

## ***Supply Chain Management Performance pada Retailer Bahan Bangunan***

### ***Supply Chain Management Performance at the Building Materials Retailer***

**Sesilya Kempa<sup>a,1\*</sup> Jay Jovial Janitra<sup>b,2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia

<sup>1\*</sup> [sesilya.kempa@petra.ac.id](mailto:sesilya.kempa@petra.ac.id)

\*corresponding e-mail

This is an open access article under the terms of the **CC-BY-NC** license

#### **ABSTRACT**

*The development of the building material industry sector is currently in line with the growth of regional infrastructure and physical facilities in Surabaya. The objective of this study is to analyze the effect of trust, commitment, information sharing and information quality on supply chain management performance of building material retailers in Surabaya. The sample studied was 134 owners of building material retailers in Surabaya. The analytical method used is multiple linear regression using SPSS 20. The results show that trust, commitment, information sharing, and information quality significantly influence partially and simultaneously on supply chain management performance of building material retailers in Surabaya.*

**Keywords** : *trust; commitment; sharing information; information quality; supply chain management performance*

#### **ABSTRAK**

Perkembangan sektor industri bahan bangunan saat ini sejalan dengan pertumbuhan infrastruktur serta fasilitas fisik daerah di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *trust, commitment, information sharing* dan *information quality* pada *supply chain management performance* dari *retailer* bahan bangunan di Surabaya. Sampel yang diteliti adalah 134 pemilik *retailer* bahan bangunan di Surabaya. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust, commitment, information sharing*, dan *information quality* secara signifikan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap *supply chain management performance* dari *retailer* bahan bangunan di Surabaya.

**Kata Kunci** : *kepercayaan; komitmen; berbagi informasi; kualitas informasi; kinerja manajemen rantai pasok*

## A. Pendahuluan

Perkembangan sektor industri bahan bangunan yang saat ini diketahui berkembang pesat diakibatkan oleh munculnya berbagai proyek infrastruktur dari pihak pemerintah maupun swasta. Perkembangan ini sejalan dengan pertumbuhan infrastruktur serta fasilitas fisik daerah yang turut meramaikan industri bahan bangunan khususnya di Surabaya (Bagus, 2017). Data menyebutkan bahwa pada tahun 2016 hingga tahun 2017 penjualan bahan bangunan mengalami peningkatan hingga 16,5% dibandingkan periode sebelumnya. Salah satu supplier bahan bangunan menuturkan bahwa pada kuartal pertama penjualan bahan bangunan mencapai Rp 2,2 Triliun dan jumlah tersebut tumbuh dibandingkan periode sebelumnya pada tahun 2016 sebesar Rp 1,9 Triliun. Kinerja penjualan ini mendorong laba bersih penjualan bahan bangunan semakin meningkat sebesar 47% menjadi 31 miliar dari 21 miliar pada kuartal pertama di 2016 (Rzk, 2017).

Keberhasilan sektor industri bahan bangunan khususnya melalui penjualan ritel bahan bangunan tidak lepas dari peranan *supply chain management* antara pihak pemasok dengan perusahaan. Proses penyediaan barang yang lancar dari pihak pemasok dan ritel bahan bangunan mempermudah pihak konsumen memperoleh bahan bangunan dengan cepat melihat faktor industri properti mengalami peningkatan tiap tahun. Kunci keberhasilan ini tidak dapat dipisahkan dari sistem *supply chain management* (SCM) yang berkesinambungan dengan penerapan asas keterbukaan, kemandirian, dan pertanggungjawaban.

Industri bahan bangunan di Surabaya merupakan salah satu sektor industri bisnis yang menjadi primadona melihat banyaknya permintaan pasar. Berbagai aspek yang terlibat dalam manajemen rantai pasokan selalu dihubungkan dengan masalah transparansi informasi saat pemesanan, pengurangan variabilitas, sinkronisasi aliran material dan konfigurasi rantai pasokan. Aspek tersebut juga di antaranya kerap

dikaitkan dengan SCM yakni koordinasi rantai pasokan, distribusi, transportasi, inventaris, manajemen pemesanan, perencanaan serta optimalisasi, integrasi rantai pasokan, *sharing information*, logistik, pemilihan pemasok serta vendor (Ou, Liu, Hung, & Yen, 2010). Pelaku usaha ini menyadari bahwa dalam rangka meningkatkan daya saing di dunia bisnis serta dalam rangka memenuhi bahkan memuaskan keinginan konsumen maka penerapan SCM dinilai harus dikelola dengan baik. Penerapan SCM agar berjalan dengan efektif, maka diperlukan sistem kerjasama yang baik antara penjual (mitra dagang) dan pemasok (*supplier*). Kelancaran dan peningkatan intensitas antar pihak yang terlibat dalam SCM berdampak pada permintaan barang secara otomatis (Lee, Kwon, & Severance, 2007).

