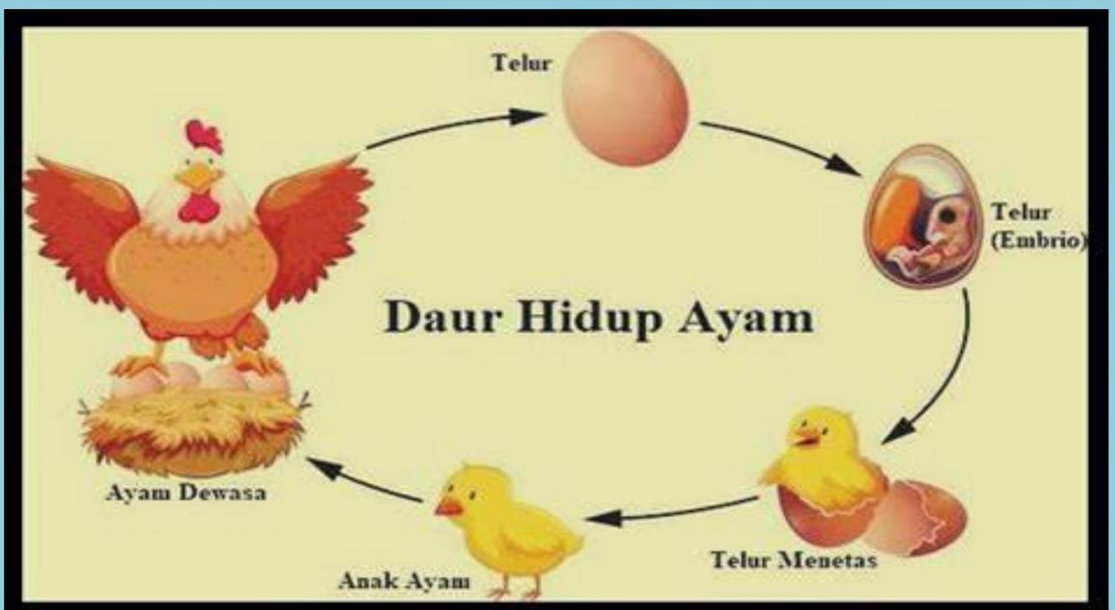


## **KERJASAMA DAN BERBAGI INFORMASI DALAM KINERJA RANTAI PASOKAN**

**Pada Para Pedagang Telur Ayam Ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten**

**Dr. Moh. Mukhsin, SE., MM**



**KERJASAMA DAN BERBAGI INFORMASI  
DALAM KINERJA RANTAI PASOKAN**

(Studi kasus pada para pedagang telur ayam ras di  
Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten)

## **UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta**

### **Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4**

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### **Pembatasan Pelindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# **KERJASAMA DAN BERBAGI INFORMASI DALAM KINERJA RANTAI PASOKAN**

(Studi kasus pada para pedagang telur ayam ras di  
Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten)

Dr. Moh. Mukhsin, SE., M.M.

Penerbit



CV. MEDIA SAINS INDONESIA  
Melong Asih Regency B40 - Cijerah  
Kota Bandung - Jawa Barat  
[www.penerbit.medsan.co.id](http://www.penerbit.medsan.co.id)

Anggota IKAPI  
No. 370/JBA/2020

**KERJASAMA DAN BERBAGI INFORMASI DALAM  
KINERJA RANTAI PASOKAN**

(Studi kasus pada para pedagang telur ayam ras di  
Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten)

Dr. Moh. Mukhsin, SE., M.M.

Editor:

**Dr. H. Akhmadi, SE., M.M.**

Tata Letak:

**Dr. Moh. Mukhsin, SE., M.M.**

Desain Cover:

**Rintho R. Rerung**

Ukuran:

**A5 Unesco: 15,5 x 23 cm**

Halaman:

**xi, 65**

ISBN:

**978-623-362-106-9**

Terbit Pada:

**September 2021**

Hak Cipta 2021 @ Media Sains Indonesia dan Penulis

*Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit atau Penulis.*

**PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA**

(CV. MEDIA SAINS INDONESIA)

Melong Asih Regency B40 - Cijerah

Kota Bandung - Jawa Barat

[www.penerbit.medsan.co.id](http://www.penerbit.medsan.co.id)

## **KATA PENGANTAR**

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Merajai dan Maha Berkehendak, penentu atas segala sesuatu yang ada di langit dan di bumi beserta isinya. Tidak ada yang mustahil bagi-Nya jika ia menghendaki apapun bisa terjadi, karenanya tidak ada satupun kekuatan yang bisa menghalangi kehendak-Nya, dan menandingi kehebatan-Nya. Ia adalah Raja atas segala raja, pada-Nya lah bermuara atas segala perkara. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada tauladan kita Rasulallah SAW.

Buku monograf ini merupakan hasil penelitian tentang kerjasama dan berbagi Informasi dalam kinerja rantai pasokan pada tahun 2020, penelitian ini dilakukan dalam rangka menganalisis pengaruh kerjasama dan berbagi informasi dalam kinerja rantai pasokan para Pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Penelitian ini menguji pengaruh Kerjasama terhadap kinerja rantai pasokan, dan pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasokan. Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang telur ayam ras yang tersebar di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten.

Buku monograf ini menawarkan sebuah konsep baru yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja rantai pasokan. Konsep ini dibangun melalui Kerjasama dan berbagi informasi dalam meningkatkan kinerja rantai pasok. Diharapkan buku monograf ini dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya manajemen operasi dan dapat memberikan implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh pelaku bisnis UKM di Indonesia dan dunia pada umumnya.

Buku monograf ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu, terutama yang berkaitan dengan manajemen operasi serta memberikan kontribusi praktis

untuk organisasi dalam mengimplementasikan kerjasama dan berbagi informasi dalam meningkatkan kinerja Rantai Pasokan

Kami menyadari bahwa buku monograf ini masih terdapat banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, kami terbuka untuk menerima berbagai masukan dari khalayak untuk kesempurnaan dan perbaikan buku ini di masa yang akan datang. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terbitnya buku monograf ini.

Dr. Moh. Mukhsin, SE.,M.M.

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Fenomena Bisnis .....	4
1.3. Rumusan Masalah.....	8
1.4. Maksud dan Tujuan .....	8
1.5. Manfaat .....	9
<b>BAB II STUDI PUSTAKA</b> .....	10
2.1. Landasan Teori .....	10
2.1.1 Manajemen Rantai Pasokan .....	10
2.1.2 Kinerja Rantai Pasokan .....	14
2.1.3 Kerjasama .....	16
2.1.4 Berbagi Informasi .....	18
2.2. Pengembangan Hipotesisi.....	23
2.2.1 Pengaruh kerjasama terhadap kinerja rantai pasokan.....	23
2.2.2 Pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasokan	24
2.3. Penelitian Terdahulu .....	25
2.4. Kerangka Penelitian .....	26
2.5. Hipotesis Penelitian .....	27
	vii



<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	28
3.2. Definisi Operasional Variabel.....	28
3.3. Populasi dan sampel.....	31
3.4. Sumber Data .....	31
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	31
3.6. Analisis Pembahasan.....	32
3.7. Model Penelitian.....	36
3.8. Pengujian Hipotesis.....	37
<b>BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1. Hasil penelitian kerjasama dan berbagi informasi dalam kinerja pasokan.....	39
4.1.1. Deskriptif Responden .....	39
4.1.2. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia Responden....	39
4.1.3. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.1.4. Deskriptif Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.	41
4.1.5. Deskriptif Responden Berdasarkan Lama Operasi.....	42
4.1.6. Deskriptif Responden Berdasarkan Status.....	43
4.2. Analisis Inferensial – Pengujian SEM-PLS.....	43

4.2.1. Input Data .....	43
4.2.2. Evaluasi Path Diagram.....	44
4.2.3. Pengujian Kualitas Data ( <i>Outer Model</i> ).....	45
4.2.4. Uji Validitas dan Realibilitas.....	46
4.3. Analisis Data.....	50
4.3.1. Menilai <i>Outer Model (Measurement Model)</i> .....	50
4.3.2. Pengujian Hipotesis melalui <i>Inner Model</i> .....	50
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.4.1. Pengaruh kerjasama terhadap Kinerja Rantai Pasokan.....	51
4.4.2. Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kinerja Rantai Pasokan.....	53
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	55
5.1. Kesimpulan.....	55
5.2. Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	57
<b>BIOGRAFI PENULIS</b> .....	64

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
2.1.	Penelitian Terdahulu.....	25
3.1	Variabel Variabel Operasional Kerjasama, Berbagi Informasi dan Kinerja Rantai Pasok	29
4.1.	Gambaran Umum Berdasarkan Usia Respoden.....	40
4.2.	Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin Respoden.....	41
4.3.	Gambaran Umum Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	42
4.4.	Gambaran Umum Berdasarkan Lama Operasi.....	42
4.5.	Gambaran Umum Berdasarkan Stutus.....	43
4.6.	<i>Discriminant Validity</i> .....	46
4.7.	<i>Composite Validity</i> .....	47
4.8.	Nilai <i>Cross Loading</i> .....	50
4.9.	<i>Result For Inner Weight</i> .....	51
4.10.	<i>R-Square</i> .....	51

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1.1.	Produksi Telur Unggas Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Ternak di Provinsi Banten .....	5
1.2.	Perkembangan Harga Pangan Telur Ayam Ras (Kg) Juli – Oktober 2018).....	5
2.2.	Saluran Pemasaran Pertama Telur Di Kabupaten Pandeglang.....	12
2.2.	Saluran Pemasaran Kedua Telur Di Kabupaten Pandeglang.....	12
2.3.	Saluran Pemasaran Ketiga Telur Di Kabupaten Pandeglang.....	12
2.4.	Model Penelitian.....	26
3.1.	Model Penelitian Kerjasama dan Berbagi Informasi dalam kinerja rantai pasokan....	37
4.1.	Model Penelitian Path Diagram.....	45
4.2.	Output Pengukuran Model Pertama.....	48
4.3.	Output Pengukuran Model Kedua.....	48

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi, ekonomi dan teknologi membuat dampak sangat besar terhadap perkembangan industri. Tuntutan kebutuhan konsumen, kualitas, serta persaingan harga merupakan pendorong tingkat persaingan diantara industri. Pengembangan sistem operasi yang efisien sehingga dicapai harga yang murah diiringi dengan kualitas yang sesuai merupakan salah satu cara untuk dapat bertahan dalam persaingan. Tanpa adanya pengembangan operasi yang efisien, sulit dicapai biaya produksi yang murah yang akhirnya akan berdampak pada harga jual yang mahal.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi perusahaan saat ini adalah keharusan untuk merespon setiap ketidakpastian yang terjadi. (Arifin, 2004). Tantangan – tantangan tersebut terutama dipicu oleh persaingan yang makin ketat antara sesama perusahaan, antara lain; tuntutan pelanggan akan pelayanan yang cepat dan tantangan yang berkaitan dengan upaya mencari laba serta meningkatkan pertumbuhan perusahaan (Maryanto, 2005). Karena beberapa hal, siklus hidup produk dan teknologi telah mengalami pemendekan, tekanan untuk berkompetisi mengakibatkan tingginya frekuensi perubahan produk, selain itu permintaan konsumen semakin bervariasi dibandingkan sebelumnya (Christopher, 1999, p:1 dalam Arifin, 2004). Arifin, (2004) dan Maryanto, (2005) berpendapat Supply chain (rantai pasokan) adalah sebuah system manajemen yang dapat menjawab tantangan tersebut.

Dewasa ini dunia usaha kontemporer tidak lagi terdiri dari muatan bisnis yang masing-masing berdiri sendiri, tetapi telah mengalami sebuah transformasi menuju jaringan dunia usaha yang saling terkait satu sama lain tanpa memperhatikan batas-batas geografis, bangsa dan ras (Maryanto, 2005). Dunia usaha telah

memasuki era kompetisi jaringan, dimana keuntungan akan mengalir ke organisasi yang memiliki struktur lebih baik, koordinasi dan pengelolaan hubungan dengan rekanan kerja dalam satu jaringan, dengan tujuan untuk dapat mewujudkan hubungan yang lebih baik, lebih cepat dan lebih dekat dengan pelanggan akhir mereka. (Christopher, 1999 dalam Maryanto,2005), Disinilah terlihat betapa manajemen rantai pasokan yang efektif dan efisien dibutuhkan oleh sebuah perusahaan yang ingin berkembang dan bertahan dalam persaingan bisnis.

