yang berada di pihak *supplier*, *manufacturer* dan tempat transit merupakan target untuk penghematan ini. Tidak jarang penghematan sebesar 40%-60% bahkan lebih, dapat diperoleh dari biaya penyimpanan persediaan di mata rantai ini.

3. Chain 1 – 2 – 3: *Supplier – Manufacturer – Distributor*

Barang jadi yang di jadikan oleh *manufacturer* sudah mulai disalurkan kepada pelanggan. Walaupun tersedia banyak cara untuk menyalurkan barang kepada pelanggan, yang umum adalah melalui distributor dan ini biasanya ditempuh oleh sebagian besar *supply chain*. Barang dari pabrik yang melalui gudangnya disalurkan ke gudang distributor atau pedagang dalam jumlah yang besar, dan pada waktunya nanti pedagang meyalurkan dalam jumlah yang lebih kecil kepada *retailer* atau pengecer.

#### 4. Chain 1 – 2 – 3 – 4 : *Supplier – Manufacturer – Distributor – Retail Outlet*

Pedagang besar biasanya memiliki fasilitas gedung sendiri atau dapat juga menyewakan dari pihak lain. Gudang ini digunakan untuk menimbun barang sebelum di salurkan kepihak pengecer. Sekali lagi disini ada kesempatan untuk memperoleh penghemematan dalam bentuk jumlah *inventories* dan biaya gudang, dengan cara melakukan desain kembali pola-pola pengiriman barang baik dari gudang *manufacturer* maupun ke toko pengecer (*retail outlet*).

#### 5. Chain 1 – 2 – 3 – 4 : *Supplier – Manufacturer – Distributor – Retail outlet – Cutomer*

Dari rak-raknya, para pengecer atau *retailer* ini menawarkan barang nya langsung kepada para pelanggan, embeli atau pengguna barang tersebut. Yang termasuk outlet adalah toko, warung toko serba ada, pasar swalayan, atau koperasi dimana konsumen melakukan pembelian. Walaupun secara fisik dapat dikatakan ini adalah mata rantai terakhir., sebetulnya masih ada satu mata rantai lagi, yaitu dari pembeli (yang medatangi *retailer outlet*) ke *real customer* dan *real user*, karena pembeli belum tentu tahu penggunaan akhir. Mata rantai *supply* baru benar-benar berhenti setelah barang yang bersangkutan tiba *di real curtomers* dan *real user*.



### 2.2.5 Pembagian Informasi

Pembagian informasi merupakan intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya untuk saling berbagi informasi kepada partner berkaitan dengan strategi – strategi bisnis bersama (Ariani, 2013). Risnandar dan Wulandari (2010) mengatakan, informasi adalah sekumpulan data yang sudah dikelompokkan, diolah, dan dikomunikasikan untuk kebutuhan yang masuk akal dan bermakna atau bermanfaat. Oleh karena itu informasi digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan yang harus diperoleh pada saat yang tepat, secara cepat, dan memiliki kualitas yang baik. Informasi merupakan dasar pelaksanaan proses rantai pasok.

Menurut Chopra dan Meindl (dalam Pujawan dan Mahendrawathi, 2010) informasi harus memiliki beberapa karakteristik agar dapat berguna dalam mengambil keputusan rantai pasok :

1. Akurat, Untuk mengambil keputusan yang baik, Informasi harus menggambarkan kondisi yang sebenarnya dan dapat dipercaya.
2. Tepat, Mempertimbangkan informasi apa saja yang sesuai dan dibutuhkan oleh perusahaan.
3. Dapat diakses pada saat dibutuhkan. Untuk dapat digunakan pada saat dibutuhkan informasi harus dapat diakses dengan baik dan benar, sehingga dapat membantu dalam mengambil keputusan.

Keberhasilan *supply chain* sangat tergantung kepada sistem informasinya, dengan adanya informasi partner bisnis dalam rantai pasok dapat diperhitungkan (Pujawan dan Mahendrawathi, 2010). Kurangnya koordinasi dari pihak-pihak yang terlibat dalam *supply chain* akan menimbulkan distorsi Informasi yang disebut dengan fenomena *bullwhip effect* (Ariani, 2013). Sedangkan *Bullwhip Effect* itu sendiri

didefinisikan oleh (Susilo dalam Fitrianto, 2016) sebagai peningkatan variabilitas permintaan yang terjadi pada setiap level supply chain sebagai akibat adanya distorsi informasi.

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

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

Penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2013) yang mengemukakan faktor anteseden yang harus diperhatikan dalam pengelolaan rantai psokan untuk menjamin kualitas informasi mencakup tiga hal utama yaitu : ketidakpastian lingkungan, fasilitator intra-organisasional dan hubungan inter-organisasional menyatakan bahwa pembagian informasi dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki efisiensi dan efektivitas rantai pasokan dan merupakan faktor yang paling penting untuk mencapai koordinasi yang efektif dalam rantai pasokan serta menjadi pengendali di sepanjang rantai pasokan. *Information sharing* menjamin tersedianya data tepat waktu sehingga data yang dimiliki dapat dibagikan disepanjang rantai pasokan, serta dapat merespon perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen lebih cepat. Kualitas informasi juga sangat di butuhkan karena informasi yang cepat tapi tidak berkualitas juga tidak dapat digunakan dan dibagikan disepanjang rantai pasokan. Oleh karena itu, pemahaman faktor-faktor yang

mempengaruhi *information sharing* dan kualitas informasi sangat di butuhkan untuk menunjang kualitas dan proses pembagian informasi. Sehingga dapat ditarik hipotesis :

### **2.2.6 Hubungan Jangka Panjang**

Arus globalisasi yang semakin berkembang, perkembangan teknologi yang cepat, dan situasi ekonomi yang tidak dapat diprediksi merupakan faktor yang mendorong munculnya suatu konsep hubungan kolaboratif jangka panjang antara pemasok dan perusahaan. Hubungan kolaboratif jangka panjang dapat diwujudkan melalui proses adaptasi yang baik dalam proses maupun produknya, meningkatkan kesesuaian satu sama lain, *sharing information*, dan mengurangi sumber-sumber ketidakpastian (Bujang, 2007).

Ariani (2013) mengungkapkan bahwa hubungan perusahaan dengan pemasok merupakan kolaborasi yang paling kuat dalam konteks *value chain* atau *supply chain*. Dalam hal ini, pemasok berperan untuk menyediakan material atau bahan input yang digunakan oleh perusahaan. Kualitas material dan kemampuan dalam pendistribusian material tersebut tergantung pada kinerja pemasok yang selanjutnya berpengaruh pada kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Beberapa keuntungan utama dari hubungan kolaboratif jangka panjang antara lain : pemasok yang sama dalam jangka panjang akan lebih mengerti tentang keinginan konsumen, perencanaan yang dirumuskan bersama dan saling tukar informasi bisnis akan mendorong adanya kesesuaian pada perencanaan selanjutnya dan strategi yang direncanakan bersama akan menghasilkan kekuatan yang dapat dijadikan *competitive advantage* dalam jangka panjang (Ariani, 2013).

Fitrianto (2016) kualitas sebuah hubungan merupakan fungsi dari beberapa elemen atau faktor-faktor tertentu di antaranya: kooperasi, kemampuan dan kinerja karyawan termasuk manajer, sumber daya fisik, kualitas, distribusi dan penentuan harga produk, pembagian informasi, pengalaman, harapan konsumen dan kepuasan.

Hubungan antara *supplier*, *customer*, dan perusahaan, harus dikelola dengan baik dan selalu ditingkatkan agar terjalin hubungan yang berkelanjutan dan *supplier* ikut bertanggungjawab terhadap kualitas produk serta agar distribusi produk dari hulu ke hilir tepat pada waktunya sampai ke pengguna akhir. Maka peningkatan hubungan yang baik dalam jangka panjang serta saling adanya kepercayaan antara perusahaan, *supplier* dan *customer* sangat diperlukan agar mencapai efisiensi dalam kinerja perusahaan (Rahmasari, 2011).

Kepercayaan dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan suatu hubungan (*relationship*). Hubungan akan tercipta dari kepercayaan yang terus berlanjut, tanpa adanya kepercayaan suatu hubungan tidak akan bertahan dalam jangka waktu yang panjang (Ariani, 2013). Unsur lain yang diperlukan di dalam suatu hubungan adalah komitmen, komitmen didefinisikan sebagai keyakinan salah satu pihak bahwa membina hubungan dengan pihak lain merupakan hal yang penting dan berpengaruh terhadap manfaat optimal yang didapat oleh kedua pihak dalam berhubungan (Ariani, 2013).

Pada prinsipnya tujuan akhir yang ingin di capai dalam pengelolaan hubungan jangka panjang adalah profitabilitas perusahaan yang di peroleh melalui hubungan terus menerus serta saling menguntungkan sehingga terciptanya hubungan jangka

panjang yang konsisten dan berkesinambungan (Ariani, 2013). Dari uraian di atas dapat ditarik hipotesis yaitu :

### **2.2.7 Kerjasama**

Ariani (2013) mengatakan, Kerjasama (*cooperation*) merupakan salah satu alternatif yang terbaik dalam melakukan manajemen supply chain yang optimal. Alasannya karena diantara organisasi atau perusahaan yang berada pada jaringan supply chain management, sudah pasti memerlukan sistem informasi yang akurat, dan lancar serta memerlukan kepercayaan antara peserta pengadaan barang dan jasa. Semua itu tidak akan bisa tercapai tanpa adanya kerjasama yang baik.

Ada beberapa prinsip kerjasama yang perlu dipegang teguh dan dikembangkan terus menerus, yaitu:

- a) Meyakini memiliki tujuan yang sama
- b) Saling menguntungkan
- c) Saling percaya
- d) Bersikap terbuka
- e) Menjalin hubungan jangka panjang
- f) Terus-menerus melakukan perbaikan dalam biaya dan mutu barang/jasa.

Kerjasama merupakan sebuah situasi yang ditandai ketika beberapa pihak bekerja bersama-sama untuk meraih tujuan yang menguntungkan bersama. Kerjasama yang efektif adalah suatu keinginan untuk mengembangkan hubungan yang akan menghasilkan trust dan komitmen. Para pemasok dan perusahaan perlu mengetahui

bagaimana kerjasama dikembangkan dan mempertahankannya untuk menjalani hubungan kolaboratif jangka panjang yang memuaskan. Aktivitas yang kooperatif merupakan alat utama bagi setiap perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan outcomes (Ariani, 2013). Pentingnya kerjasama pemasok dengan perusahaan yang dibina dengan baik semakin disadari perusahaan, tidak hanya untuk kepentingan dalam jangka pendek tetapi juga untuk jangka panjang. Perusahaan dapat memperoleh banyak keuntungan dari kerjasama jangka panjang. Hal ini dirasakan dalam kondisi ketika perusahaan membutuhkan kiriman bahan baku untuk kebutuhan mendesak, pemasok dapat segera memenuhi permintaan tersebut, karena hubungan yang telah terbina dengan baik selama ini. Hubungan baik pemasok dengan perusahaan juga akan memberikan keuntungan pada ongkos pengiriman yang stabil, sehingga dapat mengurangi biaya secara lebih efisien (Fitrianto, 2016).

