

## Peran Evaluasi Pemasok dalam Meningkatkan Kinerja PT. MKSM Yogyakarta

Berliando Rahmadanto Pamudya, Baziedy Aditya Darmawan<sup>a)</sup>

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

<sup>a)</sup>Corresponding author: [baziedy@uui.ac.id](mailto:baziedy@uui.ac.id)

### ABSTRAK

Industri susu formula memegang peranan penting dalam perkembangan suatu negara, termasuk di Indonesia, khususnya dalam mengatasi permasalahan *stunting*. PT.MKSM merupakan salah satu perusahaan produsen susu formula yang turut mendukung pemerintah dalam hal pengentasan *stunting* di masyarakat melalui penyediaan nutrisi dalam bentuk produk susu formula. Pelaksanaan magang ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat meningkatkan kinerja PT. MKSM dalam perspektif manajemen operasi, yakni evaluasi pemasok. Hal ini didasarkan pada hasil identifikasi dan observasi lapangan yang mengarah pada peluang peningkatan kinerja perusahaan melalui evaluasi pemasok. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer berupa hasil survei kuesioner untuk mengukur persepsi karyawan di Divisi Produksi dan Divisi Persediaan mengenai faktor dalam evaluasi pemasok yang dikaitkan dengan tujuan kinerja yang telah ditentukan oleh PT. MKSM. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hipotesis dengan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas dan layanan serta keterbukaan informasi pemasok merupakan penentu dari kinerja perusahaan.

**Kata Kunci:** evaluasi pemasok, kinerja perusahaan, kualitas dan layanan pemasok, daya tanggap pemasok, keterbukaan informasi pemasok

### PENDAHULUAN

PT. MKSM Yogyakarta merupakan sebuah manufaktur yang berfokus dalam produksi dan pemasaran susu formula murah, namun berkualitas. Saat ini, PT. MKSM tercatat merupakan salah satu perusahaan susu bubuk yang memiliki status sebagai PMDN (penanaman modal dalam negeri) yang dibuktikan dengan surat keterangan oleh pemerintah dan merupakan industri dengan bentuk badan hukum perseroan terbatas. Induk dari perusahaan ini mulai didirikan pada tahun 1950 dengan awal sebagai usaha kecil produksi kue dan roti yang akhirnya melebarkan sayap ke berbagai jenis usaha dengan



nama. Unit industri susu lalu berdiri secara mandiri pada 1973 dan memiliki lokasi baru sebagai lokasi manufaktur dengan nama PT. MKSM (Mirota KSM, 2023).

Sebagai satu-satunya perusahaan susu bubuk yang memiliki status sebagai penanaman modal dalam negeri (PMDN), produk-produk dari PT. MKSM memiliki keunggulan tersendiri yang dapat menarik konsumen susu formula ibu dan anak di Indonesia khususnya pasar lokal Jawa Tengah – DIY. Hal ini dikarenakan seluruh produksi hingga pengemasan dilakukan di Yogyakarta, sehingga dapat membentuk harga yang cukup bersahabat untuk kualitas susu yang baik (Mirota, 2024).

Faktor ini diperkuat dengan program pemerintah dalam mencegah *stunting* yaitu sebuah gangguan dalam tumbuh kembang anak yang diakibatkan oleh kurangnya pemenuhan gizi dari sebelum kehamilan hingga melahirkan (World Health Organization, 2015). Program ini mendorong calon ibu, ibu hamil, dan anak balita untuk selalu mencukupi gizi mereka salah satu alternatifnya dengan konsumsi susu formula ibu dan anak (Nuryuliyani, 2023), dorongan ini tentunya secara tidak langsung memantik pertumbuhan pasar susu formula ibu dan anak menjadi lebih besar.

Dengan masuknya program tersebut, PT. MKSM memiliki peluang terbuka untuk menjadi salah satu produk yang diminati konsumen mengingat lokasi produksinya berada di dalam negeri dan harga yang sangat terjangkau. Meski demikian, hingga kini, perusahaan masih belum bisa memanfaatkan peluang tersebut sepenuhnya guna menjadi produsen susu formula andalan masyarakat, khususnya di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan wawancara dan observasi dengan manajemen perusahaan, ditemukan bahwamanajemen perusahaan merasa bahwapangsa pasar di industri susu formula masih perlu ditingkatkan.

