

Artikel Hasil Penelitian

Pengaruh Berbagi Informasi, Kepercayaan, Hubungan Jangka Panjang, Kolaborasi terhadap Kinerja Rantai Pasok Manajemen (Studi pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah)

Muthia Intan Sari^{a)}, Al-Hasin

*Department of Management, Faculty of Business and Economics
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: 17311423@students.uii.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, dan kolaborasi terhadap kinerja manajemen rantai pasok. Metode dalam penelitian ini yaitu menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun Kalimantan Tengah. Sampel pada penelitian ini sebanyak 37 Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun Kalimantan Tengah. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala *likert*. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh yang signifikan antara berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-T variabel berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,018 < 0,05$; (2) terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-T variabel kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,000 < 0,05$; (3) terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan jangka panjang terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-T variabel hubungan jangka panjang terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,013 < 0,05$; (4) terdapat pengaruh yang signifikan antara kolaborasi terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-T variabel kolaborasi terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, kolaborasi, kinerja manajemen rantai pasokan

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi modern dan daya saing komersial mengarah pada peningkatan berbagai keinginan konsumen. Agar dapat bersaing dan bertahan di pasar, perusahaan bertujuan untuk memenuhi tujuan ini dengan meningkatkan produktivitas, menyediakan layanan yang cepat



dan sederhana, dan memperkenalkan teknologi baru. Perusahaan harus mengetahui barang-barang yang disukai konsumen.

Perusahaan ritel adalah perusahaan yang harus bertahan. Perusahaan ritel telah ada di Indonesia sejak tahun 1960-an, dengan pendirian gedung Sarinah di Jl. M.H. Thamrin di Jakarta menjadi momen penting dalam sejarah negara. Bisnis ritel berkembang dari ukuran kecil ke ukuran besar seiring berjalannya waktu. Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi dewasa ini tidak dapat dipisahkan dengan perkembangan usaha ritel, teknologi mendorong para pengusaha untuk mencoba membangun dan memperluas usahanya (Rahadian, Tresnati dan Mahani, 2017).

Munculnya aplikasi-aplikasi sekarang membuat kegiatan transaksi tidak hanya dilakukan secara tatap muka tetapi bisa hanya melalui layar ponsel pintar. Tokopedia, Shopee, Blibli.com, Bukalapak, dan masih banyak lagi, merupakan segelintir dari banyaknya aplikasi yang muncul di Indonesia yang membuat industri ritel di Indonesia mengalami kenaikan yang pesat (Afrianto dan Irwansyah, 2021).

Namun, wabah COVID-19 memberikan dampak negatif yang parah pada industri ritel. Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang menyulitkan pelanggan untuk bepergian melakukan pembelian dan karyawan untuk bekerja, menyebabkan penurunan. Bisnis ritel, menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM menyatakan terdapat 3,6 juta warung ritel tradisional di Indonesia yang perlu diberdayakan agar tetap bertahan di masa Pandemi. Akibatnya, banyak perusahaan ritel yang menutup usahanya karena penurunan penjualan yang tidak sejalan dengan biaya operasional yang sedang berlangsung. Salah satu elemen yang mendukung banyaknya toko ritel yang tutup di Indonesia adalah daya beli masyarakat yang menurun akibat menurunnya perekonomian Indonesia (Mujiyanto *et al.*, 2021).

Ritel bahan bangunan adalah salah satu industri ritel di Indonesia. Ketika wabah melanda, penjualan ritel bahan bangunan turun di Indonesia (Kementerian Keuangan RI, 2021). Wabah COVID-19 telah memberikan pengaruh terhadap sektor ritel industri bangunan di Kota Pangkalan Bun. Menurut penelitian pendahuluan berdasarkan wawancara dengan perusahaan bangunan, dampak pandemi adalah kebutuhan konsumen tidak dapat sepenuhnya terpenuhi karena pada masa pandemi banyak kebijakan baru yang menyebabkan bahan bangunan terlambat masuk ke toko-toko.

Mengelola rantai pasokan adalah salah satu metode untuk memuaskan permintaan konsumen. Bisnis akan dapat secara konsisten memenuhi berbagai kebutuhan konsumen dengan mengelola rantai pasokan. Organisasi tidak hanya dapat memenuhi jumlah barang, tetapi juga mempelajari barang apa saja yang populer di kalangan pelanggan. Selain itu, organisasi semakin menyadari nilai dari bekerja sama dengan pemasok yang dikelola dengan baik, tidak hanya untuk kepentingan jangka pendek tetapi juga untuk kepentingan jangka panjang.