Untuk mendapatkan kinerja yang baik melalui sebuah kerjasama, hubungan yang baik antara kedua belah pihak mutlak diperlukan, kualitas hubungan dapat diukur dengan mengadopsi dimensi-dimensi pengukuran yang digunakan oleh Johnson dalam Fitrianto (2016) yaitu kepercayaan (*trust*) dan kejujuran (*fairness*) sebagai dimensi-dimensi penyusun kualitas suatu hubungan kerjasama. Ketika sebuah perusahaan percaya dengan mitra kerjasamanya dan benar-benar memperlakukan mitra tersebut dengan adil, perusahaan tersebut akan memandang lebih hubungan tersebut sebagai asset strategik dan alat strategik yang akan memperkuat kemampuan bersaing perusahaan (Fitrianto, 2016).

Adanya kerjasama dengan pemasok yang dapat diandalkan diharapkan akan menghasilkan pengertian dan pemahaman yang baik akan kebutuhan dan keperluan masing-masing pihak (Ariani, 2016). Dari paparan di atas dapat ditarik hipotesis.

### **2.2.8 Proses Integrasi**

Suatu integrasi harus dapat dicapai bagi organisasi atau perusahaan yang berada pada jaringan manajemen rantai pasok dan seluruh mata rantai pengadaan barang. Tujuan dari manajemen rantai pasok adalah untuk mengintegrasikan proses bisnis utama perusahaan mulai dari hubungan ke hulu (*upstreams*) dan ke hilir (*downstreams*) bahkan sampai ke pengguna akhir, melalui penyediaan produk, jasa dan informasi yang memberikan nilai tambah bagi konsumen dan *stakeholder* lainnya (Fitrianto, 2016).

Integrasi merupakan penggabungan bagian-bagian atau aktivitas-aktivitas hingga membentuk keseluruhan, integrasi dapat meningkatkan hubungan disetiap rantai nilai, memfasilitasi pengambilan keputusan, memungkinkan terjadinya penciptaan nilai dan proses transfer dari *supplier* sampai ke pelanggan akhir untuk mengoperasikan aliran informasi, pengetahuan, peralatan, dan asset fisik (Ariani, 2013). Integrasi dalam rantai pasok menunjukkan sebuah proses kerjasama yang kompleks antara perusahaan dengan pemasok dan pembeli yang mana bila dikelola akan dapat meningkatkan efisiensi dalam operasi perusahaan dan lebih jauh dapat meningkatkan profit perusahaan serta memberikan kepuasan bagi semua pihak (Fitrianto, 2016).

Ada beberapa tahapan untuk mencapai suatu sistem SCM yang terintegrasi, dalam pengembangan dari manajemen logistik ke manajemen rantai pasok menurut Ariani (2013), terdiri dari beberapa tahapan yaitu :

#### 1) Tahap 1 : Dasar

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

#### 2) Tahap 2 : Fungsional integrasi

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

#### 3) Tahap 3 : Integrasi secara internal

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

#### 4) Tahap 4 : Integrasi secara eksternal

Merupakan tahap akhir dan tahap sebenarnya dari supply chain integration, karena tahap ini melanjutkan dari tahap perencanaan dan pengawasan (internal integration), yaitu ke hulu (upstreams) dan ke hilir (downstreams), sampai ke pelanggan. Pola integrasi *supply chain* perusahaan mencerminkan fokus operasional perusahaan dalam bersaing di dunia bisnis. Dalam melakukan pengintegrasian perusahaan



dihadapkan pilihan kearah mana pola integrasi rantai pasoknya, apakah condong ke internal atau eksternal (kearah pemasok, konsumen, atau kedua duanya (Ariani, 2013).

Empat jenis integrasi yang diperkenalkan oleh Noord (dikutip Becker dkk dan Hamidin, Surendro 2010) yaitu :

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

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

### **2.2.9 Kinerja Operasional**

Untuk mengetahui standarisasi pencapaian yang diperoleh organisasi yang sesuai dengan visi dan misi yang dianut, maka perlu adanya kinerja yang memuaskan. *“Performance is: (1) the process or manner of performing, (2) a notable action or achievement, (3) the performing of a play or other entertainment”* (Goyal dalam Rahmasari, 2011). Ariani (2013) menjelaskan bahwa kinerja perusahaan adalah sesuatu yang dihasilkan perusahaan dalam masa periode tertentu dengan merujuk pada standar yang telah ditentukan. Kinerja perusahaan merupakan hasil yang dapat diukur dan ditentukan dengan menunjukkan kondisi empirik perusahaan dari berbagai ukuran yang ditetapkan. Kinerja usaha merujuk pada seberapa banyak perusahaan berorientasi pada pasar serta tujuan keuntungan.

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

### **2.2.10 Penilaian Kinerja Operasional**

Kinerja operasional perusahaan dapat diukur berdasarkan standar tertentu. Mukti, et.al., (2013) menjabarkan bahwa kinerja operasional meliputi tingkat produktivitas, tingkat kesalahan produk, biaya jaminan atau garansi, biaya kualitas dan tingkat penyampaian produk ketangan konsumen tepat waktu. Untuk mencapai hal

tersebut, perlu adanya sistem performance appraisal yang baik, meliputi : (1) aktivitas organisasi dan menekankan peningkatan perspektif konsumen. (2) menilai setiap kegiatan dengan menggunakan alat ukur kinerja berorientasi pada pelanggan. (3) mempertimbangkan semua aspek kinerja secara menyeluruh yang dapat mempengaruhi konsumen. (4) menyediakan informasi feed back guna membantu semua anggota organisasi untuk mengenali permasalahan dan peluang agar dapat melakukan perbaikan secara terus menerus. (Rahadi, 2012)

### **2.3 Hubungan antara Rantai Pasok dengan Kinerja Operasional**

Supply chain management mempunyai hubungan secara langsung dan tidak langsung terhadap kinerja operasional. Manajemen rantai pasokan yang sehat mampu menjadi kinerja operasional menjadi lebih baik. Pengimplementasian supply chain management yang terintegrasi dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanan terhadap pelanggan. Apabila kinerja manajemen rantai pasokan turun, maka kinerja operasional akan mengalami hal yang sama penurunan. Menurut Rahadi (2012) bahwa supply chain management memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Dibutuhkan prioritas kompetensi operasional untuk membangun supply chain management yang baik dengan dukungan sumber daya dan strategi relational.

### **2.4 Kerangka Pemikiran**

Supply chain management (manajemen rantai pasokan) adalah integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, perubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan (Heizer dan Render, 2010). Ariani (2013) menyatakan manajemen rantai pasokan sebagai sebuah pendekatan yang diterapkan

untuk menyatukan pemasok, pengusaha, gudang, dan tempat penyimpanan lainnya (distributor, retailer, dan pengecer) secara efisien, sehingga produk dapat dihasilkan dan distribusikan dengan jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, dan waktu yang tepat untuk menurunkan biaya dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

### **1) Pembagian Informasi terhadap Kinerja Operasional Perusahaan**

Pembagian Informasi merupakan intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya untuk saling berbagi informasi kepada partner berkaitan dengan strategi – strategi bisnis bersama (Ariani, 2013). Gambaran dari variabel ini dapat diukur dari unsur utama information sharing yaitu, pembagian informasi yang kontinyu secara efisien mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja. Pembagian informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan (Ariani, 2013)

### **2) Hubungan Jangka Panjang terhadap Kinerja Operasional Perusahaan**

Hubungan jangka panjang merupakan kolaborasi yang kuat dalam konteks value chain atau supply chain melalui hubungan antara perusahaan dan pemasok (Rahmasari, 2011). Hubungan kerjasama jangka panjang antara Careffour dan karyawan dalam lingkup dapat diukur dari komunikasi, loyalitas, dan kepercayaan. Hubungan jangka panjang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan (Rahmasari, 2011)

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

Kerjasama merupakan tindakan-tindakan yang dikoordiasikan secara sama atau komplementer yang dilakukan oleh perusahaan dalam hubungan kolaboratif dan saling ketergantungan untuk mencapai hasil bersama atau hasil tunggal dalam resiprokasi yang

diharapkan terus menerus (Fitrianto, 2016). Gambaran dari variabel ini dapat diukur dari unsur utama cooperation adalah berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan, kerjasama ditetapkan berdasarkan kondisi yang obyektif, meningkatkan hubungan berkelanjutan (Madepunggeng, 2017). Kerjasama menimbulkan dampak positif menyebabkan meningkatnya kinerja perusahaan (Madepunggeng, 2017).

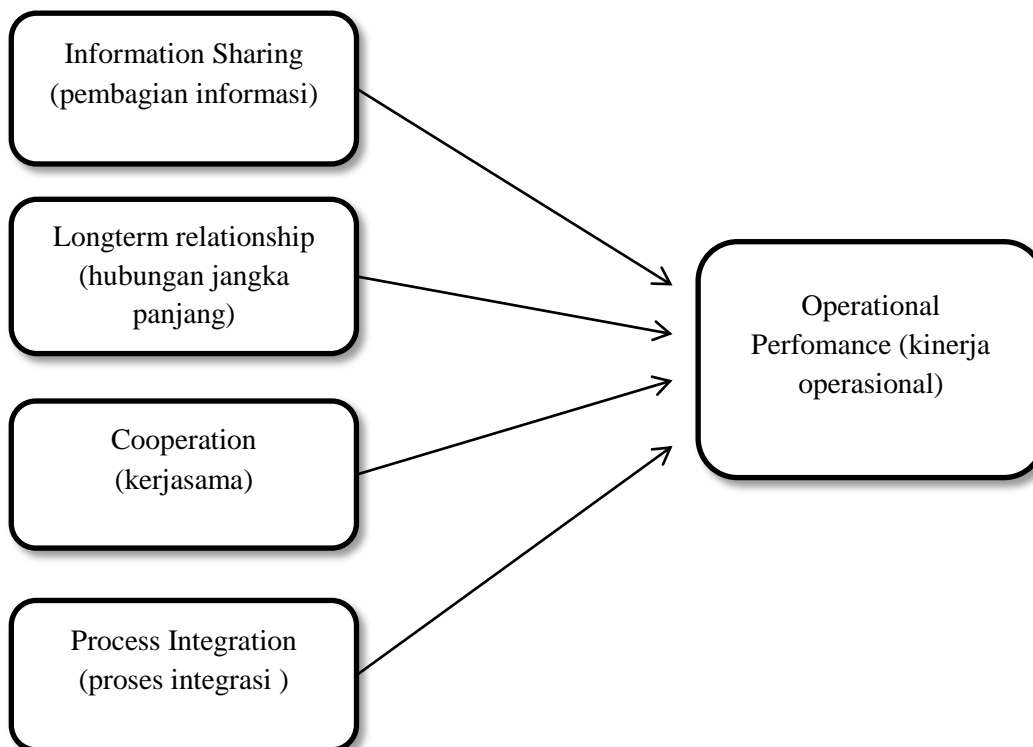
#### **4) Proses Integrasi terhadap Kinerja Operasional Perusahaan**