*“Saat ini, pangsa pasar kita masih di bawah 20% dari keseluruhan pasar di Jawa Tengah dan DIY. Untuk itu, kami merasa bahwa, MKSM perlu memperbaiki dan meningkatkan kinerja dalam berbagai aspek untuk mendorong perkembangan produk dan penetrasi di pasar potensial tersebut”* (Ketua Divisi *Production Planning & Inventory Control*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu eksekutif PT. MKSM, yakni Ketua Divisi *Production Planning & Inventory Control* (PPIC), ditemukan bahwa perusahaan secara umum belum memiliki tingkat kinerja sesuai dengan harapan perusahaan. Menurut pengakuan GA tersebut, diduga pemasok menjadi isu yang berkaitan dengan kinerja perusahaan. Masalah atas pemasok ini bersumber pada kenyataan di lapangan di mana PT. MKSM tidak memiliki sebuah instrumen atau alat ukur yang dapat memberikan penilaian terhadap pemasok sehingga perusahaan dapat memberikan umpan balik (*feedback*) yang jelas dan tegas kepada pemasok supaya menjaga kualitas dan profesionalitas selama memberikan *supply* bahan baku ke perusahaan.

Atas dasar keadaan di lapangan di mana PT. MKSM masih memiliki ruang untuk berkembang dan memperbaiki kinerja tersebut, serta merujuk pada penelitian terdahulu mengenai evaluasi pemasok (*supplier evaluation*) oleh Kannan dan Tan (2002) yang mana evaluasi pemasok merupakan faktor penting dalam mendukung kinerja perusahaan secara keseluruhan. Oleh sebab itu, pelaksanaan magang ini mencoba untuk menginvestigasi peran evaluasi pemasok yang terdiri atas kualitas dan layanan pemasok, daya tanggap pemasok dan keterbukaan informasi pemasok terhadap kinerja PT. MKSM.

## KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

### Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan (*company performance*) merupakan representasi dari sejauh mana program yang dilaksanakan dalam mencapai tujuan strategis yang telah dirumuskan (Kristiyanti, 2012). Namun, seiring perkembangan jaman, kinerja tidak hanya dinilai dari apa yang telah dicapai tetapi juga bagaimana cara yang dilakukan untuk mencapainya. Menurut Pratiska (2013) kegiatan yang dilakukan baik oleh individu maupun organisasi dalam mencapai tujuan harus dilakukan tanpa melanggar aturan (legal) baik secara hukum, sosial, etika, dan moral. Menurut penelitian terdahulu oleh Kannan dan Tan (2002) sebagai rujukan dalam penelitian ini, terdapat beberapa aspek yang dapat dinilai untuk menentukan kinerja sebuah perusahaan. Beberapa di antaranya adalah kinerja pasar, kinerja keuangan, kualitas produk, dan posisi kompetitif (*competitive position*).

Aspek pertama, kinerja pasar menurut Yenyurt *et al.* (2019), dapat diukur berdasarkan beberapa aspek yang mencakup pertumbuhan penjualan, pengembangan produk dan pasar, serta pangsa pasar. Kedua, kinerja keuangan merupakan indikator yang digunakan untuk melakukan evaluasi dan pengukuran akan kondisi keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba. Selanjutnya, kualitas produk menurut Tjiptono (2014) merupakan tingkat mutu yang diinginkan atau diharapkan beserta pengendalian dalam proses mencapai mutu tersebut sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sedangkan aspek terakhir yaitu posisi kompetitif adalah kedudukan perusahaan dalam berkompetisi atau bersaing dengan perusahaan lain. Menurut Raihan dan Hidayat (2018) posisi kompetitif berkaitan dengan posisi perusahaan dalam industri dan pasar dengan membandingkannya terhadap kompetitor (pesaing).

