

**ANALISIS PENGARUH *SUPPLY CHAIN*
MANAGEMENT TERHADAP KINERJA
PERUSAHAAN**

(Studi Pada IKM Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

DESI ARIANI
NIM. C2A009017

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Desi Ariani
Nomor Induk Mahasiswa : C2A009017
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH SUPPLY CHAIN
MANAGEMENT TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
(Studi Pada IKM Makanan Olahan Khas Padang
Sumatera Barat)**
Dosen Pembimbing : Drs. Bambang Munas Dwiyanto, S.E., Dipl.Com, MM

Semarang, 23 Juli 2013

Dosen Pembimbing,

Drs. Bambang Munas Dwiyanto, S.E., Dipl.Com, MM

NIP. 195809061987031001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Desi Ariani
Nomor Induk Mahasiswa : C2A009017
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH *SUPPLY CHAIN*
MANAGEMENT TERHADAP KINERJA
PERUSAHAAN (Studi Pada IKM Makanan
Olahan Khas Padang Sumatera Barat)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 23 Juli 2013

Tim Penguji :

1. Drs. Bambang Munas Dwiyanto, S.E., Dipl.Com, MM (.....)
2. Dr. Sugiono, MSIE (.....)
3. Dr. J. Sugiarto PH,SU (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Desi Ariani menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **ANALISIS PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Pada IKM Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat)** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja atau tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 23 Juli 2013
Yang membuat pernyataan,

(Desi Ariani)

NIM. C2A009017

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.
Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan) maka kerjakanlah
dengan sungguh-sungguh urusan yang lain.
Dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap”.*
(Surat Al Insyirah: 5-8)

*Dengan penuh cinta,
Saya, Desi Ariani
Mepersembahkan Skripsi ini untuk :*

MY BELOVED FAMILY

*Kedua orang tua,
Bapak Adi Risman dan Ibu Ifrida*

*Adikku tersayang,
Wanda Arisman*

ABSTRACT

A small food-processing industry is the sector of the industry is able to withstand the economic shocks, because every year food needs increase with increasing population growth. Small and medium industry has an important role in the development of business in West Sumatra, particularly in the food sector. The typical processed food industry field, the industry's potential to be developed, since each region has its own character and traits. The importance of all parties ranging from the supplier, manufacturer, distributor, retailer, and customer cooperates in the process of product creation to product distribution to the consumer end gave birth to the concept of supply chain management. This research aims to analyze how supply chain management influence on performance of the company. Supply chain management approach is done with four independent variable that share information, long term relationships, collaboration, and integration process.

The population in this study is small and medium industries in Padang city engaged in the production of processed foods which totalled 736 IKM. Sample using 100 IKM as respondents from the rest of the population, by conducting data collection through questionnaire. The sampling technique in this study using probability sampling with simple random sampling method. Types and data sources used are primary and secondary. Analytical techniques used was multiple linear regression test were analyzed using the test validity, reliability test, test and test the assumptions of classical, goodness of fit, which is operated through the program SPSS 17.0..

From the results of multiple linear regression analysis was done to show that the process of integration of the variables has the most influence on the variable performance of SCM company (the dependent) with the value of the coefficient of (0,289), then the variable with the value of information sharing (0,286), further long term relationship variables (0,258) and who has the most influence on small variable cooperation (0,254). This means the fourth independent variable is positive and significant effect on the dependent variable. Determination coefficient (R²) were acquired for (0,318) thus to four independent variables the dependent variable was able to explain by 31,8% while the rest is affected by other variables not examined in this study.

Keywords: Information Sharing, Long-term Relationship, Cooperation, Integration Process, and Supply Chain Management Performance

ABSTRAK

Industri kecil pengolahan makanan merupakan sektor industri yang cukup mampu bertahan dari guncangan ekonomi, karena setiap tahunnya kebutuhan pangan meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk. Industri kecil dan menengah memiliki peran penting dalam pengembangan usaha pengolahan di Sumatera Barat khususnya di sektor pangan. Industri makanan olahan khas Padang, merupakan industri yang cukup potensial untuk dikembangkan, karena setiap daerah mempunyai ciri dan karakter tersendiri. Pentingnya semua pihak mulai dari *supplier*, *manufacturer*, *distributor*, *retailer*, dan *customer* bekerjasama dalam proses penciptaan produk sampai dengan pendistribusian produk kepada konsumen akhir melahirkan konsep *supply chain management*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan. Pendekatan *supply chain management* dilakukan dengan empat variabel independen yaitu berbagi informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama, dan integrasi proses.

Populasi dalam penelitian ini adalah industri kecil dan menengah di kota Padang yang bergerak dibidang produksi olahan makanan yang berjumlah 736 IKM . Sampel dengan menggunakan 100 IKM sebagai responden dari seluruh populasi, dengan melakukan pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah primer dan sekunder. Teknik analisis yang digunakan adalah uji regresi linear berganda yang dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji *goodness of fit* yang dioperasikan melalui program SPSS 17,0.

Dari hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan, menunjukkan bahwa: variabel integrasi proses memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel kinerja SCM perusahaan (dependen) dengan nilai koefisien sebesar (0,289), kemudian variabel pembagian informasi dengan nilai (0,286), selanjutnya variabel hubungan jangka panjang (0,258) dan yang mempunyai pengaruh paling kecil variabel kerjasama (0,254). Ini berarti ke empat variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar (0,318) dengan demikian ke empat variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 31,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Pembagian Informasi, Hubungan Jangka Panjang, Kerjasama, Integrasi Proses dan Kinerja Manajemen Rantai Pasokan

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas karunia dan rahmat yang telah dilimpahkan-Nya, khususnya dalam penyusunan laporan penelitian ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “ **ANALISIS PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN** ” Skripsi ini disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Dengan diiringi rasa syukur kepada Allah SWT, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan motivasi pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H. Mohammad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D, selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Drs. Bambang Munas Dwiyanto, S.E., Dipl.Com, MM, selaku Dosen Pembimbing penulis, terima kasih telah meluangkan waktu, memberikan dukungan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Bapak Dr. Sugiono, MSIE dan Bapak Dr. J. Sugiarto PH,SU selaku Dosen Penguji penulis, terima kasih telah berkenan membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. Purbayu Budi Santoso M.S, selaku Dosen wali, terima kasih atas bimbingan dan arahnya selama ini.
5. Seluruh dosen, Staf pengajar, dan staf perpustakaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang atas ilmu yang diberikan, kesabaran dan kemudahan – kemudahan yang diberikan.