Heizer dan Render (2010) menjelaskan bahwa kunci terpenting dalam menjaga SCM yakni kerjasama yang baik dengan para mitra agar dapat memenuhi berbagai kebutuhan konsumen dalam kondisi perubahan apa pun. Proses membangun kepercayaan oleh masing-masing perusahaan dalam sebuah jaringan rantai pasokan merupakan salah satu strategi yang baik untuk diterapkan (Chopra & Meindl, 2007). Kepercayaan dapat memberikan keyakinan yang positif, keyakinan kerap digambarkan dengan harapan terjalinnya hubungan baik antar mitra. Sistem operasional perusahaan dapat berjalan lancar sehingga mendukung kinerja perusahaan apabila kepercayaan dan komitmen terjalin antar mitra atau partner pada sistem manajemen rantai pasokan (Kwon & Taewon, 2004). Hubungan kerjasama yang dibangun atas dasar kepercayaan cenderung bekerja dengan baik melalui kerjasama dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Mukhsin, 2009).

Menurut (Ryu, So, & Koo, 2009), komitmen mendukung adanya kolaborasi antara perusahaan dengan *supplier*, komitmen menunjukkan adanya keterlibatan secara aktif dan terus menerus antara kedua pihak dalam rantai pasokan, sehingga masing-masing individu memahami kinerja

serta kapasitas masing-masing dengan berbagai peran dalam perbaikan kinerja rantai pasokan agar ketersediaan barang tetap terjaga. Komitmen yang dijaga dengan baik, maka akan meningkatkan hubungan kerja yang baik antar pemasok, penyalur maupun konsumen yang selanjutnya meningkatkan kinerja SCM (Allen & Meyer, 1996).

Aspek berikutnya yang dinilai penting dalam proses pengelolaan SCM yakni informasi atau lebih tepatnya *information sharing*. Bagi Hamister (2012), *information sharing* dapat meningkatkan penjualan serta ketersediaan barang bagi produsen untuk mendukung pengecer sehingga menghindari kesalahan stok barang mahal. Menurutnya, aspek *information sharing* merupakan proses berbagi informasi yang dapat membantu meningkatkan kinerja manajemen rantai pasokan. Pada kondisi tertentu, pihak pabrik dapat mengeluarkan promosi agar beberapa barang cepat laku terjual melihat ada pangsa permintaan konsumen. *Information sharing* ini dinilai berkualitas dan dapat meningkatkan keuntungan dari berbagai pihak yang terlibat pada manajemen rantai pasokan termasuk pihak pabrik, produsen, distributor, pengecer maupun konsumen. *Information quality* merupakan berbagai hal yang berkaitan dengan informasi akurat, informasi yang dapat dipercaya, informasi terbaru, sesuai dengan topik bahasan, informasi yang disampaikan mudah dimengerti, sangat detail serta disajikan melalui berbagai media baik data lisan maupun tulisan.

Pelaku usaha bahan bangunan khususnya toko bangunan di Surabaya turut memiliki struktur SCM yang cukup kompleks dengan pihak pemasok sebagai usaha dalam memenuhi permintaan pasar. Permasalahan utama terkait penerapan SCM adalah kemampuan sumber daya yang terbatas, sehingga diperlukan strategi lain dengan menjaga hubungan baik dengan pemasok melihat kemampuan pada modal pada masing-masing pelaku usaha juga terbatas. Berbagai strategi kerap disusun oleh pelaku bisnis dalam menjaga ketersediaan produk serta kelancaran penyediaan barang pada konsumen yakni mengoptimalkan sisi

operasional dengan sistem SCM. Sistem ini merupakan kegiatan operasional perusahaan yang berkaitan dengan proses integrasi pengadaan bahan, *input*, proses, *output* produk hingga pengiriman barang pada konsumen (Pujawan & Mahendrawathi, 2010).

Penelitian ini menekankan pada ada tidaknya pengaruh *trust*, *commitment*, *information sharing*, *information quality* terhadap kinerja *supply chain management* pada retailer bahan bangunan di Surabaya. Penelitian dengan model dan variabel serupa pada *retailer* bahan bangunan di Surabaya sendiri masih terbatas.

*Supply chain management* melibatkan berbagai pihak secara keseluruhan baik secara langsung maupun tidak langsung guna memenuhi permintaan pasar atau konsumen (Chopra & Meindl, 2007). Proses manajemen rantai pasokan ini kerap dikaitkan dengan manufaktur dan pemasok namun lebih dari itu terdapat bagian lain yang berperan cukup penting yakni peran transportasi, gudang, retailer dan pengguna akhir. Tujuan proses manajemen rantai pasokan ini adalah memaksimalkan seluruh output yang dihasilkan dengan memberikan nilai lebih dimana secara keseluruhan proses terdapat perbedaan nilai dari produk akhir terhadap pelanggan dan upaya rantai pasokan dalam memenuhi kebutuhan dan permintaan pasar. Dalam penelitian ini, *supply chain management performance* didefinisikan sebagai kinerja dari proses perusahaan memenuhi permintaan pasar melalui penyediaan barang dan jasa yang memiliki nilai lebih secara efisien serta efektif dari persediaan, aliran kas hingga aliran informasi.

