



PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOKAN TERHADAP KINERJA UMKM BATIK DI PEKALONGAN

Ardy Kurniawan, Amie Kusumawardhani¹
ardykurniawan67@gmail.com

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50278, Phone: +622476486851

ABSTRACT

SMEs that produce batik is one of leading sectors to boost Pekalongan's economy. In producing and distributing, it needs support by suppliers, distributors, retailers, also consumers. This research aims to analyze the influence of supply chain management to the performance of batik SMEs in Pekalongan by using four independent variables of information sharing, trust, long-term relationship, and collaboration.

The object of this research is batik SMEs domiciled in Pekalongan. The number of samples is 100 owners or managers batik SMEs in Pekalongan by using analytical method is multiple regression analysis and operated by SPSS 23.

The result shows that information sharing has a positive influence on supply chain management performance, trust has a positive effect on supply chain management performance, long-term relationship has a positive effect on supply chain management performance, and collaboration has a positive influence on supply chain management performance.

Keyword : Information Sharing, Trust, Long-term Relationship, Collaboration, Supply Chain Management Performance

PENDAHULUAN

Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang sedang dihadapi oleh Indonesia saat ini, mengakibatkan terjadinya pasar bebas, dimana arus modal, barang dan jasa, serta tenaga kerja bebas masuk ataupun keluar dari negara-negara di kawasan Asia Tenggara. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap persaingan bisnis yang semakin ketat karena pelaku usaha di dalam negeri harus bersaing dengan pelaku usaha dari luar negeri. Selain itu, permintaan pasar yang berfluktuasi dan tuntutan konsumen terhadap produk yang berkualitas, murah, dan cepat juga menjadi tantangan bagi pelaku usaha. Sehingga mereka harus menemukan cara terbaik dalam memproduksi dan mendistribusikan produk yang berkualitas kepada konsumen secara efektif dan efisien.

Dalam memproduksi dan mendistribusikan produk, pelaku usaha tentunya membutuhkan pihak lain. Menurut Pujawan dan Mahendrawati (dalam Ariani, 2013:133), seluruh pihak mulai dari pemasok, manufaktur, distributor, retailer, hingga konsumen masing-masing mempunyai peranan penting dalam penciptaan suatu produk yang berkualitas, murah, dan cepat. Sehingga muncul suatu konsep baru yaitu Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*).

Manajemen rantai pasokan tidak hanya dapat diterapkan oleh perusahaan besar saja, tetapi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) juga dapat menerapkannya. Salah satunya adalah UMKM batik. Batik merupakan salah satu kekayaan budaya Indonesia yang sudah dikenal luas oleh dunia internasional. Pada tahun 2009, UNESCO telah mengukuhkan batik sebagai warisan budaya Indonesia. Dengan adanya pengukuhan ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan UMKM batik di Indonesia.

Salah satu kota yang menjadikan batik sebagai produk unggulannya adalah Pekalongan. Berdasarkan Perda Rencana Pembangunan Jangka Menengah Kota Pekalongan Tahun 2016-2021, industri batik mempunyai jumlah unit usaha sebesar 861 dengan penyerapan tenaga kerja yang juga

¹Ardy Kurniawan, Amie Kusumawardhani

cukup tinggi sebesar 12.004 orang. Hal ini menunjukkan bahwa batik menjadi salah satu penyumbang terbesar bagi perekonomian Kota Pekalongan.

Namun, terdapat beberapa hambatan yang baik internal maupun eksternal yang biasa ditemui oleh pelaku usaha UMKM (LPPI dan Bank Indonesia, 2015:19-20) yaitu: sebagian besar pelaku usaha UMKM belum mendapatkan akses permodalan ke bank, terbatasnya sumber daya yang dimiliki serta kurangnya pengetahuan mengenai teknologi terbaru dan cara melakukan *quality control* terhadap produk, terbatasnya sarana dan prasana usaha terutama berhubungan dengan alat-alat serta akses terhadap bahan baku yang bagus, murah, dan mudah didapat, dan persaingan bisnis yang ketat baik di Pekalongan maupun di luar daerah.

Oleh karena itu, pelaku usaha UMKM batik di Pekalongan harus meningkatkan daya saing mereka. Salah satunya dengan menerapkan manajemen rantai pasokan. Dalam manajemen rantai pasokan, terdapat beberapa dimensi yang mempengaruhi yaitu: berbagi informasi dengan mitra dalam rantai pasokan (Ibrahim dan Ogunyemi, 2012); kepercayaan terhadap pemasok (Capaldo dan Giannoccaro, 2015); hubungan jangka panjang dengan pemasok (Prajogo dan Olhager, 2012); dan kolaborasi dengan pemasok (Kache dan Seuring, 2014).

