



**“PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT TERHADAP  
KINERJA OPERASIONAL OUTLET”  
(Studi Pada Counter Handphone yang terdaftar di PT. Multikom  
Indonesia Cabang Semarang)**

**Ahmad Yudha Fitrianto, Budi Sudaryanto<sup>1</sup>**  
ahmadyudhafitrianto@gmail.com

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

**ABSTRACT**

*The competitiveness of mobile phone stores and phone deposit outlets in Semarang are not attractive enough to the writer's opinion. Owners should know and understand the need of their consumers. They choose Supply Chain Management as a strategy to enhance outlets' operational and performance. The strategy is also aimed to increase the competitiveness of the business in the market. The research is aimed at analysing the impact of independent variables such as Information Sharing, Long Term Relationship, Cooperation and Process Integration to the dependent variables of the outlets' performance.*

*The population of the research consists of 171 outlets. The samples used in the research are 120 outlets owners in Semarang. Doubled linear analysis is used on this research. The writer used SPSS 16 for Windows as data processor tool.*

*The result of the research explains that Information Sharing positively giving no significance toward outlets' performance. In other hand, Long Term Relationship gives positive impact and significant to the outlets' performance. The better Long Term Relationship between a mobile phone outlet and a distributor will improve the performance of the outlets. However, Cooperation positively giving no significance toward outlets' performance. The better Integration Process between a mobile phone outlet and a distributor will help increasing the outlets' performance.*

**Keywords : SCM, information sharing, long term relationship, cooperation and process integration and outlet's operational performance**

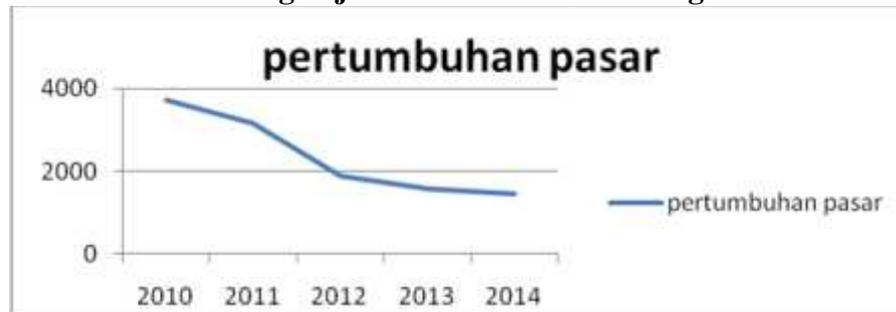
**PENDAHULUAN**

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. 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 dituntut 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. (<http://inet.detik.com>)

<sup>1</sup>Corresponding author

Kinerja yang menurun dialami *counter handphone* dan pulsa di Semarang. Hal ini dapat dilihat pertumbuhan *counter handphone* dan pulsa yang menunjukkan terjadinya penurunan yang signifikan. (lihat gambar 1)

**Gambar 1.1**  
**Perkembangan jumlah outlet di Semarang**



Sumber : PT. Multikom Indonesia 2015

Berdasarkan *chart* diatas perlu mendapatkan perhatian khusus tentang terjadinya penurunan jumlah outlet di Semarang secara signifikan selama lima Tahun terakhir dari Tahun 2010-2014 dengan prosentase penurunan -61,28 % atau rata-rata penurunan setiap tahunnya sebesar 12,26%.

Saat ini persaingan dalam penjualan *handphone* sangat ketat, karena semakin hari semakin banyak bermunculan jenis dan merek *handphone* dengan berbagai macam variasi dan inovasi produk. Daya saing outlet pada produk yang ditawarkan dirasa masih sangat kurang pada *counter handphone* dan pulsa di Semarang sehingga pemilik outlet harus memahami dan mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen, maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu perusahaan harus bisa mengoptimalkan kinerja operasional outlet untuk meningkatkan daya saing pasar.

## KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

*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-Levietal 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.