Menurut Heyzer dan Render (2005), Kunci bagi manajemen rantai pasokan yang efektif adalah menjadikan para pemasok sebagai “mitra” dalam strategi perusahaan untuk memenuhi pasar yang selalu berubah.

Pertumbuhan dunia bisnis semakin menitikberatkan pada konsumen, artinya harus mampu memenuhi tuntutan konsumen untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam kondisi ketidakpastian, baik dari pemasok maupun konsumen, seseorang/perusahaan berusaha untuk meningkatkan kerjasama, dan berbagi informasi dalam rangka merespon perubahan lingkungan. Pelaksanaan operasi yang efisien semakin ditekankan pada kemampuan untuk merespon sumber daya yang bertujuan menciptakan nilai diantara anggota rantai pasok. Menambah dan meningkatkan jaringan kerjasama rantai pasok bertujuan untuk mempermudah aliran produk dan informasi diantara anggota rantai pasok.

Kondisi bisnis tersebut mengakibatkan seseorang/perusahaan memperbaiki strategi rantai pasok agar cepat dan mudah merespon permintaan konsumen. Untuk dapat memenuhi permintaan konsumen, seseorang/perusahaan harus mengelola aliran barang dan informasi diantara anggota rantai pasok, sehingga permintaan dapat diterima oleh para anggota rantai pasok, termasuk pemasok. McKone Sweet dan Lee (2009), kolaborasi organisasi dan kerjasama lintas fungsi juga perlu ditingkatkan agar dapat

merespon dengan cepat perubahan keinginan dan kebutuhan konsumen (Harsasi & Mashithoh, 2016).

Selama beberapa tahun terakhir, manajemen rantai pasok muncul sebagai faktor utama untuk meningkatkan efektivitas dalam sebuah organisasi dan untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan pengembangan yang besar dalam manajemen rantai pasok, banyak peneliti dan praktisi tertarik dalam pengukuran kinerja rantai pasok. Signifikansi dari pengukuran ini dinyatakan oleh Kaplan yang mengklaim bahwa “tidak ada pengukuran, tidak ada perbaikan” (Mishra, Gunasekaran, Papadopoulos, & Dubey, 2017). Menurut ulasan dari Gimenez dan Ventura, terdapat beberapa peran kinerja manajemen secara spesifik seperti menghasilkan kinerja yang lebih baik daripada pesaing, responsif dalam pemenuhan kebutuhan dan permintaan konsumen, mencapai jumlah pengiriman tertentu pada waktu tertentu pula serta dapat membangun kolaborasi yang baik dengan mitra dalam kesatuan rantai pasok (Mufaqqih, Indarti, Ciptono, & Kartikasari, 2017).

Ada berbagai cara untuk meningkatkan kinerja rantai pasok, salah satunya dengan cara perusahaan yang terlibat harus mampu bekerjasama dengan perusahaan lain dalam satu rantai pasok (Fachrizal, 2016). Kolaborasi menjadi hal yang mutlak dilakukan oleh anggota dalam sebuah rantai pasok yang diperlukan untuk menghadapi persaingan dan memiliki implikasi strategis jangka panjang bagi perusahaan. Ini dapat dijadikan strategi untuk mengurangi risiko-risiko yang terdapat di pasar.

Menurut Schulze *et al.*, konsep manajemen rantai pasok diperluas dengan pendekatan hubungan dan diperlukannya kerjasama yang baik diantara tahapan-tahapan dalam rantai pasok dan jelas bahwa kerjasama yang berkualitas semakin menjadi pusat perhatian saat ini (Ramadhan, 2016).

Selain itu informasi merupakan aspek penting dalam mengelola rantai pasok. Dengan didukung teknologi informasi, dimungkinkan pengelola mampu

mengambil keputusan secara cepat dan tepat. Salah satunya jaringan internet yang menjadi perangkat penting dalam penanganan hubungan antara pemasok dan pembeli. Turban dan Volonino menjelaskan bahwa implementasi dari rantai pasok tidak bisa dipisahkan dari perkembangan teknologi informasi, dan bahkan kemajuan teknologi informasi menciptakan prinsip dasar dalam manajemen rantai pasok (Munizu, 2017).

Kemudian terdapat kecenderungan terhadap ekonomi global dan teknologi internet membuat dampak yang besar terhadap pengembangan industri yang melibatkan rantai pasok. Dengan alasan tersebut, rantai pasok yang didalamnya terdapat perusahaan pada area hulu sebagai pemasok hingga perusahaan yang termasuk area hilir sebagai pembeli. Seorang manajer tidak hanya perlu fokus pada satu perusahaan saja, namun juga harus mempertimbangkan hubungan kerjasama antara keduanya, untuk mempromosikan kinerja rantai pasok secara menyeluruh (Tian, 2018).

### **1.2 Fenomena Bisnis**

Telur ayam ras merupakan makanan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat di Indonesia, khususnya di Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. Tidak semua daerah di Provinsi Banten dapat memproduksi dan memenuhi kebutuhan telur ayam ras untuk daerahnya masing-masing, dan salah satunya yaitu Kabupaten Pandeglang. Oleh karena itu, pasokan telur ayam ras di beberapa daerah di Provinsi Banten masih dipasok dari Kabupaten Tangerang yang merupakan satu dari beberapa daerah yang memproduksi telur ayam ras terbesar di Provinsi Banten.

Berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) Provinsi Banten, produksi telur unggas menurut Kabupaten/Kota dan jenis ternak di Provinsi Banten tahun 2017, Kabupaten Tangerang memproduksi telur ayam ras terbanyak yaitu 36.867.754 kg, Kota Serang diposisi kedua yaitu sebanyak 5.848.128 kg dan Kabupaten Serang diposisi ketiga yaitu sebanyak

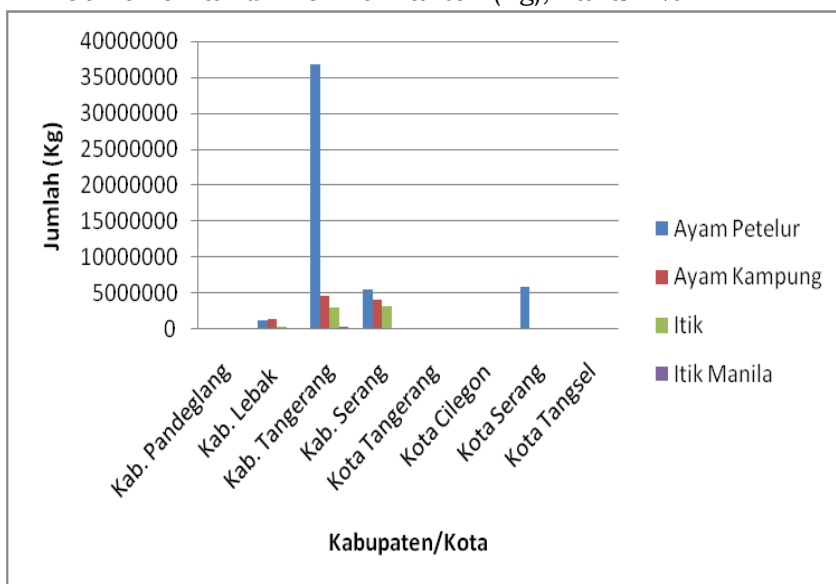


5.600.546 kg.

Berikut data selengkapnya yang didapat dari BPS (Badan Pusat Statistik) Provinsi Banten pada gambar 1.1 :

**Gambar 1.1**

Produksi Telur Unggas Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Ternak di Provinsi Banten (Kg), Tahun 2017



Sumber : BPS (Badan Pusat Statistik) Provinsi Banten Tahun 2017

Dalam memproduksi telur ayam ras banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi produksi, diantaranya mulai dari keterbatasan lahan, musim, penyakit, perekonomian daerah dan faktor lainnya, sehingga produksi telur ayam ras dapat dikatakan naik atau menurun dan apakah mampu memenuhi kebutuhan pasar atau tidak. Kabupaten Pandeglang salah satu daerah di Provinsi Banten yang kurang terpenuhi pasokan telur ayam rasnya, sehingga mengakibatkan naiknya harga telur ayam ras di sejumlah pasar di Kabupaten Pandeglang.

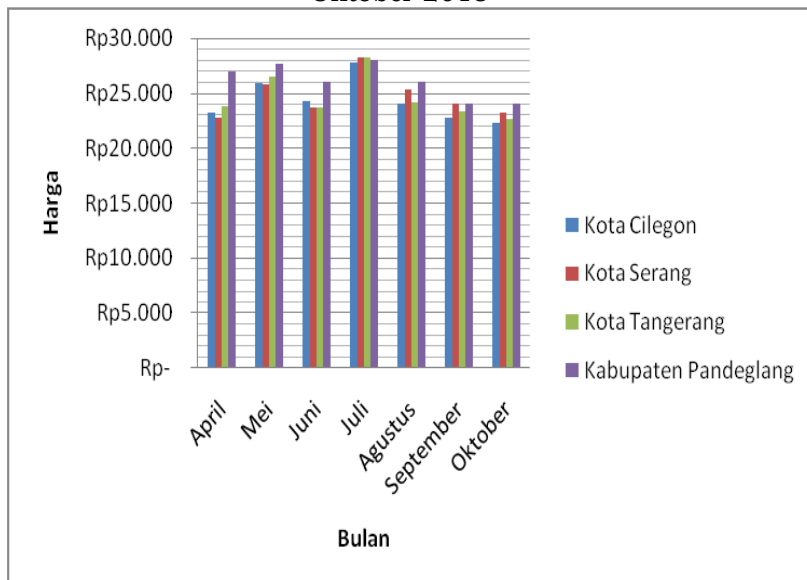
## Pendahuluan

---

Perkembangan harga telur ayam ras selama bulan April sampai dengan bulan Oktober 2018 mengalami fluktuasi. Namun pada bulan Juli 2018 merupakan titik tertinggi harga telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang, yaitu Rp 28.000. Hal serupa di alami beberapa daerah di Provinsi Banten, dimana pada bulan Juli 2018 ialah titik tertinggi harga telur ayam ras, diantaranya Kota Cilegon (Rp 27.800), Kota Serang (Rp 28.250), Kota Tangerang (Rp 28.300). Berikut data perbandingan harga telur ayam ras selama bulan April sampai dengan Oktober 2018 berdasarkan PIHPS (Pusat Informasi Harga Pangan Strategis) Nasional dan SIHARPA (Sistem Informasi Harga Pangan Pandeglang) pada gambar 1.2 :

**Gambar 1.2**

Perkembangan Harga Pangan Telur Ayam Ras (Kg) Juli – Oktober 2018



Sumber : PIHPS (Pusat Informasi Harga Pangan) Nasional & SIHARPA (Sistem Informasi Harga Pangan Pandeglang) Tahun 2018

Dengan kondisi tersebut baik pemasok dan pengecer sebaiknya bekerjasama untuk mampu mengelola sistem distribusi agar daging ayam agar dapat tersalurkan dengan baik serta menjamin ketersediaan daging ayam

dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain itu komunikasi menjadi aspek penting agar informasi yang seharusnya diterima dan dibagikan oleh pemasok kepada penjual daging ayam dapat tersampaikan dengan baik. Hal-hal tersebut dilakukan dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam rantai pasok yang pada akhirnya memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Berdasarkan fenomena bisnis dan data dari berbagai sumber, maka penulis akan melakukan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis **“Pengaruh kerjasama dan sharing informasi terhadap kinerja rantai pasokan”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan pokok permasalahan adalah sebagai berikut :

“Seberapa besar pengaruh kerjasama dan berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasokan” pada pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten).