6. Dinas Perindagtamben Kota Padang dan responden dari IKM olahan makanan khas Padang, terima kasih atas kerjasamanya.
7. Keluarga tercinta, Papa, Mama dan Adikku Wanda Arisman yang selalu memberikan dukungan, selalu memberi kasih sayang, dan doa. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan menjaga kalian. Aamiin..;
8. Nenek tercinta, serta keluarga besar yang kukasihi tante Pong, tante Ileng, om Yanto, adik sepupu Vivie, Amelia, dan Adelin yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan kesejahteraan. Aamiin..;
9. Riki Fernanda yang selalu memberikan semangat disaat putus asa, selalu membantu dan memberi dukungan, doa, berbagi senang, sedih, dan tidak pernah lelah mengajarkan kepada penulis bahwa di dalam hidup ini harus selalu optimis, selalu gigih, serta sabar.
10. Wulan Hapsari yang selalu memberi support. terima kasih untuk kebersamaan kita selama ini semoga persahabatan kita terus berlanjut sampai kapanpun. Mbak Narulita Paramitasari, Nila Harsses, Saudah, Naomei, Yogi, Edo, Mukhtar, Pandu dan teman-teman kos 15 Tembalang Selatan, Cre, Kuni yang selalu memberi semangat dan dukungannya kepada penulis. Terima kasih semua, telah memberikan kenangan indah.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 23 Juli 2013
Yang membuat pernyataan,

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.5. Sistematika Penelitian.....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	16
2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	16
2.1.1. Konsep dan Pengertian <i>Supply Chain Management</i>	16
2.1.2. <i>Information Sharing</i> (Pembagian Informasi).....	19
2.1.3. <i>Long Term Relationship</i> (Hubungan Jangka Panjang).....	22
2.1.4. <i>Cooperation</i> (Kerjasama).....	24
2.1.5. <i>Process Integration</i> (Integrasi Proses)	27
2.1.6. Kinerja <i>Supply Chain Management Perusahaan</i>	30
2.2. Penelitian Terdahulu	32
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	35

BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	36
3.1.1. Variable Penelitian.....	36
3.1.2. Definisi Operasional Variabel.....	36
3.2. Populasi dan Sampel.....	38
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	40
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5. Metode Analisis Data.....	41
3.5.1. Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	41
3.5.1.1. Uji Reliabilitas	41
3.5.1.2. Uji Validitas	42
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	42
3.5.2.1. Uji Multikolonieritas.....	42
3.5.2.2. Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.5.2.3. Uji Normalitas.....	43
3.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.5.4. Uji <i>Goodness of Fit</i>	44
3.5.4.1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)	45
3.5.4.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	46
3.5.5. Koefisien Determinasi (R^2).....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1. Gambaran Umum Responden.....	48
4.2. Analisis data.....	55
4.2.1. Analisis Data Deskriptif.....	55
4.2.2. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	68
4.2.2.1. Uji Reliabilitas	68
4.2.2.2. Uji Validitas	69
4.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	71
4.2.3.1. Uji Multikolonieritas.....	71
4.2.3.2. Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.2.3.3. Uji Normalitas.....	74
4.2.4. Uji Regresi Linear Berganda.....	76

4.2.5. Uji <i>Goodness Of Fit</i>	77
4.2.5.1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)	77
4.2.5.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	79
4.2.6. Koefisien Determinasi (R^2).....	80
4.3. Pembahasan	80
BAB V PENUTUP	83
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	85
5.3. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Direktori Industri Kecil dan Menengah Kota Padang Tahun 2007-2011	4
Tabel 1.2 Pengelompokan Industri	6
Tabel 1.3 Komoditi Unggulan Industri Kota Padang	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	39
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	55
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel <i>Information Sharing</i> (Pembagian Informasi)	57
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Long Term Relationship</i> (Hubungan Jangka Panjang).....	59
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel <i>Cooperation</i> (Kerjasama).....	62
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel <i>Process Integration</i> (Integrasi Proses)	64
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kinerja Perusahaan.....	66
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.11 Uji Validitas	69
Tabel 4.12 Uji Multikolonieritas	72
Tabel 4.13 Uji Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4.14 Uji Statistik t.....	78
Tabel 4.15 Uji Statistik F.....	79
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi (R^2)	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Simplikasi Model <i>Supply Chain</i> dan 3 macam Aliran yang Dikelola	17
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis	35
Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas	73
Gambar 4.2. Uji Normalitas Grafik Histogram	74
Gambar 4.3. Uji Normalitas Grafik Normal Plot	75

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner	90
Lampiran 2 : Tabulasi Data	99
Lampiran 3 : Uji Validitas	119
Lampiran 4 : Uji Reliabilitas	124
Lampiran 5 : Uji Regresi Linear Berganda	129
Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik.....	130
Lampiran 7 : Surat Izin Penelitian.....	132

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis sekarang ini terus bersaing untuk menciptakan berbagai kebutuhan konsumen yang semakin tinggi, dan semakin cerdas dalam memilih kebutuhannya. Mulai dari kalangan menengah sampai kalangan atas selalu menuntut kualitas yang terbaik dan harga yang ekonomis. Perekonomian mengalami perubahan yang cukup signifikan, apalagi di negara yang sedang berkembang seperti di Indonesia, yang semakin hari mengalami peningkatan baik dibidang ekonomi maupun pembangunan.

Perkembangan pesat teknologi informasi, komunikasi, maupun proses pabrikan mengakibatkan pendeknya siklus hidup produk. Oleh karena itu 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. Selain produktivitas dan efisiensi yang perlu ditingkatkan, perusahaan juga harus memahami dan mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen.

Pujawan dan Mahendrawati (2010) menjelaskan bahwa pentingnya peran semua pihak mulai dari *supplier, manufacturer, distributor, retailer, dan customer* dalam menciptakan produk yang murah, berkualitas, dan cepat inilah yang kemudian melahirkan konsep baru yaitu *Supply Chain Management*.

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2005) istilah *supply chain* pertama kali digunakan oleh beberapa konsultan logistik sekitar tahun 1980-an, kemudian oleh para akademisi dianalisis lebih lanjut pada tahun 1990-an, maka lahirlah konsep *supply chain management*. Lebih lanjut Indrajit dan Djokopranoto (2005) menjelaskan, pada hakikatnya Manajemen *supply chain* adalah perluasan dan pengembangan konsep dan arti dari manajemen logistik, manajemen logistik berperan dalam mengatur arus barang dan *supply chain* juga demikian namun meliputi antar perusahaan yang berhubungan dengan arus barang dan semakin berkembang menyangkut kepada hal-hal yang diperlukan oleh pelanggan.