### Evaluasi Pemasok

Menurut Sarkis dan Talluri (2002) mendefinisikan *supplier evaluation* atau evaluasi pemasok adalah sebuah instrumen penilaian yang berfokus kepada perbandingan kemampuan antar pemasok, penilaian ini bertujuan untuk memberikan timbal balik dari perusahaan pemakai (*customer*) kepada perusahaan pemasok sehingga dapat memperbaiki dan meningkatkan kinerja. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Kannan dan Tan (2002), bahwa penelitian yang dilakukan terhadap penilaian kualitas dan layanan, daya tanggap, dan keterbukaan informasi pada pemasok telah memberikan korelasi yang positif terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan dari aspek pasar hingga posisi kompetitif.

### Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh Kualitas dan Layanan Pemasok terhadap Kinerja Perusahaan

Trimulia, Defit dan Nurcahyo (2018), menjelaskan bahwa kualitas pemasok menjadi penting bagi kinerja perusahaan terutama pada bagian produksi dikarenakan pihak penyedia barang (pemasok) memiliki keterkaitan langsung dengan kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Trimulia, Defit dan Nurcahyo (2018), menambahkan dalam rangka mendukung proses produksi perusahaan, pemasok diharapkan memahami kebutuhan (layanan) yang diperlukan perusahaan konsumen untuk mencapai tujuan atau target yang telah ditetapkan.

Layanan tambahan ini dapat memiliki berbagai macam bentuk seperti bantuan R&D (*research and development*), asuransi pengiriman, dan lainnya. Layanan yang diberikan oleh pemasok harus dapat disesuaikan dengan kebutuhan dari perusahaan konsumennya.

Hal ini selaras dengan penelitian Ningsih (2016), yang menyatakan bahwa pemasok harus memiliki kemampuan untuk memberikan kualitas yang stabil dan konsisten serta kesesuaian kualifikasi.

*H<sub>1</sub>: Kualitas dan layanan pemasok berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.*

### **Pengaruh Daya Tanggap Pemasok terhadap Kinerja Perusahaan**

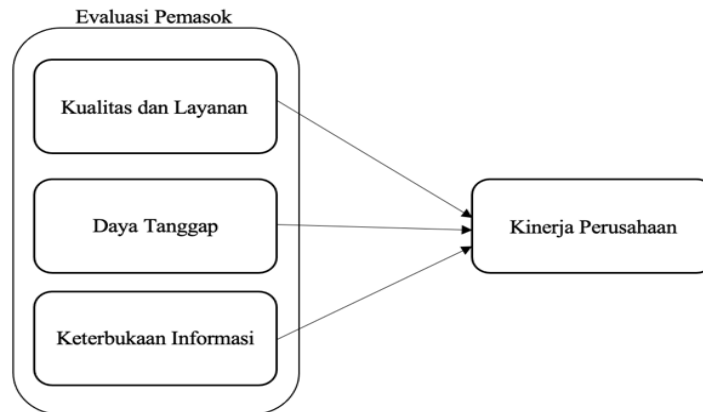
Daya tanggap pemasok merupakan kemampuan pemasok untuk melakukan tindakan akan sesuatu hal baik eksternal maupun internal. Daya Tanggap, yaitu keinginan para pemasok untuk membantu kliennya dan memberikan pelayanan yang tanggap (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1988; Tjiptono, 2014). Daya tanggap yang positif akan memberi dampak kepada konsumen untuk melakukan pembelian dan penggunaan kembali produk tersebut, sebaliknya daya tanggap yang negatif tentu akan menghalangi konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut. Perusahaan konsumen memilih pemasok dengan harapan dan kepuasan tertentu akan kemampuan yang dilakukan oleh pemasok ketika bahan baku tersebut digunakan. Selain itu, menurut Kotler dan Keller (2016) pemasok juga harus memiliki sifat *assurance* di mana pemasok harus selalu adaptif dengan perkembangan untuk meningkatkan kepercayaan bagi pelanggan atau konsumen.