*Supply chain management* yang menerapkan pola yang baik dapat memberikan dampak pada peningkatan keunggulan kompetitif pada produk yang dijual khususnya pada sistem rantai pasokan yang dikelola oleh perusahaan tersebut (Heizer & Render, 2010). Menurut Simchi-Levi, Kaminsky, dan Simchi-Levi (2004), indikator pengukuran *supply chain management performance* terdiri dari empat

indikator yakni reliabilitas, fleksibilitas, biaya dan utilitas.

*Trust* merujuk pada pola perilaku individu yang berdasar pada reliabilitas dan integritas. Hal ini menggambarkan derajat seseorang yang percaya dan menaruh sikap positif pada harapan yang baik dengan kehandalan yang dimiliki dan dapat dipercaya pada situasi yang cenderung berisiko. *Trust* merupakan bagian dari keinginan pihak untuk menerima tindakan dari pihak lain dengan harapan pihak tersebut dapat melakukan sesuatu yang penting dan baik bagi pihak yang memberikan kepercayaan khususnya pada kepercayaan koordinasi dan pengendalian. *Trust* muncul dipengaruhi oleh pengalaman baik pengalaman positif yang cukup konsisten di masa lalu pada salah satu individu atau kelompok, sehingga menumbuhkan keyakinan dan rasa percaya pada hubungan yang akan datang (Laksmana, 2002). Dalam penelitian ini, *trust* didefinisikan sebagai kecenderungan *retailer* untuk yakin pada pemasok dengan maksud baik tanpa merugikan dan tidak melalaikan kewajiban. Selanjutnya, ada tiga pengukuran *trust* yang digunakan dalam penelitian ini yakni komunikasi terbuka, kejujuran dan tanggung jawab (Munizu, 2017).

Komitmen menggambarkan kesediaan individu untuk memihak kelompok tertentu yang ditujukan agar tujuan tercapai dan memelihara hubungan baik dalam kelompok tersebut (Greenberg, 2005). Ketertarikan lebih menjadi salah satu dasar munculnya komitmen untuk mengupayakan hal terbaik guna pencapaian sasaran target yang ditetapkan bersama sesuai kepentingan masing-masing. Perasaan yang kuat serta erat pada diri seseorang mengenai tujuan dan nilai yang dipahami khususnya berkaitan dengan pencapaian kinerja dan keuntungan dunia bisnis pada perusahaan (Zurnali, 2010). Dalam penelitian ini sendiri, *commitment* didefinisikan sebagai bentuk keinginan kuat, kesediaan, dan usaha yang ditunjukkan oleh *retailer* pada pemasok dengan penyesuaian nilai-nilai dan norma yang dijaga. Merujuk pada (Allen & Meyer,

1996), terdapat empat indikator yang dijadikan pengukuran *commitment* dalam penelitian ini yakni *affective*, *cognitive*, dan *behavior*.

Dalam penelitian ini, *information sharing* menunjukkan keterlibatan dalam *supply chain management* terkait berbagai informasi berkualitas maupun hal-hal yang bermasalah terkait respons konsumen maupun berbagai penyelesaian masalah yang membutuhkan pengambilan keputusan (solusi). *Information sharing* mampu mengintegrasikan aliran informasi dari berbagai aliran material dengan mengelola informasi dari berbagai sumber yang dapat dijadikan bahan untuk koordinasi bisnis (Anatan & Ellitan, 2009). Menurut (Hamister, 2012), diketahui bahwa indikator pengukuran *information sharing* yakni berbagi informasi kepemilikan barang-/produk, berbagi informasi dunia bisnis, berbagi informasi pengetahuan bisnis, dan berbagai informasi perencanaan bisnis.

*Information quality* pada penelitian ini merupakan informasi yang mengacu pada akurasi dan kredibilitas informasi yang dibagikan dengan pemasok terkait pertukaran data serta ketepatan waktu. *Information quality* merupakan berbagai hal yang berkaitan dengan informasi yang akurat, informasi yang dapat dipercaya, informasi terbaru sesuai dengan topik bahasan, informasi yang disampaikan mudah dimengerti, sangat detil serta disajikan melalui berbagai media baik data lisan maupun tulisan. Menurut Hamister (2012), indikator pengukuran *information quality* yakni *timely*, *accurate*, *complete*, dan *reliabel*.