Manfaat jangka panjang yang dialami organisasi adalah pemasok dapat langsung memenuhi permintaannya untuk pengiriman jangka panjang ketika ada permintaan yang mendesak. Biaya pengiriman yang stabil dapat menguntungkan hubungan yang baik dengan memangkas pengeluaran secara lebih efektif. Manajemen rantai pasokan (*supply chain management/SCM*) adalah koordinasi proses yang terlibat dalam memperoleh bahan mentah dan layanan, memprosesnya menjadi barang setengah jadi dan komoditas jadi, serta mendistribusikannya kepada klien (Lukman, 2021).

Evaluasi kinerja rantai pasokan secara berkala diperlukan untuk mempertahankan kinerja manajemen rantai pasokan, terutama jika dilakukan modifikasi pada struktur rantai

pasokan. Dengan melakukan evaluasi, bisnis akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja manajemen rantai pasokan di masa depan. Tingkat kepercayaan dan dedikasi yang ditunjukkan oleh masing-masing pihak dalam rantai pasokan akan menentukan seberapa baik operasi manajemen rantai pasokan berfungsi (Marimin dan Muzakki, 2021).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa efektivitas manajemen rantai pasokan dapat membantu menentukan daya saing perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar secara efektif dan efisien. Perusahaan harus memasukkan pemasok sebagai komponen kunci dari strategi jangka panjang mereka ketika menerapkan rantai pasokan yang efektif agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk yang bervariasi, kualitas produk yang tinggi, biaya yang lebih rendah, dan respon pasar yang cepat (Lukman, 2021).

Untuk dapat berkembang di pasar, mampu menghadapi persaingan, ancaman, dan peluang pasar, industri membutuhkan strategi yang efektif. Untuk dapat mengarahkan tujuan yang ingin dicapai dalam meningkatkan kinerja perusahaan, industri harus dapat menetapkan dan mengimplementasikan rencana manajemen rantai pasokan (Muhammad, 2020). Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kinerja *supply chain management* pada perusahaan diantaranya adalah berbagi informasi, kepercayaan, kolaborasi, dan hubungan jangka Panjang (Ariani dan Dwiyanto, 2013).

Berbagi informasi merupakan topik yang penting untuk dibahas mengingat banyak penelitian terdahulu yang membahas tentang hal ini. Perusahaan harus berbagi informasi karena hal itu dapat membantu mereka membuat keputusan atau mengambil tindakan yang terkait dengan memuaskan keinginan pelanggan. Permintaan konsumen yang terus berubah mengharuskan perusahaan untuk selalu memiliki akses ke informasi terkini dan akurat. Perusahaan dapat menghindari *bullwhip effect* dengan menyediakan informasi yang berkualitas tinggi, transparan, dan tidak ambigu (Muhammad, 2020). Temuan penelitian Kurniawan dan Kusumawardhani (2017) menunjukkan bahwa keterbukaan informasi antara pemasok dan UMKM meningkatkan efisiensi bisnis.

Dasar dari perdagangan adalah kepercayaan. Menciptakan loyalitas pelanggan membutuhkan pengembangan kepercayaan. Pihak lain atau mitra bisnis tidak bisa begitu saja mengakui kepercayaan, melainkan kepercayaan harus diperoleh dan didukung oleh bukti (Muhammad, 2020). Temuan penelitian Mukhsin (2017) menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan secara langsung dipengaruhi oleh kepercayaan pelanggan, yang berdampak besar pada kinerja bisnis. Salah satu unsur utama dalam menciptakan kemitraan rantai pasokan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan adalah kepercayaan.

Kolaborasi terkuat dalam konteks rantai nilai atau rantai pasokan adalah hubungan jangka panjang perusahaan dengan pemasok. Tanggung jawab pemasok dalam skenario ini adalah menawarkan bahan atau *input* yang dibutuhkan perusahaan. Kinerja pemasok, yang pada gilirannya memengaruhi kinerja perusahaan, menentukan kualitas bahan dan kapasitas untuk mendistribusikannya (Muhammad, 2020). Menurut penelitian Ariani dan Dwiyanto (2013), tujuan akhir dari manajemen hubungan jangka panjang adalah profitabilitas, yang diperoleh melalui kemitraan yang solid dan tahan lama yang saling menguntungkan. Peningkatan kinerja manajemen rantai pasokan perusahaan dapat didorong oleh tingkat kolaborasi yang tinggi. Menurut penelitian Kurniawan dan Kusumawardhani (2017), kerja sama tim secara signifikan mempengaruhi keberhasilan UKM yang memproduksi batik di Pekalongan.