Menurut Heyzer dan Render (2005) perusahaan perlu mempertimbangkan permasalahan rantai pasokan untuk memastikan bahwa rantai pasokan mendukung strategi perusahaan. Jika fungsi manajemen operasi mendukung strategi perusahaan secara keseluruhan, maka rantai pasokan didesain untuk mendukung strategi manajemen operasi. Fasilitas dan biaya-biaya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dengan tujuan mencapai biaya minimum dan service level maksimum semuanya dipertimbangkan dalam *supply chain management*.

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Industri pengolahan adalah suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi atau barang setengah jadi dan atau

dari barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dan sifatnya lebih dekat dengan pemakai akhir (BPS dalam Triajie, 2006). Pembangunan sektor industri pengolahan menjadi sangat penting dapat dilihat dari tahun 2004-2012, industri pengolahan (migas dan non-migas) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB, dimana pada tahun 2004 mencapai 28,07% dan pada tahun 2012 sebesar 23,98%. Meskipun mengalami penurunan, peranan sektor industri pengolahan terhadap PDB tetap yang paling besar karena sektor industri mampu berperan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi karena kemampuannya dalam peningkatan nilai tambah yang tinggi (Kementrian Perindustrian, 2013).

Industri kecil pengolahan makanan dapat didefinisikan sebagai kumpulan perusahaan-perusahaan yang kegiatan utamanya adalah mengolah dan memproduksi bahan pangan (Triajie, 2006). Industri pengolahan makanan merupakan peluang usaha yang sangat luas, karena kehidupan manusia tidak lepas dari makanan, kemudian industri kecil pengolahan makanan merupakan sektor industri yang cukup mampu bertahan dari guncangan ekonomi karena kebutuhan bahan pangan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang sangat pesat seiring meningkatnya pertumbuhan penduduk (Akmal, 2006). Industri Kecil dan Menengah memiliki peran penting dalam pengembangan usaha pengolahan di Padang khususnya makanan. Industri kecil makanan olahan khas Padang merupakan industri yang cukup potensial untuk dikembangkan. Setiap daerah mempunyai ciri dan karakter tersendiri yang membedakan antara daerah satu dengan daerah lainnya, hal itu dapat disebabkan oleh lingkungan, sosial, dan

budaya. Perbedaan tersebut secara jelas tampak dan tercermin dari sikap dan perilaku warga masyarakat yang bersangkutan, termasuk jenis makanan yang dikonsumsi (Mayasari, 2008). Dengan adanya industri pengolahan makanan tersebut dapat membuka peluang untuk menciptakan lapangan pekerjaan sehingga meningkatkan perekonomian di Sumatera Barat dan mengurangi kemiskinan.

Menurut Liedholm (dalam Saputra dan Akmal, 2006), pada umumnya industri kecil lebih banyak berkembang di daerah pedesaan dan kota-kota kecil yang sering kali merupakan usaha sampingan atau pola paruh waktu dari kegiatan ekonomi lainnya. Indikasi ini sangat positif dalam mendukung pembangunan di daerah tersebut sebagai motor penggerak perekonomian.

Berikut data rekapitulasi jumlah industri kecil menengah sektor formal dan non formal tahun 2011 di Kota Padang.

Tabel 1.1
Direktori Industri Kecil dan Menengah Kota Padang

No	Jenis Usaha	Unit Usaha	Tenaga Kerja (org)		Nilai Investasi (Rp. 000)	Nilai Produksi (Rp. 000)	Nilai Bahan Baku (Rp. 000)
			Laki - Laki	Perempuan			
1	Pangan	736	1.105	1.450	21.841.601	364.563.509	187.372.315
2	Sandang dan Kulit	238	595	437	10.920.690	246.156.632	70.785.067
3	Kimia dan bahan bangunan	340	1.782	455	69.836.966	4.677.256.465	617.591.119
4	Logam dan elektronika	139	505	71	12.789.909	311.918.710	111.267.606
5	Kerajinan	91	73	373	3.709.405	72.449.114	33.654.633
	Jumlah	1.544	4.060	2.786	119.098.571	5.672.344.430	1.020.670.740

Sumber : Dinas Perindagtamben Kota Padang, 2011

Kriteria Industri Kecil dan Menengah diatur Sesuai dengan peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 64/M-IND/PER/7/2011, tentang jenis-jenis industri dalam pembinaan Direktorat Jenderal dan Badan di

Lingkungan Kementerian Perindustrian, Pasal 3 disebutkan bahwa Industri Kecil dan Menengah adalah yang mempunyai investasi perusahaan industri sampai dengan Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, kecuali untuk jenis-jenis industri tertentu kewenangan pembinaan, sepenuhnya berada pada Ditjen IKM tanpa batasan besarnya nilai investasi.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro dan Menengah , maka batasan industri kecil dan menengah didefinisikan sebagai berikut :

Industri kecil adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Industri menengah adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima

ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Dinas Perindagtamben kota Padang mengelompokkan industri berdasarkan nilai investasi dan jumlah tenaga kerja sebagai berikut :

Tabel 1.2
Pengelompokkan Industri

Kriteria	Industri Mikro	Industri Kecil	Industri Menengah	Industri Besar
Nilai Investasi (RP. 000)	< 5.000	>5.000 s.d. 200.000	>200.000 s.d 1.000.000	>1.000.000
Jumlah Tenaga Kerja (org)	<4	5-19	20-99	>100

Sumber : Dinas Perindagtamben Kota Padang, 2013

Sektor industri yang dikembangkan di kota Padang pada umumnya adalah industri kecil hasil olahan pertanian dan kehutanan, industri logam dan mesin elektro, industri kimia, dan aneka industri. Sektor industri aneka merupakan sektor yang paling besar baik dari segi penyerapan tenaga kerja maupun nilai investasi yang ditanamkan.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perindustrian Indonesia No.19/M/I/1986, lingkup industri pengolahan dibedakan menjadi :

- 1) Industri kimia dasar : misalnya industri semen, obat-obatan, kertas, pupuk, dsb.
- 2) Industri mesin dan logam dasar : misalnya industri pesawat terbang, kendaraan bermotor, tekstil, dan lain lain.

- 3) Industri kecil : industri roti, kompor minyak, makanan ringan, es, minyak goreng curah, dan lain lain.
- 4) Aneka industri : industri pakaian, industri makanan dan minuman dan lain-lain.