### **Information Sharing terhadap kinerja operasional outlet**

*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 factor yang mampu mempererat elemen-elemen kolaborasi secara keseluruhan oleh karena itu kemacetan industry 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 pasokan untuk menjamin

kualitas informasi mencakup tiga hal utama yaitu: ketidak pastian 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.

**H<sub>1</sub>: Information Sharing (pembagian informasi) berpengaruh positif terhadap kinerja operasional outlet**

#### **Long Term Relationship terhadap kinerja operasional outlet**

Ganes dan 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.

Hubungan antara *supplier*, *customer*, dan perusahaan, harus dikelola dengan baik dan selalu ditingkatkan agar terjalin hubungan yang berkelanjutan dan *supplier* ikut bertanggung jawab 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 *customers* sangat diperlukan agar mencapai efisiensi dalam kinerja perusahaan (Rahmasari, 2011).

**H<sub>2</sub>: Long Term Relationship (hubungan jangka panjang) berpengaruh positif terhadap kinerja operasional outlet**

#### **Cooperation terhadap kinerja operasional outlet**

Indrajit dan Djokopranoto (2002) mengatakan, Kerjasama (*cooperation*) merupakan salah satu alternatif yang terbaik dalam melakukan *supply chain management* 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 para peserta pengadaan barang dan jasa. Semua itu tidak akan bias tercapai tanpa adanya kerjasama yang baik.

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).

**H<sub>3</sub>: Cooperation (kerjasama) berpengaruh positif terhadap kinerja operasional outlet**

#### **Process Integration terhadap kinerja operasional outlet.**

Integrasi dalam *supply chain* menunjukkan sebuah proses kerjasama yang kompleks antar perusahaan dengan pemasok dan pembeli yang mana bila dikelola 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, ketergantungan dan berbagi proses utama (Hamidin dan Surendro, 2010).

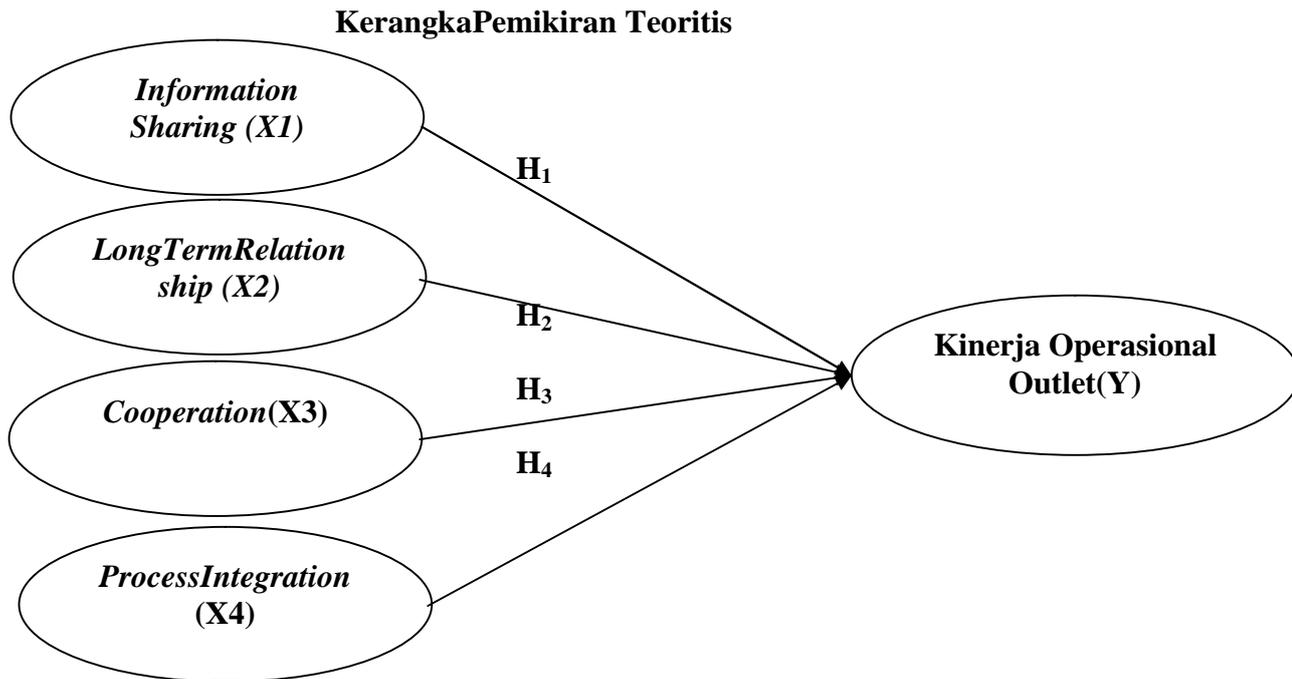
**H<sub>4</sub>: Process Integration (integrasi proses) berpengaruh positif terhadap kinerja operasional outlet**