Bukan hanya perusahaan besar yang dapat menggunakan manajemen rantai pasokan; UMKM juga bisa. Akses ke pasar, sumber bahan baku, teknologi, informasi, dan manajemen

semuanya diperlukan untuk pengembangan UMKM. Organisasi UMKM di Pangkalan Bun yang mengkhususkan diri dalam membangun bisnis ritel. Masalah produktivitas adalah salah satu masalah yang dihadapi oleh UMKM. Beberapa UMKM tidak mau meninggalkan praktik-praktik yang selama ini telah digunakan. Padahal, kemajuan dunia tidak dapat dibendung lagi. Di Indonesia, ada beberapa proyek pembangunan dan perbaikan perumahan. Oleh karena itu, produk yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut harus disediakan. Bagi pelaku UMKM yang terlibat dalam perdagangan bahan bangunan, hal ini merupakan sebuah peluang.

Studi ini meneliti seberapa baik kinerja manajemen rantai pasokan dalam hal berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, dan kerja sama tim. Studi ini berkonsentrasi pada perdagangan bahan bangunan UMKM di Pangkalan Bun. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, dan kolaborasi terhadap kinerja manajemen rantai pasok.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Manajemen Kinerja Rantai Pasokan

Menurut Cazeri *et al.* (2017) kinerja rantai pasokan secara otomatis diukur dengan memperhatikan biaya, waktu, dan akurasi. Sangat penting untuk menganalisis kinerja rantai pasokan untuk menentukan keberhasilan manajemen rantai pasokan, menilai masalah, dan memberikan solusi potensial. Tujuan dari pengukuran kinerja adalah untuk mendukung tercapainya tujuan, mengevaluasi kinerja, dan menentukan tindakan strategis, taktis dan operasional di masa depan. Untuk mencapai tujuan, proses *output* harus diukur dan dibandingkan dengan ukuran standar (Erlina, 2020).

Indikator kinerja rantai pasok: (1) Peningkatan aktivitas logistik (penghilangan waktu tunggu, aliran informasi); (2) perputaran persediaan dan lamanya alur distribusi barang (*cash-to-cash cycle*); (3) *lead time* pelanggan (mulai dari mengorder sampai menerima) dan efisiensi beban; (4) kinerja dan kualitas pengiriman; (5) sistem manajemen persediaan; (6) total biaya logistik (biaya transportasi, penyimpanan persediaan, pengelolaan, pesanan, biaya administrasi, dll.) (Aprianingsih, Ali dan Herdiyanti, 2013).

Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Rantai Pasokan

Berbagi Informasi

Berbagi informasi adalah praktik pertukaran informasi teknologi, pemasaran, manufaktur, dan persediaan dengan pemasok dan pelanggan. Perusahaan juga dapat memperoleh manfaat dari berbagi informasi dengan lebih memahami keinginan konsumen dan tren pasar, serta dengan mengembangkan dan meningkatkan prosedur bisnis internal mereka (Kalam, Kusmantini dan Ediningsih, 2019). Indikator: (1) Pembagian informasi dalam segi *financial*, *production*, dan *design*; (2) bertukar informasi secara berkesinambungan; dan (3) informasi dapat membantu semua pihak terkait (Ariani dan Dwiyanto, 2013).

Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan dan sikap untuk mau berbagi informasi dan resiko antara mitra yang bekerjasama, dimana pihak yang ada di dalamnya saling percaya terhadap informasi yang diberikan, sehingga menciptakan kemitraan yang strategis dan mendukung

tercapainya tujuan bersama (Kurniawan dan Kusumawardhani, 2017). Indikator: (1) Kepercayaan terhadap pemasok; (2) kepercayaan terhadap pemasok yang menjaga kepentingan perusahaan; (3) pemasok percaya terhadap keberhasilan perusahaan; (4) kepedulian pemasok; (5) dukungan pemasok; (6) kehandalan pemasok (Salam, 2017).

Hubungan Jangka Panjang

Sambasivan *et al.* (2013) menyatakan bahwa hubungan yang erat antara perusahaan dan pemasoknya dapat menghasilkan keuntungan taktis, finansial, dan strategis. Hubungan jangka panjang perusahaan dengan pemasok merupakan hubungan kolaboratif yang paling kuat dalam konteks *value chain* atau *supply chain*. Indikator: (1) Hubungan timbal balik jangka panjang dengan pemasok; (2) hubungan proyek jangka panjang menjadi dasar hubungan aliansi dengan pemasok; (3) kerjasama jangka panjang menjadi dasar hubungan dengan pemasok (Ariani dan Dwiyanto, 2013).