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Kinerja Manajemen Rantai Pasokan (Y)

Menurut Zelibst *et al.* (2009), kinerja manajemen rantai pasokan merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik dari segi kualitas produk maupun biaya. Fawcett dan Clinton (dalam Ibrahim dan Ogunyemi, 2012:447) mengatakan bahwa kinerja manajemen rantai pasokan harus membantu perusahaan dalam memahami sistem dan memberikan informasi kepada seluruh mitra dalam rantai pasokan.

Keberhasilan kinerja manajemen rantai pasokan didasarkan pada tingkat kepercayaan dan komitmen seluruh pihak dalam rantai pasokan (Kwon dan Suh, 2004). Dalam menerapkan rantai pasokan yang efektif, perusahaan harus menjadikan pemasok sebagai bagian dari strategi jangka panjang perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk yang beragam, kualitas produk yang tinggi, penurunan biaya, dan kecepatan merespon pasar (Heizer & Render, 2011:453).

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kinerja manajemen rantai pasokan dapat membantu untuk mengetahui daya saing perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar secara efektif dan efisien. Salah satu alat yang digunakan untuk menilai kinerja rantai pasokan adalah dengan model SCOR (*Supply Chain Operations Reference*). Heizer dan Render (2011:472) mengatakan bahwa model SCOR merupakan proses, cara, dan praktik terbaik yang digunakan dan dikembangkan oleh anggota rantai pasokan untuk diterapkan dalam keunggulan bersaing.

Berbagi Informasi (X₁)

Menurut Liew (2007), informasi merupakan pesan yang mengandung makna yang relevan, implikasi, atau masukan untuk pengambilan keputusan atau tindakan. Lebih lanjut, tujuan dari adanya informasi adalah membantu membuat keputusan, memecahkan masalah, dan melihat peluang (Liew, 2007).

Berbagi informasi dapat didefinisikan sebagai ketersediaan database bagi seluruh mitra dalam rantai pasokan untuk memantau arus produk dan pesanan mulai dari pihak manufaktur hingga kepada pihak konsumen (Simatupang dan Sridharan, 2002). Lebih lanjut, Simatupang dan Sridharan (2002) menjelaskan bahwa berbagi informasi yang relevan dan akurat, dapat membantu anggota rantai pasokan dalam membuat keputusan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif dan efisien.

Lau *et al.* (2010) menjelaskan bahwa berbagi informasi mengacu pada proses pembagian teknologi, pemasaran, produksi, dan informasi persediaan dengan pemasok dan konsumen. Berbagi informasi juga dapat membantu perusahaan untuk memahami keinginan pasar, kebutuhan konsumen, mendapatkan ide-ide baru dalam menciptakan produk, dan mengembangkan serta memperbaiki proses bisnis perusahaan (Sujono, 2016:55).

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa berbagi informasi perlu dilakukan oleh perusahaan karena dapat membantu dalam pengambilan suatu keputusan atau tindakan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Dengan informasi yang berkualitas, jelas, dan transparan, maka perusahaan dapat menghindari *bullwhip effect*.

Hubungan Berbagi Informasi dengan Kinerja Manajemen Rantai Pasokan

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini, menyatakan bahwa berbagi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Chang *et al.* (2013) mengenai *e-procurement and supply chain performance*, menyatakan bahwa berbagi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim dan Ogunyemi (2012) mengenai *the effect of linkages and information sharing on supply chain and export performance in Egyptian T&C manufacturers* juga menyatakan bahwa berbagi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Menurut Yu *et al.* (2001), dengan adanya pertukaran informasi dalam rantai pasokan, membantu perusahaan untuk memperbaiki tingkat persediaan dan melakukan penghematan biaya. Lin *et al.* (2002) juga menyatakan bahwa berbagi informasi dengan mitra dalam rantai pasokan dapat mengurangi ketidakpastian dan memperbaiki layanan dalam memenuhi pesanan konsumen. Sehingga intensitas berbagi informasi yang tinggi dapat meningkatkan kinerja manajemen rantai pasokan perusahaan.

Dengan demikian dirumuskan hipotesis:

H₁: Berbagi informasi (X₁) berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan (Y).