*H<sub>2</sub>: Daya tanggap pemasok berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.*

### **Pengaruh Keterbukaan Informasi terhadap Kinerja Perusahaan**

Sistem informasi sendiri merupakan salah satu alat yang berfungsi untuk menyajikan informasi dan mengolah data sedemikian rupa sehingga bermanfaat bagi organisasi dalam menciptakan sinergi proses pengambilan keputusan (Kertahadi, 2007). Nash dan Roberts (1984) juga menyebutkan bahwa hasil dari sistem informasi ini akan digunakan untuk membantu perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan yang tepat. Kemampuan koordinasi informasi menjadi kriteria perusahaan dalam mempertimbangkan pemilihan pemasok, kemampuan ini berfokus kepada cara pemasok dalam menangani dan menyampaikan informasi dengan perusahaan yang bekerja sama. Dampak dari permasalahan komunikasi dan koordinasi informasi mengakibatkan kerja sama tidak akan berjalan dengan baik sehingga, sangat merugikan pemasok, konsumen, dan semua pihak yang terlibat dalam rantai pasokan tersebut (Wiyono dan Sutopo, 2009).

*H<sub>3</sub>: Keterbukaan informasi antara pemasok dengan perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.*



**Gambar 1.** Kerangka Kerja  
Sumber: Kannan dan Tan (2002)

## METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penggunaan metode kuantitatif didasarkan pada pengembangan hipotesis oleh penelitian terdahulu oleh (Kannan dan Tan, 2002). Atas dasar tersebut, pengumpulan data dalam penelitian dilakukan menggunakan survei melalui kuesioner tertutup dengan unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. MKSM terkhusus yang bekerja pada divisi PPIC dengan ketentuan sebagai berikut: (1) Karyawan yang berhubungan dengan rantai pasokan dan pengadaan bahan baku produksi, (2) seluruh karyawan yang berasal dari Divisi PPIC, (3) karyawan lain yang berkaitan dengan produksi dan penyimpanan bahan baku baik langsung maupun tidak langsung.

Tipe dan bentuk pernyataan yang ada dalam kuesioner merupakan pernyataan positif berfokus pada suatu hal yang normatif dengan opsi jawaban menggunakan skala *likert* 1-5 (sangat tidak setuju-sangat setuju) untuk mengukur persepsi responden tentang seluruh instrumen. Adapun instrumen disusun dengan mengadopsi seluruh item yang digunakan oleh Kannan dan Tan (2002), yang terdiri dari 4 item untuk mengukur KL, 4 item untuk mengukur DT, 2 item untuk mengukur KI, dan 4 item untuk mengukur KP sebagaimana diuraikan pada tabel 1. Setelah data terkumpul analisis dilakukan dengan uji regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi IBM SPSS 26.0. Dengan cara tersebut, peneliti akan mendapat hasil akan gambaran pemahaman, persepsi, serta kesan dari para karyawan PT. MKSM Divisi PPIC atas faktor evaluasi pemasok yang berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja perusahaan.

**Tabel 1.** Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel	Item	Koefisien	$\alpha$
Kualitas dan Layanan (KL) Diadopsi dari: Kannan dan Tan (2002)	Tingkat kualitas layanan pemasok	0,629**	0,815
	Ketepatan waktu pengiriman pesanan pasokan	0,864**	
	Tingkat kualitas bahan atau material yang dipasok	0,884**	
	Ketepatan kuantitas pasokan sesuai permintaan	0,822**	

Variabel	Item	Koefisien	$\alpha$
Daya Tanggap (DT)	Fleksibilitas perubahan produk dan layanan sesuai kebutuhan	0,680**	0,755
	Tingkat respons terhadap perubahan permintaan	0,733**	
Diadopsi dari: Kannan dan Tan (2002)	Partisipasi dalam proses pengembangan produk	0,891**	0,948
	Fleksibilitas terhadap permintaan tidak terduga	0,740**	
Keterbukaan Informasi (KI)	Sistem terkini sebagai sarana pertukaran informasi	0,974**	0,948
	Kesediaan untuk bertukar informasi	0,980**	
Kinerja Perusahaan (KP)	Pencapaian target perusahaan sesuai yang direncanakan	0,735**	0,717
	Pencapaian target keuntungan ( <i>profit</i> ) perusahaan	0,719**	
Diadopsi dari: Kannan dan Tan (2002)	Kualitas dari produk yang dihasilkan berdasarkan standar yang ditetapkan	0,901**	0,717
	Tingkat daya saing perusahaan dibanding dengan perusahaan pesaing	0,563**	

Sumber: Olah Data Primer (2024)