Berikut adalah data komoditi unggulan industri kota Padang :

Tabel 1.3
Komoditi Unggulan Industri Kota Padang

Jenis Industri	Satuan	Kapasitas Produksi		
		2009	2010	2011
I. Pangan				
1) Makanan ringan	Ton	562	573	585
2) Pengolahan ikan	Ton	124	126	129
II. Sandang dan kulit				
1) Sulaman benang emas dan border	Helai	58.697	59.895	61.117
2) Sepatu	Pasang	62.234	63.504	64.800
III. Kerajinan				
1) Perabot dan perlengkapan rumah tangga dari rotan	Set	9.750	9.949	10.152
IV. Semen	Ton	6.000.000	6.000.000	6.000.000

Sumber : Dinas Perindagtamben Kota Padang

Walaupun sebagai salah satu komoditi unggulan kota Padang, dari data yang didapat di Dinas Perindagtamben kota Padang industri pangan pertahunnya hanya dapat menghasilkan peningkatan 0,25%. Dari tahun 2009-2011 antara 1,89% dan 2,14% dalam kapasitas produksinya, dengan begitu dapat dikatakan industri kecil pengolahan makanan di kota Padang masih berjalan dengan lamban dalam hal segi produksi.

Masalah yang sering dihadapi IKM di kota Padang , pada umumnya sama dengan permasalahan yang biasa terjadi pada industri pengolahan makanan lainnya, sehingga sulit untuk berkembang (Akmal, 2006 dan Triajie, 2006) diantaranya :

1. Kurangnya akses terhadap modal/keterbatasan modal

Sebagian besar modal yang digunakan pengusaha industri kecil berasal dari modal sendiri. Pengusaha tidak berani meminjam modal dari bank-bank karena mereka kurang mengerti dengan prosedurnya.

2. Kurangnya nilai tambah pada produk

Masih banyak IKM tidak atau belum memiliki izin produksi mengenai industri yang didirikan. Kemudian dapat dilihat dari hal *packaging*, pembungkusan dari produk yang diproduksi tidak menarik, padahal dengan pembungkusan yang baik dan menarik mampu menarik minat konsumen untuk mengonsumsinya.

3. Pemasaran/pendistribusian produk

Pasar bagi industri kecil pengolahan makanan masih dikuasi oleh beberapa perusahaan besar dengan modal yang banyak sehingga menyulitkan bagi perusahaan-perusahaan kecil untuk bersaing dalam industri ini.

4. Pengadaan bahan baku

Pengadaan bahan baku sering menjadi masalah, karena bahan baku didapat dari luar daerah, misalnya untuk pembuatan kerupuk

jangek/kulit atau bahan baku sulit didapat karena faktor musiman, misalnya ikan untuk pembuatan rakik, dan pengasapan ikan, hal ini membuat harga fluktuatif pada bahan baku dan dapat berdampak langsung terhadap kontinuitas produksi. Keseragaman kualitas bahan baku juga sulit didapat sepanjang tahun.

5. Peranan teknologi yang masih kurang dioptimalkan

Teknologi secara teknik maupun dibidang informasi memegang peran penting, keberanian untuk mengadopsi dan mengaplikasikan teknologi yang dikembangkan di dalam negeri masih kurang, hal ini disebabkan oleh kualitas tenaga kerja yang masih rendah karena tingkat pendidikan dan kesadaran untuk belajar masih kurang.

6. Tenaga kerja (sumber daya manusia)

Tenaga kerja memegang peranan penting dalam proses peningkatan produktivitas produksi, karena alat produksi dan teknologi pada hakekatnya juga merupakan hasil karya manusia.

Produktivitas tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan industri, terutama industri kecil. Tingkat pendidikan yang rendah menjadikan penyebab industri olahan makanan sulit berkembang, selain itu tingkat upah yang rendah juga mempengaruhi rendahnya produktivitas tenaga kerja.

7. Kurangnya keahlian dalam mengelola IKM

Sebagian besar pendidikan dari pengelola IKM merupakan lulusan SD sampai dengan SMA, sehingga pola pikir masih sempit dan

belum bisa berkembang mengikuti kemajuan teknologi dan permintaan pasar.

8. Masalah kemitraan

Sulit mempertemukan petani (produsen bahan baku) dan perusahaan pengolahan bahan baku dalam kemitraan sejati, karena mereka memiliki kepentingan dan kemauan yang berbeda.

9. Ancaman pendatang baru (Mayasari, 2008)

Pendatang baru pada suatu industri membawa kapasitas baru, keinginan untuk merebut bagian pasar, serta seringkali juga sumberdaya yang besar. Akibatnya menyebabkan harga dapat menjadi turun dan biaya membengkak.

Diperlukan adanya peningkatan produktivitas dalam industri pengolahan makanan. Menurut (Pearce dan Robinson dalam Mayasari, 2008) industri membutuhkan strategi yang sesuai untuk dapat bertahan di pasar, dapat menghadapi persaingan, ancaman, dan peluang pasar. Industri harus dapat merancang dan memiliki strategi *supply chain management* untuk dapat mengarahkan jalannya tujuan yang ingin dicapai dalam meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga perusahaan dapat bertahan dalam persaingan. *Information sharing, long term relationship, cooperation, dan process integration* merupakan bagian dari faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja *supply chain management* pada perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Rahadi, 2012) mengenai pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja operasional perusahaan, yang memasukkan variabel-variabel tersebut dalam penelitian yang

dilakukannya dan menyebutkan bahwa ke empat variabel tersebut berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Pembagian informasi *Information sharing* merupakan elemen penting dalam *supply chain management*, karena dengan adanya *information sharing* yang transparan dan akurat dapat mempercepat proses rantai pasokan mulai dari supplier sampai ke pasar atau ketangan konsumen. Hubungan jangka panjang (*Long term relationship*) bisa tercipta dengan adanya hubungan yang berkesinambungan antara semua pihak yang terlibat dalam *supply chain management*, dan dengan Kerjasama (*Cooperation*) yang baik dan saling menguntungkan hal tersebut dapat dilakukan. Selanjutnya yang tidak kalah penting adalah proses yang sistematis (*Process Integration*) dari penggabungan keseluruhan semua kegiatan yang ada di manajemen rantai pasokan agar semua kegiatan berjalan dengan lancar.

Hubungan antara pemasok dengan produsen harus sehat dan tetap dipelihara, karena tingkat ketergantungan perusahaan terhadap *supplier* (pemasok) sangat tinggi dan bersifat jangka panjang, karena baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil selalu melakukan kegiatan logistik. Untuk itu dibutuhkan *supply chain* yang terintegrasi dengan benar sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif terhadap produk yang dihasilkan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini berjudul “**Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Perusahaan**”

1.2 Perumusan Masalah

Saat ini persaingan dalam industri olahan makanan sangat ketat, karena semakin hari semakin banyak bermunculan industri-industri yang mengolah makanan dengan berbagi macam variasi dan cita rasa makanan. Daya saing produk yang dirasa masih sangat kurang pada IKM pengolahan makanan di Padang, Sumatera Barat perlu diperhatikan oleh perusahaan melalui peningkatan kinerjanya, ini dapat dilihat dari banyaknya area pemasaran produk yang hanya berada pada wilayah tertentu saja, padahal semakin meningkatnya jumlah konsumen yang membeli dan mengkonsumsi produk dari perusahaan, menggambarkan semakin unggul perusahaan dalam persaingan.