Heizer dan Render (2010) menjelaskan bahwa kunci terpenting dalam menjaga manajemen rantai pasokan yakni kerjasama yang baik dengan para mitra agar dapat memenuhi berbagai kebutuhan konsumen dalam kondisi perubahan apa pun. Proses membangun kepercayaan oleh masing-masing perusahaan dalam sebuah jaringan rantai pasokan merupakan salah satu strategi yang baik untuk diterapkan (Chopra & Meindl, 2007). Kepercayaan dapat

memberikan keyakinan yang positif dimana keyakinan kerap digambarkan dengan harapan terjalannya hubungan baik antar mitra. Hubungan kerjasama yang dibangun atas dasar kepercayaan cenderung bekerja dengan baik melalui kerjasama dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Munizu, 2017). Munizu (2017) menjelaskan bahwa efek kepercayaan memberikan dampak secara langsung pada peningkatan kinerja manajemen rantai pasokan. Peningkatan kinerja manajemen rantai pasokan kerap dituntut dengan adanya upaya oleh pihak yang terlibat pada manajemen rantai pasokan agar menumbuhkan rasa kepercayaan bersama. Konsisten dari rasa kepercayaan ini kemudian meyakinkan tiap individu yang ada dalam manajemen rantai pasokan untuk menjaga kualitas masing-masing.

$H_1$  : *Trust* berpengaruh terhadap *supply chain management performance*

Proses membangun hubungan kerjasama jangka panjang sehingga dalam proses membangun kerjasama jangka panjang ini membutuhkan komitmen. Komitmen dinilai sebagai salah satu faktor dalam memelihara hubungan. Faktor komitmen dianggap sebagai ukuran kesuksesan hubungan. Komitmen yang dijaga dan dijunjung tinggi membuat hubungan kerja yang terjalin antara pemasok, penyalur maupun konsumen semakin baik (Allen & Meyer, 1996). Dampak langsung yang diberikan oleh komitmen pada kinerja *supply chain management* diperkuat dengan adanya variabel kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja *supply chain management* harus didahului dengan upaya intens dan kontinu terkait dengan proses menumbuhkan komitmen bersama yang terjalin dalam kerjasama tersebut. Munizu (2017) menemukan bahwa komitmen yang kuat dapat mendorong kinerja rantai pasok. Komitmen mampu memberikan dampak pada peningkatan kinerja *supply chain management* menjadi lebih baik dalam hal reliabilitas, fleksibilitas, biaya dan utilitas (Heizer & Render, 2010).

$H_2$  : *Commitment* berpengaruh terhadap *supply chain management performance*

Berbagi informasi merupakan salah satu bahan dalam rangka pengambilan keputusan khususnya terkait dengan strategi manajemen rantai pasokan. *Information sharing* mengacu pada informasi privasi yang ada pada manajemen rantai pasokan. Beberapa sumber menjelaskan bahwa *information sharing* kerap dikaitkan dengan informasi promosi, potongan harga antara pengecer dan produsen yang cukup berguna dalam peningkatan keuntungan (Hamister, 2012). Informasi berkaitan dengan promosi khususnya pada tingkat ritel dapat meningkatkan permintaan pada periode tertentu. Peran *information sharing* dapat meningkatkan permintaan barang pada pabrik dan hal ini membantu pengecer dalam penjualan stok barang guna memenuhi permintaan. Melalui *information sharing* pihak pabrik dapat mengintegrasikan promosi sebagai perubahan permanen dalam permintaan dan merespons volume produksi serta penjualan guna memenuhi permintaan. *Information sharing* ini kemudian dapat membantu berbagai pihak dalam manajemen rantai pasokan untuk mendapatkan barang dengan mudah serta harga promosi, sehingga meningkatkan keuntungan (Hamister, 2012).

*Information sharing* terkait kualitas informasi mengacu pada akurasi dan kredibilitas informasi antara mitra, *partner*, produsen serta pengecer dengan pertukaran data yang akurat serta pada waktu yang tepat merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja manajemen rantai pasokan. Peran penting *information sharing* pada proses kelancaran manajemen rantai pasokan kemudian menuntut berbagai pihak agar mampu memahami serta menganalisis informasi yang diperoleh agar bermanfaat bagi perusahaan (Turban & Volonino, 2010).

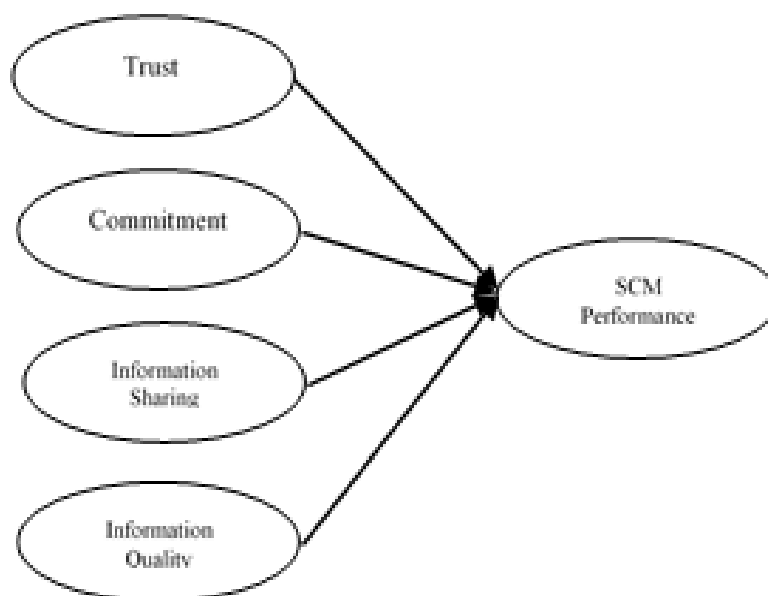
$H_3$  : *Information sharing* berpengaruh terhadap *supply chain management performance*