Diperlukan adanya peningkatan produktivitas dalam usaha pengelolaan pasokan produk. Menurut (Pearce dan Robinson dalam Mayasari, 2008) usaha membutuhkan strategi yang sesuai untuk dapat bertahan di pasar, dapat menghadapi persaingan, ancaman, dan peluang pasar.

Selain produktivitas dan efisiensi yang perlu ditingkatkan, outlet 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*.

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

Gambar 2



Sumber : penelitian terdahulu yang dikembangkan untuk penelitian

#### Hipotesis :

***H<sub>1</sub>*: Information Sharing (pembagian informasi) berpengaruh positif terhadap kinerja operasional outlet**

***H<sub>2</sub>*: Long Term Relationship (hubungan jangka panjang) berpengaruh positif terhadap kinerja operasional outlet**

***H<sub>3</sub>*: Cooperation (kerjasama) berpengaruh positif terhadap kinerja operasional outlet**

***H<sub>4</sub>*: Process Integration (integrasi proses) berpengaruh positif terhadap kinerja operasional outlet**

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif dan menggunakan analisis regresi berganda dengan menganalisis faktor-faktor SCM (*Information Sharing* (pembagian informasi), *Long Term Relationship* (hubungan jangka panjang), *Cooperation* (kerjasama), dan *Process Integration* (integrasi proses) terhadap Kinerja Operasional Perusahaan. Dalam menentukan jumlah sampel yang jumlahnya sudah diketahui berdasarkan data dari PT. Multikom Indonesia pada Tahun 2016 periode bulan Januari-Februari berjumlah 171 outlet, sehingga dapat di hitung menggunakan rumus slovin (ferdinand, 2006). Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin, sampel yang ditentukan adalah sebanyak 120 orang. Pengambilan sampel menggunakan metode *cluster stratified* yaitu dimana *cluster*

dipilih dengan menggunakan *sampling plan* dan setiap *sampling unit* di dalam *cluster* dipilih yang dilakukandengan cara penyebaran merata di setiap wilayah agar mendapatkan hasil yang optimal.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan hasil dari analisis penelitian mengenai pengaruh faktor-faktor SCM terhadap kinerja operasional perusahaan.

### Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F menunjukkan adanya pengaruh secara bersama-sama dari variabel independen terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2011). Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel 1:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji F**

Model	F	Sig.
1 Regression	20,907	,000 <sup>a</sup>
Residual		
Total		

Dari tabel di atas diketahui F hitung (20,907) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat kinerja operasional outlet.

### Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Hipotesis 1 (Information Sharing), 2 (Long Term Relationship), dan 3 (Cooperation) dalam penelitian ini diuji kebenarannya untuk mengetahui berpengaruhnya variabel bebas tersebut terhadap Kinerja operasional outlet sebagai variabel terikat dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi (p-value) hasil hitung. Jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan dibawah 0,05 maka hipotesis diterima, sedangkan jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji t**

Model	t	Sig.
1 (Constant)	4,121	,000
INFORMATION SHARING	,859	,392
LONG-TERM RELATIONSHIP	-1,769	,080
COOPERATION	-1,595	,113
PROSES INTEGRATION	-,941	,349