\*\* ) menunjukkan signifikan pada taraf signifikansi 1%

Tabel 1 merangkum hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan di dalam studi ini. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item yang digunakan dalam studi ini memiliki nilai koefisien korelasi yang signifikan antar item dalam mengukur variabel yang sama, pada taraf signifikansi 1%. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item dalam studi ini adalah valid (Ghozali, 2016), yakni mampu mengukur masing-masing variabel yang diukurnya. Selain itu, nilai *cronbach's alpha* pada tabel 1 menunjukkan nilai 0,815 (KL); 0,755 (DT); 0,948 (KI); dan 0,717 (KP). Suatu instrumen dianggap reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,7 (Ghozali, 2016). Dengan nilai *cronbach's alpha* yang >0,7 untuk seluruh variabel, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam studi ini reliabel.

Selanjutnya pada tabel 2 telah merangkum profil responden dari pelaksanaan magang ini. Terdapat sebanyak 33 responden yang berasal dari divisi produksi dan persediaan PT. MKSM. Berdasarkan jabatan responden, sebanyak 81,82% (27) merupakan staf. Hal ini mencerminkan bahwa responden yang memiliki jabatan staf memiliki jumlah yang dominan. Selanjutnya, responden yang memiliki jabatan *supervisor* adalah sebanyak 12,12%, disusul oleh responden dengan jabatan kepala divisi sebanyak 6,06%. Pada kategori Divisi, sebanyak 48,48% responden berasal dari Divisi Produksi; 36,36% responden lainnya berasal dari Divisi Persediaan, dan sisanya 15,15% berasal dari responden yang bekerja di kedua divisi tersebut, yakni Divisi Produksi dan Persediaan. Selanjutnya, pada kategori pemasok yang dinilai responden yang mengevaluasi pemasok Olam Indonesia memiliki adalah sebanyak 48,48%, sedangkan sisanya, mengevaluasi pemasok Kabulinco (51,52%).

**Tabel 2.** Profil Responden

Kategori	N	%
<i>Jabatan</i>		
Staf	27	81,82%



Kategori	N	%
Supervisor	4	12,12%
Kepala Divisi	2	6,06%
<i>Divisi</i>		
Production	16	48,48%
Inventory	12	36,36%
Production & Inventory	5	15,15%
<i>Pemasok yang Dinilai</i>		
Kabulinco	17	51,52%
Olam Indonesia	15	48,48%

Sumber: Olah Data Primer (2024)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Data

Tabel 3 merangkum hasil uji regresi berganda yang menguji pengaruh kualitas layanan, daya tanggap, dan keterbukaan informasi pemasok terhadap kinerja PT. MKSM. Konstanta ( $\alpha$ ) pada tabel 3 memiliki nilai sebesar 0,79. Hal tersebut memiliki arti bahwa apabila variabel independen (KL, DT, dan KI) bernilai 0, maka nilai dari variabel dependen (KP) akan berjumlah sebesar 0,79. Selain itu, nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bernilai positif sebesar KL (0,388); DT (0,206); dan KI (0,333) terhadap variabel kinerja perusahaan, sehingga semakin meningkat nilai dari faktor-faktor dalam evaluasi pemasok, maka kinerja perusahaan juga semakin meningkat.

Selain itu, apabila dilihat dari koefisien yang diperoleh, nilai *beta* ( $\beta$ ) dari kualitas dan layanan informasi (0,388) memiliki jumlah terbesar lalu diikuti oleh keterbukaan informasi (0,333); dan daya tanggap pemasok (0,206). Hal ini menunjukkan bahwa dalam evaluasi pemasok, untuk meningkatkan kinerja perusahaan dibutuhkan kualitas dan layanan pemasok yang mumpuni dengan didukung oleh keterbukaan informasi serta daya tanggap dari pemasok.