Sehingga rumusan masalah dapat dijabarkan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Kerjasama terhadap kinerja rantai pasokan pada pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten?
2. Bagaimana pengaruh Berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasokan pada pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten?

### **1.4 Maksud dan Tujuan**

Buku Monograf ini memberikan input penting yang berkaitan dengan pemahaman tentang pengaruh kerjasama dan berbagi informasi terhadap Kinerja rantai pasokan pada pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Sedangkan Tujuan buku monograf adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh Kerjasama terhadap kinerja rantai pasokan pada pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten.
2. Untuk menganalisis pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasokan pada pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten.

### **1.5 Manfaat**

1. Dari kajian yang dikembangkan dalam buku ini dapat menjadi bahan pertimbangan atau masukkan kepada para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten sehingga akan meningkatkan kinerja rantai pasokan.
2. Bagi Pemilik/Pengelola sendiri diharapkan dapat membantu dalam mengembangkan suatu kerangka kerja manajerial dan kerjasama dan berbagi informasi sehingga dapat meningkatkan kinerja rantai pasokan.
3. Pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor startegik yang dapat menghasilkan kinerja rantai pasokan yang berkualitas pada para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten.

## **BAB II**

### **STUDI PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Manajemen Rantai Pasok**

Menurut Lambert dalam Mentzer, rantai pasok merupakan sebuah sistem yang terintegrasi, satuan-satuan bisnis yang terdiri dari pemasok, manufaktur, distributor sampai pengecer bekerjasama dalam menghasilkan produk berupa barang atau jasa serta informasi yang dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen. Prahinski dan Kocabasoglu menjelaskan bahwa rantai pasok adalah sebuah jaringan yang kompleks yang terdiri dari pemasok, manufaktur, distributor, pengecer hingga konsumen akhir yang bekerja sama dalam mengubah bahan baku mentah yang kemudian diproses untuk menghasilkan produk akhir (Olorunniwo & Li, 2010).

Heizer dan Render menjelaskan bahwa manajemen rantai pasok merupakan koordinasi dari keseluruhan rantai pasok, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan. Kemudian Martin Christopher mengatakan bahwa manajemen rantai pasok merupakan manajemen hubungan dari hulu hingga ke hilir atau dari pemasok hingga konsumen untuk memberikan nilai yang lebih pada pelanggan dan mengurangi biaya rantai pasok secara keseluruhan (Ilmiyati & Munawaroh, 2016). Pengertian lain dari manajemen rantai pasok dijelaskan dalam penelitian Simchi-Levi yang menjelaskan bahwa manajemen rantai pasok adalah keseluruhan set dari langkah-langkah untuk mengintegrasikan pemasok, manufaktur, gudang penyimpanan, dan pasar yang kemudian berdampak pada memproduksi barang dengan biaya sebaik mungkin, dalam waktu yang paling tepat, dan dalam tempat yang tepat pula (Razavi, Abdi, Ghasemi, & Amirnequiee, 2016).

Menurut Rajagopal, manajemen rantai pasok adalah integrasi dari proses kunci dari sebuah bisnis dari

pengguna akhir melalui pemasok yang menyediakan produk, layanan dan informasi yang memasukan nilai untuk konsumen dan pemegang kepentingan lainnya (Sundram, Bahrin, Abdul Munir, & Zolait, 2018).

Dari pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen rantai pasok merupakan sistem yang kompleks dan terintegrasi secara menyeluruh yang didalamnya terdapat satuan bisnis, yaitu diawali dari pemasok yang merupakan area hulu sebagai penyedia bahan baku, manufaktur yaitu tempat dimana terjadinya proses merubah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang selanjutnya diteruskan oleh distributor kepada retail dan pada akhirnya dapat diterima oleh konsumen. Seluruh satuan bisnis yang terdapat dalam rantai pasok tersebut saling bekerjasama untuk mengubah input berupa bahan baku hingga menjadi produk jadi dengan biaya terbaik dan dengan waktu terbaik yang kemudian memiliki nilai lebih dengan tujuan untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

Manajemen rantai pasok bertujuan untuk menciptakan nilai dari sebuah produk melalui kolaborasi dan integrasi proses bisnis dalam rantai pasok (Wadhwa, Mishra, Chan, & Ducq, 2010). Kemudian Mentzer *et al.* menjelaskan tiga sisi yang berbeda dari manajemen rantai pasok, yaitu sebagai berikut;

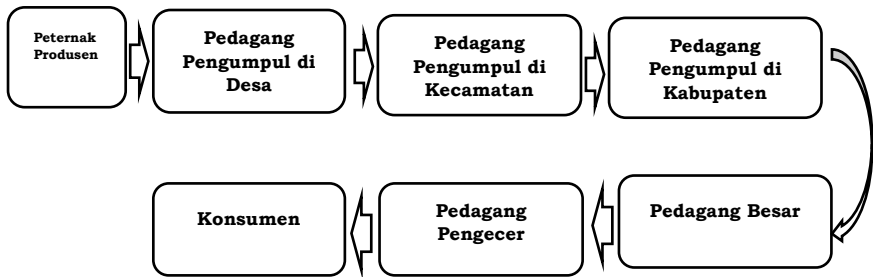
1. Manajemen rantai pasok dipandang sebagai konsep filosofis dari manajemen yang berkaitan dengan orientasi rantai pasok untuk mencapai kinerja yang diharapkan.
2. Manajemen rantai pasok dari sisi aktivitas yang berupaya untuk mengimplementasikan konsep filosofis tersebut menjadi praktis dan taktis.
3. Manajemen rantai pasok dipandang sebagai sebuah proses yang saling berkesinambungan dengan berbagai aktivitas dalam keseluruhan rantai pasok.

Terdapat struktur dan para pelaku dalam rantai pasok yang setidaknya terdapat dua jenis struktur rantai pasok yang dikemukakan oleh Hugos (2003). Pertama yaitu struktur rantai pasok yang sederhana (*simple supply chain*) yang terdiri dari satu perusahaan, satu pemasok

dan satu pelanggan yang terlibat di dalam aliran hulu hingga ke hilir produk. Kedua, *Extended Supply Chain* yang didalamnya terdapat tiga pelaku tambahan yaitu pemasok dari pemasok atau disebut sebagai pemasok utama pada urutan awal dari rangkaian. Kemudian terdapat pelanggan dari pelanggan pada urutan terakhir. Selanjutnya terdapat bermacam perusahaan yang menyediakan jasa kepada perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam rantai pasok. Perusahaan ini menyediakan layanan logistik, keuangan, pemasaran serta teknologi informasi.

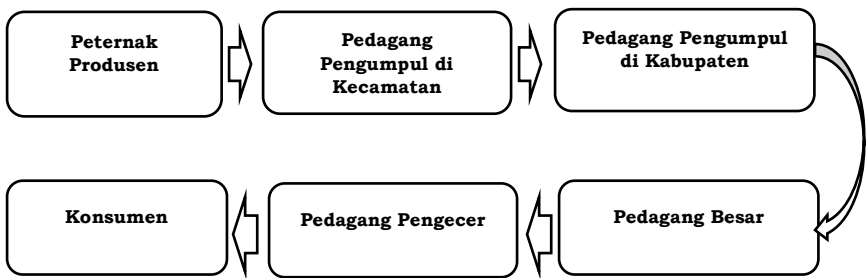
**Gambar 2.1**

Saluran Pemasaran Pertama Telur Di Kabupaten Pandeglang



**Gambar 2.2**

Saluran Pemasaran Telur Kedua Di Kabupaten Pandeglang

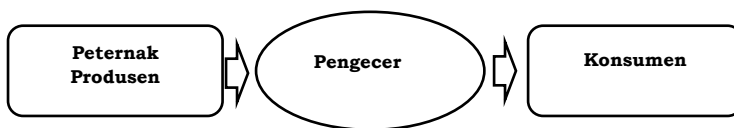


Mengacu pada struktur rantai pasok yang dikemukakan oleh Hugos, usaha penjualan para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang

Provinsi Banten memiliki struktur rantai pasok yang sederhana dengan hanya memiliki pemasok utama, pemasok, perusahaan (pedagang telur ayam) dan pelanggan. Pemasok utama dalam rantai pasok para pedagang telur ayam ras adalah perusahaan besar pemasok telur ayam ras. Pemasok utama ini menyediakan telur ayam ras yang kemudian di distribusikan ke pemasok yang kemudian di distribusikan ke pelanggan akhir. Setiap pedagang telur ayam ras memiliki satu atau dua bahkan lebih pemasok sebagai upaya menjamin ketersediaan telur ayam.

**Gambar 2.3**

Saluran Pemasaran Telur Ketiga Di Kabupaten Pandeglang



Sumber : dikembangkan oleh peneliti

Menurut Chopra dan Meindl sebuah rantai pasok didalamnya mencakup semua tahap yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Tidak hanya mencakup perusahaan manufaktur dan pemasok saja, namun juga melibatkan pihak-pihak yang ikut terlibat dalam aktivitas transportasi, pergudangan, pengecer hingga para konsumennya. Rantai pasok tersebut juga didalamnya mencakup semua fungsi-fungsi yang terlibat dalam memenuhi permintaan konsumen (Azmiyati & Hidayat, 2016).

Menurut Pujawan, produk dengan harga murah, memiliki kualitas yang baik, dan sesuai dengan fungsi dan kegunaannya sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan atas terpenuhinya target pasar dapat dicapai apabila rantai pasok yang ada dikelola dengan baik (Darojat & Yunitasari, 2017).



### 2.1.2 Kinerja Rantai Pasok

Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian dari pelaksanaan tugas dalam organisasi, sebagai upaya untuk mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi tersebut (Adha, 2017). Menurut Pujawan, kinerja rantai pasok merupakan sebuah sistem untuk mengukur kinerja dengan menggunakan alat ukur yang dapat digunakan untuk mengawasi kinerja secara bersamaan antar organisasi dalam sebuah rantai pasok (Fachrizal, 2016). Menurut Hausman, kinerja rantai pasok adalah kegiatan-kegiatan rantai pasok untuk memenuhi kebutuhan konsumen akhir, meliputi ketersediaan barang, pengiriman yang tepat waktu, dan persediaan kapasitas rantai pasok, yang dilakukan dengan sangat responsif (Mufaqih, Indarti, Ciptono, & Kartikasari, 2017).

Dari pengertian-pengertian diatas, maka dapat dipahami bahwa kinerja rantai pasok adalah sebuah sistem untuk mengukur tingkat pencapaian antarperusahaan dalam rantai pasok dengan menggunakan alat ukur yang kegiatan di dalamnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen

Rippa menjelaskan bahwa manajemen rantai pasok telah menjadi praktik umum yang ada pada industri arena strategis untuk membentuk aliansi jangka panjang, membangun hubungan pemasok dan pembeli, manajemen logistik, perencanaan, mengendalikan persediaan hingga berbagi informasi. Menurut Tungjitjatur, *et al.*, perusahaan yang memberikan penekanan pada kinerja operasional perusahaan akan terpenuhi segala kebutuhan bisnisnya, dan ini merupakan pengetahuan yang baik tentang kinerja rantai pasok dan mampu meningkatkan kemampuan bisnis perusahaan secara menyeluruh (Alfianto, 2015).

Menurut Hausman, untuk unggul dalam persaingan di lingkungan baru, rantai pasok perlu dikembangkan secara berkelanjutan yang membutuhkan pengukuran kinerja untuk mencapainya. Neely, Richards, Mills, Platts, dan Bourne mendefinisikan pengukuran kinerja sebagai proses sistematis secara efisien dan efektif

untuk mengukur suatu konsep atau tindakan pernyataan Lai, Ngai, dan Cheng, bahwa pengukuran kinerja merupakan keefektifan dan efisiensi dalam menyelesaikan tugas yang diberikan dalam kaitannya dengan seberapa baik tujuan dapat tercapai (Mufaqih, Indarti, Ciptono, & Kartikasari, 2017).