### Uji Hipotesis 1 (Information Sharing terhadap Kinerja operasional outlet)

Hasil pengujian hipotesis 1 mengenai pengaruh *Information Sharing* terhadap Kinerja operasional outlet diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,305 > 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 1 dalam penelitian ini ditolak, yang artinya bahwa secara parsial variabel *Information Sharing* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kinerja operasional outlet. Tidak adanya pembagian informasi yang jelas antara outlet dengan distributor mengenai keinginan konsumen tidak berdampak apa-apa terhadap kemajuan

outlet, karena rata-rata outlet hanya membeli produk yang ditawarkan distributor tanpa melakukan pemesanan mengenai produk yang diinginkan konsumen.

#### **Uji Hipotesis 2 (Pengaruh Long Term Relationship terhadap Kinerja operasional outlet)**

Hasil pengujian hipotesis 2 mengenai pengaruh *Long Term Relationship* terhadap Kinerja operasional outlet diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 2 dalam penelitian ini diterima, yang artinya bahwa secara parsial variabel *Long Term Relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja operasional outlet.

#### **Uji Hipotesis 3 (Pengaruh Cooperation terhadap Kinerja operasional outlet)**

Hasil pengujian hipotesis 3 mengenai pengaruh *Cooperation* terhadap Kinerja operasional outlet diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,395 > 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 3 dalam penelitian ini ditolak, yang artinya bahwa secara parsial variabel *Cooperation* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kinerja operasional outlet. Tidak adanya kerjasama yang solid antara pemilik outlet dan distributor tidak berdampak pada penjualan outlet, karena tugas distributor hanya menyalurkan produk ke outlet selain itu outlet tidak selalu menggunakan distributor yang sama dalam kelengkapan produk.

#### **Uji Hipotesis 4 (Pengaruh Integration Process terhadap Kinerja operasional outlet)**

Hasil pengujian hipotesis 4 mengenai pengaruh *Integration Process* terhadap Kinerja operasional outlet diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,008 < 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 4 dalam penelitian ini diterima, yang artinya bahwa secara parsial variabel *Integration Process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja operasional outlet.

#### **Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ini pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Jika nilainya kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Jika mendekati 1 maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi  $R^2$**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,649 <sup>a</sup>	,421	,401	1,72926

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan Nilai Adj  $R^2$  diperoleh sebesar 0,401 yang artinya 40,1% Kinerja operasional outlet dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen *Information Sharing*, *Long Term Relationship*, *Cooperation* dan *Integration Process* sedangkan sisanya sebesar 59,9 % dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya.

## Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4  
Tabel Koefisien Regresi Linear

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,805	1,486		3,905	,000
INFORMATION SHARING	,140	,136	,092	1,031	,305
LONG-TERM RELATIONSHIP	,600	,121	,414	4,975	,000
COOPERATION	,094	,110	,072	,853	,395
PROSES INTEGRATION	,330	,123	,234	2,685	,008

Sumber : Hasil print out analisis regresi, 2016

Berdasarkan tabel 4.15 tersebut diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi linear yang mencerminkan pengaruh antara variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,092 X_1 + 0,414 X_2 + 0,072 X_3 + 0,234 X_4 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda tersebut diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

**Pengaruh Information Sharing Terhadap Kinerja operasional outlet.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Information Sharing* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kinerja operasional outlet. Tidak adanya pembagian informasi yang jelas antara outlet dengan distributor mengenai keinginan konsumen tidak berdampak apa-apa terhadap kemajuan outlet, karena rata-rata outlet hanya membeli produk yang ditawarkan distributor tanpa melakukan pemesanan mengenai produk yang diinginkan konsumen. Hal ini bertentangan dengan teori mengenai *Information Sharing* yang menjamin tersedianya data tepat waktu sehingga data yang dimiliki dapat dibagikan sepanjang rantai pasokan, serta dapat merespon perubahan kebutuhan keinginan konsumen lebih cepat. Kualitas informasi juga sangat dibutuhkan karena informasi yang cepat tidak berkualitas juga tidak dapat digunakan dan dibagikan sepanjang rantai pasokan. Oleh karena itu, pemahaman faktor-faktor yang mempengaruhi *Information Sharing* dan kualitas informasi sangat dibutuhkan untuk menunjang kualitas dan proses pembagian informasi.