Menurut Fitrianto (2016) menyatakan proses kerjasama yang kompleks antara perusahaan dengan pemasok dan pembeli yang mana bila dikelola akan dapat meningkatkan efisiensi dalam operasi perusahaan dan lebih jauh dapat meningkatkan pendapatan perusahaan serta semua pihak merasakan kepuasan. Prosedur pembauran koperasi yang bertautan secara menyeluruh dalam konteks aktifitas logistik pemasok hingga *end user* atau pelanggan Careffour. Gambaran dari variabel ini dapat diukur dari distribusi, inventory, transportasi, dan material flow. Proses integrasi berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan (Fitrianto, 2016)

Berdasarkan uraian telaah pustaka dan penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran yang dikembangkan dalam penelitian ini digambarkan dalam sebuah bagan sebagai berikut :

Gambar 2.1

## Kerangka Pemikiran



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian yang dilakukan penulis dilaksanakan diwilayah Yogyakarta, mengingat bahwa Careffour berada di Yogyakarta dan ditengah kebutuhan masyarakat yang tinggi sehingga lokasi dianggap sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

##### **3.1.1 Profil Perusahaan**

Carrefour di Indonesia hadir sejak tahun 1996 dengan membuka gerai pertama di Cempaka Putih pada bulan Oktober 1998. Pada saat yang sama, Continent, sebagai perusahaan ritel Prancis, membuka gerai pertamanya di Pasar Festival. Pada tahun 1999, Carrefour dan Promodes (sebagai pemegang saham utama dari Continent) menggabungkan semua kegiatan usaha ritel di seluruh dunia dengan nama Carrefour. Hal tersebut menjadikan Carrefour sebagai ritel terbesar kedua di dunia. Sebagai bagian dari perusahaan global, PT. Carrefour Indonesia berusaha untuk memberikan standar pelayanan kelas dunia dalam industri ritel Indonesia. Carrefour Indonesia memperkenalkan konsep hipermarket dan menyediakan alternatif belanja baru di Indonesia bagi pelanggan Carrefour Indonesia. Carrefour menawarkan konsep “One-Stop Shopping” yang menawarkan tempat pilihan dengan produk yang beragam, harga murah, dan juga memberikan pelayanan terbaik sehingga melebihi harapan pelanggan.

Saat ini, Carrefour sudah beroperasi di 84 gerai dan tersebar di 28 kota/kabupaten di Indonesia. 72 juta pelanggan telah mengunjungi Carrefour pada tahun

2010, naik dari 62 juta pelanggan pada tahun sebelumnya. Dalam menunjang jumlah pelanggan maka Carrefour sendiri menawarkan lebih dari 40.000 produk.

### **3.1.2 Visi, Misi, Tujuan, Strategi, Nilai dan Slogan**

#### **1. Visi**

Dikenal dan dicintai karena membantu pelanggan dan konsumen menikmati kualitas hidup yang lebih baik setiap hari.

#### **2. Misi**

Menjadi ritel pilihan di Indonesia pada 2012

#### **3. Tujuan**

Carrefour memberi Indonesia akses untuk kehidupan yang lebih baik

#### **4. Strategi :**

- a. Brand equity
- b. Pertumbuhan
- c. Transformasi

#### **5. Nilai :**

- a. Berkomitmen
- b. Peduli
- c. Positif



## **6. Slogan**

Untuk Hidup Yang Lebih Baik

### **3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

#### **3.2.1 Variabel Penelitian**

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

##### **1. Pembagian Informasi**

Yaitu Informasi Sharing merupakan intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya untuk saling berbagi informasi kepada partner berkaitan dengan strategi –strategi bisnis bersama (Ariani, 2013). Gambaran dari variabel ini dapat diukur dari unsur utama information sharing yaitu, pembagian informasi yang kontinyu secara efisien mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja.

##### **2. Hubungan Jangka Panjang**

Yaitu Longterm relationship merupakan kolaborasi yang kuat dalam konteks value chain atau supply chain melalui hubungan antara perusahaan dan pemasok (Ariani, 2013). Hubungan kerjasama jangka panjang antara Careffour dan karyawan dalam lingkup dapat diukur dari komunikasi, loyalitas, dan kepercayaan.

### **3. Kerjasama**

Tindakan-tindakan yang dikoordiasikan secara sama atau komplementer yang dilakukan oleh perusahaan dalam hubungan kolaboratif dan saling ketergantungan untuk mencapai hasil bersama atau hasil tunggal dalam resiprositas yang diharapkan terus menerus (Ariani, 2013). Gambaran dari variabel ini dapat diukur dari unsur utama cooperation adalah berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan, kerjasama ditetapkan berdasarkan kondisi yang obyektif, meningkat hubungan berkelanjutan (Ariani, 2013)

### **4. Proses Integrasi**

Menurut Fitrianto (2016) menyatakan proses kerjasama yang kompleks antara perusahaan dengan pemasok dan pembeli yang mana bila dikelola akan dapat meningkatkan efisiensi dalam operasi perusahaan dan lebih jauh dapat meningkatkan pendapatan perusahaan serta semua pihak merasakan kepuasan. Prosedur pembauran koperasi yang bertautan secara menyeluruh dalam konteks aktifitas logistik pemasok hingga *end user* atau pelanggan Carefour. Gambaran dari variabel ini dapat diukur dari distribusi, inventory, transportasi, dan material flow.

### **5. Kinerja Operasional**

Menurut Moh Pabundu Tika (2010) merupakan hasil dari fungsi-fungsi pekerjaan atau kegiatan yang ada dalam perusahaan yang dipengaruhi faktor intern dan ekstern organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan selama periode waktu tertentu. Gambaran variabel kinerja operasional dalam

penelitian ini mengambil dua aspek dari pendekatan balanced scorecard, yaitu perspektif proses bisnis internal dan prespektif pelanggan seperti ketersediaan barang, biaya persediaan, pembelian kembali, kualitas barang, tingkat complain, dan kepuasan pelanggan.

### **3.2.2 Skala Pengukuran variabel**

Dalam mengumpulkan informasi penulis menggunakan alat bantu berupa kuisioner, dimana terdapat pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh konsumen, perhitungan yang digunakan dengan menggunakan skala Likert yang digunakan dalam menilai jawaban responden, terdapat lima tingkat dengan keterangan pemberian bobot sebagai berikut:

Bobot 5 : Sangat Setuju

Bobot 4 : Setuju

Bobot 3 : Cukup

Bobot 2 : Tidak Setuju

Bobot 1 : Sangat tidak setuju

## **3.3 Jenis dan Teknik pengumpulan Data**

### **3.3.1 Jenis Data**

Dalam melakukan penelitian, data merupakan salah satu penentu keberhasilan pengukuran manajemen rantai pasok, data tersebut digunakan untuk alat analisis dimana dapat sebagai pengukuran seberapa baik *supply chain* dalam kinerja operasional. Agar informasi data dapat akurat tentu peneliti harus

menentukan cara yang tepat mulai dari proses pengumpulan informasi, identifikasi, setelah data terkumpul kemudian dianalisis. Data-data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer dan data sekunder.

### **1. Data primer**

Data primer adalah data pokok yang diperoleh langsung dari responden. Dimana data responden digunakan untuk mengetahui tanggapan seberapa baik supply chain Careffour yang dilihat dari *information sharing* (pembagian informasi), *Longterm Reliationship* (hubungan jangka panjang), *Cooperation* (kerjasama), *Process Integration* (proses integrasi). Dalam mendapatkan sumber data penulis melakukan pengumpulan informasi dengan membagikan kuisisioner yang berisikan pertanyaan kepada karyawan.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang bersifat tambahan yang diperolehnya tidak secara langsung dan digunakan untuk memperkuat data primer. Data sekunder yang digunakan oleh penulis berupa laporan data karyawan yang diperoleh dari Manajer Gudang Careffour yang ada hubungan dengan judul penelitian.

## **3.3.2 Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Kuisisioner**

Metode pengumpulan data dalam penelitian salah satunya menggunakan kuisisioner. Dimana harapannya data yang diperoleh oleh peneliti dapat akurat sehingga pengukuran dapat sesuai dengan tujuan peneliti. Penulis menggunakan

skala Likert dalam menilai jawaban responden, dengan perhitungan bobot 5 untuk sangat setuju, bobot 4 untuk setuju, bobot 3 untuk cukup, bobot 2 untuk tidak setuju, dan bobot 1 untuk sangat tidak setuju.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2007:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah karyawan Carrefour yang berjumlah kurang lebih 30 karyawan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2007:62). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Carrefour di Yogyakarta yang berjumlah kurang lebih 30 karyawan yang ada di Yogyakarta.

Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan sampling jenuh atau sensus. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel jika semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2007:68). Alasan peneliti menggunakan teknik sensus adalah karena populasi karyawan di gudang Carrefour tidak terlalu besar hanya sekitar 30 karyawan dan jumlah karyawan tersebut terbilang kecil untuk sebuah penelitian

sehingga peneliti mengambil seluruh populasi karyawan menjadi sampel dalam penelitian ini.