**Tabel 3.** Hasil Uji Regresi Berganda

<i>Path</i>	<i>Standardized Coefficients (<math>\beta</math>)</i>	<i>t</i>	<i>Sig. (p-value)</i>	<i>Adjusted R-Square</i>	<i>Results</i>
<i>Constant (<math>\alpha</math>)</i>	0,790				
KL → KP	0,388	2,609*	0,014	0,313	H1 didukung
DT → KP	0,206	1,376	0,179		H2 tidak didukung
KI → KP	0,333	2,233*	0,033		H3 didukung

Sumber: Olah Data Primer (2024)

\*)menunjukkan signifikan pada taraf signifikansi 5%

Selanjutnya, nilai *adjusted R-Square* pada tabel 3 adalah sebesar 0,313 (31,3%). Hal ini dapat diartikan bahwa evaluasi pemasok yang terdiri dari variabel-variabel independen yaitu KL, DT, dan KI mampu menjelaskan varian kinerja PT. MKSM sebesar 0,313 atau 31,3%;

sedangkan 68,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian magang ini. Jika mengacu pada pernyataan Vaus (2002), nilai *R-Squares* sebesar 0,69; 0,30; dan 0,10 pada variabel dependen dalam suatu model menunjukkan hubungan kuat, moderat, dan lemah. Dengan demikian, maka hubungan antar variabel model dalam penelitian magang ini termasuk ke dalam tingkat menengah atau moderat.

Lebih lanjut, hasil dari analisis yang dilakukan guna menguji hipotesis atau dugaan yang telah dirumuskan diuraikan pada bagian pembahasan. Adapun dasar yang digunakan dalam pembahasan ini adalah pernyataan dari Ghozali (2016), yang menyebut bahwa hipotesis berpengaruh positif dinyatakan diterima apabila memiliki dua hal yaitu, koefisien variabel hasil regresi ( $\beta$ ) positif dan *p-value* < 0,05 sebagai tanda bahwa keyakinan akan hipotesis atau hubungan yang telah dirumuskan berada di atas angka 95%.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas dan Layanan Pemasok terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil uji regresi linier pada pengaruh KL terhadap KP memiliki nilai *p-value* sebesar 0,014 yang lebih rendah dari nilai batas sejumlah 0,05. Selain itu, variabel kualitas dan layanan pemasok (KP) memiliki koefisien hasil regresi sebesar 0,388 dengan arti ketika KP meningkat sebesar satu satuan, kinerja perusahaan dari PT. MKSM juga akan naik sebesar 0,388. Hal ini mengindikasikan bahwa H1 didukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian Kannan dan Tan (2002) yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan kausalitas antara kualitas dan layanan pemasok terhadap terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan. Dalam konteks ini, kualitas dan layanan pemasok merupakan salah satu penentu dari kinerja perusahaan (Kannan dan Tan, 2002). Hasil ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kualitas dan layanan pemasok yang dirasakan oleh perusahaan, maka semakin meningkat pula kinerja perusahaan.

### Pengaruh Daya Tanggap Pemasok terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil uji regresi juga menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel DT positif, yakni sebesar 0,206. Meski demikian, nilai dari *p-value* variabel DT memiliki nilai *p-value* sebesar 0,179 (>0,05). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa daya tanggap pemasok tidak memiliki dampak terhadap kinerja perusahaan PT. MKSM, sehingga H2 tidak didukung. Hasil ini tidak sesuai penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kannan & Tan (2002). Perbedaan hasil ini mungkin saja terjadi karena karakter sampel dan lokasi penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya (Kannan dan Tan, 2002).

Kannan dan Tan (2002) menyebutkan bahwa faktor-faktor dalam evaluasi pemasok sangat bergantung dengan lingkungan budaya dan taktik manajemen pasokan dari masing-masing perusahaan. Selain itu, Trimulia, Defit dan Nurcahyo (2018) juga menyebutkan bahwa dalam rangka mendukung proses produksi perusahaan, pemasok diharapkan memahami kebutuhan (layanan) yang diperlukan perusahaan konsumen. Dalam kasus PT. MKSM, masih banyak karyawan yang belum sepenuhnya paham akan pentingnya daya tanggap pemasok bagi kinerja perusahaan. Sehingga atas dasar tersebut, relevan jika daya tanggap pemasok dalam kasus ini tidak menjadi penentu bagi kinerja PT. MKSM.