**Pengaruh Long Term Relationship Terhadap Kinerja operasional outlet.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Long Term Relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja operasional outlet. 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 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).

Padaprinsipnyatujuanakhir yang ingin dicapai dalam pengelolaan hubungan jangka panjang adalah profitabilitas perusahaan yang di peroleh

melalui hubungan terusan meneruskan saling menguntungkan sehingga terciptanya hubungan jangka panjang yang konsisten dan berkesinambungan (Triastity, 2010).

### **Pengaruh *Cooperation* Terhadap Kinerja operasional outlet**

Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa *Cooperation* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kinerja operasional outlet. Tidak adanya kerjasama yang solid antara pemilik outlet dan distributor tidak berdampak pada penjualan outlet, karena tugas distributor hanya menyalurkan produk ke outlet selain itu outlet tidak selalu menggunakan distributor yang sama dalam kelengkapan produk.

Hal ini bertentangan dengan teori yang berpendapat bahwa 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 memandanglebih 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 (Cempakasaridan Yoestini, 2003).

### **Pengaruh *Integration Process* Terhadap Kinerja operasional outlet**

Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa *Integration Process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja operasional outlet. 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 memberikannya tambahan bagi konsumen dan *stakeholder* lainnya (Setiawan dan Rahardian, 2005). Integrasi merupakan penggabungan bagian-bagian atau aktivitas-aktivitas hingga membentuk keseluruhan, integrasi dapat meningkatkan hubungan di setiap rantai nilai, memfasilitasi pengambilan keputusan, memungkinkan terjadinya penciptaan nilai dan proses transfer dari *suppliers* sampai ke pelanggan akhir untuk mengoperasikan aliran informasi, pengetahuan, peralatan, dan asset fisik (Hamid dan Surendro, 2010). Integrasi dalam *supply chain* menunjukkan sebuah proses kerjasama yang kompleks antara perusahaan dengan pemasok dan pembeli yang mana bila dikelola 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).

## **KESIMPULAN**

Hasil dari penelitian pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Berdasarkan hasil penelitian analisis faktor-faktor SCM yang diukur dengan variabel *Information Sharing* (X1), *Long Term Relationship* (X2), *Cooperation* (X3) dan *Integration Process* (X4) terhadap kinerja operasional outlet pada *counter handphone* dan pulsa di Semarang, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. *Information Sharing* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kinerja operasional outlet.



2. *Long Term Relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja operasional outlet. Semakin baik *Long Term Relationship* antara *counter handphone* dengan distributor akan meningkatkan Kinerja operasional outlet.
3. *Cooperation* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kinerja operasional outlet.
4. *Integration Process* berpengaruh positif dan terhadap Kinerja operasional outlet. Semakin baik *Integration Process* antara *counter handphone* dengan distributor dapat meningkatkan Kinerja operasional outlet.

### **Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Beberapa responden menginginkan peneliti sendiri yang mengisi kuesioner penelitian, namun terlebih dahulu dengan menanyakan pertanyaan kuesioner kepada responden, mengingat kesibukan yang dimiliki.
2. Jumlah sampel yang digunakan relatif besar, maka memungkinkan pendistribusian kuesioner yang tidak keseluruhan didampingi secara langsung, berdampak pada kuesioner yang tidak terisi lengkap, sehingga membantu peneliti tidak mengulang penelitian.

### **Saran Penelitian**

#### **Saran Secara Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dan informasi bagi penelitian mendatang, mengenai faktor SCM terhadap Kinerja Operasional Outlet.