### 3.5 Uji instrumen Penelitian

#### 3.5.1 Uji Validitas

Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya (Saiffudin Azwar, 2000). Langkah selanjutnya adalah Indikator dihitung dengan menggunakan bantuan software SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Kemudian indikator dinyatakan valid apabila menghasilkan nilai Corrected Item Total Correlation yakni diatas 0.3 (Solimun, 2002). Adapun rumus m validitas adalah:

$$R_i = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N(\sum X)^2\} \{N(\sum Y)^2\} - \{(\sum X)^2\}}}$$

Dimana:

$R_i$  = validitas

N = jumlah populasi

X = total skor butir butir pertanyaan percobaan pertama

Y = total skor butir-butir pertanyaan percobaan kedua

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah suatu indek yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu penelitian pengukur dapat dipercaya (Antok Widayat, 2015 dalam Azwar, 2000). Indikator dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) di atas 0,6 (Nunnally, 1967 dalam Ghazali, 2005:42). Adapun rumus Alpha Cronbach adalah:

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

Dimana:

$\alpha$  = koefisien alpha cronbach

k = jumlah butir pertanyaan dalam skala

r = rata-rata korelasi diantara butir pertanyaan

### 3.6 Metode Analisis Data

Analisis data kuantitatif adalah analisa yang menggunakan angka-angka dan perhitungan statistik deskriptif untuk menghasilkan gambaran secara jelas mengenai suatu peristiwa atau keadaan, Uji yang digunakan adalah sebagai berikut :

### 3.6.1 Analisis Regresi

#### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini, maka digunakan analisis linier berganda. Analisis linier berganda digunakan karena variabel independen penelitian ini lebih dari dua variabel.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen, yaitu : *information sharing* (X1), *longterm relationship* (X2), *cooperation* (X3), *process integration* (X4) terhadap kinerja operasional (Y).

Rumusan matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

Y = Kinerja Operasional

A = constanta

$b_1$  = koefisiensi regresi antara informasi sharing dengan kinerja operasional

$b_2$  = koefisien regresi antara longterm relationship dengan kinerja operasional

$b_3$  = koefisien regresi antara cooperation dengan kinerja operasional

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

$X_1$  = variabel pembagian informasi



$X_2$  = variabel hubungan jangka panjang

$X_3$  = variabel kerjasama

$X_4$  = variabel proses integrasi

## 2. Koefisien Determinasi

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

## 3. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen terhadap independen secara bersama-sama. Uji F digunakan untuk membuktikan hipotesis, adapun langkah-langkahnya yaitu:

- a. Merumuskan hipotesis operasional, yaitu  $H_a$

$H_a$  : Ada pengaruh dari unsur-unsur *supply chain management* terhadap kinerja operasional Careffour

- b. Menetapkan taraf signifikansi ( $\alpha$ ), yaitu  $\alpha = 5\%$  atau 0,05
- c. Membuat kesimpulan

1. Jika  $p > \alpha = H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya ada pengaruh tetapi tidak signifikan dari unsur-unsur *supply chain management* terhadap kinerja operasional secara simultan.
  2. Jika  $p \leq \alpha = H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh signifikan dari unsur-unsur *supply chain management* terhadap kinerja operasional secara simultan.
- d. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) pada program SPSS 20.

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

Uji T dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Adapun langkah-langkahnya yaitu :

- a. Menentukan formula hipotesis
- b. Menentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) dan t tabel
- c. menentukan kriteria pengujian
  1. Jika  $p > \alpha = H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya ada pengaruh tetapi tidak signifikan dari pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi terhadap kinerja operasional secara parsial.

2. Jika  $p \leq \alpha = H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh signifikan dari pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi terhadap kinerja operasional secara parsial.

d. Menentukan nilai uji statistik

e. Membuat kesimpulan

### 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Multikolonieritas

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

1. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90). maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.
3. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) variance inflation factor (VIF).

Salah satu rumus untuk mendeteksi adanya multikolonieritas yaitu:

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

Keterangan:

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

n = jumlah observasi (data)

k = jumlah variabel independen termasuk konstanta

Jika nilai F hitung > F tabel, berarti variabel independen berkorelasi dengan variabel independen lainnya dan ini menunjukkan adanya multikolonieritas.

## 2. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik ( statistik inferensial). Hasil pada pengujian menghasilkan asymptotic significance lebih besar dari 0,05.

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusi normal atau tidak. Apabila data terdistribusi normal maka menggunakan statistik parametrik, sedangkan jika data terdistribusi tidak normal maka menggunakan statistik non parametrik. Data yang terdistribusi normal dapat memperkecil kemungkinan terjadinya bias. Pengujian normalitas data dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2005).

Analisis statisik adalah salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat

nilai kurtosis dan skewness dari residual. Nilai z statistik untuk skewness dapat dihitung dengan rumus:

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

Sedangkan nilai z kurtosis dapat dihitung dengan rumus:

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

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Jika varians sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastitas, sedangkan jika varians tidak sama dikatakan terjadi heteroskedastitas (Situmorang, 2010:95). Uji heteroskedastitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan grafik dan statistik melalui uji *glejser* dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%.

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui keadaan di mana seluruh faktor pengguna tidak memiliki varians yang sama untuk seluruh pengamatan atas seluruh independen. Heteroskedastisitas berarti penyebaran titik data populasi pada bidang regresi tidak konstan (Ghozali, 2005).

Ada beberapa uji statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, salah satunya adalah Uji Park. Park mengemukakan metode bahwa  $\text{variance } (s^2)$  merupakan fungsi dari variabel-variabel independen yang dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

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

Persamaan ini dijadikan linear dalam bentuk persamaan logaritma sehingga menjadi:

$$\mathbf{Ln \sigma^2_i = \alpha + \beta LnX_i + v_i}$$

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

$$\mathbf{LnU^2_i = \alpha + \beta LnX_i + v_i}$$

## BAB IV

### ANALISIS DATA

#### 4.1 Uji Kualitas Data

##### 4.1.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kecermatan instrumen penelitian sehingga instrumen tersebut dapat mengukur sesuai fungsi yang diharapkan. Ketepatan instrumen penelitian dapat dilihat dari tingginya nilai validitas instrumen. Uji validitas menggunakan uji statistik korelasi pearson dan menggunakan program SPSS versi 21.

Tabel 4.1 menunjukkan hasil uji validitas dari masing-masing instrumen penelitian.

**Tabel 4.1**

#### Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian

Pernyataan	$R_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Pembagian Informasi</b>			
X1.1	0,888	0,374	Valid
X1.2	0,930	0,374	Valid
X1.3	0,833	0,374	Valid
X1.4	0,905	0,374	Valid
<b>Hubungan Jangka Panjang</b>			
X2.1	0,843	0,374	Valid
X2.2	0,895	0,374	Valid

X2.3	0,840	0,374	Valid
<b>Kerjasama</b>			
X3.1	0,930	0,374	Valid
X3.2	0,855	0,374	Valid
X3.3	0,888	0,374	Valid
<b>Proses Integrasi</b>			
X4.1	0,935	0,374	Valid
X4.2	0,916	0,374	Valid
X4.3	0,903	0,374	Valid
<b>Kinerja Operasional</b>			
Y1	0,656	0,374	Valid
Y2	0,772	0,374	Valid
Y3	0,851	0,374	Valid
Y4	0,779	0,374	Valid
Y5	0,775	0,374	Valid
Y6	0,696	0,374	Valid
Y7	0,872	0,374	Valid
Y8	0,787	0,374	Valid
Y9	0,842	0,374	Valid
Y10	0,816	0,374	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Kriteria pengambilan keputusan uji validitas adalah apabila nilai  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif, maka instrumen dinyatakan valid. Nilai  $r_{tabel}$  dihasilkan dengan cara



menggunakan rumus derajat kebebasan/*degree of freedom* ( $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$ ), pada tingkat kepercayaan 95% dan  $\alpha = 5$  persen dihasilkan nilai  $r_{tabel}$  0,374. Pada Tabel 4.1 nilai  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan pertanyaan dalam kuesioner dalam penelitian ini adalah valid.

#### 4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Untuk menilai konsistensi dan kehandalan instrumen penelitian maka digunakan uji reliabilitas. Uji reliabilitas menggunakan Uji Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$ .

Tabel 4.2 menunjukkan hasil uji reliabilitas.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Crobach	Nilai Kritis	Keterangan
Pembagian Informasi	0.920	0.6	Reliabel
Hubungan jangka panjang	0.823	0.6	Reliabel
Kerjasama	0.866	0.6	Reliabel
Proses Integrasi	0,907	0.6	Reliabel
Kinerja Operasional	0.927	0.6	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.2 nilai nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$  dari seluruh variabel. Hasil ini menunjukkan seluruh indikator dalam kuesioner penelitian ini dapat disimpulkan handal atau reliabel.

## 4.2 Analisis Deskriptif

Dalam analisis ini akan dibahas mengenai deskripsi responden penelitian dan deskripsi variabel penelitian.

### 4.2.1 Deskripsi Responden Penelitian

Deskripsi responden penelitian adalah membahas mengenai karakteristik responden. Karakteristik responden yang akan dianalisis adalah jenis kelamin umur, pendidikan dan masa kerja.

#### 1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.3 menunjukkan jenis kelamin responden penelitian. Hasil analisis dibawah deskripsi responden mayoritas responden adalah laki-laki sebesar 30 responden atau 100% sedangkan responden perempuan tidak ada.

**Tabel 4.3**

#### Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	30	100%
Perempuan	0	0%
<b>Total</b>	30	100%

Sumber : Data Primer, 2018

#### 2. Umur Responden

Tabel 4.4 menunjukkan umur responden penelitian dibawah mayoritas usia responden adalah 31-35 tahun sebesar 9 responden atau 30%. Kemudian responden dengan usia 36-40 tahun sebesar 7 responden atau 23,3%, usia 26-30 tahun sebesar 6

responden atau 20%, usia 41-45 tahun dan 21-25 tahun masing-masing sebesar 4 responden atau 13,4%.

**Tabel 4.4**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Umur</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
21-25 tahun	4	13,3%
26-30 tahun	6	20%
31-35 tahun	9	30%
36-40 tahun	7	23,4%
41-45 tahun	4	13,3%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer, 2018

### 3. Pendidikan Responden

Tabel 4.5 menunjukkan pendidikan responden penelitian dibawah mayoritas pendidikan responden adalah SMA sederajat sebesar 23 responden atau 76,6%. Kemudian responden dengan dengan pendidikan D1-D3 sebesar 7 responden atau 23,3%.

**Tabel 4.5**

**Pendidikan Responden**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
D1-D3	7	23,3%
SMA	23	76,6%

Total	30	100%
-------	----	------

Sumber : Data Primer, 2018

#### 4. Masa Kerja Responden

Tabel 4.6 dibawah menunjukkan masa kerja responden adalah 6-8 tahun tahun sebesar 7 responden atau 23,3%. Kemudian responden dengan masa kerja 8-11 tahun, 12-14 tahun dan > 14 tahun masing-masing sebesar 6 responden atau 20%, masa kerja 3-5 tahun sebesar 5 responden atau 16,6%, dan masa kerja < 2 tahun tahun sebesar 3 responden atau 10%.

**Tabel 4.6**

#### Masa Kerja Responden

Masa Kerja	Jumlah	Persentase
< 2 tahun	3	10%
3-5 tahun	5	16,6%
6-8 tahun	7	23,3%
9-11 tahun	6	20 %
12-14 tahun	6	20 %
>14 tahun	6	20%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber : Data Primer, 2018

#### 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Nilai rata-rata variabel digunakan untuk mendeskripsikan jawaban variabel penelitian. Penilaian interval dari rata-rata jawaban responden menggunakan nilai minimum dan nilai maksimum.