Kepercayaan (X₂)

Kepercayaan merupakan sebuah keputusan yang dibuat perusahaan untuk mengandalkan mitra dengan harapan mitra tersebut akan bertindak sesuai dengan tujuan yang disepakati (Currall dan Inkpen, 2002). Lebih lanjut, Panayides dan Lun (2009) mengatakan bahwa kepercayaan antara mitra menciptakan hubungan yang dapat saling menguntungkan. Kepercayaan juga berpengaruh penting dalam menurunkan biaya transaksi dan kesediaan untuk berbagi resiko (Kwon dan Suh, 2004). Lebih lanjut, orang dengan kepercayaan yang tinggi tidak ragu untuk membagi seluruh informasi dan percaya dengan isi dari informasi yang diterima (Kwon dan Suh, 2004).

Kepercayaan mengacu pada salah satu pihak percaya akan keandalan dan integrasi yang dimiliki oleh pihak lain (Abdullah dan Musa, 2014). Lebih lanjut, kepercayaan mempunyai peranan penting dalam kemitraan strategis dan memandang satu pihak dengan pihak yang lain dapat dipercaya (Abdullah dan Musa, 2014).

Kepercayaan dapat membantu keselarasan kepentingan mitra, meningkatkan kepuasan pemangku kepentingan, dan mendukung tercapainya tujuan bersama (Maurer, 2010). Lebih lanjut, kepercayaan membantu adanya peluang yang muncul dari kerjasama antara mitra (Maurer, 2010).

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan suatu keyakinan dan sikap untuk mau berbagi informasi dan resiko antara mitra yang bekerjasama, dimana pihak di dalamnya saling percaya terhadap informasi yang diberikan, sehingga menciptakan kemitraan yang strategis dan mendukung tercapainya tujuan bersama.

Hubungan Kepercayaan dengan Kinerja Manajemen Rantai Pasokan

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini, menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Munizu (2017) mengenai pengaruh kepercayaan, komitmen, dan teknologi informasi terhadap kinerja rantai pasokan pada IKM pengolah buah Markisa di Kota Makassar, menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Panayides dan Lun (2009) mengenai *the impact of trust on innovativeness and supply chain performance* juga menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan. Lebih lanjut, Panayides dan Lun (2009) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu aspek penting untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan dalam rantai pasokan. Dalam menumbuhkan kepercayaan, perusahaan tidak hanya melihat hubungan dengan pemasok sebagai transaksi bisnis saja, tetapi lebih menganggap pemasok sebagai bagian dari perusahaan. Sehingga

dengan tingkat kepercayaan yang tinggi antara perusahaan dengan pemasok dapat meningkatkan kinerja manajemen rantai pasokan perusahaan.

Dengan demikian dirumuskan hipotesis:

H₂: Kepercayaan (X₂) berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan (Y).

Hubungan Jangka Panjang (X₃)

Menurut Ganesan (dalam Indriani, 2006), hubungan jangka panjang merupakan suatu persepsi mengenai kebutuhan perusahaan akan bahan baku, informasi, dan hubungan dengan pemasok, sehingga diharapkan membawa keuntungan bersama dalam jangka waktu yang panjang. Ogden (2006) mengatakan bahwa perusahaan yang membina hubungan jangka panjang dengan pemasoknya, mendapatkan keuntungan berupa kestabilan harga bahan baku.

Strategi perusahaan saat ini lebih menggunakan sedikit pemasok dibandingkan mempertahankan jumlah pemasok yang besar (Al-Shuaibi, 2016). Menurut Helper (dalam Al-Shuaibi, 2016:205), keuntungan dari strategi sedikit pemasok ini adalah hubungan jangka panjang dan biaya yang rendah.

Strategi aliansi dengan pemasok dapat membantu perusahaan lebih fokus terhadap tujuan utama mereka yaitu menyediakan produk yang berkualitas (Sambasivan *et al.*, 2013). Menurut Mohr dan Spekman (dalam Sambasivan *et al.*, 2013), hubungan dekat antara perusahaan dan pemasok memberikan keuntungan teknik, keuangan, dan strategi.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa hubungan jangka panjang merupakan suatu persepsi untuk mau menjalin hubungan dan kerjasama jangka panjang dalam menyediakan produk yang berkualitas dengan biaya yang rendah. Oleh karena itu, manajemen rantai pasokan merupakan suatu pendekatan yang tepat bagi perusahaan dalam membangun kemitraan jangka panjang (Khan *et al.*, 2015).