Kolaborasi

Kolaborasi *supply chain* adalah sebuah konsep yang menghubungkan dua atau lebih anggota dalam membangun komitmen dan mempertahankan proses hubungan dengan sasaran strategis, yang mana mereka menggunakan kemampuan intinya untuk menangani perubahan dan tantangan yang sesuai (Muhammad, 2020). Indikator: (1) Perusahaan melakukan proses berbagi sumber daya untuk meningkatkan kemampuan pemasok; (2) pengembangan tujuan strategis dilakukan secara bersama-sama dengan pemasok; (3) pemantauan kinerja pemasok; (4) pengaturan hubungan kerjasama yang berhubungan dengan “reward” dan resiko; (5) pembagian bersama mengenai nilai tambah dengan pemasok (Salam, 2017).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kinerja Manajemen Rantai Pasokan

Kinerja manajemen rantai pasokan merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik dari segi kualitas produk maupun biaya. Kinerja rantai pasok ditentukan oleh kemampuan dalam hal reliabilitas, responsivitas, dan fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan biaya serendah-rendahnya (Hasmi, Samsir dan Marpaung, 2020). Tingkat berbagi informasi dengan mitra merupakan elemen penting dari rantai pasokan yang mencerminkan kuantitas dari informasi yang dibagikan. Semakin banyak informasi yang diberikan maka semakin efisien dan efektif pula komunikasi yang dibangun dalam rantai pasokan. Upaya berbagi informasi dan membuat informasi dapat diakses berbagai pihak dalam rantai pasokan, memungkinkan keputusan yang dibuat menjadi lebih cepat dan akurat. Hal ini pada akhirnya akan memberikan sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Mufaqih *et al.*, 2017).

Menurut beberapa penelitian terdahulu yang dikutip sebagai sumber informasi dalam penelitian ini, terdapat korelasi yang baik antara berbagi informasi dan kinerja manajemen rantai pasokan. Berbagi informasi memiliki dampak yang baik terhadap kinerja manajemen rantai pasokan, Berdasarkan penelitian (Ariani dan Dwiyanto, 2013; Afriliyani, Sunarko dan Widuri, 2019; Muhammad, 2020; Almira, Seno dan Widiartanto, 2021; Karuntu, Palandeng dan Rogi, 2021; Tundunaung, Tumbuan dan Tasik, 2021), tentang *e-procurement* dan kinerja rantai pasokan. Jadi, berikut ini adalah hipotesisnya:

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

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja Manajemen Rantai Pasokan

Kepercayaan didefinisikan sebagai suatu hubungan antara individu maupun organisasi, dan itu berubah dari waktu ke waktu dipengaruhi oleh perilaku mitra individu (Dwiastuti dan Satyanegara, 2022). Kepercayaan merupakan sebuah keputusan yang dibuat perusahaan untuk mengandalkan mitra dengan harapan mitra tersebut akan bertindak sesuai dengan tujuan yang disepakati. Kepercayaan antara mitra menciptakan hubungan yang dapat saling menguntungkan. Kepercayaan juga berpengaruh penting dalam menurunkan biaya transaksi dan kesediaan untuk berbagi resiko (Kurniawan dan Kusumawardhani, 2017). Selain itu, kepercayaan memainkan peran penting dalam kolaborasi strategis dan menganggap masing-masing pihak dapat dipercaya (Abdullah dan Musa, 2014).

Perusahaan yang ingin membangun kepercayaan dengan pemasok mereka memandang interaksi mereka dengan pemasok sebagai perpanjangan dari bisnis mereka sendiri dan bukan hanya sebagai transaksi. Sehingga kinerja manajemen rantai pasokan perusahaan dapat ditingkatkan dengan adanya tingkat kepercayaan yang tinggi antara perusahaan dan pemasok. Menurut penelitian (Ariani dan Dwiyanto, 2013; Muhammad, 2020; Almira, Seno dan Widiartanto, 2021; Karuntu, Palandeng dan Rogi, 2021; Tundunaung, Tumbuan dan Tasik, 2021) kepercayaan berdampak pada kinerja manajemen rantai pasokan. Maka, berikut ini adalah hipotesisnya:

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

Pengaruh Hubungan Jangka Panjang terhadap Kinerja Manajemen Rantai Pasokan

Hubungan jangka panjang, menurut Muhammad (2020), yaitu sebagai rasa keinginan untuk menjalin hubungan jangka panjang dan kerja sama dalam menawarkan barang berkualitas tinggi dengan harga yang wajar. Dalam Sambasivan *et al.* (2013) menyatakan bahwa hubungan yang erat antara perusahaan dan pemasoknya dapat menghasilkan keuntungan taktis, finansial, dan strategis. Berbeda dengan mempertahankan pemasok dalam jumlah besar, strategi perusahaan saat ini menggunakan pemasok dalam jumlah kecil (Al-Shuaibi, 2016).