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

$$\text{Interval} = \frac{\text{Maksimum} - \text{minimum}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

No	Interval	Kategori
1	Nilai rata- rata 1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
2	Nilai rata- rata 1,81 – 2,60	Tidak Baik
3	Nilai rata- rata 2,61 – 3,40	Cukup
4	Nilai rata- rata 3,41 – 4,20	Baik
5	Nilai rata- rata 4,21 – 5,00	Sangat Baik

### 1. Pembagian Informasi

Tabel 4.7 dibawah menunjukkan hasil analisis deskriptif variabel pembagian informasi. Secara keseluruhan responden menyatakan baik pada variabel pembagian informasi dengan rata-rata sebesar 3,85 (3,61-4,20). Pendapat tertinggi terjadi pada item Careffour membagi informasi kepada karyawan mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja dengan skor rata-rata sebesar 3,93 dalam kategori baik dan pendapat terendah terjadi pada item pengiriman informasi mengenai permintaan barang dapat dilakukan dengan mudah dengan skor rata-rata 3,80.

Tabel 4.7

**Pembagian Informasi(X<sub>1</sub>)**

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Careffour membagi informasi kepada karyawan mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja	3,93	Baik
2	Carrefour bertukar informasi kepada karyawan gudang secara berkesinambungan baik formal maupun non formal	3,83	Baik
3	Informasi mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja dapat membantu semua pihak.	3,83	Baik
4	Pengiriman informasi mengenai permintaan barang dapat dilakukan dengan mudah	3,80	Baik
	Mean Total	3,85	Baik

Sumber : Data Diolah, 2018

**2. Hubungan jangka Panjang**

Tabel 4.8 dibawah ini menunjukkan hasil analisis deskriptif variabel hubungan jangka panjang. Secara keseluruhan responden menyatakan baik pada variabel hubungan jangka panjang dengan rata-rata sebesar 3,83 (3,61-4,20). Pendapat tertinggi terjadi pada item Careffour menjalin hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok dengan skor rata-rata sebesar 3,93 dalam kategori baik dan Pendapat terendah

terjadi pada item Kerjasama jangka panjang menjadi dasar hubungan antara Careffour dengan pemasok dengan skor rata-rata 3,77.

**Tabel 4.8**  
**Hubungan jangka Panjang(X<sub>1</sub>)**

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Careffour menjalin hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok	3,93	Baik
2	Hubungan proyek jangka panjang menjadi dasar hubungan antara Careffour dengan pemasok	3,80	Baik
3	Kerjasama jangka panjang menjadi dasar hubungan antara Careffour dengan pemasok	3,77	Baik
	Mean Total	3,83	Baik

Sumber : Data Diolah, 2018

### 3. Kerjasama

Tabel 4.9 dibawah ini menunjukkan hasil analisis deskriptif variabel hubungan jangka panjang. Secara keseluruhan responden menyatakan baik pada variabel kerjasama dengan rata-rata sebesar 3,82 (3,61-4,20). Pendapat tertinggi terjadi pada item Carrefour dan karyawan bekerjasama dalam melakukan perencanaan dan peramalan penjualan dengan skor rata-rata sebesar 3,90 dalam kategori baik dan Pendapat terendah terjadi pada item Kerjasama antara Carrefour dan karyawan dapat meningkatkan hubungan berkelanjutan dengan skor rata-rata 3,77.

**Tabel 4.9**  
**Kerjasama(X<sub>3</sub>)**

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Carrefour bekerjasama dalam melakukan perencanaan dan peramalan penjualan	3,90	Baik
2	Kerjasama Careffour ditetapkan berdasarkan kondisi yang objektif	3,80	Baik
3	Kerjasama Carrefour dapat meningkatkan hubungan berkelanjutan	3,77	Baik
	Mean Total	3,82	Baik

Sumber : Data Diolah, 2018

#### 4. Proses Integrasi

Tabel 4.10 dibawah ini menunjukkan hasil analisis deskriptif variabel proses integrasi. Secara keseluruhan responden menyatakan baik pada variabel proses intergasi dengan rata-rata sebesar 3,90 (3,61-4,20). Pendapat tertinggi terjadi pada item proses transportasi distribusi, gudang, dan proses transportasi dari Careffour terintegrasi dengan karyawan dengan skor rata-rata sebesar 3,97 dalam kategori baik dan Pendapat terendah terjadi pada item Aktifitas logistic Careffour memiliki integrasi yang baik dengan karyawan dengan skor rata-rata 3,90.



**Tabel 4.10**  
**Proses Integrasi(X<sub>4</sub>)**

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Aktivitas logistik merupakan aktifitas yang terkoordinasi oleh Careffour	3,83	Baik
2	Aktivitas logistic Careffour memiliki integrasi yang baik	3,90	Baik
3	Proses transportasi distribusi, gudang, dan proses transportasi dari Careffour terintegrasi	3,97	Baik
	Mean Total	3,90	Baik

Sumber : Data Diolah, 2018.

### 5. Variabel Kinerja Operasional

Tabel 4.11 dibawah ini menunjukkan hasil analisis deskriptif variabel kinerja operasional. Secara keseluruhan responden menyatakan baik pada variabel kinerja operasional dengan rata-rata sebesar 3,68 (3,61-4,20). Pendapat tertinggi terjadi pada item kualitas barang dari distributor baik dengan skor rata-rata sebesar 4,27 dalam kategori baik dan Pendapat terendah terjadi pada item tingkat kehabisan stock barang tinggi dengan skor rata-rata 2,53.

**Tabel 4.11**  
**Variabel Kinerja Operasional Perusahaan**

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1.	Tingkat kehabisan stock barang tinggi	2,53	Cukup
2.	permintaan konsumen terhadap barang tinggi	3,57	Baik
3.	Jumlah barang yang cacat rendah	3,87	Baik
4.	Kualitas barang dari distributor baik	4,27	Sangat Baik
5.	Barang selalu tersedia di distributor	3,87	Baik
6.	Biaya order ke distributor tinggi	3,37	Baik
7.	Perputaran persediaan tinggi	3,77	Baik
8	Complain dari konsumen rendah	3,80	Baik
9	Konsumen puas dengan produk dari distributor yang dijual di Careffour	3,87	Baik
10	Konsumen puas dengan kinerja operasional Careffour	3,93	Baik
	Mean	3,68	Baik

Sumber : Data Diolah, 2018

### 4.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.1 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas Residual

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data penelitian terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov –Smirnov. Tabel 4.12 menunjukkan hasil uji normalitas.

**Tabel 4.12**  
**Uji Asumsi Klasik Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,18712292
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,076
	Negative	-,094
Kolmogorov-Smirnov Z		,514
Asymp. Sig. (2-tailed)		,954

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer yang diolah 2018

Tabel 4.12 menunjukkan nilai Asymp. Sig (2tailed) > 0,05. Kesimpulan dari hasil tersebut adalah data berdistribusi normal sehingga model regresi layak digunakan.

#### 4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

Model regresi yang baik adalah model yang tidak terdapat permasalahan hubungan antar variabel independen atau uji multikolinieritas. Nilai VIF dan tolerance menjadi alat ukur untuk menilai ada tidaknya masalah multikolinieritas. Apabila nilai

VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,10, sehingga maka tidak ada gejala multikolinieritas.

Tabel 4.13 menunjukkan hasil uji multikolinieritas:

**Tabel 4.13**

**Asumsi Klasik Multikolinieritas**

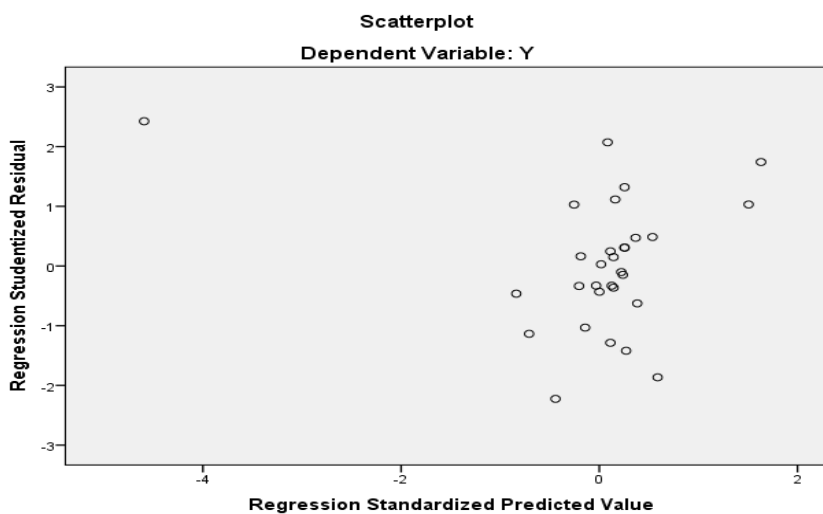
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 X1	,261	3,836
X2	,370	2,705
X3	,286	3,495
X4	,391	2,559

Sumber : Data Diolah, 2018

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10 sehingga dapat disimpulkan tidak ada gejala multikolinieritas.

#### 4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas

Analisis asumsi klasik pada uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *scatter plot* nilai residual variabel dependen. Pengambilan kesimpulan diketahui dari memperhatikan sebaran plot data. Jika sebaran data tidak mengumpul di satu sudut / bagian maka disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga dikatakan data adalah homogen. Hasil pengujian Heteroskedastisitas dapat ditunjukkan pada gambar 4.1, berikut:



**Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan Gambar 4.1 terlihat data residual berupa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yaitu variance residual dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap (homoskedastisitas).

#### **4.4 Analisis Regresi Linier Berganda**

Regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi terhadap kinerja operasional perusahaan. Tabel 4.14 menunjukkan hasil uji regresi berganda.

Tabel 4.14

## Hasil Regresi Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi	Sig-t (p-value)
Konstanta	-0,231	
Pembagian Informasi (X1)	0.230	0.037
Hubungan jangka Panjang (X2)	0.262	0.015
Kerjasama (X3)	0.322	0.008
Proses Integrasi (X4)	0,204	0,014
F hitung	66,759	
Sig-F	0.000	
Adjusted R <sup>2</sup>	0,901	

Sumber : Data hasil regresi, 2018

Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

$$Y = -0,231 + 0,230X_1 + 0,262X_2 + 0,322X_3 + 0,204X_4 + e$$

Berdasarkan berbagai parameter dalam persamaan regresi tersebut, maka dapat diberikan interpretasi sebagai berikut:

1. Nilai intercept konstanta adalah -0,231. Nilai tersebut berarti bahwa besarnya variabel kinerja operasional perusahaan sebesar -0,231 apabila jika tidak ada variabel independen ( $X=0$ ). Konstanta sebesar -0,231 (negatif) Menurut Rietviold dan Sunaryanto (dalam Peterria, 2016) nilai konstanta yang negatif tidak menjadi masalah sepanjang variabel bebas tidak sama dengan 0. Jika variabel pembagian informasi (X1), hubungan jangka panjang (X2), kerjasama (X3), dan proses

integrasi ( $X_4$ ) nilainya adalah 0, maka kinerja operasional ( $Y$ ) nilainya adalah sebesar -0,231. Artinya, apabila pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama, proses integrasi tidak ada maka kinerja operasional perusahaan Careffour ambarukmo plaza Yogyakarta akan mengalami kenaikan sebesar -0,231.