Li dan Lin (2006) menjelaskan bahwa hubungan antara mitra dagang dari hilir hingga ke hulu senantiasa berbagai informasi dimana informasi yang berkualitas merupakan kunci dan dimensi yang penting dalam menjaga konsistensi kelancaran

manajemen rantai pasokan. Berbagai informasi yang berkualitas dapat membangun nilai pada manajemen rantai pasokan dimana pengecer yang tidak memiliki skala sumber daya untuk melakukan studi pasar dapat menganalisis masalah penetapan harga sehingga memiliki daya saing dengan pesaing lain yang lebih besar (Hamister, 2012). *Information quality* ini memberikan nilai lebih pada pemasok dan pengecer yang dapat menempatkan diri, sehingga berada di posisi kompetitif dalam mengatur kelancaran manajemen rantai pasokan dengan meningkatkan efektivitas penjualan. *Infor-*

*mation quality* yang didapat oleh pengecer penting dalam mengidentifikasi perubahan selera pasar, segmentasi pasar sehingga dapat mengeksplorasi peluang mendapatkan pelanggan lebih banyak serta cepat. *Information quality* sebagai salah satu kunci kelancaran manajemen rantai pasokan dengan berbagai pengetahuan yang dimiliki, maka membantu proses penentuan strategi pada manajemen rantai pasokan ketika mengalami masalah (Hamister, 2012).

$H_4$  : *Information quality* berpengaruh terhadap *supply chain management performance*



Gambar 1 Model Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *trust*, *commitment*, *information sharing* dan *information quality* pada *supply chain management performance* dari *retailer* bahan bangunan di Surabaya.

## B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini menguji pengaruh *trust*, *commitment*, *information sharing*, dan *information quality* terhadap *supply chain management performance*. Populasi pada penelitian ini yakni seluruh toko bahan bangunan yang ada di Surabaya dengan jumlah sebanyak 202 toko yang terdaftar di Dinas Penanaman

Modal. Selanjutnya dengan menggunakan teknik *judgemental sampling* yang dihitung menggunakan metode Slovin, diperoleh sampel sebanyak 134 toko. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Juni 2018 dengan menggunakan instrumen kuesioner dengan skala Likert 5-poin, dimulai angka 1 'sangat tidak setuju' hingga 5 'sangat setuju'. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *trust*, *commitment*, *information sharing* dan *information quality*. Variabel terikat pada penelitian ini adalah *supply chain management performance*.

### C. Hasil dan Pembahasan

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik toko bangunan di Surabaya berjumlah 134 responden. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa pemilik toko bangunan di Surabaya paling banyak berusia sekitar 20 – 29 tahun. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa pemilik usaha toko bangunan lebih banyak dilakukan oleh kaum pria. Hasil tersebut membuktikan bahwa pemilik toko bangunan di Surabaya memiliki mayoritas memiliki pendidikan tingkat pendidikan SMA/SMK sebanyak 60 orang dari total 134 yakni mencapai 40% lebih. Jumlah omzet yang dihasilkan paling banyak berkisar 5 – 10 juta per bulan.

Pada penelitian ini uji validitas dilakukan menggunakan ketentuan dinyatakan valid apabila nilai r memiliki tingkat signifikansi kurang dari 5% dan korelasi pearson di atas 0,3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi semua item kurang 0,05

sedangkan nilai korelasi pearson (r) seluruh item sudah dikatakan valid, nilai r untuk variabel *trust*, *commitment*, *information sharing*, *information quality* serta *supply chain management performance* masing-masing secara berturut-turut ada di kisaran 0,457-0,802; 0,632-0,847; 0,697-0,865; 0,579-0,821; 0,486-0,892.

Dari segi reliabilitas, nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) masing-masing variabel penelitian lebih besar dari 0,6 yang menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan sudah reliabel dengan kisaran nilai 0,810-0,963. Dalam hal ini, kuesioner yang digunakan secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama meskipun digunakan berulang kali.

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan kausal antara variabel tidak bebas (Y) dengan lebih dari satu variabel bebas (X).