Banomyong dan Supatn menjelaskan bahwa pengukuran kinerja rantai pasok tidak hanya menyediakan informasi berupa umpan balik untuk mengemukakan sebuah kemajuan, peningkatan motivasi juga memprediksi masalah, tetapi juga sebagai fasilitas yang dapat memberikan pemahaman dan integrasi antara mitra dalam rantai pasok. Sebagai hasil, konsumen akan merasa puas dan daya saing serta profitabilitas harus ditingkatkan. Maka sangat penting bagi perusahaan untuk dapat menilai kinerja rantai pasok mereka sendiri sebagai referensi awal (Alfianto, 2015) .

Cook dan Graver menjelaskan bahwa pengukuran kinerja merupakan sesuatu yang kompleks dan memiliki tantangan yang besar karena bersifat multidimensional sehingga tidak akan memberikan pemahaman yang menyeluruh apabila hanya menggunakan sistem pengukuran tunggal. Dan kinerja rantai pasok merupakan faktor yang dapat digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan oleh perusahaan terkait dengan proses distribusi dari hulu ke hilir (Aziz & Dwiyanto, 2017). Sistem pengukuran kinerja ini diperlukan untuk melakukan :

1. Pengendalian dan pengawasan
2. Mengkomunikasikan tujuan organisasi kepada fungsi-fungsi dalam rantai pasok
3. Mengetahui posisi suatu organisasi terhadap pesaing maupun terhadap tujuan yang ingin dicapai
4. Menentukan arah perbaikan guna menciptakan keunggulan bersaing (Fachrizal, 2016).

Sistem pengukuran kinerja dapat diartikan sebagai sebuah set dari matrik yang digunakan untuk mengukur tindakan dari efisiensi dan efektifitas.

Gunasekaran dan Kobu menyoroiti bahwa tujuan dari sistem pengukuran kinerja adalah untuk :

1. Mengidentifikasi keberhasilan;
2. Mengidentifikasi apakah kebutuhan konsumen terpenuhi;
3. Membantu organisasi untuk memahami proses dan untuk memastikan apa yang mereka tau atau mengungkapkan apa yang mereka tidak tau;
4. Mengidentifikasi keberadaan masalah, *bottlenecks*, sampah, dan lain-lain dimana pengembangan diperlukan;
5. Memastikan keputusan yang diambil sesuai fakta, bukan berdasarkan anggapan, emosional, kepercayaan atau instuisi;
6. Menunjukkan jika pengembangan perencanaan benar dapat diwujudkan (Mishra, Gunasekaran, Papadopoulos, & Dubey, 2017).

### **2.1.3 Kerjasama**

Menurut Mentzer kerjasama adalah konsep sebagai sebuah set tindakan gabungan dari perusahaan di dalam hubungan yang erat untuk mencapai tujuan utama yang akan membawa manfaat bagi perusahaan. Metcalf *et al.* menyatakan bahwa kerjasama adalah sebuah produk dari pertukaran aktivitas yang terjadi antara pemasok dan pembeli. Kerjasama ini merujuk pada sejauh mana pekerjaan pemasok dan pembeli terkoordinasi, yang dengan sengaja mencari tujuan bersama dan kemauan untuk terlibat dalam perilaku yang mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan (Hammervoll, 2009).

Anderson dan Naurus menyatakan bahwa pada dasarnya kerjasama merupakan bentuk kemauan dari dua belah pihak yaitu perusahaan dengan cara pengecernya dalam melakukan upaya koordinasi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik (Sulistyo, 2014). Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Fynes, variabel dari kerjasama dibagi menjadi empat dimensi yaitu kepercayaan, komitmen, komunikasi dan adaptasi

(Tian, 2018). Selain itu terdapat mekanisme dalam bekerja sama, yaitu

1. Usaha bersama;
2. *Merger* atau penggabungan;
3. Investasi bersama dalam aset yang lebih spesifik;
4. Komunikasi bersama;
5. Perencanaan dan mengatasi masalah bersama;
6. Pengisian bersama;
7. Konsolidasi pengiriman (Omri, 2010).

Dalam perusahaan, pengembangan dari hubungan yang erat dengan konsumen merupakan area kunci dalam aktivitas perusahaan. Kerjasama yang erat dengan konsumen memiliki manfaat yang luas bagi perusahaan. Pertama, kerjasama yang erat mampu mengurangi biaya. Kemudian kerjasama yang erat dengan mitra dapat menyebabkan memperbaiki kemampuan kompetitif perusahaan. Perusahaan disarankan untuk merawat kualitas dari kerjasama antarperusahaan dan seluruh entitas yang terlibat dalam lingkungan bisnisnya, hal tersebut dapat menimbulkan pertumbuhan efisiensi (Milena & Malys, 2012) .

Menurut Bujang, kegiatan yang kooperatif adalah alat yang utama bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan *outcomes*. Dan untuk memperoleh kinerja rantai pasok yang baik, juga diperlukan kerjasama yang baik antara kedua belah pihak. Ada beberapa dimensi yang bisa menilai kualitas hubungan seperti kepercayaan, kejujuran yang membentuk kualitas hubungan kerjasama (Aziz & Dwiyanto, 2017). Ada beberapa prinsip kerjasama yang perlu dipegang teguh dan dikembangkan terus menerus, yaitu ;

1. Meyakini memiliki tujuan yang sama (*common goal*);
2. Saling menguntungkan (*mutual benefit*);
3. Saling percaya (*mutual trust*);
4. Bersikap terbuka (*transparent*);
5. Menjalin hubungan jangka panjang (*long term relationship*);
6. Terus-menerus melakukan perbaikan dalam biaya

dan mutu barang/jasa (Ariani & Dwiyanto, 2013).

Cempakasari menjelaskan bahwa kerjasama dengan pemasok yang dapat diandalkan diharapkan dapat menghasilkan pengertian dan pemahaman yang baik tentang keperluan dan kebutuhan pihak-pihak yang terlibat dalam rantai pasok (Aziz & Dwiyanto, 2017). Kegagalan kerjasama rantai pasok disebabkan karena kurangnya pertimbangan pada penerapan prinsip-prinsip manajemen rantai pasok. Beberapa faktor dibawah ini yang dapat menyebabkan rusaknya kerjasama dalam rantai pasok, yaitu;

1. Rendahnya kualitas produk dari pemasok;
2. Sistem “coba-coba” yang dilakukan dalam memenuhi kebutuhan konsumen;
3. Risiko-risiko yang berkaitan dengan distribusi dan logistik;
4. Umpan balik yang diterima dengan berbagai keterbatasan informasi dan komunikasi;
5. Rendahnya tingkat kepercayaan atas kerjasama yang dilakukan;
6. Penerapan harga minimum dimana harga jual rata-rata lebih tinggi dari harga pasar lokal (Fizzanty & Kusnandar, 2012).

### **2.1.4 Berbagi Informasi**

Shin, *et al.* mendefinisikan komunikasi dengan pemasok adalah sebagai suatu hasrat bertahan untuk menjaga kualitas hubungan dengan pemasok. Komunikasi dengan pemasok dipandang memiliki pengaruh terhadap manfaat yang didapat oleh kedua pihak yaitu pemasok dan konsumen dalam menjalin hubungan, karena kemampuan dari komunikasi untuk meredakan konflik. Tanpa komunikasi yang efektif, transaksi dengan pemasok tidak akan berlangsung lama, karena selain untuk melakukan transaksi komunikasi juga dapat berperan untuk mengurangi bahkan menghilangkan ketidakpastian dalam hubungan rantai pasok. Ketidakpastian dalam konteks ini menurut

Karabati dan Sayin didefinisikan sebagai tidak adanya informasi yang tersedia.

Berbagi informasi dalam rantai pasokan pada penelitian ini terbagi menjadi dua yakni tingkat berbagi informasi dan kualitas berbagi informasi. Menurut Li et al. (2006) tingkat berbagi informasi mencerminkan sejauh mana informasi yang penting dan eksklusif dikomunikasikan dari satu pihak ke pihak yang lain seperti dari pemasok ke produsen, dan dari ritel ke pelanggan. Informasi yang dikomunikasikan berkaitan dengan informasi pasar, produk, dan pelanggan (Mentzer, Keebler, Dewitt, Min, Nix, Smith, dan Zacharia, 2001). Tingkat berbagi informasi dengan mitra merupakan elemen penting dari rantai pasokan yang mencerminkan kuantitas dari informasi yang dibagikan (Sundram et al., 2011). Semakin banyak informasi yang diberikan maka semakin efisien dan efektif pula komunikasi yang dibangun dalam rantai pasokan (Li dan Lin, 2006).

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 (Moberg, Cutler, Gross, dan Speh, 2002) Kualitas berbagi informasi merupakan mutu yang didapatkan dalam pertukaran informasi. Faktor ini meliputi tingkat akurasi, ketepatan waktu, kredibilitas dan kecukupan informasi yang dipertukarkan (Li et al., 2006). Tingkat berbagi informasi dalam rantai pasokan merupakan hal yang penting. Akan tetapi dampaknya pada rantai pasokan bergantung pada informasi apa yang dibagikan, kapan dan dimana informasi dibagikan, serta dengan siapa informasi tersebut dibagikan (Sundram et al., 2011).

Mitra rantai pasokan yang bertukar informasi secara teratur dapat bekerja sebagai satu kesatuan sehingga mampu merespon dengan cepat perubahan pasar. Selain itu, kualitas berbagi informasi yang dikelola dengan baik di internal dan antarperusahaan akan berpengaruh langsung pada peningkatan kinerja rantai pasokan (Moberg et al., 2002). Hal ini dikarenakan

kualitas informasi yang dibagikan dapat mempengaruhi keputusan manajerial. Semakin berkualitas informasi yang dibagikan, semakin tepat keputusan yang diambil oleh manajer, dan semakin efektif pula manajemen rantai pasokannya (Raisinghani dan Meade, 2005).

Kemudian Rashed menyatakan bahwa ketika seorang manajer perusahaan menghadapi ketidakpastian, maka informasi dapat dikumpulkan untuk secara langsung menghilangkan atau mengurangi ketidakpastian itu. Menurut Prahinski, ada empat dimensi utama yang diakui mengenai saluran komunikasi, yaitu besarnya komunikasi, isi komunikasi, media komunikasi, dan timbal balik komunikasi (Alfianto, 2015).

Fawcett *et al.* menjelaskan bahwa ada keunggulan dalam informasi yang menjadi sangat penting perannya dalam dunia bisnis sekarang ini dalam rangka merancang manajemen rantai pasok. Ada berbagai masalah seperti persediaan, waktu desain produk baru, mempersingkat siklus pemesanan, proses *reengineering* hingga mengatur rantai pasok dapat diatasi dengan informasi.

Kemudian Simatupang dan Sidharan dalam tulisannya mengemukakan bahwa berbagi informasi adalah intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya untuk berbagi informasi kepada pihak-pihak yang ada dalam rantai pasok. Menurut Kembro dan Selviaridis, berbagi informasi juga dapat meningkatkan respon dari proses rantai pasok, ini berdampak pada rantai pasok yang lebih dinamis serta dapat mengurangi biaya untuk penyimpanan bahan baku dan produk akhir (Aziz & Dwiyanto, 2017).

Menurut Moberg *et al.*, mitra dalam rantai pasok yang bertukar informasi secara teratur dapat bekerja sebagai sebuah kesatuan sehingga mampu merespon dengan cepat perubahan pasar. Kemudian, kualitas dalam berbagi informasi yang dikelola dengan baik di internal perusahaan maupun antarperusahaan akan berpengaruh langsung pada peningkatan kinerja rantai pasok. Raisinghani dan Meade, menambahkan bahwa hal ini dikarenakan kualitas informasi yang dibagikan dapat mempengaruhi keputusan manajerial. Semakin

berkualitas informasi yang dibagikan, maka semakin tepat juga keputusan yang diambil oleh manajer perusahaan, serta semakin efektif pula manajemen rantai pasoknya (Mufaqih, Indarti, Ciptono, & Kartikasari, 2017). Berbagi informasi dalam rantai pasok dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

### 1. Tingkat Berbagi Informasi

Menurut Li *et al.* tingkat berbagi informasi mencerminkan sejauh mana informasi yang penting dan eksklusif dikomunikasikan dari satu pihak ke pihak yang lainnya, sama halnya seperti dari pemasok ke produsen, juga dari pengecer ke konsumen. Informasi di dalamnya yaitu termasuk informasi mengenai pasar, produk, dan pelanggan. Menurut Sundram *et al.*, tingkat berbagi informasi dengan mitra merupakan elemen penting dari sebuah rantai pasok yang mencerminkan kualitas dari informasi yang dibagikan.