2. Pembagian informasi ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap kinerja operasional yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi 0,230. Hal ini berarti peningkatan satu satuan pembagian informasi akan mempengaruhi peningkatan kinerja operasional perusahaan sebesar 0,230 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.
3. Hubungan jangka panjang ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap kinerja operasional yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi 0,262. Hal ini berarti peningkatan satu satuan hubungan jangka panjang akan mempengaruhi peningkatan kinerja operasional perusahaan sebesar 0,262 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.
4. Kerjasama ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap kinerja operasional yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi 0,322. Hal ini berarti peningkatan satu satuan kerjasama akan mempengaruhi peningkatan kinerja operasional perusahaan sebesar 0,322 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.
5. Proses integrasi ( $X_4$ ) berpengaruh positif terhadap kinerja operasional yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi 0,204. Hal ini berarti peningkatan satu satuan proses integrasi akan mempengaruhi peningkatan kinerja operasional perusahaan sebesar 0,204 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

## 4.5 Uji Hipotesis

### 4.5.1 Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara serentak pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi terhadap kinerja operasional perusahaan. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%. Berikut ini prosedur Uji F.

- a. Penentuan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi tidak berpengaruh secara serentak terhadap kinerja operasional perusahaan.

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Artinya pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi berpengaruh secara serentak terhadap kinerja operasional perusahaan.

- b. Penentuan Uji F sebagai uji statistik
- c. Tingkat kepercayaan sebesar 95% dengan tingkat signifikansi 5 persen
- d. Menghitung sig-f dengan menggunakan SPSS dihasilkan sebesar 0.000
- e. Kesimpulan

$$H_0 \text{ diterima bila : } p\text{value (sig F)} > 0,05$$

$$H_0 \text{ ditolak bila : } p\text{value (sig.F)} \leq 0,05$$

Tabel 4.14 dihasilkan nilai nilai F hitung 66,759 dan pvalue 0,000. Pada tingkat signifikansi 5%, maka hasil tersebut signifikan karena nilai pvalue (0,000) < 0,05 sehingga dapat disimpulkan pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama



dan proses integrasi berpengaruh secara serentak dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

#### 4.5.2 Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi terhadap kinerja operasional perusahaan. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%. Berikut ini prosedur Uji T.

- a. Penentuan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kinerja operasional perusahaan.

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Artinya pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi berpengaruh secara parsial terhadap kinerja operasional perusahaan.

- b. Penentuan Uji T sebagai uji statistik
- c. Tingkat kepercayaan sebesar 95% dengan tingkat signifikansi 5 persen
- d. Menghitung sig-t dengan menggunakan SPSS
- e. Kesimpulan

$$H_0 \text{ diterima bila : } p\text{value (sig F)} > 0,05$$

$$H_0 \text{ ditolak bila : } p\text{value (sig.F)} \leq 0,05$$

- 1) Pengujian variabel pembagian informasi ( $X_1$ )

Tabel 4.14 dihasilkan nilai nilai koefisien regresi 0,230 dan pvalue 0,037. Pada tingkat signifikansi 5%, maka hasil tersebut signifikan karena nilai pvalue (0,037) <

0,05 sehingga dapat disimpulkan pembagian informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan sehingga hipotesis pertama didukung.

#### 2) Pengujian variabel Hubungan Jangka Panjang ( $X_2$ )

Tabel 4.14 dihasilkan nilai koefisien regresi 0,262 dan pvalue 0,015. Pada tingkat signifikansi 5%, maka hasil tersebut signifikan karena nilai pvalue (0,015) < 0,05 sehingga dapat disimpulkan hubungan jangka panjang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan sehingga hipotesis kedua didukung.

#### 3) Pengujian variabel Kerjasama ( $X_3$ )

Tabel 4.14 dihasilkan nilai koefisien regresi 0,322 dan pvalue 0,008. Pada tingkat signifikansi 5%, maka hasil tersebut signifikan karena nilai pvalue (0,008) < 0,05 sehingga dapat disimpulkan kerjasama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan sehingga hipotesis ketiga didukung.

#### 4) Pengujian variabel Proses Integrasi ( $X_4$ )

Tabel 4.14 dihasilkan nilai koefisien regresi 0,204 dan pvalue 0,014. Pada tingkat signifikansi 5%, maka hasil tersebut signifikan karena nilai pvalue (0,014) < 0,05 sehingga dapat disimpulkan proses integrasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan sehingga hipotesis keempat didukung.

### 4.5.3 Analisis Koefisien Determinasi Ganda

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan model regresi yang diperoleh untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya. Apabila  $R^2$  sama dengan 1 maka fungsi regresi 100% menjelaskan variasi dari nilai Y sebaliknya jika nilainya 0 maka model yang digunakan sama sekali tidak mendekati nilai Y kecocokan model

dikatakan lebih baik jika nilai  $R^2$  mendekati 1. Tabel 4.14 menunjukkan hasil koefisien determinasi.

Tabel 4.14 menunjukkan tingkat koefisien determinasi (Adjusted  $R^2$ ) 0,901. Hal ini berarti variabel pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi mampu menjelaskan variabel kinerja operasional sebesar 90,1% sisanya 8,9% dijelaskan faktor-faktor lain diluar penelitian.

## **4.6 Pembahasan**

### **4.6.1 Pengaruh Pembagian Informasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan**

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa pemilihan supplier berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil ini berarti peningkatan pemilihan supplier akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Keberhasilan *supply chain* sangat tergantung kepada sistem informasinya, dengan adanya informasi partner bisnis dalam rantai pasok dapat diperhitungkan (Pujawan dan Mahendrawathi, 2010). Kurangnya koordinasi dari pihak-pihak yang terlibat dalam supply chain akan menimbulkan distorsi Informasi yang disebut dengan fenomena *bullwhip effect* (Parwati dan Andrianto, 2009). Sedangkan *Bullwhip Effect* itu sendiri didefinisikan oleh Susilo (2008) sebagai peningkatan variabilitas permintaan yang terjadi pada setiap level supply chain sebagai akibat adanya distorsi informasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Anatan (2008) yang mengemukakan faktor anteseden yang harus diperhatikan dalam pengelolaan rantai psokan untuk menjamin kualitas informasi mencakup tiga hal utama yaitu : ketidakpastian lingkungan, fasilitator intra-organisasional dan hubungan inter-organisasional menyatakan bahwa pembagian informasi dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki efisiensi dan efektivitas

rantai pasokan dan merupakan faktor yang paling penting untuk mencapai koordinasi yang efektif dalam rantai pasokan serta menjadi pengendali di sepanjang rantai pasokan. *Information sharing* menjamin tersedianya data tepat waktu sehingga data yang dimiliki dapat dibagikan disepanjang rantai pasokan, serta dapat merespon perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen lebih cepat. Kualitas informasi juga sangat di butuhkan karena informasi yang cepat tapi tidak berkualitas juga tidak dapat digunakan dan dibagikan disepanjang rantai pasokan. Oleh karena itu, pemahaman faktor-faktor yang mempengaruhi *information sharing* dan kualitas informasi sangat di butuhkan untuk menunjang kualitas dan proses pembagian informasi.

Hasil ini sesuai penelitian Fitrianto dan Sudaryanto (2016) yang membuktikan pembagian informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

#### **4.6.2 Pengaruh Hubungan Jangka Panjang Terhadap Kinerja Perusahaan**

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa pemilihan supplier berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil ini berarti peningkatan pemilihan supplier akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Kanter dalam Lesatri (2009) mengungkapkan bahwa hubungan perusahaan dengan pemasok merupakan kolaborasi yang paling kuat dalam konteks *value chain* atau *supply chain*. Dalam hal ini, pemasok berperan untuk menyediakan material atau bahan input yang digunakan oleh perusahaan. Kualitas material dan kemampuan dalam pendistribusian material tersebut tergantung pada kinerja pemasok yang selanjutnya berpengaruh pada kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Beberapa keuntungan utama dari hubungan kolaboratif jangka panjang antara lain : pemasok yang sama dalam jangka panjang akan lebih mengerti tentang keinginan konsumen, perencanaan yang dirumuskan bersama dan saling tukar informasi bisnis

akan mendorong adanya kesesuaian pada perencanaan selanjutnya dan strategi yang direncanakan bersama akan menghasilkan kekuatan yang dapat dijadikan *competitive advantage* dalam jangka panjang (Ellram dan Zineldin dalam Bujang, 2007).

Menurut Zineldin dalam Rahardian (2011) kualitas sebuah hubungan merupakan fungsi dari beberapa elemen atau faktor-faktor tertentu di antaranya: kooperasi, kemampuan dan kinerja karyawan termasuk manajer, sumber daya fisik, kualitas, distribusi dan penentuan harga produk, pembagian informasi, pengalaman, harapan konsumen dan kepuasan.

Hubungan antara *supplier*, *customer*, dan perusahaan, harus dikelola dengan baik dan selalu ditingkatkan agar terjalin hubungan yang berkelanjutan dan *supplier* ikut bertanggungjawab terhadap kualitas produk serta agar distribusi produk dari hulu ke hilir tepat pada waktunya sampai ke pengguna akhir. Maka peningkatan hubungan yang baik dalam jangka panjang serta saling adanya kepercayaan antara perusahaan, *supplier* dan *customer* sangat diperlukan agar mencapai efisiensi dalam kinerja perusahaan (Rahmasari, 2011).

Hasil ini sesuai penelitian Fitrianto dan Sudaryanto (2016) yang membuktikan hubungan jangka panjang berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

#### **4.6.3 Pengaruh Kerjasama Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan**

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa kerjasama berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil ini berarti peningkatan kerjasama akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Indrajit dan Djokopranoto (2002) mengatakan, Kerjasama (*cooperation*) merupakan salah satu alternatif yang terbaik dalam melakukan manajemen *supply chain yang optimal*. Alasannya karena diantara organisasi atau perusahaan yang berada pada jaringan supply chain management, sudah pasti memerlukan sistem informasi yang akurat, dan lancar serta memerlukan kepercayaan antara peserta pengadaan barang dan jasa. Semua itu tidak akan bisa tercapai tanpa adanya kerjasama yang baik.