### Pengaruh Keterbukaan Informasi Pemasok terhadap Kinerja Perusahaan

Lebih lanjut, nilai koefisien KI adalah positif, yakni sebesar 0,333 dengan nilai *p-value* sebesar 0,033 (<0,05). Hal ini mengindikasikan ketika KI meningkat sebesar satu satuan,



kinerja perusahaan dari PT. MKSM juga akan naik 0,333. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa H3 didukung. Hasil ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kannan dan Tan (2002), yang menemukan bahwa keterbukaan informasi dengan pemasok memiliki hubungan positif terhadap dengan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin terbuka informasi antara perusahaan dengan pemasoknya, maka semakin meningkat pula kinerja perusahaan.

### KETERBATASAN & IMPLIKASI MANAJERIAL

Meskipun hasil penelitian magang ini telah dianggap berhasil dalam mencapai tujuannya dalam mengidentifikasi faktor-faktor dalam evaluasi pemasok yang sesuai dengan tujuan kinerja yang dirumuskan PT. MKSM. Namun, tidak menutup fakta bahwa penelitian magang ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian magang memiliki responden hanya dari sejumlah karyawan pada satu perusahaan, yakni PT. MKSM. Oleh sebab itu, hasil penelitian ini hanya relevan bagi PT. MKSM. Sehingga pada penelitian yang akan datang perlu melibatkan lebih banyak perusahaan dan responden.

Kedua, nilai dari *R-Square* gabungan variabel independen adalah sebesar 31,3%; sedangkan sisanya merupakan variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini yang dapat menjelaskan hubungan evaluasi pemasok dengan kinerja perusahaan. Untuk itu, pada penelitian di masa yang akan datang, dapat mengeksplorasi faktor lainnya dalam kerangka evaluasi pemasok yang diduga mampu meningkatkan kinerja perusahaan.

Terakhir, bias dalam hasil dimungkinkan terjadi dalam penelitian magang ini. Hal ini dapat terjadi sebab tidak seluruh karyawan pada Divisi PPIC mengerti tentang seluruh aspek yang ditanyakan dalam kuesioner seperti pangsa pasar dan keuntungan (*profit*) perusahaan. Sehingga diharapkan pada penelitian yang akan datang untuk dapat melibatkan divisi lain yang bersangkutan dengan indikator dalam menjawab kuesioner.

Meski demikian, hasil dari penelitian magang ini masih dapat memberikan gambaran yang berharga, terutama bagi para manajer atau pemangku kepentingan di perusahaan terkait pentingnya evaluasi pemasok sebagai salah satu cara meningkatkan kinerja perusahaan. Faktor-faktor evaluasi pemasok seperti kualitas dan layanan pemasok, daya tanggap pemasok, dan keterbukaan informasi perlu dipertimbangkan dalam membentuk sebuah instrumen evaluasi pemasok yang baik. Selain itu, penelitian ini memberikan gambaran bahwa faktor-faktor dalam evaluasi pemasok perlu disesuaikan dengan tujuan dari perusahaan agar selaras dalam upaya meningkatkan kinerja yang dituju.

### KESIMPULAN

Secara umum, penelitian magang ini menyimpulkan peran dari masing-masing faktor dalam evaluasi pemasok dalam meningkatkan kinerja dari PT. MKSM. Atas uraian dari hasil analisis data beserta pembahasan, didapat bahwa kualitas dan layanan pemasok serta keterbukaan informasi pemasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan PT. MKSM. Sehingga, disimpulkan karyawan PT. MKSM memiliki pemahaman bahwa kualitas dan layanan yang baik dari pemasok serta pemasok yang terbuka terhadap pertukaran informasi merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kinerja yang sudah disusun sebelumnya.

Sedangkan, daya tanggap pemasok tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja PT. MKSM Yogyakarta, hal ini dapat dimungkinkan dapat terjadi dikarenakan karyawan PT. MKSM belum atau tidak menempatkan daya tanggap pemasok sebagai variabel evaluasi pemasok dalam meningkatkan kinerja mereka sebelumnya. Temuan ini secara umum selaras