### 2. Kualitas Berbagi Informasi

Menurut Li *et al.* (2006), kualitas berbagi informasi merupakan mutu yang didapatkan dalam pertukaran informasi. Faktor ini meliputi tingkat akurasi, ketepatan waktu, kredibilitas dan kecukupan informasi yang dipertukarkan (Mufaqih, Indarti, Ciptono, & Kartikasari, 2017). Manajemen rantai pasok terkait dengan koordinasi dari produk dan aliran informasi antara pemasok, manufaktur, distributor, pengecer hingga konsumen. Dengan informasi yang tepat antara pemasok dan pengecer dan koordinasi keputusan produksi atas ketidakpastian permintaan, itu memungkinkan untuk mengurangi biaya lanjutan dan mengembangkan tingkatan pelayanan konsumen

Olorunniwo dan Li, berbagi informasi dianggap sebagai pra kondisi untuk memfasilitasi kerjasama dalam rantai pasok. Lau dan Lee, berpendapat bahwa fungsinya efisiensi dalam jaringan rantai pasok bergantung pada bagaimana informasi dalam rantai pasok bertindak sebagai pelengkap. Ini menunjukkan bagaimana informasi sebagai bagian penting untuk menjalankan industri manufaktur di semua tahapan,



termasuk aktifitas produksi dan proses- proses dalam rantai pasok. Dengan alasan tersebut, seluruh informasi harus dapat diterima dan di teruskan secara efektif ke seluruh bagian yang terlibat untuk memfasilitasi alur informasi yang baik dan manajemen yang kuat, sebaik untuk mengembangkan produktifitas pada seluruh tahapan dari manufaktur rantai pasok yang berkelanjutan (Sundram, Bahrin, Abdul Munir, & Zolait, 2018).

Menurut Chopra dan Meindl, informasi harus mengandung karakteristik sehingga dapat berguna dalam mengambil keputusan dalam rantai pasok, diantaranya: Akurat, informasi harus menggambarkan kondisi yang sebenarnya dan dapat dipercaya; Tepat, mempertimbangkan informasi apa saja yang sesuai dan dibutuhkan oleh perusahaan; dan dapat diakses pada saat dibutuhkan. Kemudian Yogyanto menyatakan bahwa ketiga karakteristik tersebut juga merupakan ciri dari informasi yang berkualitas (Idul Fata, 2016).

Berbagi informasi membawa dampak pada tingkat integrasi rantai pasok yang tinggi karena berbagi informasi memungkinkan organisasi untuk mempercepat pelayanan terhadap konsumen melalui kecepatan pengiriman dan kecepatan pengenalan produk ke pasar. Menurut Speakman *et al.* tingkat dan kualitas berbagi informasi memberikan perngaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen dalam kasus ini adalah penjual daging ayam kemudian Walton dan Lee dan Kim mengatakan bahwa berbagi informasi juga berpengaruh positif terhadap kualitas kemitraan dalam rantai pasok (Anatan, 2010). Yusuf *et al.* menjelaskan bahwa manajemen rantai pasok menekankan dari keseluruhan dan manfaat jangka panjang dari seluruh mitra dalam rantai pasok melalui kerjasama dan berbagi informasi. Berbagi informasi antara mitra dalam rantai pasok dapat mengurangi ketidakpastian dan mampu meningkatkan kinerja logistik (Wadhwa, Mishra, Chan, & Ducq, 2010).

Lee dan Whang, berbagi informasi adalah salah satu komponen penting dalam manajemen rantai pasok. Dimana hal tersebut dapat dikategorikan sesuai untuk

area operasi seperti persediaan, penjualan, peramalan permintaan, status pemesanan, dan rencana produksi. Berbagi informasi dalam konteks rantai pasok mengacu pada tingkat yang krusial dan atau tersedianya informasi hak milik bagi anggota dalam rantai pasok. Berbagi informasi dapat menjadi hal yang taktis apabila berkaitan dengan pembayaran, jadwal operasi, logistik dan lain lain, juga dapat berupa hal yang strategis bila berkaitan dengan penjualan, informasi konsumen dan lain-lain. Terdapat lima dimensi yang spesifik dan menjadi ukuran kualitas informasi menurut Mohr dan Sohi yaitu ketepatan waktu, akurasi, kecukupan, kelengkapan dan kredibilitas informasi (Pandey, Garg, & Shankar, 2010).

## **2.2 Pengembangan Hipotesis**

### **2.2.1 Pengaruh Kerjasama terhadap Kinerja Rantai Pasok**

Menurut Indrajit dan Djokopranoto, kerjasama adalah suatu alternatif yang terbaik dalam mengelola rantai pasok secara optimal. Hal ini disebabkan diantara organisasi atau perusahaan yang berada dalam jaringan manajemen rantai pasok pasti membutuhkan kelancaran dan kakuratan sistem informasi, serta kepercayaan antar organisasi atau perusahaan pengadaan barang dan jasa. Seluruh aspek diatas tidak akan tercapai apabila kerjasama tidak berjalan dengan baik (Aziz & Dwiyanto, 2017). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Andong Tian (2018) yang menyatakan bahwa hubungan kerjasama dalam rantai pasok memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja. Dalam rantai pasok, untuk mencapai tujuan yang diinginkan, perusahaan akan membangun hubungan kerjasama dengan mitra dalam rantai pasok dengan; Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Adaptasi.

Hal tersebut dalam rantai pasok mampu berdampak secara positif terhadap kinerja. Kerjasama antara dua perusahaan dalam rantai pasok mampu menjadi cara terbaik untuk mengkomunikasikan hal-hal mengenai proses bisnis yang dilakukan bersama sehingga

proses yang ada dalam keseluruhan dari rantai pasok berjalan dengan baik (Tian, 2018). Menurut Anderson dan Naurus, pada dasarnya kerjasama merupakan bentuk kemauan kedua belah pihak yaitu perusahaan sebagai pemasok dengan para retailer sebagai pembeli untuk melakukan upaya koordinasi demi mendapatkan hasil yang lebih baik (Sulistiyono, 2014). Sehingga berdasarkan penjelasan diatas maka dapat ditarik hipotesis:

**H1 : Kerjasama berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok**

### **2.2.2 Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kinerja Rantai Pasok**

Menurut Yu *et al.*, bertukar informasi dalam rantai pasok dapat membantu perusahaan untuk memperbaiki tingkat persediaan dan melakukan penghematan biaya (Aziz & Dwiyanto, 2017). Berbagi informasi menjadi fitur penting antara organisasi sebagai faktor untuk menciptakan nilai yang berpindah dari aset fisik dan finansial ke aset yang tidak berwujud. Banyak studi yang menunjukkan bahwa berbagi informasi antara anggota rantai pasok dan dalam organisasi berdampak signifikan terhadap efektifitas rantai pasok. Secara khusus, berbagi informasi antar anggota rantai pasok, dapat meningkatkan kinerja rantai pasok, dengan cara menghilangkan potensi variasi dari pertukaran informasi. Bahkan berbagi informasi memfasilitasi anggota rantai pasok untuk mengatasi kekhawatiran akan kehilangan kekuatan untuk mengatasi pesaing. Kemudian, berbagi informasi merupakan faktor pendorong bari perusahaan untuk meningkatkan pengetahuan dasar perusahaan dan karena hal tersebut, membagikan kemungkinan manfaat dari memaksimalkan keuntungan dari seluruh kolektif sistem. (Kocoglu, Imamoglu, Ince, & Keskin, 2011).

Berbagi informasi merupakan merupakan jumlah dan mutu informasi yang dibagikan dalam rantai pasokan. Perusahaan yang menerapkan berbagi informasi dengan baik mampu meningkatkan kinerja. Peningkatan kinerja dapat berupa: a) peningkatan respon pelanggan,

b) penurunan biaya, c) peningkatan kualitas layanan pada pelanggan, dan d) penurunan tingkat kompleksitas (Zhao et al., 2002). Abdallah et al. (2014) menemukan bahwa berbagi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Peneliti lain (seperti Moberg et al., 2002; Zhao et al., 2002; Cook et al., 2011; Jabbour et al., 2011) juga menemukan bahwa berbagi informasi dalam rantai pasokan memberikan pengaruh yang positif bagi kinerja rantai pasokan.

Menurut Lee dan Mentzer, berbagi informasi merupakan dasar dalam koordinasi yang efektif dalam rantai pasok. Berbagi informasi memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam operasinya sehingga pemanfaatan sumber daya menjadi lebih baik dan biaya rantai pasok yang lebih rendah memungkinkan perusahaan lebih responsif terhadap keutuhan pelanggan. Dengan berbagi informasi, maka tersedianya data dengan tepat waktu akan lebih terjamin sehingga data dapat dibagikan ke seluruh pelaku dalam rantai pasok. Disamping itu kualitas informasi juga diperhitungkan karena dibutuhkan untuk meningkatkan kepercayaan diantara anggota dalam rantai pasok dan juga akan berdampak pada peramalan produksi (Fachrizal, 2016). Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat ditarik sebuah hipotesis:

**H2 : Berbagi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok**

### 2.3 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
Penelitian Terdahulu

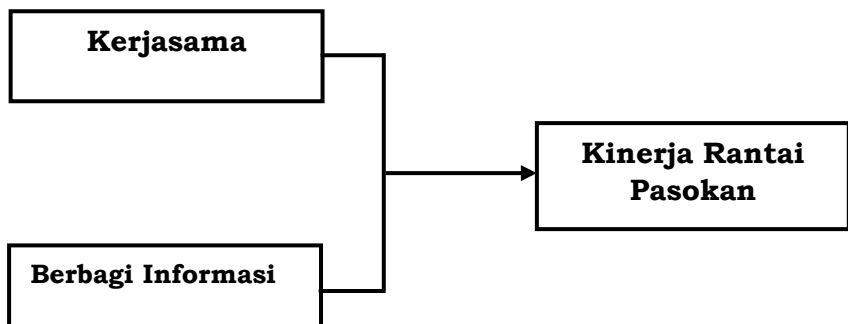
No	Nama/ Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Tian/ 2018	<i>The Impact of Supply Chain Cooperative Relationship on Performance: A Knowledge Management Perspective</i>	Pendekatan Kuantitatif	1. Kerjasama rantai pasok memiliki dampak positif terhadap kinerja rantai pasok; 2. Berbagi pengetahuan adalah sebagian dari variabel yang memediasi hubungan antara kerjasama dan kinerja; 3. Ketidakpastian lingkungan mengambil

				efek pengaturan positif untuk pasok hubungan kerjasama rantai untuk mempromosikan berbagi pengetahuan antara perusahaan, tetapi tidak memiliki pengaruh yang jelas terhadap pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kinerja.
2	(Fachrizal, 2016)	Pengaruh <i>Information Sharing</i> Terhadap Kinerja Rantai Pasok Dimoderasi oleh Variabel Distorsi Informasi	Pendekatan Kuantitatif dengan Menggunakan Metode Deskriptif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Information Sharing</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasok.
3	(Munizu, 2017)	Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja rantai pasok	Pendekatan Kuantitatif dan Regresi Berganda	Variabel kepercayaan, komitmen dan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasok dengan teknologi informasi menjadi variabel yang paling mempengaruhi.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pembahasan mengenai landasan teori diatas maka dapat digambarkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

**Gambar 2.3**  
Model Penelitian



Sumber : Dikembangkan Oleh Peneliti

## **2.5 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiono, 2019:99). Peneliti merumuskan hipotesis statistik sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: Kerjasama berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja rantai pasokan.
- H<sub>2</sub>: Berbagi Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja rantai pasokan.