Kerjasama merupakan sebuah situasi yang ditandai ketika beberapa pihak bekerja bersama-sama untuk meraih tujuan yang menguntungkan bersama. Kerjasama yang efektif adalah suatu keinginan untuk mengembangkan hubungan yang akan menghasilkan trust dan komitmen. Para pemasok dan perusahaan perlu mengetahui bagaimana kerjasama dikembangkan dan mempertahankannya untuk menjalani hubungan kolaboratif jangka panjang yang memuaskan. Aktivitas yang kooperatif merupakan alat utama bagi setiap perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan outcomes (Bujang, 2007). Pentingnya kerjasama *supplier* dengan perusahaan yang dibina dengan baik semakin disadari perusahaan, tidak hanya untuk kepentingan dalam jangka pendek tetapi juga untuk jangka panjang. Perusahaan dapat memperoleh banyak keuntungan dari kerjasama jangka panjang. Hal ini dirasakan dalam kondisi ketika perusahaan membutuhkan kiriman bahan baku untuk kebutuhan mendesak, *supplier* dapat segera memenuhi permintaan tersebut, karena hubungan yang telah terbina dengan baik selama ini. Hubungan baik *supplier* dengan perusahaan juga akan memberikan keuntungan pada ongkos pengiriman yang stabil, sehingga dapat mengurangi biaya secara lebih efisien (Rahardian, 2011).

Untuk mendapatkan kinerja yang baik melalui sebuah kerjasama, hubungan yang baik antara kedua belah pihak mutlak diperlukan, kualitas hubungan dapat diukur dengan mengadopsi dimensi-dimensi pengukuran yang digunakan oleh Johnson dalam Ariefin (2004) yaitu kepercayaan (*trust*) dan kejujuran (*fairness*) sebagai dimensi-dimensi penyusun kualitas suatu hubungan kerjasama. Ketika sebuah perusahaan percaya dengan mitra kerjasamanya dan benar-benar memperlakukan mitra tersebut dengan adil, perusahaan tersebut akan memandang lebih hubungan tersebut sebagai asset strategik dan alat strategik yang akan memperkuat kemampuan bersaing perusahaan (Ariefin, 2004).

Hasil ini sesuai Fitrianto dan Sudaryanto (2016) yang membuktikan kerjasama berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

#### **4.6.4 Pengaruh Proses Integrasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan**

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa proses integrasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil ini berarti peningkatan proses integrasi akan meningkatkan kinerja perusahaan.

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

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

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

Hasil ini sesuai Fitrianto dan Sudaryanto (2016) yang membuktikan proses berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis maka kesimpulan penelitian ini adalah:

- a. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa pembagian informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil ini berarti peningkatan pemilihan supplier akan meningkatkan kinerja perusahaan.
- b. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa hubungan jangka panjang berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil ini berarti peningkatan pemilihan supplier akan meningkatkan kinerja perusahaan.
- c. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa kerjasama berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil ini berarti peningkatan kerjasama akan meningkatkan kinerja perusahaan.
- d. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa proses integrasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil ini berarti peningkatan proses integrasi akan meningkatkan kinerja perusahaan.

#### 5.2. Saran

Saran yang diberikan kepada perusahaan Carrefour berdasarkan kesimpulan adalah sebagai berikut.

1. Dengan adanya pengaruh pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi terhadap kinerja operasional perusahaan secara serentak maupun parsial, maka perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor tersebut dalam

upaya meningkatkan keberhasilan SCM melalui pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi.

2. Dari hasil analisis deskriptif dapat disimpulkan bahwa kerjasama merupakan variabel yang dinilai responden paling rendah dalam mempengaruhi kinerja operasional perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan harus meningkatkan kemampuan kerjasama dengan cara meningkatkan berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan, kerjasama ditetapkan berdasarkan kondisi yang obyektif, meningkat hubungan berkelanjutan.
3. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti manajer dan karyawan yang mengetahui tentang aktifitas SCM di Careffour Ambarukmo Plaza khususnya hanya di bagian pergudangan. Hal ini didukung oleh Penelitian Maddepunggeng (2017) dimana sampel pada penelitian tersebut merupakan manajer dan karyawan yang mengetahui tentang proses manajemen rantai pasok.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani,desi., B.M Dwiyanto (2013). Analisis pengaruh SCM terhadap kinerja perusahaan (Studi pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas padang Sumatra Barat). *Diponegoro Journal of Management*. vol 2 (3). Hal ;1-
- Fitrianto , Ahmad Yudha, Budi Sudaryanto (2016) PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* TERHADAP KINERJA OPERASIONAL OUTLET” (Studi Pada *Counter Handphone* yang terdaftar di PT. Multikom Indonesia Cabang Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. Vol 5 (2). Hal : 1-11
- Ghozali, Imam. (2005). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hamidin, Dini dan Kridanto Surendro. 2010. “Model Supply Chain Management Dalam Perspektif Teknologi ”. *Seminar dan Call For Paper Munas Aptikom*
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2010. *Manajemen Operasi*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Maddepunggeng, Andi (2017). Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan (MRP) pada Daya Saing dan Kinerja Perusahaan Jasa Konstruksi di DKI Jakarta. *Journal Kontruksi*. Vol 8(2). Hal : 23-26.
- Mukti, el.al. (2013), Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Operasional Industri Knalpot di Daerah purbalingga. Paper Fakultas Ekonomi Universitas Jendral Sudirman

Pabundu Tika, Moh;Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan; Cetakan Ketiga; Jakarta; Penerbit Bumi Aksara; 2010, h 121-122.

Peterria, Vesytha. (2016). Pengaruh Lingkungan Sekolah, Cara Belajar, dan Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Mengelola Peralatan, *Economic Education Analysis Journal*, 5 (3): 860-873.

Rahmasari, Lisda (2011). Pengaruh Supply Chain Manajemen terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah). *Majalah Ilmiah informatika* (2013). Hal : 89 – 103

Sugiyono (2007), *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta.

Suharto Regina, Devie (2013). Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap keunggulan bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*. Vol 1(2).

Widyarto, agus.(2012). Peran Supply Chain Management Dalam Sistem Produksi dan Operasi Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 16(2), hal 91-98

**LAMPIRAN**  
**KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth. Bapak/ibu/saudara/i

Karyawan Careffour Ambarukmo Plaza Yogyakarta

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Nama : Bayu Priyogo Tunggal Rachmawan benguk solo belum tidur

NIM : 13311298

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Dalam rangka mencari data guna menyusun skripsi dengan judul “*Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Careffour Ambarukmo Plaza)*”, maka dengan ini saya mohon kesediaan Bapak/ibu/saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini hanya bertujuan untuk kepentingan penelitian dan tidak disajikan ke pihak luar, serta kerahasiaan dalam mengisi kuesioner ini terjamin sepenuhnya. Oleh karena itu, saya mohon berkenan menjawab dengan sejujur-jujurnya seperti yang Bapak/ibu/saudara/i alami dan rasakan. Atas partisipasi dan kesediaan Bapak/ibu/saudara/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya

Bayu Priyogo Tunggal Rachmawan

**Identitas Responden**

1. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
2. Usia :   $\leq 20$  tahun  36 - 40 tahun  
 21 - 25 tahun  41 - 45 tahun  
 26 - 30 tahun  46 - 50 tahun  
 31 - 35 tahun   $\geq 51$  tahun
3. Pendidikan Terakhir :  SMA/Sederajat  S3  
 D1-D3  
 S1  
 S2
4. Masa Kerja :   $\leq 2$  tahun  12 - 14 tahun  
 3 - 5 tahun   $>14$  tahun  
 6 - 8 tahun  
 9 - 11 tahun

**PETUNJUK PENGISIAN**

Beri tanda ceklis/check ( $\surd$ ) pada alternatif yang menurut bapak/ ibu sesuai dengan perusahaan

Sangat setuju

Setuju

Cukup

Tidak Setuju

Sangat tidak setuju

No	Pertanyaan	Sangat setuju	Setuju	Cukup	Tidak setuju	Sangat Tidak Setuju
X1. Pembagian informasi						

X1.1	Careffour membagi informasi kepada karyawan mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja					
X1.2	Carrefour bertukar informasi kepada karyawan gudang secara berkesinambungan baik formal maupun non formal					
X1.3	Informasi mengenai aspek finansial, produk, distribusi, dan kinerja dapat membantu semua pihak.					
X1.4	Pengiriman informasi mengenai permintaan barang dapat dilakukan dengan mudah					

No	Pertanyaan	Sangat setuju	setuju	cukup	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
<b>X2. Hubungan Jangka Panjang Timbal Balik</b>						
X2.1	Careffour menjalin hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok					
X2.2	Hubungan proyek jangka panjang menjadi dasar hubungan aliansi antara Careffour dengan pemasok					
X2.3	Kerjasama jangka panjang menjadi dasar hubungan antara Careffour dengan pemasok					

No	Pertanyaan	Sangat setuju	Setuju	Cukup	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
<b>X3. Kerjasama</b>						
X3.1	Carrefour dan karyawan bekerjasama dalam melakukan perencanaan dan peramalan penjualan					
X3.2	Kerjasama antara Careffour dan karyawan ditetapkan berdasarkan kondisi yang objektif					
X3.3	Kerjasama antara Carrefour dan karyawan dapat meningkatkan hubungan berkelanjutan					

No	Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Cukup	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
X4. Proses Integrasi						
X4.1	Aktivitas logistik merupakan aktifitas yang terkoordinasi antara Careffour dengan karyawan					
X4.2	Aktifitas logistic Careffour memiliki integrasi yang baik dengan karyawan					
X4.3	Proses transportasi distribusi, gudang, dan proses transportasi dari Careffour terintegrasi dengan karyawan					

No	Pertanyaan	Sangat setuju	Setuju	Cukup	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Y. kinerja operasional						
Y1.1	Tingkat kehabisan stock barang tinggi					
Y1.2	permintaan konsumen terhadap barang tinggi					
Y2.3	Jumlah barang yang cacat rendah					
Y2.4	Kualitas barang dari distributor baik					
Y2.5	Barang selalu tersedia di distributor					
Y3.6	Biaya order ke distributor tinggi					
Y3.7	Perputaran persediaan tinggi					
Y4.8	Complain dari konsumen rendah					
Y4.9	Konsumen puas dengan produk dari distributor yang dijual di Careffour					
Y4.10	Konsumen puas dengan kinerja operasional					



	Carefour					
--	----------	--	--	--	--	--

NEW FILE.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT VAR00005

/METHOD=ENTER VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004

/SCATTERPLOT=(\*SRESID ,\*ZPRED)

/SAVE RESID.