Mohr dan Spekman (1994) dalam Sambasivan *et al.* (2013) menyatakan bahwa hubungan bisnis yang erat dengan pemasok menawarkan manfaat taktis, finansial, dan strategis. Dari ringkasan di atas, dapat disimpulkan bahwa hubungan jangka panjang dipandang sebagai keinginan untuk menjalin ikatan jangka panjang dan kolaborasi dalam pengiriman barang berkualitas tinggi dengan harga yang wajar. Akibatnya, manajemen rantai pasokan adalah strategi yang masuk akal untuk bisnis yang ingin menjalin hubungan jangka panjang (Khan, Liang dan Shahzad, 2015).

Menurut penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini sebagai referensi, hubungan jangka panjang bermanfaat bagi efektivitas manajemen rantai pasokan. Berdasarkan penelitian (Ariani dan Dwiyanto, 2013; Afriliyani, Sunarko dan Widuri, 2019; Muhammad, 2020; Almira, Seno dan Widiartanto, 2021; Karuntu, Palandeng dan Rogi, 2021; Tundunaung, Tumbuan dan Tasik, 2021) kemitraan jangka panjang memiliki dampak yang baik terhadap kinerja manajemen rantai pasokan. Jadi, berikut ini adalah hipotesisnya:

H₃: Hubungan jangka panjang (X₃) berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan (Y).

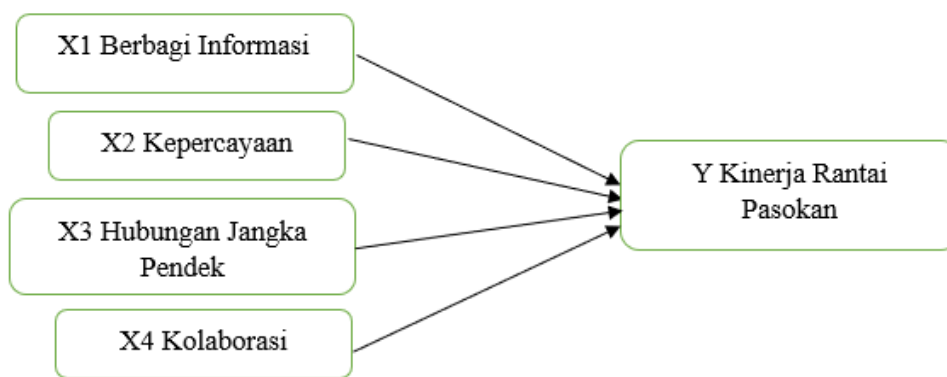
Pengaruh Kolaborasi terhadap Kinerja Manajemen Rantai Pasokan

Menurut Simatupang dan Sridharan (2002) dalam Baba *et al.* (2021), kerja sama dapat didefinisikan sebagai dua bisnis yang bekerja sama untuk menyelaraskan proses rantai pasok

mereka dalam rangka memberikan nilai yang lebih baik kepada konsumen. Untuk memiliki keunggulan kompetitif, bisnis harus berkolaborasi dengan semua mitra rantai pasokan. Kolaborasi memiliki dampak positif terhadap kinerja operasional dan kinerja keuangan yang menyoroti lebih jauh mengenai pentingnya roda manajemen yang aktif sangat dibutuhkan dalam kolaborasi rantai pasok.

Penelitian (Afriliyani, Sunarko dan Widuri, 2019; Muhammad, 2020; Almira, Seno dan Widiartanto, 2021; Baba *et al.*, 2021; Tundunaung, Tumbuhan dan Tasik, 2021) menemukan hasil bahwa kolaborasi merupakan perpaduan pandangan serta ide-ide dari seluruh mitra rantai pasokan yang bertujuan untuk bekerjasama dalam menciptakan suatu nilai tambah dan mencapai tujuan bersama yaitu untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

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



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Muhammad (2020)

METODE

Penelitian ini dilakukan pada toko ritel bahan bangunan yang berlokasi di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan jenis data primer. Data primer dalam penelitian ini berupa data yang diperoleh dari pengisian kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha ritel bahan bangunan yang berada di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah sebanyak 45 perusahaan.

Menurut Sugiyono (2022) sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti, yang berfungsi sebagai perwakilan dari seluruh anggota populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2022). Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*.

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) *purposive sampling* adalah desain terbatas untuk orang-orang spesifik yang dapat memberikan informasi yang diperlukan karena hanya mereka yang memiliki informasi atau memenuhi kriteria yang ditetapkan penelitian. Adapun kriteria dalam pengambilan sampel adalah memilih bisnis sudah berjalan minimal 1 tahun. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 37.