Tabel 1 Hasil Regresi Linier Berganda

| Model        | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant) | ,130                        | ,342       |                           | ,379  | ,705 |
| Trust        | ,379                        | ,090       | ,308                      | 4,211 | ,000 |
| Comm         | ,207                        | ,075       | ,190                      | 2,738 | ,007 |
| IS           | ,261                        | ,069       | ,261                      | 3,800 | ,000 |
| IQ           | ,153                        | ,036       | ,269                      | 4,274 | ,000 |

Persamaan regresi yang terbentuk dari Tabel 1 adalah:

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

$$Y = 0,130 + 0,379 X_1 + 0,207 X_2 + 0,261 X_3 + 0,153 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = SCM Performance

a = Nilai Intersep (Konstanta)

b<sub>1</sub>+b<sub>4</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Variabel *Trust*

X<sub>2</sub> = Variabel *Commitment*

X<sub>3</sub> = Variabel *Information sharing*

X<sub>4</sub> = Variabel *Information quality*

e = error

Hasil dari analisis ini dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 2 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

| Model | Model Summary <sup>b</sup> |          |                   |                            |                   |          |  |
|-------|----------------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|--|
|       | R                          | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics |          |  |
|       |                            |          |                   |                            | R Square Change   | F Change |  |
| 1     | ,758 <sup>a</sup>          | ,574     | ,561              | ,35586                     | ,574              | 43,503   |  |

Berdasarkan Tabel 2, diketahui nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,758 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel *trust* ( $X_1$ ), *commitment* ( $X_2$ ), *information sharing* ( $X_3$ ), *information quality* ( $X_4$ ) dengan kinerja SCM (Y). Koefisien determinasi berganda (*R square*) dari tabel 4.25 menunjukkan nilai sebesar 0,574 yang mengindikasikan bahwa kontribusi perubahan variabel *trust* ( $X_1$ ), *commitment* ( $X_2$ ), *information sharing* ( $X_3$ ) dan *information quality* ( $X_4$ ) secara simultan terhadap perubahan variabel SCM

*performance* (Y) sebesar 57,4% sedangkan sisanya sebesar 42,6% merupakan kontribusi variabel lain terhadap variabel SCM *performance* (variabel lain tidak dibahas dalam penelitian ini).

Uji F digunakan untuk membuktikan “Ada pengaruh *trust* ( $X_1$ ), *commitment* ( $X_2$ ), *information sharing* ( $X_3$ ), *information quality* ( $X_4$ ) secara bersama-sama terhadap SCM *performance* (Y). Berikut hasil pengolahan data yang diperoleh pada perhitungan uji F.

Tabel 3. Pengujian Hipotesis dengan Uji F

| ANOVA <sup>a</sup> |                |     |             |        |                   |
|--------------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model              | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1 Regression       | 22,035         | 4   | 5,509       | 43,503 | ,000 <sup>b</sup> |
| Residual           | 16,336         | 129 | ,127        |        |                   |
| Total              | 38,371         | 133 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: SCMP

b. Predictors: (Constant), IQ, IS, COMM, Trust

Hasil pengujian menunjukkan nilai F sebesar 43,503 dengan nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,000, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel *trust* ( $X_1$ ), *commitment* ( $X_2$ ), *information sharing* ( $X_3$ ), *information quality* ( $X_4$ ) secara bersama-sama terhadap SCM

*performance* (Y) pemilik toko bangunan di Surabaya.

Dalam penelitian ini juga dicantumkan uji parsial (uji t) untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh terhadap kinerja SCM (Y). Berikut ini terdapat tabel untuk merekap pengaruh variabel bebas  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  terhadap variabel (Y) terikat.

Tabel 4 Pengujian Hipotesis dengan Uji t

| Model        | Coefficients <sup>a</sup>        |            | Standardized Coefficients<br>Beta | t     | Sig. |
|--------------|----------------------------------|------------|-----------------------------------|-------|------|
|              | Unstandardized Coefficients<br>B | Std. Error |                                   |       |      |
| 1 (Constant) | ,130                             | ,342       |                                   | ,379  | ,705 |
| Trust        | ,379                             | ,090       | ,308                              | 4,211 | ,000 |
| Com          | ,207                             | ,075       | ,190                              | 2,738 | ,007 |
| IS           | ,261                             | ,069       | ,261                              | 3,800 | ,000 |
| IQ           | ,153                             | ,036       | ,269                              | 4,274 | ,000 |

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t diperoleh nilai t sebesar 4,211 dengan nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *trust* terhadap kinerja SCM pemilik toko bangunan di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak toko bangunan memberikan

pendapat bahwa kepercayaan dapat tumbuh ketika ada beberapa transaksi serta kendala yang telah dialami. Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh bahwa pemasok dinilai telah berupaya menyediakan berbagai informasi yang dibutuhkan pemilik. Para pemasok menyediakan berbagai informasi mengenai barang maupun penjualan pada para pedagang sehingga keterbukaan



informasi tersebut menjadi salah satu pemicu adanya rasa saling percaya.

Penelitian ini sendiri sejalan dengan penelitian yang dilakukan Kwon dan Taewon (2004), membuktikan pengaruh kepercayaan perusahaan terhadap mata rantai pasokan. Dalam hal ini, kepercayaan meningkatkan peluang sukses yang dilihat dari kinerja yang dihasilkan. Kepercayaan yang minim berdampak pada ketidakefektifan dan ketidakefisienan kinerja mata rantai sebagai biaya transaksi. Hasil menunjukkan bahwa kepercayaan perusahaan dalam mata rantai sangat berkaitan dengan investasi aset spesifik kedua belah pihak.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t diperoleh nilai t sebesar 2,738 dengan nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,007 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dari sini terlihat bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *commitment* terhadap *SCM performance* pemilik toko bangunan di Surabaya sehingga hipotesis penelitian yang mengemukakan bahwa komitmen diduga berpengaruh secara signifikan terhadap *SCM performance* pemilik toko bangunan di Surabaya dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munizu (2017).