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, dapat dilihat bahwa untuk menciptakan keunggulan bersaing dan meningkatkan kinerja perusahaan maka perusahaan harus bisa mengoptimalkan *supply chain management* untuk meningkatkan kinerjanya dan meningkatkan daya saing di pasar. Dengan demikian rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Pengaruh *information sharing* (pembagian informasi) terhadap kinerja *supply chain management* pada perusahaan
- b. Pengaruh *long term relationship* (hubungan jangka panjang) terhadap kinerja *supply chain management* pada perusahaan
- c. Pengaruh *cooperation* (kerjasama) terhadap kinerja *supply chain management* pada perusahaan

- d. Pengaruh *process terintegration* (integrasi proses) terhadap kinerja *supply chain management* pada perusahaan

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Menganalisis pengaruh *information sharing* (pembagian informasi) terhadap kinerja *supply chain management* pada perusahaan.
- b. Menganalisis pengaruh *long term relationship* (hubungan jangka panjang) terhadap kinerja *supply chain management* pada perusahaan.
- c. Menganalisis pengaruh *Cooperation* (kerjasama) terhadap kinerja *supply chain management* pada perusahaan.
- d. Menganalisis pengaruh *process integration* (integrasi proses) terhadap kinerja *supply chain management* pada perusahaan.

1.4 Manfaat penelitian

Dari penelitian ini manfaat yang dapat diperoleh antara lain :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menjadi sumber referensi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja *supply chain management* pada perusahaan.

2. Bagi akademik

Diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengetahui lebih banyak tentang kinerja *supply chain management* terhadap perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan tentang landasan teori yang mendukung penelitian ini, merupakan penjabaran dari konsep *supply chain management*, *information sharing* (pembagian informasi), *long term relationship* (hubungan jangka panjang), *cooperation* (kerjasama), *process integration* (integrasi proses) dan kinerja *supply chain management* perusahaan, hipotesis yang didapat dari landasan-landasan teori tersebut, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran teoritis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel yang menjadi obyek penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi obyek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Konsep dan Pengertian *Supply Chain Management*

Daft (2003) mendefinisikan *supply chain management* sebagai istilah bagi pengelolaan rantai pemasok dan pembeli, yang mencakup semua tahap pemrosesan dari pembelian bahan baku sampai pendistribusian barang jadi kepada konsumen akhir.

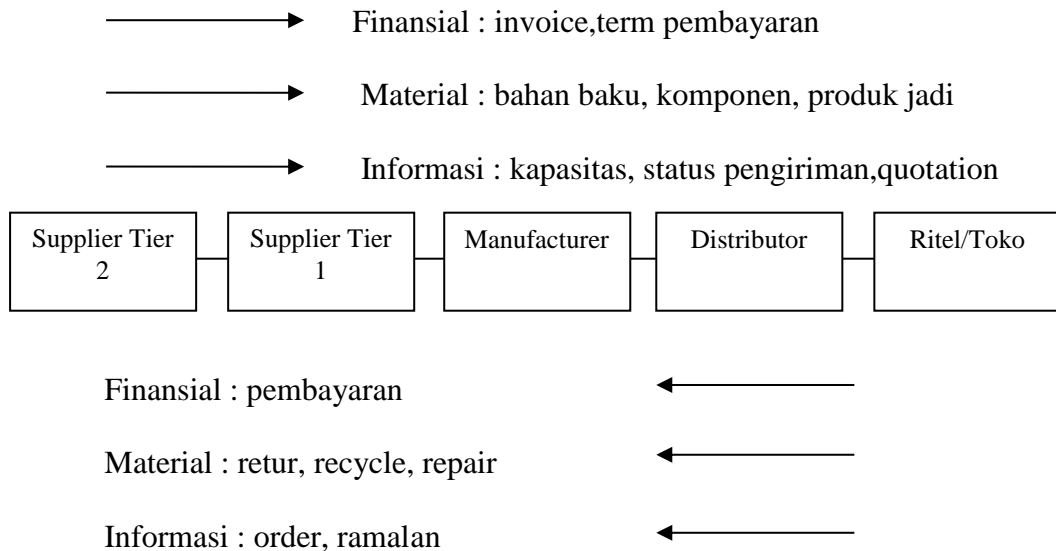
Supply chain management (manajemen rantai pasokan) adalah integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan (Heizer dan Render, 2008). Simichi-Levi *et al* dalam Irmawati (2007) menyatakan manajemen rantai pasokan 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. Definisi tersebut didasarkan atas beberapa hal :

- a. Manajemen rantai pasokan perlu mempertimbangkan bahwa semua kegiatan mulai dari pemasok, manufaktur, gudang, distributor, retailer, sampai ke pengecer berdampak pada biaya produk yang diproduksi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

- b. Tujuan dari manajemen rantai pasokan adalah agar total biaya dari semua bagian, mulai dari transportasi dan distribusi persediaan bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi menjadi lebih efektif dan efisien sehingga mengurangi biaya.
- c. Manajemen rantai pasokan berputar pada integrasi yang efisien dari pemasok, manufaktur, gudang, distributor, retailer, dan pengecer yang mencakup semua aktivitas perusahaan, mulai dari tingkat strategis sampai tingkat taktik operasional.

Pada *supply chain* biasanya ada tiga macam aliran yang harus dikelola :

1. Aliran barang/material yang mengalir dari hulu ke hilir
2. Aliran uang/financial, yang mengalir dari hilir ke hulu.
3. Aliran informasi, yang mengalir dari hulu ke hilir atau sebaliknya.



Gambar 2.1 Simplikasi model *supply chain* dan 3 macam aliran yang dikelola (Pujawan dan Mahendrawathi, 2010).

Dalam *supply chain* ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan-perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama (Indrajit dan Djokopranoto, 2002) yaitu :

Chain 1 : *Suppliers*

Merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama. Bahan pertama ini bisa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, bahan dagangan, *subassemblies*, suku cadang, dan sebagainya.