## **BAB 3**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian adalah keseluruhan proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian, sehingga pertanyaan-pertanyaan yang ada dapat dijawab. Berdasarkan sifat eksplorasi ilmu, penelitian ini merupakan penelitian dasar (*basic research*) yang mana merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan yang ada demi perkembangan keilmuan (Ferdinand, 2013). Penelitian eksplorasi ilmu juga dapat dikatakan sebagai penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausal (sebab- akibat) antara variabel-variabel penelitian melalui suatu pengujian hipotesis tertentu.

Jika berdasarkan sifat eksplanasi ilmu, penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori, yang mana bertujuan untuk mengetahui hubungan satu arah dua variabel atau lebih. Jenis hubungan dalam penelitian ini adalah kausal atau sebab akibat, karena bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dan variabel intervening terhadap variabel terikat (sugiyono, 2013). Desain kausalitas ini digunakan untuk mengetahui hubungan kerjasama dan berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasokan.

#### **3.2 Definisi Variabel Operasional**

Menurut Sugiyono (2013), Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu untuk mempelajari variasi tertentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel independen dalam bahasa Indonesia sering disebut juga variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (bebas).

Adapun Variabel independen atau variable bebas dalam penelitian adalah , kerjasama dan berbagi informasi sedangkan variable dependen atau terikatnya adalah kinerja rantai pasokan.

**Tabel 3.1**

Variabel Operasional Kerjasama, Berbagi Informasi dan Kinerja Rantai Pasok

<b>Variabel</b>	<b>Konsep</b>	<b>Indikator</b>
Kinerja Rantai Pasokan	Kinerja rantai pasok merupakan sebuah sistem untuk mengukur kinerja dengan menggunakan alat ukur yang dapat digunakan untuk mengawasi kinerja secara bersamaan antar organisasi dalam sebuah rantai pasok(Fachrizal, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reliabilitas</li> <li>2. Fleksibilitas</li> <li>3. Biaya</li> <li>4. Responsivitas</li> </ol>
	Sumber : Fachrizal, 2016 dan (Munizu, 2017)	
Kerjasama	Kerjasama adalah konsep sebagai sebuah set tindakan gabungan dari perusahaan di dalam hubungan yang erat untuk mencapai tujuan utama yang akan membawa manfaat bagi perusahaan (Sulistyono, 2014).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berdiskusi tentang perencanaan penjualan</li> <li>2. Kerjasama ditetapkan berdasarkan kondisi yang nyata</li> <li>3. Meningkatkan hubungan berkelanjutan</li> <li>4. Komunikasi</li> </ol>
	Sumber : (Gimenez dan Ventura, 2003) dan Li <i>et al.</i> (2006),	
Berbagi Informasi	Berbagi informasi adalah aliran komunikasi secara terus menerus antara mitra kerja	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecepatan</li> <li>2. Ketepatan</li> <li>3. Keterbukaan</li> <li>4. Berbagi informasi</li> </ol>



	baik formal maupun informal dan berkontribusi untuk suatu perencanaan serta pengawasan yang lebih baik dalam sebuah rangkaian (Ariani & Dwiyanto, 2013).	produksi
	Sumber : Rahadi (2012) dalam (Ariani & Dwiyanto, 2013)	

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, tumbuh-tumbuhan dan peristiwa sebagai sumber data yang mempunyai karakteristik tertentu. Ferdinand (2014) dalam Aziz & Dwiyanto (2017), populasi merupakan akumulasi dari semua unsur yang berupa peristiwa, hal ataupun orang yang mempunyai kesamaan karakteristik yang menjadi perhatian utama peneliti, dikarenakan hal itu dilihat sebagai suatu semesta penelitian (Aziz & Dwiyanto, 2017). Terdapat 14 pasar tradisional di Kabupaten Pandeglang yang diperkirakan disetiap pasar dirata-ratakan terdapat kurang lebih 35 pedagang telur ayam ras dikali jumlah pasar. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah kurang lebih 500 pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang.

#### Sampel

Sampel adalah sebagian elemen pada populasi yang digunakan dalam penelitian, sedangkan unit sampel ialah suatu elemen atau suatu kelompok yang menjadi dasar yang dipilih menjadi sampel (Freida & Ferdinand, 2012). Dalam penelitian ini, teknik sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan menggunakan sampling acak sederhana (Simple Raandom Sampling) dan menghitung ukuran sampel dengan menggunakan teknik Slovin. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Tingkat kesalahan pengambilan sampel (error),  
misalnya 10%.

$$n = \frac{500}{1 + 500 (0,01)^2}$$

$$n = \frac{500}{6}$$

$$n = 75$$

Sampel minimal sebanyak 75. Jadi peneliti mengambil sampel dalam penelitian adalah sebanyak 100 responden.

### **3.4. Sumber Data**

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, melalui pengiriman kuisioner kepada para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten.

### **3.5. Metode Pengumpulan Data**

Penelitian lapangan ( *field research* ), pengumpulan data langsung kepada objek penelitian. Datanya akan diperoleh dengan cara penyebaran angket/Kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pernyataan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Kuesioner diisi oleh para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten yang terdiri dari 100 Responden, yaitu teknik pengumpulaaun data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan-pertanyaan secara langsung. Wawancara dilakukan dengan pihak para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten, pertanyaan yang diajukan membahas seputar masalah kerjasama dan berbagi informasi dalam peningkatan kinerja rantai pasok. Observasi, yaitu pengumpulan data dengan mengamati

langsung objek yang diteliti untuk memperoleh gambaran mengenai aktivitas perusahaan. Yang menjadi objek pengamatan adalah para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten.

### **3.6. Analisa Pembahasan**

Penelitian ini menggunakan alat analisis PLS (*Partial Least Square*), yaitu analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural dengan alat statistik yaitu SmartPLS 3.0. Tujuan PLS yang merupakan SEM berbasis varian adalah untuk memprediksi model untuk pengembangan teori dan karena itulah PLS merupakan alat prediksi kausalitas yang digunakan untuk pengembangan teori. Terdapat beberapa keunggulan PLS menurut Abdillah dan Hartono, diantaranya sebagai berikut:

1. Mampu memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independen (model kompleks).
2. Mampu mengelola masalah multikolinearitas antar variabel.
3. Hasil tetap kokoh (*robust*) walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang (*missing value*).
4. Menghasilkan variabel laten independen secara langsung berbasis *cross-product* yang melibatkan variabel laten dependen sebagai kekuatan prediksi.
5. Dapat digunakan pada konstruk reflektif dan formatif.
6. Dapat digunakan pada sampel kecil.
7. Tidak mensyaratkan data berdistribusi normal.
8. Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda, yaitu nominal, ordinal dan kontinu.

Model spesifikasi PLS dalam analisis jalur terdiri atas tiga tipe hubungan, yaitu *inner model*, *outer model*, dan *weight relation*. *Inner model* menunjukkan spesifikasi hubungan kausal antarvariabel laten (model struktural). *Outer model* menunjukkan spesifikasi hubungan antar indikator atau parameter yang diestimasi dengan variabel latennya (model pengukuran).

*Weight relation* menunjukkan hubungan nilai varian antar indikator dengan variabel latennya sehingga diasumsikan memiliki nilai *mean* sama dengan nol (0) dan varian sama dengan satu (1) untuk menghilangkan konstanta dalam persamaan kausalitas (Abdillah & Hartono, 2015).

### **Model Pengukuran (*Outer Model*)**

*Outer model* atau model pengukuran menggambarkan hubungan antara blok indikator dengan variabel latennya. Suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahap purifikasi dalam model pengukuran. Model pengukuran sendiri digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Menurut Cooper *et al.*, uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam kuesioner atau instrumen penelitian.

### **Uji Validitas**

Menurut Hartono, validitas terdiri atas validitas eksternal dan validitas internal. Validitas eksternal menunjukkan bahwa hasil dari suatu penelitian adalah valid yang dapat digeneralisir kesemua objek, situasi, dan waktu yang berbeda. Validitas internal menunjukkan kemampuan dari instrumen penelitian untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dari suatu konsep.

Menurut Hartono, validitas konstruk menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukuran sesuai teori-teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu konstruk. Korelasi yang kuat antara konstruk dan item-item pertanyaannya dan hubungan yang lemah dengan variabel lainnya merupakan salah satu cara untuk menguji validitas konstruk (*construct validity*). Validitas konstruk terdiri atas validitas konvergen dan validitas diskriminan.

Menurut Hartono, validitas konvergen

berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi. Hair *et al.* mengemukakan bahwa *rule of thumb* yang biasanya digunakan untuk membuat pemeriksaan awal dari matrik faktor adalah  $\pm .30$  dipertimbangkan telah memenuhi level minimal, untuk *loading*  $\pm .40$  dianggap lebih baik, dan untuk *loading*  $> 0,50$  dianggap signifikan secara praktis. Semakin tinggi nilai faktor *loading*, semakin penting peranan *loading* dalam menginterpretasi matrik faktor. Chin, menyatakan bahwa *rule of thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen adalah *outer loading*  $> 0,7$ , *communality*  $> 0,5$  dan *Average Variance Extracted (AVE)*  $> 0,05$  (Abdillah & Hartono, 2015).

Menurut Hartono, validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Validitas diskriminan terjadi jika dua instrumen yang berbeda mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi. Chin, Gopal, dan Salinsbury, uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstraknya. Metode lain yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar ACE untuk setiap konstruk lebih besar dari pada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model (Abdillah & Hartono, 2015).

### **Uji Reliabilitas**

Menurut Hartono, reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode, yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Chin, *cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *composite reliability* mengukur nilai

sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Salisbury, Chin, Gopal dan Newsted (2002), *composite reliability* dinilai lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk. Hair *et al.*, menyebutkan *rule of thumb* nilai *alpha* atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun 0,6 masih dapat diterima. Cooper *et al.*, namun sesungguhnya uji konsistensi internal tidak mutlak untuk dilakukan jika validitas konstruk telah terpenuhi, karena konstruk yang valid adalah konstruk yang reliabel, sebaliknya konstruk yang reliabel belum tentu valid (Abdillah & Hartono, 2015).

### **Model Struktural (*Inner Model*)**

Model structural *Inner model* atau menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibangun berdasarkan substansi teori. Model persamaan *inner model* dapat disusun sebagai berikut:

$$\eta = \sum_i \beta_{ji}\eta_i + \sum_i Y_{ji} + \zeta_i$$

$\beta_{ji}$  dan  $Y_{ji}$  adalah koefisien jalur yang menghubungkan variabel independen  $\xi$  dan  $\eta$  dengan variabel dependen sepanjang rentang indeks  $i$  dan  $b$ , dan  $\zeta_i$  adalah tingkat kesalahan pengukuran (*inner residual error*). Analisis *inner model* atau analisis *structural model* dilakukan untuk memastikan apakah model struktural yang dibangun *robust* (kuat) dan meliputi:

#### 1. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Jika nilai  $R^2 \geq 0,7$  artinya variasi perubahan variabel independen diatas 70%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diajukan.

Namun,  $R^2$  bukanlah parameter *absolut* dalam mengukur ketetapan model prediksi karena dasar hubungan teoritis adalah parameter yang paling utama untuk menjelaskan hubungan kualitas tersebut.