dengan penelitian terdahulu oleh Kannan dan Tan (2002) yang menyatakan bahwa evaluasi pemasok memiliki dampak positif terhadap peningkatan kinerja sebuah perusahaan secara keseluruhan. Penelitian ini memberikan gambaran nyata terhadap peran evaluasi pemasok dalam menjaga, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. 8 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Kannan, V.R. dan Tan, K.C. (2002) "Supplier Selection and Assessment: Their Impact on Business Performance," *Journal of Supply Chain Management*, 38(4), hal. 11–21. Tersedia pada: [https://digitalcommons.usu.edu/manage\\_facpub/271/](https://digitalcommons.usu.edu/manage_facpub/271/).
- Kertahadi (2007) *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2016) *Marketing Management*. 15th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson (Always learning).
- Kristiyanti, M. (2012) "Peran Indikator Kinerja Dalam Mengukur Kinerja Manajemen," *Majalah Ilmiah INFORMATIKA*, 3(3), hal. 103–123. Tersedia pada: <https://www.unaki.ac.id/ejournal/index.php/majalah-ilmiah-informatika/article/view/79>.
- Mirota (2024) *PT. Mirota KSM, Mirota*. Tersedia pada: <https://mirota.co.id/> (Diakses: 4 Januari 2024).
- Mirota KSM (2023) *Sejarah PT Mirota KSM, Mirota KSM*. Tersedia pada: <https://www.mirota.id/tentangkami> (Diakses: 2 Desember 2023).
- Nash, J.F. dan Roberts, M.B. (1984) *Accounting Information System*. New York: Macmillan Publishing Company.
- Ningsih, R. (2016) "PENENTUAN PEMILIHAN SUPPLIER BAHAN BAKU OLI BS150 MENGGUNAKAN ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS," *Jurnal Teknik Komputer Amik BSI*, 2(2), hal. 47–58. Tersedia pada: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jtk/article/view/362>.
- Nuryuliyani, E. (2023) *Mengenal Lebih Jauh tentang Stunting, Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan - Kementerian Kesehatan Republik Indonesia*. Tersedia pada: [https://yankes.kemkes.go.id/view\\_artikel/2657/mengenal-lebih-jauh-tentang-stunting](https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/2657/mengenal-lebih-jauh-tentang-stunting) (Diakses: 2 Desember 2023).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. dan Berry, L.L. (1988) "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Journal of Retailing*, 64(1), hal. 12–40.
- Pratiska, N.A.P.S. (2013) "PENGARUH IOS, LEVERAGE, DAN DIVIDEND YIELD TERHADAP PROFITABILITAS DAN NILAI PERUSAHAAN SEKTOR MANUFAKTUR DI BEI," *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 2(3), hal. 147–174. Tersedia pada: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eeb/article/view/4804>.
- Raihan, M. dan Hidayat, W. (2018) "Pengembangan Strategi Usaha Melalui Metode Competitive Positioning Analysis Pada CV. Dina Garmen Jakarta (Studi Kasus

- Pada Produk Baju Koko Raihan Moslem Wear),” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), hal. 259–269. Tersedia pada: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/22029>.
- Sarkis, J. dan Talluri, S. (2002) “A Model for Strategic Supplier Selection,” *Journal of Supply Chain Management*, 38(4), hal. 18–28. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1111/j.1745-493X.2002.tb00117.x>.
- Tjiptono, F. (2014) *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Trimulia, C., Defit, S. dan Nurcahyo, G.W. (2018) “Pemilihan Supplier Obat yang Tepat dengan Metode Simple Additive Weighting,” *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 16(1), hal. 37–42. Tersedia pada: <https://doi.org/10.24014/sitekin.v16i1.6735>.
- Vaus, D.A. De (2002) *Surveys in Social Research*. 5 ed. Crows Nest: Allen & Unwin.
- Wiyono, D.S. dan Sutopo, W. (2009) “PERANCANGAN MODEL DISTRIBUSI KOMODITAS PADI PASKA-PANEN BERBASIS SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (Studi Kasus Sistem SAPA Sukabumi),” *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 4(2), hal. 105–112. Tersedia pada: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jgti/article/view/1947>.
- World Health Organization (2015) *Stunting in a nutshell, World Health Organization*. Tersedia pada: <https://www.who.int/news/item/19-11-2015-stunting-in-a-nutshell> (Diakses: 2 Desember 2023).
- Yeniyurt, S. *et al.* (2019) “Information technology resources, innovativeness, and supply chain capabilities as drivers of business performance: A retrospective and future research directions,” *Industrial Marketing Management*, 79, hal. 46–52. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.03.008>.