Chain 1-2 : *Suppliers - Manufacturer*

Manufacturer atau bentuk lain yang melakukan pekerjaan membuat, mempabrikasi, mengasembling, merakit, dan mengkonversikan, atau pun menyelesaikan barang (*finishing*). Hubungan kedua rantai tersebut sudah mempunyai potensi untuk melakukan penghematan. Penghematan dapat diperoleh dari *inventories* bahan baku, bahan setengah jadi, dan bahan jadi yang berada di pihak *suppliers*, *manufacturer*, dan tempat transit merupakan target untuk penghematan ini.

Chain 1-2-3 : *Supplier – Manufacturer - Distribution*

Barang sudah jadi yang dihasilkan oleh *manufacturer* sudah mulai harus disalurkan kepada pelanggan. Penyaluran barang dilakukan melalui distributor. Barang dari pabrik melalui gudangnya disalurkan ke gudang distributor atau *wholesaler* atau pedagang besar dalam jumlah besar, dan pedagang besar menyalurkan dalam jumlah yang lebih kecil kepada *retailers* atau pengecer.

Chain 1-2-3-4 : *Supplier – Manufacturer – Distribution - Retail Outlets*

Pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gudang sendiri yang digunakan untuk menimbun barang sebelum disalurkan lagi ke pihak pengecer. Walaupun ada beberapa pabrik yang langsung menjual barang hasil produksinya kepada *customer*, namun secara realtif jumlahnya tidak banyak dan kebanyakan menggunakan pola seperti di atas.

Chain 1-2-3-4-5 : *Supplier – Manufacturer – Distribution – Retailer Outlets – Customers*

Customer merupakan rantai terakhir yang dilalui dalam *supply chain*. Para pengecer atau *retailers* ini menawarkan barangnya langsung kepada para pelanggan atau pembeli atau pengguna barang tersebut.

Perusahaan yang berada dalam *supply chain* 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 performasi *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).

2.1.2 Information Sharing (Pembagian informasi)

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

kebutuhan yang masuk akal dan bermakna atau bermanfaat. Oleh karena itu informasi digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan yang harus diperoleh pada saat yang tepat, secara cepat, dan memiliki kualitas yang baik. Informasi merupakan dasar pelaksanaan proses rantai pasok.

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

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

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

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

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

Information sharing adalah intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya untuk saling berbagi informasi kepada partner berkaitan dengan strategi-strategi bisnis bersama. *Information sharing* juga memungkinkan anggota rantai pasok untuk mendapatkan, menjaga, dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan untuk memastikan pengambilan keputusan menjadi efektif, dan merupakan faktor yang mampu mempererat elemen-elemen kolaborasi secara keseluruhan oleh karena itu kemacetan industri dapat dikurangi dengan adanya *information sharing* (Simatupang & Sridharan dalam Yaqoub, 2012).

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 *information sharing* dapat membantu perusahaan dalam

memperbaiki efisiensi dan efektivitas rantai pasokan dan merupakan faktor yang paling penting untuk mencapai koordinasi yang efektif dalam rantai pasokan serta menjadi pengendali 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 :

H1 : Information Sharing (pembagian informasi) berpengaruh positif terhadap kinerja supply chain management

2.1.3 Long Term Relationship (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).

Ganesan dalam Indriani (2006) mendefinisikan hubungan jangka panjang sebagai persepsi mengenai saling ketergantungan pembeli terhadap pemasok baik

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

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

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

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).

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 (Bernard, 2011). 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 (Morgan dan Hunt dalam Bernard, 2011).

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 (Triastity, 2010).

Dari uraian di atas dapat ditarik hipotesis yaitu :

H2 : Long Term Relationship (hubungan jangka panjang) berpengaruh positif terhadap kinerja supply chain management.

2.1.4 Cooperation (Kerjasama)

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.

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

- a) Meyakini memiliki tujuan yang sama (*common goal*),
- b) Saling menguntungkan (*mutual benefit*),
- c) Saling percaya (*mutual trust*),
- d) Bersikap terbuka (*transparent*),
- e) Menjalani hubungan jangka panjang (*long term relationship*),
- 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* (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).

Adanya kerjasama dengan *supplier* yang dapat diandalkan diharapkan akan menghasilkan pengertian dan pemahaman yang baik akan kebutuhan dan keperluan masing-masing pihak (Cempakasari dan Yoestini, 2003). Dari paparan di atas dapat ditarik hipotesis :

H3 : Cooperation (kerjasama) berpengaruh positif terhadap kinerja supply chain management

2.1.5 Process Integration (Integrasi Proses)

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

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

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

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

1) Tahap 1 : Dasar (*Baseline*)

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

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

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

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

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

4) Tahap 4 : Integrasi secara eksternal

Merupakan tahap akhir dan tahap sebenarnya dari *supply chain integration*, karena tahap ini melanjutkan dari tahap perencanaan dan pengawasan (*internal integration*), yaitu ke hulu (*upstreams*) dan ke hilir (*downstreams*), sampai 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 *supply chain* nya, apakah condong ke internal atau eksternal (kearah pemasok, konsumen, atau kedua duanya (Setiawan dan Santoso, 2006).

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

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

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

Dari uraian di atas dapat ditarik hipotesis yaitu :

H4 : Process Integration (integrasi proses) berpengaruh positif terhadap kinerja supply chain management.

2.1.6 Kinerja Supply Chain Management Perusahaan

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

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

kesuksesan dalam rantai pasokan, rantai pasokan harus dekat dengan konsumen akhir mereka untuk membentuk hubungan kerjasama dalam perencanaan permintaan (Cook dan Graver dalam Bernard, 2011).

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

- 1) Kesepakatan atas tujuan bersama

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

- 2) Kepercayaan

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

3) Budaya organisasi yang sesuai

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

Dapat disimpulkan bahwa jika kinerja perusahaan semakin meningkat maka perusahaan semakin dekat dengan target yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut, dan tergambar dengan jelas bahwa betapa pentingnya kinerja dari *supply chain management* pada perusahaan, hal ini dapat dilihat dari definisi-definisi yang dikemukakan oleh para ahli.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel Dependen dan Independen	Hasil Penelitian
1	Anatan (2008)	Peran Informasi Dan Determinan Informasi Dalam Pengelolaan Rantai Pasok Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia	Dependen : pengelolaan rantai pasokan. Independen : peran informasi dan determinan informasi	Faktor-faktor anteseden (fasilitator intra organisasional, dan hubungan inter-organisasional) memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>information sharing</i> dan kualitas informasi..
2	Bujang (2007)	Pengujian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	Dependen : hubungan antara pemasok dan	1) Kerjasama, komunikasi, dan <i>shared value</i>