### 2. *Predictive Relevamce* ( $Q^2$ )

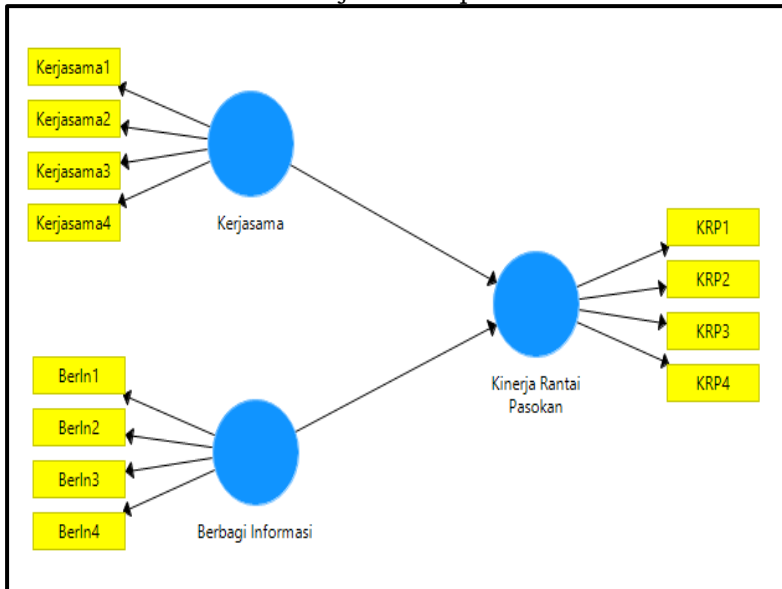
Nilai  $Q^2$  digunakan untuk melihat pengaruh relatif model struktural terhadap pengukuran observasi untuk variabel tergantung laten (variabel laten endogenus) (Sarwono, 2014). Nilai  $Q^2 > 0$  menunjukkan bukti bahwa nilai nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik dengan demikian model mempunyai relevansi prediktif. Sedangkan nilai  $Q^2 < 0$  menunjukkan tidak adanya relevansi prediktif.

### 3.7 Model Penelitian

Dalam penelitian ini, alat statistik yang digunakan untuk menganalisis data adalah *SmartPLS 3.0* yang merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang dirancang untuk menyelesaikan permasalahan struktural yang melibatkan banyak variabel atau konstruk. Terdapat dua evaluasi model dalam PLS yaitu model pengukuran (*outer model*) yang didalamnya terdapat uji validitas dan reliabilitas. Kemudian model kedua yaitu model struktural (*inner model*) yang menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibangun atas substansi teori (Abdillah & Hartono, 2015). Berikut adalah model yang dibentuk dalam penelitian ini.

**Gambar 3.1**

Model Penelitian Kerjasama dan Berbagi Informasi dalam kinerja rantai pasokan



**Sumber** : Data Hasil pengolahan *SmartPLS*

Keterangan:

- Kerjasama = Kerjasama
- BerIn = Berbagi Informasi
- KRP = Kinerja Rantai Pasok

### 3.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menurut Jogiyanto dan Abdillah (2015) menjelaskan bahwa ukuran signifikansi dukungan hipotesis dapat menggunakan perbandingan nilai *t-table* dan *t-statistic*. Jika *t-statistic* lebih tinggi dibandingkan nilai *t-table*, berarti hipotesis terdukung atau diterima.

Secara umum metode *explanatory research* adalah pendekatan metode yang menggunakan PLS. Hal ini disebabkan pada metode ini terdapat pengujian hipotesa. Menguji hipotesa dapat dilihat dari nilai *t-statistik* dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik, maka :

- alpha 5% nilai *t-statistik* yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan / penolakan hipotesa adalah :



- $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  atau  $P\text{ Value} < 0,05$
- $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, jika  $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$  atau  $P\text{ Value} > 0,05$

## **BAB 4**

### **ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian Kerjasama dan Berbagi Informasi dalam Rantai Pasokan**

Pada bab analisis hasil dan pembahasan ini disajikan gambaran data penelitian yang diperoleh dari hasil jawaban responden, proses pengolahan data dan analisis hasil pengolahan data tersebut. Hasil pengolahan data selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk analisis dan menjawab hipotesis penelitian yang diajukan. Berdasarkan penelitian selama di lapangan, maka ditemukan beberapa hal yang terkait dengan penelitian, yaitu data dan informasi yang akan mendukung pembahasan dalam penelitian. Data-data dan informasi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### **4.1.1 Deskriptif Responden**

Populasi dalam penelitian ini yaitu para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten yang berjumlah 100 (Seratus) orang responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SEM. Sampel yang digunakan adalah para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Untuk pengolahan data, dalam penelitian ini menggunakan program *SmartPLS 3.0*.

Deskripsi responden yang dihimpun melalui kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari karakteristik responden berdasarkan Usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, lama operasi, dan status.

##### **4.1.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia Responden**

Analisa Responden Berdasarkan Usia Responden bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan usia.

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat dalam tabel 4.1 berikut ini :

**Tabel 4.1**  
Gambaran Umum Berdasarkan Usia Respoden

<b>Umur</b>	<b>Fekkuensi</b>	<b>Persentase</b>
18 s.d 25	27	27,00
26 s.d 35	10	10,00
36 s.d 45	39	39,00
46 s.d 55	19	19,00
> 56	5	5,00
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Sumber** : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh infrmasi bahwa sebagian besar responden berusia antara 36 sampai dengan 45 tahun, sedangkan proporsi yang paling kecil adalah responden yang berusia diatas 56 tahun. Tingginya responden yang berusia antara 36 sampai dengan 45 tahun disebabkan karena pada usia-usia tersebut seseorang sedang mengalami masa keemasan dalam menjalankan usahanya, sedangkan rendahnya usia responden yang berumur diatas 56 tahun disebabkan pada usia tersebut seseorang pada umumnya sudah kurang produktif lagi dalam menjalankan aktivitasnya.

### **4.1.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Analisa Responden Berdasarkan jenis kelamin Responden bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel 4.2 berikut ini :

**Tabel 4.2**

Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Fekkuensi</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	80	80,00
Perempuan	20	20,00
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Sumber** : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh infrmasi bahwa sebagian besar responden 80,00% para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten berjenis kelamin laki-laki, dan 20,00% berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan informasi tersebut dapat dipahami bahwa dalam kultur budaya timur termasuk di Indonesia yang paling bertanggung jawab untuk mencari nafkah dalam sebuah keluarga adalah suami, sedangkan seorang isteri lebih bertanggung jawab untuk mengurus rumah tangganya, sehingga yang bertindak sebagai pengelola usaha pada umumnya adalah suami, meskipun tidak menutup kemungkinan seorang isteri ikut mambantu ekonomi keluarga dengan membangun usaha termasuk para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten.

#### **4.1.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Analisa Responden Berdasarkan tingkat pendidikan Responden bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat dalam tabel 4.3 berikut ini :

**Tabel 4.3**

Gambaran Umum Berdasarkan Tingkat Pendidikan

<b>Pendidikan</b>	<b>Fekkuensi</b>	<b>Persentase</b>
SLTP/Sederajat	35	35,00
SLTA/Sederajat	60	60,00
S1	5	5,00
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

**Sumber** : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh infrmasi bahwa sebagian besar responden berpendidikan SLTA/ sederajat 60%, diikuti responden yang berpendidikan SLTA/ sederajat 35%, sedangkan sisanya sebesar 5% responden berpendidikan S1. Tingginya responden yang berpendidikan SLTA disebabkan mereka yang berpendidikan SLTA telah memiliki pengetahuan bisnis yang memadai untuk menjalankan usaha, sedangkan responden yang memiliki pendidikan s1 pada umumnya memilih bekerja pada jalur formal, dan mereka hanya akan memilih menjadi pengusaha Usaha Kecil dan Menengah (UKM) jika mereka telah gagal dalam memperebutkan pasar kerja di jalur formal.

#### **4.1.5 Deskriptif Responden Berdasarkan Lama Beroperasi**

Analisa Responden Berdasarkan lama beroperasi bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan lama beroperasi. Karakteristik responden berdasarkan lama beroperasi dapat dilihat dalam tabel 4.4 berikut ini :

**Tabel 4.4**

Gambaran Umum Berdasarkan lama beroperasi

<b>Lama Beroperasi</b>	<b>Fekkuensi</b>	<b>Persentase</b>
< 5	10	10,00
6 s.d 10	45	45,00

11 s.d 15	33	33,00
16 s.d 20	10	10,00
> 20	2	2,00
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

**Sumber** : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh infrmasi bahwa pelaku usaha yang lama beroperasi sebagian besar sebanyak 45 pelaku usaha yaitu 6 sampai dengan 10 tahun (45,00%), 33 pelaku usaha yaitu 11 sampai dengan 15 tahun (33,00%) , 10 pelaku usaha yaitu 0 sampai dengan 5 tahun (10,00%) serta 2 pelaku usaha yaitu lebih dari 20 tahun (2,00).

#### 4.1.6 Deskriptif Responden Berdasarkan Status

Analisa Responden Berdasarkan status bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan badan usaha. Karakteristik responden berdasarkan status dapat dilihat dalam tabel 4.5 berikut ini :

**Tabel 4.5**

Gambaran Umum Berdasarkan Status

<b>Status</b>	<b>Fekkuensi</b>	<b>Persentase</b>
Pemilik	39	39,00
Pengelola	48	48,00
Pemilik Sekaligus Pengelola	13	13,00
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

**Sumber** : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh infrmasi bahwa sebagian besar adalah Pengelola sebanyak 48 atau sebesar 48,00%, Pemilik sebanyak 39 atau 39,00%, dan Pemilik Sekaligus Pengelola sebanyak 13 atau sebesar 13,00%.

#### 4.2 Analisis Inferensial – Pengujian SEM-PLS

Data dan informasi yang diperoleh dari

hasil survey kemudian diolah dengan menggunakan metode statistik yang sesuai yaitu menggunakan program *SmartPLS* dengan analisa PLS-SEM. Tahapan analisis menggunakan PLS-SEM yang harus dilakukan untuk melakukan uji asumsi dan kualitas instrumen yang dalam hal ini disebut pengujian model pengukuran reflektif sebagai berikut:

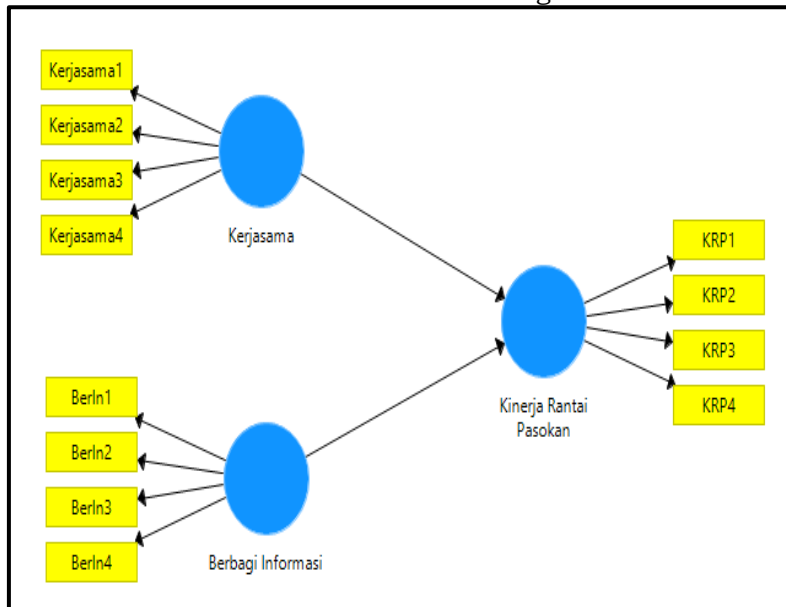
### **4.2.1 Input Data**

Sebelum mulai menggambar model struktural yang harus dilakukan adalah menginput file yang akan dianalisis. Data Kuesioner dipindahkan dalam excel dengan melakukan input skala yang dipilih responden yang disesuaikan dengan indikatornya. Data kuesioner dibagi menjadi tiga variabel utama yaitu kerjasama dengan empat indikator, berbagi informasi dengan empat indikator, dan kinerja rantai pasok dengan empat indikator. Setelah data berhasil diinput dengan sempurna maka langkah berikutnya adalah menggambar model struktural.