Pengukuran yang dilakukan dalam kuisioner ini menggunakan skala *likert*. Responden memberikan nilai dari setiap alternatif jawaban pertanyaan yaitu 1 untuk jawaban sangat tidak

setuju dan nilai 5 untuk jawaban yang sangat setuju. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji F, dan R² dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 21. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Persamaan uji regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja Rantai Pasok

X₁ = Berbagi Informasi

X₂ = Kepercayaan

X₃ = Hubungan jangka panjang

X₄ = kolaborasi

α = Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄.. = Koefisien regresi

e = Standar error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis regresi linier berganda dengan program IBM SPSS Statistics 21 diperoleh nilai koefisien parameter (*beta*), *t-value* dan *sig.* sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koef.	T-hitung	Sig.	Keputusan
Constant (α)	1,153			
Berbagi Informasi (X ₁)	0,141	2,498	0,018	Signifikan
Kepercayaan (X ₂)	0,309	4,012	0,000	Signifikan
Hubungan Jangka Panjang (X ₃)	0,070	2,641	0,013	Signifikan
Kolaborasi (X ₄)	0,498	8,012	0,000	Signifikan

Adjusted R Square = 0,993 dengan F hit = 1319,538 dan Sig = 0,000

Sumber: Olah Data (2023)

Berdasarkan tabel 1 didapatkan persamaan regresi dari data yang telah di standarisasi sebagai berikut:

$$Y = 1,153 + 0,147X_1 + 0,324 X_2 + 0,070 X_3 + 0,496 X_4$$

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode regresi berganda hasil pada taraf signifikansi < 0,05 artinya, terdapat pengaruh secara parsial antara variabel berbagi informasi (X₁), kepercayaan (X₂), hubungan jangka panjang (X₃), kolaborasi (X₄) terhadap kinerja rantai pasok manajemen (Y). Uji F menunjukkan hasil signifikan < 0,05 artinya bahwa terdapat pengaruh seluruh variabel independen secara simultan terhadap kinerja rantai pasok.

Uji *R-Square* menghasilkan Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,993. Hal ini berarti 99,3% kinerja rantai pasok dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang dan kolaborasi sedangkan sisanya (100%-99,3%=0,7%) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kinerja Rantai Pasok

Berdasarkan hasil uji-T mendapatkan hasil sebesar $0,018 < 0,05$ sehingga, dapat disimpulkan bahwa berbagi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi berbagi informasi, maka semakin baik kinerja rantai pasok pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Ariani dan Dwiyanto, 2013; Afriliyani, Sunarko dan Widuri, 2019; Muhammad, 2020; Almira, Seno dan Widiartanto, 2021; Karuntu, Palandeng dan Rogi, 2021; Tundunaung, Tumbuan dan Tasik, 2021) yang menyatakan bahwa berbagi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok..

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasok

Berdasarkan hasil uji-T mendapatkan hasil sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan, maka semakin baik kinerja rantai pasok pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Penelitian (Ariani dan Dwiyanto, 2013; Afriliyani, Sunarko dan Widuri, 2019; Muhammad, 2020; Almira, Seno dan Widiartanto, 2021; Karuntu, Palandeng dan Rogi, 2021; Tundunaung, Tumbuan dan Tasik, 2021) dengan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasok.

Pengaruh Hubungan Jangka Panjang terhadap Kinerja Rantai Pasok

Berdasarkan hasil uji-T mendapatkan hasil sebesar $0,013 < 0,05$ sehingga, dapat disimpulkan bahwa hubungan jangka panjang berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi hubungan jangka panjang, maka semakin baik kinerja rantai pasok pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Ariani dan Dwiyanto, 2013; Afriliyani, Sunarko dan Widuri, 2019; Muhammad, 2020; Almira, Seno dan Widiartanto, 2021; Karuntu, Palandeng dan Rogi, 2021; Tundunaung, Tumbuan dan Tasik, 2021) mengenai analisis pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja, yang menyatakan bahwa hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Pengaruh Kolaborasi terhadap Kinerja Rantai Pasok

Berdasarkan hasil uji-T mendapatkan hasil sebesar $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa kolaborasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kolaborasi, maka semakin baik kinerja rantai pasok pada UMKM Toko Retail Bahan Bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Afriliyani, Sunarko dan Widuri, 2019; Muhammad, 2020; Almira, Seno dan Widiartanto, 2021; Tundunaung, Tumbuan dan Tasik, 2021) dengan hasil bahwa kolaborasi berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok.

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan pada penelitian ini yaitu, “selama proses penelitian, sulit menemui beberapa pemilik UMKM”. Penyebaran kuisioner tidak bisa dilakukan tatap muka secara keseluruhan, sehingga beberapa kuisioner disebarkan melalui *online*. Penyebaran secara *online* ini dilakukan karena ketidaksesuaian jadwal dan beberapa responden menolak untuk bertemu langsung.