#### **Saran Secara Managerial**

Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan jika variabel *Long Term Relationship* dan *Integration Process* berpengaruh terhadap Kinerja operasional outlet. Maka saran yang diajukan adalah :

1. Diharapkan outlet dapat membangun sebuah hubungan dengan supplier dan menjadi dasar hubungan jangka panjang sehingga hubungan berlangsung dalam waktu lama.
2. Diharapkan outlet dapat memberikan integritas yang baik antara pemilik outlet dengan distributor sehingga arus material berjalan secara efektif.

### **Agenda Penelitian Mendatang**

Bagi penelitian mendatang yang akan meneliti faktor-faktor SCM, model ini dapat dikembangkan dengan variabel-variabel independen lain yang mungkin memiliki pengaruh terhadap variabel kinerja bisnis perusahaan. Objek penelitian dalam penelitian counter handphone di Semarang. Maka, bagi penelitian mendatang dapat memperluas sampel dalam penelitian dengan berbagai jenis perusahaan yang dijadikan sampel. Bagi penelitian mendatang dapat mengganti objek pada perusahaan jasa.

## **REFERENSI**

- Augusty, Ferdinand, 2006, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Akmal, Yori. 2006. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Tenaga Kerja Industri Kecil Kerupuk Sanjai Di Kota Bukittinggi". Skripsi. Bogor : IPB.



- Anatan (2008). Peran Informasi Dan Determinan Informasi Dalam Pengelolaan Rantai Pasok Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Manajemen*.
- Ariefin, 2004. Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian : Survei Pelanggan Sampoerna A Mild di Pondok Indah Mal. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 1 No. 1.
- Bernard, F Simplus. 2011. "Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Hubungan Terhadap Kinerja Rantai Pasokan". *Skripsi. Semarang: Undip*.
- Bujang (2007). Pengujian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Trust dan Komitmen Dalam Hubungan Antara Pemasok Dan Perusahaan. *Jurnal Manajemen. Jurnal Bisnis & Manajemen*. Vol 07, No.4.
- Cempakasari, Diah Arum dan Yoestini. 2003. "Studi Mengenai Pengembangan Hubungan Jangka Panjang Perusahaan Dan Pengecer". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol II, No. 1.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi SPSS* Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- 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. 2005. *Manajemen Operasi*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat. Simatupang & Sridharan dalam Yaqoub, 2012).
- Indriani, Niken Kusuma. 2006. "Analisis Pengaruh Kepercayaan Outlet Ritel Pada Pemasoknya Untuk Mencapai Hubungan Jangka Panjang ". Tesis. Semarang: Magister Program Studi Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
- Indrajit, Richardus dan Richardus Djokopranoto. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Irmawati (2007). Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Di PTPN VIII Gunung Mas Bogor. *Jurnal Manajemen*.
- Lestari, Purbasari Indah. 2009. "Kajian Supply Chain Management: analisis Relationship Marketing Antara Peternakan Pemulihan Farm Dengan Pemasok Dan Pelanggannya". *Skripsi. Bogor: IPB*.
- Mayasari, Viona. 2008. "Analisis strategi Bersaing Industri Kecil Makanan Tradisional Khas Kota Pyakumbuh". *Skripsi. Bogor: IPB*.
- Pujawan, I Nyoman dan Mahendrawathi ER. 2010. *Supply Chain Management*. Edisi 2. Surabaya: Guna Widya.



- Rahadi (2012). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan. *Jurnal Admisi Manajemen*. Vol 1, No. 3.
- Rahmasari (2011). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah). *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol 4, No. 9. Tahun 2011.
- Setiawan, Ahmad Ikhwan dan Reza Rahardian. 2005. "Pengaruh Pola Integrasi Supply Chain Management Terhadap Performa Perusahaan Pada Industri Jasa Makanan Di Surakarta". *Jurnal Bisnis & Manajemen*. Vol 05, No.1.
- Setiawan dan Santoso, 2006. **Aura Merek**. Jakarta: PT Gramedia Pustsaka Utama.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Susilo (2008). Riset Pemasaran. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Yaqoub, M Amak. 2012. "Pengaruh Mediasi kepercayaan Pada Hubungan Antara Kolaborasi Supply Chain Dan Kinerja Operasi". *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol 14, No. 2.