Hubungan Jangka Panjang dengan Kinerja Manajemen Rantai Pasokan

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini, menyatakan bahwa hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2013) mengenai analisis pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja UMKM makanan olahan khas Kota Padang, menyatakan bahwa hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Prajogo dan Olhager (2012) mengenai *supply chain integration and performance: the effects of long-term relationships, information technology and sharing, and logistics integration* juga menyatakan bahwa hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Lebih lanjut, Panayides dan Lun (2009) menyatakan bahwa dengan adanya hubungan jangka panjang dapat mengintegrasikan informasi dalam rantai pasokan dengan lebih baik dan memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Dyer dan Singh (dalam Panayides dan Lun, 2009:520) juga menyatakan bahwa hubungan jangka panjang dalam rantai pasokan dapat membantu perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing melalui kemampuan rantai pasokan yang dibangun bersama-sama dengan mitranya. Sehingga hubungan jangka panjang dapat mendorong peningkatan kinerja manajemen rantai pasokan.

Dengan demikian dirumuskan hipotesis:

H₃: Hubungan Jangka Panjang (X₃) berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan (Y).

Kolaborasi (X₄)

Kolaborasi dapat diartikan sebagai kerjasama antara dua perusahaan dalam menyelaraskan proses rantai pasokan keduanya, sehingga dapat menciptakan nilai yang unggul kepada konsumen (Simatupang *et al.*, 2004). Menurut Spekman (dalam Simatupang *et al.*, 2004), Perusahaan harus bekerja sama dengan seluruh mitra dalam rantai pasokan untuk menciptakan keunggulan bersaing.

Menurut Sandberg (2005), kolaborasi pada manajemen rantai pasokan diharapkan dapat menurunkan total biaya dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Lebih lanjut, (Said *et al.*, 2006) mengatakan bahwa kolaborasi dapat membantu perusahaan memasuki pasar baru, lebih fleksibel, dan memanfaatkan sumber daya dan teknologi yang belum pernah digunakan.

Fawcett dan Mccarter (2008) menjelaskan bahwa kolaborasi merupakan kemampuan bekerjasama dengan pihak lain dalam menciptakan dan mengelola nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Spekman (dalam Gallear *et al.*, 2012), kolaborasi merupakan hubungan strategis purposive antara perusahaan independen yang berbagi tujuan kompatibel, berusaha untuk saling menguntungkan, dan saling ketergantungan.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kolaborasi merupakan perpaduan pandangan dan ide dari seluruh mitra dalam rantai pasokan untuk bekerjasama dalam menciptakan nilai tambah dan mencapai tujuan bersama yaitu memenuhi kebutuhan konsumen.

Hubungan Kolaborasi dengan Kinerja Manajemen Rantai Pasokan

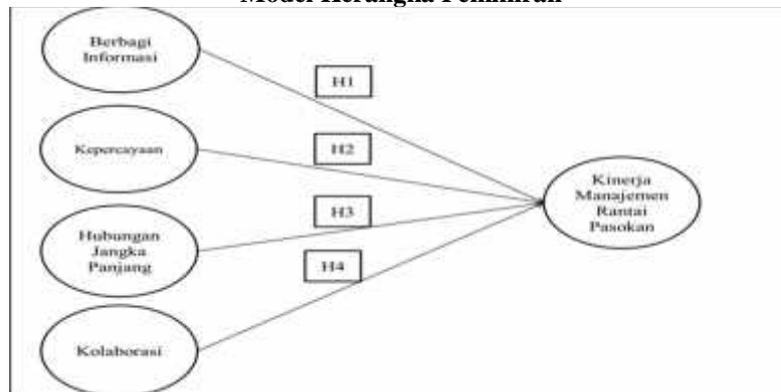
Berdasarkan penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini, menyatakan bahwa kolaborasi berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Gallear *et al.* (2012) mengenai *corporate responsibility, supply chain partnership and performance: an empirical examination*, menyatakan bahwa kolaborasi berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Wu *et al.* (2014) mengenai *information sharing and collaborative behaviors in enabling supply chain performance: a social exchange perspective* juga menyatakan bahwa kolaborasi berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan. Lebih lanjut, Wu *et al.* (2014) menyatakan bahwa kolaborasi dengan mitra membantu perusahaan dalam membuat strategi rantai pasokan yang lebih baik. Salah satu cara membangun perilaku kolaboratif adalah dengan menciptakan iklim yang kondusif bagi anggota rantai pasokan untuk bersedia berkolaborasi dan mengintegrasikan seluruh sumber daya yang ada. Hal tersebut dapat berpengaruh terhadap pengurangan biaya dan meningkatkan layanan konsumen. Sehingga tingkat kolaborasi yang tinggi dapat mendorong peningkatan kinerja manajemen rantai pasokan perusahaan.