Penyebaran kuisioner secara *online* memiliki potensi kegagalan responden dalam memahami maksud pertanyaan pada kuisioner yang diajukan karena tidak adanya pendampingan dalam pengisian kuisioner tersebut.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa semua variabel penelitian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja rantai pasok manajemen, sehingga dapat disarankan agar UMKM toko retail bahan bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah lebih meningkatkan informasi yang jelas, kepercayaan terhadap pemasok, hubungan jangka panjang dan berkolaborasi agar kinerja rantai pasok semakin baik. Saran untuk penelitian selanjutnya, agar dapat meningkatkan kinerja rantai pasok UMKM toko ritel bahan bangunan, peneliti dapat menambahkan variabel lain yang belum dipertimbangkan sebelumnya, seperti kinerja pemasok dan teknologi informasi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-T variabel berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,018 < 0,05$. Dari nilai tersebut dapat diindikasikan bahwa berbagi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-T variabel kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari nilai tersebut dapat diindikasikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan jangka panjang terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-T variabel hubungan jangka panjang terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,013 < 0,05$. Dari nilai tersebut dapat diindikasikan bahwa hubungan jangka panjang berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kolaborasi terhadap kinerja rantai pasok, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-T variabel kolaborasi terhadap kinerja rantai pasok dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari nilai tersebut dapat diindikasikan bahwa kolaborasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Z. dan Musa, R. (2014) "The Effect of Trust and Information Sharing on Relationship Commitment in Supply Chain Management," in *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier B.V., hal. 266–272. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.031>.
- Afrianto, A.P. dan Irwansyah, I. (2021) "Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19 di Indonesia," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), hal. 10–29. Tersedia pada: <http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/181>.
- Afriliyani, U., Sunarko, B. dan Widuri, R. (2019) "The Impact of Long Term Relationship, Process Integration, Cooperation On Supply Chain Management Performance And Competitive Advantage," *Journal of Research in Management*, 2(2), hal. 1–6. Tersedia

- pada: <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Impact-of-Long-Term-Relationship%2C-Process-On-Afriliyani-Sunarko/fb28b9aa5791ac0cad5695a82434c62b382562aa>.
- 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), hal. 203–212. Tersedia pada: <http://dx.doi.org/10.5539/ijbm.v11n8p203>.
- Almira, N.E., Seno, A.H.D. dan Widiartanto, W. (2021) “Pengaruh Berbagi Informasi, Hubungan Jangka Panjang dan Kerja Sama Terhadap Kinerja Industri Kecil dan Menengah Tahu Anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur,” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), hal. 945–951. Tersedia pada: <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30062>.
- Aprianiningsih, H., Ali, A.H.N. dan Herdiyanti, A. (2013) *Analisis Pengaruh Implementasi Teknologi Informasi terhadap Kinerja Rantai Pasok dengan Integrasi Rantai Pasok sebagai Mediator pada Sektor Industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT)*, ITS Paper. Surabaya.
- Ariani, D. dan Dwiyanto, B.M. (2013) “ANALISIS PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat),” *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), hal. 1–10. Tersedia pada: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/3203>.
- Baba, V.F. *et al.* (2021) “Information Sharing and Supply Chain Collaboration: Strategy for Higher Firm Performance in Ghana,” *American Journal of Industrial and Business Management*, 11, hal. 635–645. Tersedia pada: <https://doi.org/10.4236/ajibm.2021.116041>.
- Cazeri, G.T. *et al.* (2017) “Performance Measurement of Green Supply Chain Management: A Literature Review and Gaps for Further Research,” *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 14(1), hal. 60–72. Tersedia pada: <https://doi.org/10.14488/BJOPM.2017.v14.n1.a7>.
- Dwiastuti, M. dan Satyanegara, D. (2022) “Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen terhadap Kinerja Rantai Pasokan Toko Kelontong Jaringan SRC,” *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(1), hal. 41–62. Tersedia pada: <https://doi.org/10.35448/jmb.v15i1.17239>.
- Erlina (2020) “Analisa Pengukuran Kinerja Rantai Pasok dengan Model Supplay Chain Operation Reference (SCOR) PT. XYZ di Bogor,” *Indikator*, 4(2), hal. 353473. Tersedia pada: <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/indikator/article/view/10001>.
- Hasmi, S.R., Samsir dan Marpaung, R.J.M. (2020) “PENGARUH BERBAGI INFORMASI DAN HUBUNGAN JANGKA PANJANG TERHADAP KINERJA RANTAI PASOKAN DAN KEUNGGULAN BERSAING (Studi Pada IKM Olahan Rendang Kota Payakumbuh),” *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi*, 7(2), hal. 1–15. Tersedia pada: <https://jnse.ejournal.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/view/30633>.
- Kalam, F.A., Kusmantini, T. dan Ediningsih, S.I. (2019) “Pengaruh berbagi informasi terhadap kualitas produk yang dimediasi oleh keselarasan kualitas: Studi pada Kedai