Hasil kuesioner pada variabel *commitment* menunjukkan bahwa para pemasok dinilai siap menerima masukan dari para pedagang mengenai berbagai kendala yang ada di lapangan melakukan atau menerapkan hal tersebut sehingga rasa komitmen antara pedagang dan pemasok berjalan dengan baik agar pedagang bersedia bekerjasama dengan baik bersama para pemasok. Meski demikian, pernyataan di atas memiliki nilai terendah dalam kuesioner. Nilai tertinggi sendiri ada pada pernyataan yang menunjukkan bahwa para pemasok senantiasa menjaga persediaan barang yang dibutuhkan para pedagang sehingga ketersediaan manajemen rantai pasokan berjalan lancar.

Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t mendapatkan nilai t sebesar 3,800 dengan nilai signifikan yang

diperoleh sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Di sini terlihat bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel *information sharing* terhadap *SCM performance* pemilik toko bangunan di Surabaya. Ini artinya hipotesis penelitian yang mengemukakan bahwa *information sharing* diduga berpengaruh secara signifikan terhadap *SCM performance* dari pemilik toko bangunan di Surabaya dapat diterima. Dalam hal ini, keberadaan informasi khususnya proses berbagi informasi sangat diperlukan oleh pihak pemasok maupun pihak pemilik usaha toko bahan bangunan. Sistem informasi yang diadakan oleh pemasok bagi para pihak pemilik toko bahan bangunan penting dilakukan agar terjalin komunikasi dua arah sehingga berbagai informasi penting khususnya berkaitan dengan kinerja pasokan dapat diketahui dengan cepat. Hasil ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Jabbour, Filho, Viana, dan Jabbour (2011). Jabbour melakukan penyelidikan empiris tentang konstruksi dan indikator kerangka praktik manajemen rantai pasokan. Hasil penelitian kerangka kerja dicapai dengan empat konstruksi praktis manajemen rantai pasokan untuk produksi dukungan perencanaan dan kontrol, berbagai informasi tentang produk dan target, hubungan strategis dengan pelanggan dan pemasok dan mendukung pesanan pelanggan. Keberadaan informasi khususnya proses berbagi informasi sangat diperlukan oleh pihak pemasok maupun pihak pemilik usaha toko bahan bangunan. Sistem informasi yang dibuat oleh pemasok bagi para pihak pemilik toko bahan bangunan penting dilakukan agar terjalin komunikasi dua arah guna penyebaran informasi yang cepat.

Hasil kuesioner pada variabel *information sharing* menunjukkan bahwa para pemasok dinilai terkadang lupa untuk meng-*update* informasi meskipun berbagai informasi disediakan namun jika pedagang tidak bertanya maka terkadang pemasok lupa memberikan informasi terkait produk terbaru. Namun di sisi lain, pemilik toko menganggap bahwa pemasok telah se-

nantiasa memberikan informasi guna menjaga persediaan barang yang dibutuhkan para pedagang sehingga ketersediaan manajemen rantai pasokan berjalan lancar.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t diperoleh nilai t sebesar 4,274 dengan nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,000 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *information quality* terhadap *SCM performance* dari toko bahan bangunan di Surabaya. Dalam hal ini, hipotesis penelitian yang mengemukakan bahwa *information quality* diduga berpengaruh secara signifikan terhadap *SCM performance* pemilik toko bangunan di Surabaya dapat diterima. Hal penting yang berkaitan dengan informasi berperan sangat besar baik bagi pemasok maupun pemilik toko bahan bangunan. Informasi ada yang penting atau berkualitas dan ada informasi yang kurang penting atau tidak berkualitas. Kualitas informasi dikaitkan dengan keberlangsungan usaha, penjualan, pemasaran dan sebagainya yang berdampak pada kondisi jangka panjang sehingga pihak pemilik toko bahan bangunan disarankan mampu memilih informasi yang diterima dengan diklasifikasikan mengenai informasi penting atau berkualitas dan informasi yang kurang penting guna menjaga keberlangsungan usaha yang dijalankan. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Hamister (2012).

#### D. Simpulan

*SCM performance* dari *retailer* bahan bangunan dalam hal ini toko bahan bangunan masih terkendala terkait ketersediaan barang dan distribusi produk yang berkualitas kepada pembelinya. Hal ini disebabkan karna kelemahan *retailer* dalam mengawasi pasokan bahan bangunan yang ada sehingga terdapat kekeliruan mengenai kualitas barang yang rusak atau kurang baik ikut terjual pada pembeli. Sementara itu, dari sisi pelayanan *retailer* senantiasa berupaya melayani serta memenuhi kebutuhan konsumennya dan memberikan informasi kepada konsumen.