Dengan demikian dirumuskan hipotesis:

H₄: Kolaborasi (X₄) berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan (Y).

Gambar 1
Model Kerangka Pemikiran



Sumber: Chang *et al.* (2013), Panayides dan Lun (2009), Gallear *et al.* (2012) Prajogo dan Olhager (2012), Ariani (2013)

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen yang digunakan adalah kinerja manajemen rantai pasokan dan variabel independen yang digunakan adalah berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, dan kolaborasi.

Tabel 1
Variabel dan Indikator

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
Berbagi Informasi (X_1)	Berbagi informasi didefinisikan sebagai kesediaan perusahaan untuk berbagi data strategis seperti tingkat persediaan, ramalan, promosi penjualan, dan strategi pemasaran dalam membentuk rantai pasokan (Cao dan Zhang, 2011).	1. Keterbukaan informasi (Zelbst <i>et al.</i> , 2010); 2. Arus Informasi; 3. Kualitas Informasi (Chang <i>et al.</i> , 2013).
Kepercayaan (X_2)	Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan perusahaan untuk bekerjasama dan bergantung kepada pihak lain (Chen <i>et al.</i> , 2011).	1. Kejujuran pemasok; 2. Tanggung jawab pemasok; 3. Pengalaman pemasok (Panayides dan Venus Lun, 2009).
Hubungan Jangka Panjang (X_3)	Hubungan jangka panjang merupakan suatu persepsi mengenai kebutuhan perusahaan akan bahan baku, informasi, dan hubungan dengan pemasok, sehingga diharapkan membawa keuntungan bersama dalam jangka waktu yang panjang (Ganesan dalam Indriani, 2006).	1. Pemeliharaan hubungan dengan pemasok (Prajogo dan Olhager, 2012); 2. Keuntungan adanya hubungan jangka panjang; 3. Fokus pada tujuan jangka panjang (Ganesan dalam Indriani, 2006).
Kolaborasi (X_4)	Kolaborasi merupakan proses bisnis dimana dua perusahaan bekerjasama untuk merencanakan, melaksanakan, dan menciptakan rantai pasokan yang efektif dan efisien agar dapat mencapai tujuan bersama dan saling menguntungkan (Cao dan Zhang, 2011).	1. Keuntungan pemecahan masalah; 2. Keterlibatan pemasok; 3. Kompetensi pemasok (Gallear <i>et al.</i> , 2012).
Kinerja Manajemen Rantai Pasokan (Y)	Kinerja manajemen rantai pasokan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif dan efisien baik dari segi kualitas produk dan biaya (Zelbst <i>et al.</i> , 2009).	1. Biaya; 2. Kecepatan/Keandalan; 3. Fleksibilitas; 4. Kualitas Produk (Bourlakis <i>et al.</i> , 2012).

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, populasinya adalah 861 pemilik atau pengelola UMKM batik di Pekalongan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* dan penentuan jumlah sampel menggunakan pendekatan Yamane (dalam Ferdinand, 2014:174). Sehingga didapatkan sampel sebanyak 100 responden.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebar kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda dengan program SPSS 23.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, kuesioner disebar kepada 100 pemilik atau pengelola UMKM batik di Pekalongan. Dalam penelitian ini, responden terbagi berdasarkan jenis kelamin, tingkatan umur, jenjang pendidikan terakhir, dan lama bekerja. Proses analisis data dilakukan menggunakan tiga pengujian, yaitu: uji instrumen pengumpulan data, uji asumsi klasik, dan uji *goodness of fit*.

Uji Instrumen Pengumpulan Data

Uji instrumen pengumpulan data bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan reliabel dan valid atau tidak. Menurut Nunnally (dalam Ghazali, 2011:48), suatu

kuesioner dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70 dan suatu kuesioner dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Ghozali, 2011:52).