- Kopi di Kabupaten Sleman, D. I. Yogyakarta,” *Journal of Business and Information Systems*, 1(2), hal. 115–127. Tersedia pada: <https://www.thejbis.org/index.php/jbis/article/view/30>.
- Karuntu, M.M., Palandeng, I.D. dan Rogi, M. (2021) “Analysis of the Effect of Supply Chain Management on the Competitiveness of Coastal Fisherman Communities in North Minahasa District,” *Archives of Business Research*, 9(2), hal. 142–192. Tersedia pada: <https://doi.org/10.14738/abr.92.9683>.
- Kementerian Keuangan RI (2021) *Menkeu Tekankan Pentingnya Pembangunan Infrastruktur, Kementerian Keuangan RI*. Tersedia pada: <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/menkeu-tekankan-pentingnya-pembangunan-infrastruktur> (Diakses: 10 Juli 2023).
- Khan, S.A., Liang, Y. dan Shahzad, S. (2015) “The Effect of Buyer-supplier Partnership and Information Integration on Supply Chain Performance: An Experience from Chinese Manufacturing Industry,” *International Journal of Supply Chain Management*, 4(2), hal. 20–34. Tersedia pada: <https://ojs.excelingtech.co.uk/index.php/IJSCM/article/view/1078>.
- Kurniawan, A. dan Kusumawardhani, A. (2017) “Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kinerja UMKM Batik di Pekalongan,” *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), hal. 1–11. Tersedia pada: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17952>.
- Lukman (2021) *Supply Chain Management*. Gowa: CV. Cahaya Bintang Cemerlang.
- Marimin dan Muzakki, M.I. (2021) “Peningkatan Kinerja dan Mitigasi Risiko Rantai Pasok Agroindustri Nanas di PT Great Giant Pineapple,” *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 31(2), hal. 153–162. Tersedia pada: <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2021.31.2.153>.
- Mufaqqih, I.A. *et al.* (2017) “Pengaruh integrasi, berbagi informasi, dan penundaan pada kinerja rantai pasokan: Studi padausaha kecil menengah batik diIndonesia,” *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), hal. 19–36. Tersedia pada: <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art2>.
- Muhammad, I. (2020) “Analisis Pengaruh Berbagi Informasi, Kepercayaan, Hubungan Jangka Panjang, Dan Kolaborasi Terhadap Kinerja Supply Chain Management (Studi Pada Paguyuban UMKM Kampung Keramik Dinoyo Malang),” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Bravijaya*, 8(2), hal. 1–18. Tersedia pada: <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6888>.
- Mujiyanto, M. *et al.* (2021) “Dampak Pandemi Covid-19 pada UMKM Warung Ritel Tradisional di Indonesia dan Strategi Bertahannya,” *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(2), hal. 60–74. Tersedia pada: <https://doi.org/10.36406/jemi.v30i02.494>.
- Mukhsin, M. (2017) “Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Kualitas Hubungan Dampaknya Pada Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus Produksi dan Distribusi Dedak Pada PD Sederhana),” *Jurnal Manajemen*, 21(3), hal. 454–471. Tersedia pada: <https://doi.org/10.24912/jm.v21i3.262>.
- Rahadian, R.F., Tresnati, R. dan Mahani, S.A.E. (2017) “Pengaruh Green Brand Image

- Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pelanggan Toko Organic Bandung),” in *Prosiding Manajemen*. Bandung: Universitas Islam Bandung, hal. 641–646.
- Salam, M.A. (2017) “The mediating role of supply chain collaboration on the relationship between technology, trust and operational performance,” *Benchmarking: An International Journal*, 24(2), hal. 298–317. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1108/BIJ-07-2015-0075>.
- Sambasivan, M. *et al.* (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), hal. 339–351. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2012.08.016>.
- Sekaran, U. dan Bougie, R. (2017) *Metode Penelitian Bisnis*. 6 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono (2022) *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tundunaung, A.G.C., Tumbuan, W.J.F.A. dan Tasik, H.H.D. (2021) “The Influence of Supplier Relationship Management Toward Business Performance of SMES in Manado,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), hal. 134–142. Tersedia pada: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/download/31986/30384>.