*Supply chain management performance* dari toko bahan bangunan di Surabaya sendiri dipengaruhi oleh kepercayaan dan komitmen *retailer*. Kepercayaan *retailer* terhadap pemasok dalam memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan serta selalu menjelaskan kualitas barang dengan benar akan berdampak pada kinerja rantai pasok *retailer* dalam hal pengelolaan persediaan produknya. Komitmen dari *retailer* juga mampu meningkatkan kinerja *SCM* dari toko bahan bangunan. Ditambahkan pula, *retailer* mampu memenuhi kebutuhan konsumennya serta mampu menekan biaya apabila pemasok selalu berbagi informasi dan memastikan kebenaran informasi yang dibagi.

Melihat hal tersebut, peran kepercayaan, komitmen, kemampuan berbagi informasi yang tepat sangat penting untuk diperhatikan oleh pemasok maupun *retailer* dalam upaya meningkatkan kinerja rantai pasok. Pada penelitian selanjutnya, dapat dipertimbangkan untuk melihat variabel independen dari sisi pemasok dan *retailer*. Peneliti selanjutnya juga sebaiknya menambahkan jumlah sampel untuk memperoleh hasil yang lebih baik.

#### E. Daftar Pustaka

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1996). Affective, continuance and normative commitment to the organization: An examination of construct validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49(3), 252–276.
- Anatan, L., & Ellitan, L. (2009). *Manajemen sumber daya manusia dalam bisnis modern*. Bandung: Alfabeta.
- Bagus, H. (2017). Kuartal I Sektor Industri Bahan Bangunan Tumbuh 10,27% Senilai US\$ 378 Juta. Retrieved from <https://www.industry.co.id/read/8694/kuartal-i-sektor-industri-bahan-bangunan-tumbuh-1027-senilai-us-378-juta>

- Chopra, S., & Meindl, P. (2007). *Supply chain management: Strategy, planning and operation*. New Jersey: Prentice Hall.
- Greenberg, J. (2005). *Behavior organizations understanding and managing the human side of work* (3rd ed.). Massachusetts: Allin and Bacon.
- Hamister, J. (2012). Supply chain management practices in small retailers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 40(6), 427–450.  
<http://doi.org/10.1108/09590551211230250>
- Heizer, J., & Render, B. (2010). *Operation management* (9th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Jabbour, A. B. L. D., Filho, A. G., Viana, A. B. ., & Jabbour, C. J. C. (2011). Measuring supply chain management practices. *Measure Business Excellence*, 15(2), 18–31.
- Kwon, I., & Taewon, T. (2004). Factors affecting the level of trust and commitment in supply chain relationship. *Journal of Supply Chain Management*, 40(1), 4–14.
- Laksmiana, A. (2002). Pengaruh saling ketergantungan, kepercayaan, dan keselarasan tujuan terhadap kooperasi dan kinerja perusahaan manufaktur pada hubungan kontraktual dengan pemasoknya. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 4(1), 1–16.
- Lee, C. W., Kwon, I. G. K., & Severance, D. (2007). Relationship between supply chain performance and degree of linkage among supplier, internal integration, and customer. *Supply Chain Management An International Journal*, 12(6), 444–452.  
<http://doi.org/10.1108/13598540710371>
- Li, S., & Lin, B. (2006). Accessing information sharing and information quality in supply chain management. *Decision Support Systems*, 4(2), 1641–1656.  
<http://doi.org/10.1016/j.dss.2006.02.011>
- Munizu, M. (2017). Pengaruh kepercayaan, komitmen dan teknologi informasi terhadap kinerja rantai pasokan (Studi kasus IKM pengolah buah markisa di kota makasar). *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 14(1), 32–42.  
<http://doi.org/10.17358/JMA.14.1.32>
- Ou, C., Liu, F., Hung, Y., & Yen, D. (2010). A structural model of supply chain management on firm performance. *International Journal Of Operations & Production Management*, 30(5), 526–545.
- Pujawan, I. N., & Mahendrawathi, E. (2010). *Supply chain management* (3rd ed.). Surabaya: Guna Widya.
- Ryu, I., So, S., & Koo, C. (2009). The role of partnership in supply chain performance. *Industrial Management and Data Systems*, 109(4), 496–514.
- Rzk, R. (2017). Wah, penjualan retail bahan bangunan melejit di kuartal I. Retrieved from <https://economy.okezone.com/read/2017/05/24/470/1699165/wah-penjualan-retail-bahan-bangunan-melejit-di-kuartal-i>
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2004). *Managing the supply chain: The definitive guide for the business professional*. New York: McGraw-Hill.
- Turban, E., & Volonino, L. (2010). *Information technology for management: Transforming organizations in the digital economy* (7th ed.). New York: Wiley.

Zurnali, C. (2010). *Knowledge worker: Kerangka riset manajemen sumber daya manusia masa depan*. Bandung:

UNPAD Press.