Tabel 2
Hasil Uji Reliabel dan Validitas

	Standar Alpha	Cronbach's Alpha	r_{hitung}	Kesimpulan
Berbagi Informasi (BI)	0,700	0,766		Reliabel
BI 1 Keterbukaan Informasi			0,740	Valid
BI 2 Arus Informasi			0,585	Valid
BI 3 Kualitas Informasi			0,726	Valid
Kepercayaan (K)	0,700	0,788		Reliabel
K 1 Kejujuran Pemasok			0,703	Valid
K 2 Tanggung Jawab Pemasok			0,804	Valid
K 3 Pengalaman Pemasok			0,675	Valid
Hubungan Jangka Panjang (HJP)	0,700	0,770		Reliabel
HJP 1 Pemeliharaan Hubungan dengan Pemasok			0,723	Valid
HJP 2 Keuntungan adanya Hubungan Jangka Panjang			0,661	Valid
HJP 3 Fokus pada Tujuan Jangka Panjang			0,776	Valid
Kolaborasi (KL)	0,700	0,782		Reliabel
KL 1 Keuntungan Pemecahan Masalah			0,754	Valid
KL 2 Keterlibatan Pemasok			0,684	Valid
KL 3 Kompetensi Pemasok			0,644	Valid
Kinerja Manajemen Rantai Pasokan (KM)	0,700	0,727		Reliabel
KM 1 Biaya			0,657	Valid
KM 2 Kecepatan / Keandalan			0,672	Valid
KM 3 Fleksibilitas			0,665	Valid
KM 4 Kualitas Produk			0,497	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70 dan semua indikator yang digunakan, memiliki $r_{hitung} > 0,195$ sehingga kuesioner ini sudah reliabel dan valid.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Menurut Ghozali (2011:105), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas pada suatu model regresi dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF).

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

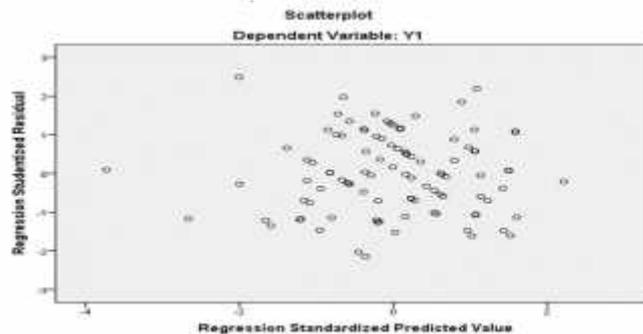
Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Berbagi Informasi (X_1)	.570	1.753	Bebas Multikol
Kepercayaan (X_2)	.547	1.827	Bebas Multikol
Hubungan Jangka Panjang (X_3)	.549	1.822	Bebas Multikol
Kolaborasi (X_4)	.670	1.493	Bebas Multikol

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua variabel independen mempunyai nilai *tolerance* diatas 0,10 dan nilai VIF yang kurang dari 10, sehingga semua variabel independen dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011:139). Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi dengan menggunakan *scatterplot*.

Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

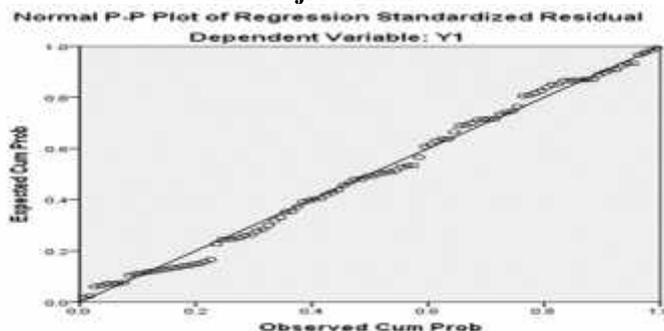


Sumber: Data yang diolah, 2017

Dari gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk sebuah pola tertentu, sehingga model regresi dalam penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali (2011:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dengan analisis *Normal P-Plot*.

Gambar 3
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari gambar *Normal P-Plot* diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik pada gambar berhimpit mengikuti garis diagonal, sehingga model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Goodness of Fit

Uji *goodnes of fit* terdiri dari koefisien determinasi (R^2), uji statistik F, Uji statistik t, dan analisis regresi berganda. Menurut Ghozali (2011:97), koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Dalam penelitian ini, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,550. Maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, dan kolaborasi dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen kinerja manajemen rantai pasokan sebesar 55% dan sisanya sebesar 45% dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji statistik F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:98). Dalam penelitian ini, nilai F sebesar 31,283 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka model regresi yang digunakan sudah fit.