## Regression

### Notes

Output Created	06-MAR-2018 18:17:39
Comments	
Active Dataset	DataSet1
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	30
Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Cases Used	

Syntax	REGRESSION	
	/MISSING LISTWISE	
Resources	/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL	
	/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)	
	/NOORIGIN	
	/DEPENDENT VAR00005	
	/METHOD=ENTER VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004	
	/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)	
	/SAVE RESID.	
	Processor Time	00:00:03,17
	Elapsed Time	00:00:02,58
	Memory Required	2308 bytes
Additional Memory Required for Residual Plots	216 bytes	
Variables Created or Modified	RES_1	Unstandardized Residual

[DataSet1]

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
-------	-------------------	-------------------	--------

1	X4, X2, X3, X1 <sup>b</sup>	.	Enter
---	-----------------------------	---	-------

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,956 <sup>a</sup>	,914	,901	,20154

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

b. Dependent Variable: Y

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10,846	4	2,712	66,759	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1,015	25	,041		
	Total	11,862	29			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

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

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-,231	,252		-,917	,368
1	X1	,230	,104	,253	2,205	,037
	X2	,262	,101	,250	2,599	,015
	X3	,322	,112	,313	2,866	,008
	X4	,204	,077	,247	2,638	,014

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,261	3,836
	X2	,370	2,705
	X3	,286	3,495
	X4	,391	2,559

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	4,958	1,000	,00	,00	,00	,00

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Variance Proportions
		X4
1	1	,00
	2	,15
	3	,80
	4	,05
	5	,00

2	,020	15,611	,73	,03	,00	,00
3	,010	22,114	,15	,09	,15	,05
4	,007	27,504	,05	,24	,85	,15
5	,005	30,773	,06	,63	,00	,79

a. Dependent Variable: Y

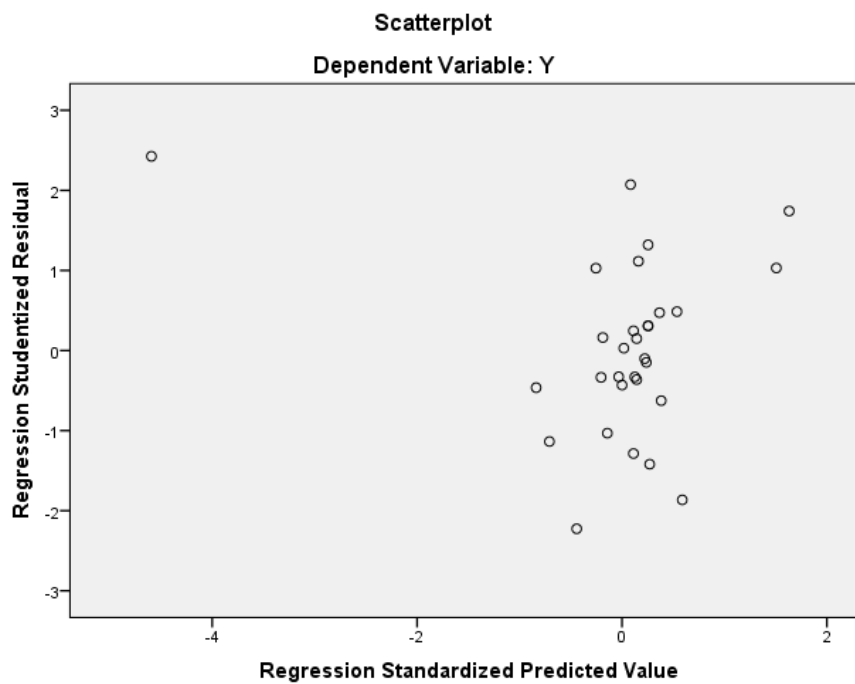
**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	,8740	4,6813	3,6833	,61156	30
Std. Predicted Value	-4,594	1,632	,000	1,000	30
Standard Error of Predicted Value	,039	,179	,075	,034	30
Adjusted Predicted Value	,0428	4,6132	3,6638	,74053	30
Residual	-,41275	,36544	,00000	,18712	30
Std. Residual	-2,048	1,813	,000	,928	30
Stud. Residual	-2,225	2,425	,027	1,095	30

Deleted Residual	- ,48720	1,0571 6	,01954	,29814	30
Stud. Deleted Residual	-2,434	2,718	,034	1,157	30
Mahal. Distance	,111	21,833	3,867	4,898	30
Cook's Distance	,000	4,326	,193	,785	30
Centered Leverage Value	,004	,753	,133	,169	30

a. Dependent Variable: Y

## Charts



NPAR TESTS

/K-S(NORMAL)=RES\_1

/MISSING ANALYSIS.

## NPar Tests

### Notes

Output Created	06-MAR-2018 18:17:46	
Comments		
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
Input	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
		NPAR TESTS
Syntax		/K-S(NORMAL)=RES_1  /MISSING ANALYSIS.
	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02
Resources	Number of Cases Allowed <sup>a</sup>	196608



a. Based on availability of workspace memory.

[DataSet1]

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,18712292
	Absolute	,094
Most Extreme Differences	Positive	,076
	Negative	-,094
Kolmogorov-Smirnov Z		,514
Asymp. Sig. (2-tailed)		,954

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

SAVE OUTFILE='D:\skripsi bayu scm\data.sav'

/COMPRESSED.

Hasil regresi

Res	X1	X2	X3	X4	Y
1	4,75	4,666667	4,666667	5	4,8
2	5	5	4,666667	4,666667	5
3	4,75	4	4	4	4,1
4	3,5	3,666667	3,333333	4,666667	3,5

5	4,25	4	4	3,666667	3,8
6	3	4,333333	3	3	3,1
7	3	3	4,333333	3	3,1
8	3,5	4	3,666667	3	3
9	4,5	3,666667	3,666667	4	3,7
10	4	4,333333	3,666667	4	3,8
11	4	4	4	4	3,9
12	3,75	3,666667	4	4	3,7
13	4	3,666667	4	4	3,8
14	3,5	3,666667	4	3,666667	3,6
15	4	4	3,666667	3,333333	3,4
16	3,75	4	4	4,666667	3,8
17	4	4	4	3,666667	3,8
18	4	4	3,666667	3,666667	3,6
19	3,75	4	4	4	4
20	1	1,333333	1	1	1,1
21	4	4	4	3,666667	3,7
22	4	4	4	4,333333	4
23	4	4	4	4	3,9
24	3,25	4	4	4,333333	4,1
25	4	3,666667	4	3,666667	3,6
26	4	3,666667	3,666667	5	3,6
27	4	4	4	4	4,1
28	4	3,666667	4	4	3,5
29	4	4	4	5	3,7
30	4,25	3	3,666667	4	3,7
Mean	3,85	3,833333	3,822222	3,9	3,683333

## HASIL REGRESI

### SUMMARY OUTPUT

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0,956
R Square	0,914
Adjusted R Square	0,901
Standard Error	0,202
Observations	30,000

## ANOVA

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	4,000	10,846	2,712	66,759	0,000
Residual	25,000	1,015	0,041		
Total	29,000	11,862			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>
Intercept	-0,231	0,252	-0,917	0,368	-0,749	0,287	-0,749	0,287
X1	0,230	0,104	2,205	0,037	0,015	0,445	0,015	0,445
X2	0,262	0,101	2,599	0,015	0,054	0,469	0,054	0,469
X3	0,322	0,112	2,866	0,008	0,090	0,553	0,090	0,553
X4	0,204	0,077	2,638	0,014	0,045	0,363	0,045	0,363

No	Pembagian Informasi				Hubungan jangka panjang			Kerjasama			Proses Integrasi			Kinerja Operasional									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3	X4.1	X4.2	X4.3	Y1.1	Y1.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y3.6	Y3.7	Y4.8	Y4.9	Y4.10
1	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	2	3	4	4	3	3	4	5	5	5
2	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	2	4	3	4	3	3	4	4	4	5
3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	4	5	5	5	2	4	4	5	5
4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	2	4	3	5	4	2	3	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	5	4	4
6	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
7	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3
8	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3
9	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
10	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4
12	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	5
13	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	3	4
14	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	2	3	3	5	4	3	4	4	4	4
15	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	3	3	4	5	3	3	3	3	3	4
16	3	4	5	3	5	3	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	5	4	4	4	4	3	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4
19	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4
24	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	5	4	5	4	4	4	4	5
25	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	5	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4

26	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	5	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	5	3
30	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	2	3	4	5	3	3	4	5	4	4

### Tabulasi Responden

No	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Masa Kerja
1	Laki-laki	31-35	SMA Sederajat	12-14 tahun
2	Laki-laki	36 -40	SMA Sederajat	>14 tahun
3	Laki-laki	41- 45	D1-D3	>14 tahun
4	Laki-laki	31-35	SMA Sederajat	9-11 tahun
5	Laki-laki	21-25	SMA Sederajat	3-5 tahun
6	Laki-laki	26-30	SMA Sederajat	12-14 tahun
7	Laki-laki	31-35	SMA Sederajat	12-14 tahun
8	Laki-laki	31-35	SMA Sederajat	12-14 tahun
9	Laki-laki	21-25	SMA Sederajat	<2 tahun
10	Laki-laki	41- 45	SMA Sederajat	9-11 tahun
11	Laki-laki	31-35	D1-D3	6-8 tahun
12	Laki-laki	21-25	SMA Sederajat	<2 tahun
13	Laki-laki	26-30	D1-D3	3-5 tahun
14	Laki-laki	31-35	D1-D3	6-8 tahun
15	Laki-laki	41-45	SMA Sederajat	9-11 tahun

16	Laki-laki	26-30	SMA Sederajat	3-5 tahun
17	Laki-laki	26-30	SMA Sederajat	6-8 tahun
18	Laki-laki	31-35	D1-D3	12-14 tahun
19	Laki-laki	26-30	SMA Sederajat	3-5 tahun
20	Laki-laki	41-45	SMA Sederajat	>14 tahun
21	Laki-laki	36-40	SMA Sederajat	6-8 tahun
22	Laki-laki	31-35	SMA Sederajat	9-11 tahun
23	Laki-laki	21-25	SMA Sederajat	<2 tahun
24	Laki-laki	36-40	SMA Sederajat	12-14 tahun
25	Laki-laki	36-40	SMA Sederajat	9-11 tahun
26	Laki-laki	31-35	D1-D3	6-8 tahun
27	Laki-laki	36-40	SMA Sederajat	9-11 tahun
28	Laki-laki	26-30	SMA Sederajat	3-5 tahun
29	Laki-laki	36-40	D1-D3	6-8 tahun
30	Laki-laki	36-40	SMA Sederajat	6-8 tahun