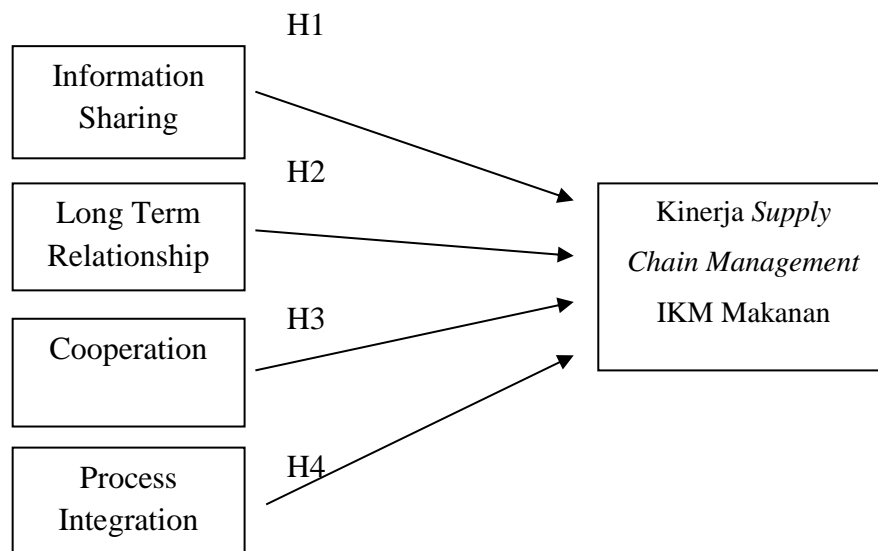
		<i>Trust</i> dan Komitmen Dalam Hubungan Antara Pemasok Dan Perusahaan.	perusahaan Independen : faktor yang mempengaruhi <i>trust</i> dan komitmen	berpengaruh secara positif terhadap <i>trust</i> . 2) <i>Trust</i> berpengaruh positif terhadap komitmen 3) Komunikasi, <i>bonds</i> (keterikatan), <i>termination cost</i> , dan adaptasi berpengaruh positif terhadap komitmen
3	Irmawati (2007)	Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Di PTPN VIII Gunung Mas Bogor	Dependen : kinerja perusahaan Independen : manajemen rantai pasokan	1) Pengaruh MRP terhadap kinerja perusahaan memperlihatkan bahwa strategi manajemen pemasok berpengaruh positif dan tidak nyata terhadap strategi MRP. 2) Strategi hubungan pelanggan berpengaruh positif dan nyata terhadap strategi MRP. 3) Strategi MRP berpengaruh positif dan nyata terhadap

				kinerja perusahaan
4	Rahadi (2012)	Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan	Variabel dependen : Kinerja operasional Perusahaan. Variabel Independen : <i>Supply Chain Management</i>	SCM berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan.
5.	Rahmasari (2011)	<i>Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing</i> (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah)	Variabel Dependen : kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing Variabel Independen : <i>supply chain management</i>	1) Praktek <i>supply chain management</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. 2) Praktek <i>supply chain management</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. 3) Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

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

GAMBAR 2.2
Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono (2012). Kinerja *supply chain management* (manajemen rantai pasokan) pada IKM makanan khas Sumatera Barat sebagai variabel dependen. Sedangkan variabel independen (variabel bebas) dapat diartikan sebagai variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Sugiyono (2012). *Information sharing* (pembagian informasi), *long term relationship* (hubungan jangka panjang), *cooperation* (kerjasama), dan *process integration* (integrasi proses) merupakan variabel independen dalam penelitian ini.

3.1.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah menjelaskan karakteristik dari obyek (properti) ke dalam elemen-elemen yang dapat diobservasi yang menyebabkan konsep dapat diukur dan dioperasionalkan di dalam riset. Hasil dari pengoperasionalan konsep ini adalah definisi konsep dari masing-masing variabel dan konsep yang digunakan di riset (Jogiyanto dikutip Pramestiningrum, 2012).

Table 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
Kinerja <i>supply chain management</i> (Variabel dependen)	Kinerja SCM merupakan sebuah kinerja tentang mutu aktifitas yang berhubungan dengan aliran dan perpindahan barang, dari bahan mentah sampai ke konsumen akhir, termasuk yang berhubungan dengan informasi dan dana. (Levi, Kaminsky, Levi dalam Bernard 2011).	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pangsa pasar 2) Tingkat keuntungan 3) Daya saing 4) Kualitas produk 5) Kepuasan pelanggan Irmawati (2007).
<i>Information sharing</i> (Variabel Independen)	<i>Information sharing</i> (pembagian informasi) adalah aliran komunikasi secara terus menerus antara mitra kerja baik formal maupun informal dan berkontribusi untuk suatu perencanaan serta pengawasan yang lebih baik dalam sebuah rangkaian (Miguel dan Brito, 2011).	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pembagian informasi dalam segi financial, production, dan design. 2) Bertukar informasi secara berkesinambungan 3) Informasi dapat membantu semua pihak terkait (Rahadi, 2012).
<i>Long-term relationship</i> (Variabel Independen)	<i>Long term relationship</i> (hubungan jangka panjang) adalah kemampuan perusahaan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pemasok karena perusahaan menganggap hubungan tersebut akan mendatangkan keuntungan biaya (Indriani, 2006).	<ol style="list-style-type: none"> 1) Proyek jangka panjang merupakan dasar hubungan dengan supplier 2) Kerjasama merupakan dasar hubungan jangka panjang 3) Hubungan berlangsung dalam jangka waktu yang lama (Rahadi, 2012).
<i>Cooperation</i> (Variabel Independen)	<i>Cooperation</i> (kerjasama) adalah tindakan-tindakan yang dikoordinasi secara sama atau komplementer yang dilakukan oleh	<ol style="list-style-type: none"> 1) Berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan 2) Kerjasama ditetapkan

	perusahaan dalam hubungan kolaboratif dan saling ketergantungan untuk mencapai hasil bersama atau hasil tunggal dalam resiprokasi yang diharapkan terus menerus (Aderson dan Narus dalam Bujang, 2007).	berdasarkan kondisi yang obyektif 3) Meningkatkan hubungan berkelanjutan (Rahadi, 2012).
<i>Process integration</i> (Variabel Independen)	<i>Process integration</i> (integrasi proses) yaitu mempertimbangkan aspek organisasi yang akan bekerja sama untuk menciptakan arus yang berkelanjutan dan efisien dari bahan dan sumberdaya (Miguel dan Brito, 2011).	1) Aktivitas logistik diutamakan 2) Aktivitas logistik memiliki integritas yang baik 3) Arus material efektif (Rahadi, 2012).