Menurut Ghozali (2011:98), uji statistik t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 3
Uji Statistik t dan Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	6.550	1.666		3.930	.000
	X1	.203	.081	.223	2.504	.014
	X2	.362	.101	.325	3.573	.001
	X3	.193	.092	.190	2.092	.039
	X4	.192	.079	.200	2.424	.017

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari hasil tersebut, persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,223X_1 + 0,325X_2 + 0,190X_3 + 0,200X_4$$

Berdasarkan keterangan persamaan regresi diatas, diketahui bahwa kinerja manajemen rantai pasokan dipengaruhi oleh variabel berbagi informasi dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,223, variabel kepercayaan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,325, variabel hubungan jangka panjang dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,190 dan variabel kolaborasi dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,200.

Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, semua variabel independen dalam penelitian ini, berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, dan kolaborasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja manajemen rantai pasokan. Hal ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chang *et al.* (2013), Munizu (2017), Nugroho *et al.* (2013), dan Wu *et al.* (2014).

KESIMPULAN

Seluruh variabel independen dalam penelitian ini, berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, dan kolaborasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Sebagian besar pemilik UMKM batik di Pekalongan telah melakukan pertukaran informasi dengan cukup baik, membangun kepercayaan dengan pemasok, menjalin hubungan kerjasama dengan pemasok dalam waktu yang lama, dan berkolaborasi dengan pemasok. Namun, ada beberapa UMKM yang belum maksimal dalam melakukan pertukaran informasi, membangun kepercayaan, menciptakan hubungan jangka panjang dan melakukan kolaborasi dengan pemasok.

Saran yang dapat diberikan kepada pemilik UMKM batik di Pekalongan adalah dibentuknya sebuah wadah oleh pemerintah setempat dalam menjembatani komunikasi antara pemilik UMKM dengan pemasok bahan baku agar informasi tetap mengalir lancar. Dalam membangun kepercayaan, pemilik UMKM lebih selektif dalam memilih pemasok yang dapat bertanggung jawab. Dalam menciptakan hubungan jangka panjang, pemilik UMKM mencoba menjalin kerjasama dengan sedikit pemasok yang dapat bertanggung jawab. Selain itu, pemasok



dapat berkolaborasi dengan pemilik UMKM dalam bentuk memberikan *feedback* yang membangun bagi pengembangan produk.

REFERENSI

- Abdullah, Z., & Musa, R. (2014). The Effect of Trust and Information Sharing on Relationship Commitment in Supply Chain Management. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 266–272.
- Al-Shuaibi, K. M. (2016). Reaping the Benefits of Long Term Relationship with Suppliers: An Evidence from the Saudi Chemical Industry. *International Journal of Business and Management*, 11(8), 203.
- Ariani, D. (2013). Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 10(2), 132–141.
- Bank Indonesia dan LPP. 2015. Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Jakarta.
- Bourlakis, M., Maglaras, G., & Fotopoulos, C. (2012). Creating a “best value supply chain”? Empirical evidence from the Greek food chain. *International Journal of Logistics Management*, 23(3), 360–382.
- Capaldo, A., & Giannoccaro, I. (2015). How does trust affect performance in the supply chain? The moderating role of interdependence. *International Journal of Production Economics*, 166, 36–49.
- Chang, H. H., Tsai, Y.-C., & Che-Hao, H. (2013). E-procurement and supply chain performance. *Supply Chain Management*, 18(1), 34–51.
- Currall, S. C., & Inkpen, A. C. (2002). A Multilevel Approach to Trust in Joint Venture. *Journal of International Business Studies*, 33(3), 479–495.
- Fawcett, S. E., & McCarter, M. W. (2008). A Three-Stage Implementation Model for Supply Chain Collaboration. *Journal of Business Logistics*, 29(1), 93–112. <https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2008.tb00070.x>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gallea, D., Ghobadian, A., & Chen, W. (2012). Corporate responsibility, supply chain partnership and performance: An empirical examination. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 83–91.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer, J., & Render, B. (2011). *Operations Management* (10th ed.). England: Pearson.
- Ibrahim, S. E., & Ogunyemi, O. (2012). The effect of linkages and information sharing on supply chain and export performance: An empirical study of Egyptian textile manufacturers. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 23(4), 441–463.
- Indriani, N. K. (2006). *Analisis Pengaruh Kepercayaan Outlet Ritel Pada Pemasoknya untuk Mencapai Hubungan Jangka Panjang: (Studi Kasus pada Outlet Ritel yang Menjadi Pelanggan dari PT Intan Alam Indah Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Jr, K. W. G., Sower, V. E., Reyes, P., & Zelbst, P. J. (2009). Impact of supply chain linkages on supply chain performance. *Industrial Management & Data Systems*, 109, 665–682.
- Kache, F., & Seuring, S. (2014). Linking collaboration and integration to risk and performance in supply chains via a review of literature reviews. *Supply Chain Management: An International Journal*, 19(5/6), 664–682.
- Khan, S. A., Liang, Y., & Shahzad, S. (2015). The Effect of Buyer-supplier Partnership and Information Integration on Supply Chain Performance: An Experience from Chinese Manufacturing Industry. *International Journal Supply Chain Management*, 4(2), 20–34.
- Kwon, I. K. G., & Suh, T. (2004). Factors Affecting the Level of Trust and Commitment in Supply Chain Relationships. *Journal of Supply Chain Management*, 40(2), 4–14.
- Lau, A. K. W., Yam, R. C. M., & Tang, E. P. Y. (2010). Supply chain integration and product modularity. *International Journal of Operations & Production Management*, 30(1), 20–56.
- Liew, A. (2007). Understanding Data, Information, Knowledge And Their Inter-Relationships.