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Sedangkan menurut Ferdinand (2006) populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah industri kecil dan menengah (IKM) di kota Padang yang bergerak dibidang produksi olahan makanan yang berjumlah 736 IKM. Penelitian dilakukan secara sampling karena jumlah IKM yang memproduksi makanan khas padang sangat banyak.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut . Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan metode yang digunakan adalah *simple random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata (Sugiyono, 2012). Sampel pada penelitian ini adalah sebagian IKM yang menghasilkan atau memproduksi makanan olahan khas Padang, Sumatera Barat.

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus 15 atau 20 kali variabel independen (Joseph F. Hair, 1988 dalam Mulyanto, 2011). Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel bebas, $4 \times 20 = 80$. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 responden. Namun untuk mempermudah peneliti, maka sampel yang di ambil menjadi 100 responden. Penentuan jumlah sampel juga dilakukan melalui tingkat R^2 minimum yang diinginkan. Dalam tabel berikut ini digambarkan hubungan sampel, tingkat signifikansi yang dipilih dan jumlah variabel independen dalam mendeteksi R^2 .

Tabel 3.2
Metode Pengambilan Sampel
R² Minimum yang Dapat Diketahui Secara Statistik dengan Satu Nilai.80
Untuk Sejumlah Variabel Bebas dan Ukuran Sampel

Ukuran Sampel	Tingkat $\alpha = 0,01$				Tingkat $\alpha = 0,05$			
	Jumlah Variabel Bebas				Jumlah Variabel Bebas			
	2	5	10	20	2	5	10	20
20	45	56	71	NA	39	48	64	NA
50	23	29	36	49	19	23	29	42
100	13	16	20	26	10	12	15	21
250	5	7	8	11	4	5	6	8
500	3	3	4	6	3	4	5	9
1000	1	2	2	3	1	1	2	2

Ket : NA = Not Applicable atau tidak dapat ditetapkan

Sumber : Multivariate Data Analysis (Joseph F. Hair, 1998)

Tabel di atas menggambarkan tentang pengaruh antara ukuran sampel, pilihan significance level (α) dan jumlah variabel bebas untuk mengetahui jumlah R² yang signifikan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti (Bernard, 2011). Data primer penelitian ini diperoleh dari pembagian kuesioner yang diberikan kepada responden pelaku bisnis IKM makanan olahan khas Padang.

2. Data sekunder

Ferdinand (2006) data sekunder dikumpulkan dari berbagai pusat data yang ada antara lain pusat data yang di perusahaan, badan-badan penelitian dan sejenisnya yang memiliki poll data. Data yang diperoleh langsung dari Dinas Perindagtamben kota Padang.

3.4 Metode Pengumpulan Data

1) Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2012) kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Pembagian kuesioner dilakukan pada tanggal 5 Maret sampai dengan 24 April 2013. Kuesioner yang dibagikan diukur dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2012). Dari pernyataan yang diberikan, masing-masing mempunyai bobot nilai 1 sampai dengan 5, dengan penjabaran skala seperti berikut :

1. Sangat tidak setuju = diberi bobot 1
2. Tidak setuju = diberi bobot 2
3. Netral = diberi bobot 3

4. Setuju = diberi bobot 4

5. Sangat setuju = diberi bobot 5

2) Wawancara (Interview)

Wawancara dilakukan langsung kepada responden atau pemilik dari IKM yang masing-masing dijadikan responden dalam penelitian ini. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2012).

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Uji Instrumen Pengumpulan Data

3.5.1.1 Uji Reliabilitas

Menurut Nunnaly dalam Ghozali (2006) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas pada penelitian ini di ukur dengan cara *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Mengukur reliabilitas dengan uji statistik Croanbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Croanbach Alpha >0.60 .

3.5.1.2 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2006) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Validitas menyangkut pada tingkat akurasi yang

dicapai oleh sebuah indikator dalam menilai sesuatu atau akuratnya pengukuran atas apa yang seharusnya di ukur (Irmawati, 2007).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2006).

3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya adalah melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

3.5.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik, dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya (Ghozali, 2006).

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih variabel independen (variabel bebas) terhadap satu variabel dependen (variabel terikat) atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas (x) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (y) (Usman dan Akbar dalam Pramestiningrum, 2012). Rumusnya sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Kinerja Supply Chain Management pada perusahaan

α = Konstanta

$X1$ = Information Sharing (Pembagian Informasi)

$X2$ = Long Term Relationship (Hubungan Jangka Panjang)

$X3$ = Cooperation (Kerjasama)

$X4$ = Integration Process (Integrasi Proses)

$b1$ = Koefisien regresi variabel information sharing

$b2$ = Koefisien regresi variabel Long Term Relationship

$b3$ = Koefisien regresi Cooperation

$b4$ = Koefisien regresi Integration Process

e = Standard Error

3.5.4 Uji Goodness of Fit

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodnes of fit*nya. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak), disebut tidak signifikan apabila H_0 diterima (Ghozali, 2006).

3.5.4.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 = 0$ Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *Information Sharing* (pembagian informasi),

Long Term Relationship (hubungan jangka panjang), *Cooperation* (kerjasama), dan *Process Integration* (integrasi proses) terhadap kinerja perusahaan secara parsial.

H1 : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \neq 0$ Ada pengaruh yang signifikan antara *Information Sharing* (pembagian informasi), *Long Term Relationship* (hubungan jangka panjang), *Cooperation* (kerjasama), dan *Process Integration* (integrasi proses) terhadap kinerja perusahaan secara parsial.

b. Dasar pengambilan keputusan

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

c. Kriteria pengambilan keputusan

H_0 : diterima bila signifikansi $> \alpha = 0,05$

H_0 : ditolak bila signifikansi $\leq \alpha = 0,05$

3.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat, dengan $\alpha = 0,05$. Cara yang dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis

Ho : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 = 0$ Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *Information Sharing* (pembagian informasi), *Long Term Relationship* (hubungan jangka panjang), *Cooperation* (kerjasama), dan *Process Integration* (integrasi proses) terhadap kinerja perusahaan secara simultan.

H1 : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \neq 0$ Ada pengaruh yang signifikan antara *Information Sharing* (pembagian informasi), *Long Term Relationship* (hubungan jangka panjang), *Cooperation* (kerjasama), dan *Process Integration* (integrasi proses) terhadap kinerja perusahaan secara simultan.

b. Dasar pengambilan keputusan

Jika F hitung < F tabel. Maka Ho diterima dan H1 ditolak

Jika t hitung > t tabel. Maka Ho ditolak dan H1 diterima

c. Kriteria pengambilan keputusan

Ho : diterima bila signifikansi > $\alpha = 0,05$

Ho : ditolak bila signifikansi $\leq \alpha = 0,05$

3.5.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen (bebas) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (terikat), Ghozali (2006).