- Journal of Knowledge Management Practice*, 8(2).
- Lin, F., Huang, S., & Lin, S. (2002). Effects of Information Sharing on Supply Chain Performance in Electronic Commerce, 49(3), 258–268.
- Maurer, I. (2010). How to build trust in inter-organizational projects: The impact of project staffing and project rewards on the formation of trust, knowledge acquisition and product innovation. *International Journal of Project Management*, 28(7), 629–637.
- Munizu, M. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, DAN Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus IKM Pengolah Buah Markisa di Kota Makassar). *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 14(1), 32–42.
- Nugroho, B., Handriyono, D., & Pudjo. 2014. *Pengaruh Upstream Supply Chain Management Pada Kinerja Perusahaan (Studi Pt. Zebra Agrindo Utama Di Kabupaten Jember)*. <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/64267?show=full> (diakses tanggal 20 April 2017).
- Ogden, J. A. (2006). Supply base reduction: An empirical study of critical success factors. *Journal of Supply Chain Management*, 42(4), 30–40.
- Panayides, P. M., & Venus Lun, Y. H. (2009). The impact of trust on innovativeness and supply chain performance. *International Journal of Production Economics*, 122(1), 35–46.
- Pemerintah Kota Pekalongan. 2016. *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Pekalongan Tahun 2016-2021*. Pekalongan: Pemerintah Kota Pekalongan.
- Prajogo, D., & Olhager, J. (2012). Supply chain integration and performance: The effects of long-term relationships, information technology and sharing, and logistics integration. *International Journal of Production Economics*, 135(1), 514–522.
- Said, A. I., Soedjarwo, B. A., Benarto, C. L., Lembito, H., Satria, R., Winarto, S., & Masita, Z. I. (2006). *Produktivitas dan Efisiensi dengan Supply Chain Management* (1st ed.). Jakarta: Penerbit PPM.
- Sambasivan, M., Siew-Phaik, L., Abidin Mohamed, Z., & Leong, Y. C. (2013). Factors influencing strategic alliance outcomes in a manufacturing supply chain: Role of alliance motives, interdependence, asset specificity and relational capital. *International Journal of Production Economics*, 141(1), 339–351.
- Sandberg, E. (2005). *Logistics Collaboration in Supply Chains: A Survey of Swedish Manufacturing Companies*. Linköpings University.
- Simatupang, T. M., & Sridharan, R. (2002). The Collaborative Supply Chain. *The International Journal of Logistics Management*, 13(1), 15–30.
- Simatupang, T. M., Wright, A. C., & Sridharan, R. (2004). Applying the Theory of Constraints to Supply Chain Collaboration. *Supply Chain Management: An International Journal*, 9(1), 1–29.
- Sujono, S. (2016). *Dinamika Penerapan Supply Chain Management*. Jakarta: Indonesia Book Project.
- Wu, I. L., Chuang, C. H., & Hsu, C. H. (2014). Information sharing and collaborative behaviors in enabling supply chain performance: A social exchange perspective. *International Journal of Production Economics*, 148, 122–132.
- Yu, Z., Yan, H., & Cheng, T. C. E. (2001). Benefits of Information Sharing with Supply Chain Partnerships. *Industrial Management & Data Systems*, 101(3), 114–121.
- Zhao, X. D., Xie, J. X., & Leung, J. (2002). The impact of forecasting model selection on the value of information sharing in a supply chain. *European Journal of Operational Research*, 142(2), 321–344.