### **4.2.2 Evaluasi *Path diagram***

Dari hasil input data dalam bentuk excel, kemudian diolah menggunakan program *SmartPLS* dengan analisa PLS-SEM. Terlebih dahulu digambarkan *Path diagram* yang merupakan representasi grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada suatu model berhubungan satu sama lain, yang memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model. Model pengembangan yang terbentuk tampak pada gambar di bawah ini:

**Gambar 4.1**  
Model Penelitian Path Diagram



**Sumber:** Data Primer diolah, 2020.

Kemudian dilakukan *perform SEM analysis* untuk menganalisa pada PLS dilakukan dengan tiga tahap yaitu analisa *outer model*, analisa *inner model* dan terakhir pengujian Hipotesa.

#### **4.2.3 Pengujian Kualitas Data (Outer Model)**

Pengujian kualitas data dalam *SmartPLS* dilakukan dengan mengevaluasi *Outer Model*. *Outer Model* dengan indikator reflektif dievaluasi melalui *convergent validity* dan *discriminant validity* untuk indikator pembentuk konstruk laten, serta melalui *composite reliability* dan *cronboach alpha* untuk blok indikatornya (Ghozali,2015).

Terdapat empat kriteria di dalam penggunaan teknik analisa data dengan *SmartPLS* untuk menilai *Outer model* yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composite*



*Reliability* dan *Average Variance Extracted (AVE)*.

#### 4.2.4 Uji Validitas dan Realibilitas Uji validitas

Uji validitas konstruk secara umum dapat diukur dengan menggunakan parameter skor *loading* di model penelitian (*Rule of Thumbs* > 0,7) dan menggunakan parameter AVE (*Average Variance Extracted*) dengan skor > 0,5, *Communality* > 0,5, dan  $R^2$  dan *Redudancy*. Apabila skor *loading* < 0,5, maka indikator ini dapat dihapus dari konstruksya karena indikator ini tidak termuat ke konstruk yang mewakilinya. Namun apabila skor *loading* berada di antara 0,5 sampai 0,7, maka sebaiknya indikator tidak perlu dihapus jika memiliki skor *loading* tersebut sepanjang AVE dan *Communality* indikator tersebut > 0,5 (Abdillah & Hartono, 2015). Berikut ini merupakan output dari yang menunjukkan skor *loading*.

**Tabel 4.6**  
*Discriminant Validity*

Variabel	AVE
Kerjasama	0,801
Berbagi Informasi	0,707
Kinerja Rantai Pasokan	0,792

**Sumber:** Data primer diolah (2020)

Table diatas menggambarkan bahwa konstruk memiliki nilai validitas yang baik untuk mengetahui kerjasama, berbagi informasi dan Kinerja Rantai Pasok, dikatakan valid.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* yang merupakan teknik statistika yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal dalam uji reliabilitas instrumen atau data psikometrik.

Namun *composite reliability* mengukur nilai reliabilitas sesungguhnya dari suatu variabel sedangkan *cronbach's alpha* mengukur nilai terendah reliabilitas suatu variabel sehingga nilai *composite reliability* selalu lebih tinggi dibandingkan nilai *cronbach's alpha*.

**Tabel 4.7**  
*Composite Reliability*

<b>Variabel</b>	<b>Composite Reliability</b>
Kerjasama	0,923
Berbagi Informasi	0,904
Kinerja Rantai Pasokan	0,918

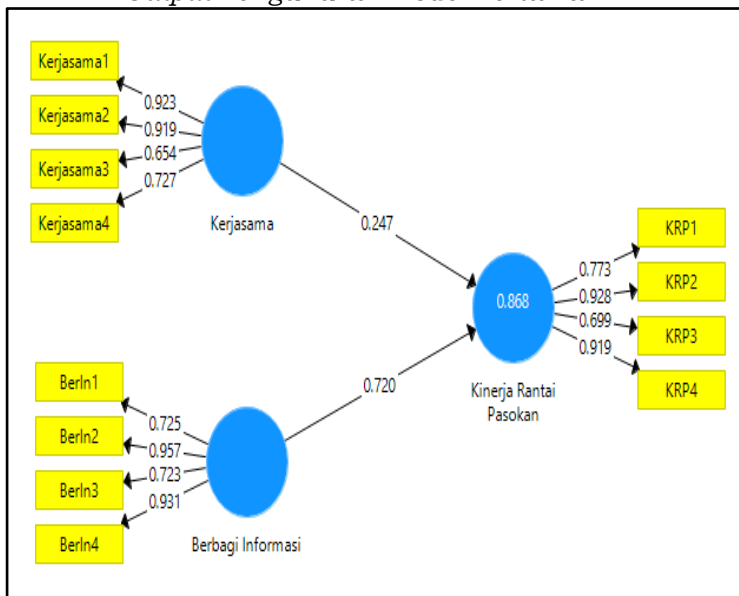
**Sumber:** Data primer diolah (2020)

Tabel 4.7 dapat dilihat setiap konstruk atau variabel laten tersebut memiliki nilai *composite reliability* diatas 0.7 yang menandakan bahwa *internal consistency* dari variabel independen dengan variabel dependen memiliki reliabilitas yang baik.

**a. Convergent Validity**

*Convergent Validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* yang diestimasi dengan *software* PLS. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,7 dengan konstruk yang diukur. Namun menurut Ghozali (2015) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai. Dalam penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* harus lebih besar dari 0,7. *output* pengukuran model (*measurement model*) dapat dilihat pada gambar berikut:

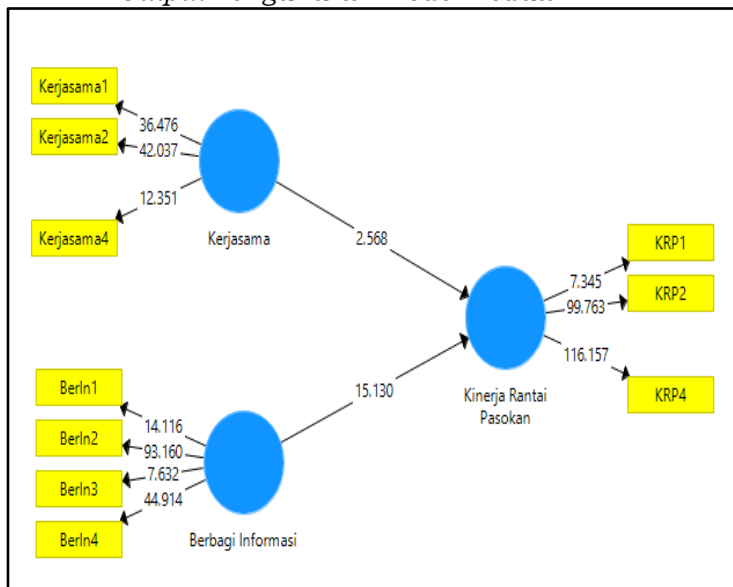
**Gambar 4.2**  
*Output Pengukuran Model Pertama*



**Sumber:** Hasil Pengolahan Data Primer, (2020)

Berdasarkan gambar 4.2 *output* pengukuran model di atas terlihat bahwa masih terdapat hasil *outer loading* yang nilainya dibawah 0,70 yaitu IPem, karena tidak memenuhi syarat yaitu nilainya kurang dari 0,70, maka indikaor tersebut dihilangkan, kemudian *outer model* di *run* kembali dan hasil pengukuran model kedua terlihat pada gambar berikut:

**Gambar 4.3**  
Output Pengukuran Model Kedua



**Sumber:** Hasil Pengolahan Data Primer, (2020)

Berdasarkan gambar 4.3 pengukuran model kedua diatas, setelah menghilangkan *loading factor* yang rendah, model terlihat sudah memenuhi *convergent validity* karena tidak terdapat lagi *loading factor* yang nilainya dibawah 0,7, sehingga model sudah layak untuk dianalisis lebih lanjut *Convergent Validity* yang dilihat dengan nilai AVE masing-masing konstruk dimana nilainya harus lebih besar dari 0,5. Dengan kriteria nilai *average variance extracted* (AVE) > 0,50 maka model dikatagorikan baik.

**b. Discriminant Validity**

*Discriminant Validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap nilai *loading* dari setiap indikator dari sebuah variabel laten memiliki nilai *loading* yang paling besar dengan nilai *loading* lain

terhadap variabel laten lainnya. Hasil pengujian *discriminant validity* diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
Nilai *Cross Loading*

<b>Construct</b>	<b>Kerjasama</b>	<b>Berbagi Informasi</b>	<b>Kinerja Rantai Pasokan</b>
Kerjasama1	0,933		
Kerjasama2	0,928		
Kerjasama4	0,818		
BerIn1			0,710
BerIn2			0,960
BerIn3			0,725
BerIn4			0,936
KRP1		0,732	
KRP2		0,958	
KRP4		0,961	

**Sumber:** Hasil Pengolahan Data Primer, (2020)

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai loading dari masing-masing indikator terhadap konstruksya lebih besar dibandingkan dengan *crossloadingnya*. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh model telah memenuhi syarat *Discriminant validity*, sehingga telah memenuhi kriteria validitas konvergen.

### **4.3 Analisis Data**

#### **4.3.1 Menilai *Outer Model (Measurement Model)***

Menilai *outer model* dalam PLS terdapat tiga kriteria, salah satunya adalah melihat *Convergent validity*, sedangkan untuk dua kriteria yang lain yaitu *Discriminant validity* dalam bentuk *square root of average variance extracted (AVE)* dan *Composite Reliability* telah dibahas sebelumnya pada saat pengujian kualitas data.

#### **4.3.2 Pengujian Hipotesis melalui *Inner Model***

Pengujian terhadap model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara

konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian.

**Tabel 4.9**  
*Result For Inner Weight*

<b>Pengaruh Langsung</b>	<b>Original Sample</b>	<b>T Statistik</b>	<b>P Values</b>
Kerjasama→ Kinerja Rantai Pasokan	0,151	2,568	0,011
Berbagi Informasi→ Kinerja Rantai Pasokan	0,813	15,130	0,000

**Sumber:** Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan hubungan kerjasama dengan Kinerja rantai pasok positif dan signifikan pada koefisien =0,151 dengan t hitung = 2.568 dan (Pvalue= 0,011) pada t = 1.96. berbagi informasi dengan Kinerja rantai pasok positif dan signifikan pada koefisien =0,813 dengan t hitung = 15,813 dan (Pvalue;= 0,000) pada t = 1.96.

**Tabel 4.10**  
*R-Square*

<b>Konstruk</b>	<b>R Square</b>
Kinerja Rantai Pasokan	0.875

**Sumber:** Data primer diolah (2020)

Tabel diatas menunjukkan nilai *R-square* kinerja rantai pasok 0.875 yang memiliki arti bahwa 87,5% variasi perubahan Kinerja Rantai Pasok dijelaskan oleh variabel kerjasama, berbagi informasi dan 12,5% dijelaskan oleh variabel lain.

#### **4.4 Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **4.4.1 Pengaruh Kerjasama Terhadap Kinerja Rantai Pasokan**

Berdasarkan Tabel 4.9 terlihat bahwa hubungan kerjasama dengan Kinerja Rantai Pasokan positif pada koefisien =0,151 dengan t hitung = 2.784 dan (Pvalue= 0,006) pada t = 1.96.

menunjukkan bahwa kerjasama berpengaruh positif dan signifikan pada Kinerja Rantai Pasokan. Hasil yang diperoleh melalui proses pengolahan data, dapat diketahui bahwa kerjasama yang dilakukan oleh para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok. Dengan melakukan kerjasama yang berorientasi pada diskusi tentang perencanaan penjualan, kerjasama ditetapkan berdasarkan kondisi yang nyata, peningkatan hubungan yang berkelanjutan dan meningkatkan komunikasi dengan pemasok akan meningkatkan kinerja rantai pasok.

Berdasarkan fenomena yang ada, kerjasama yang baik dapat mengurangi biaya pengiriman. Kedua, dengan kerjasama yang berorientasi berkelanjutan dengan mengutamakan kualitas bahan akan meningkatkan kemampuan bersaing dan kepuasan konsumen. Komunikasi yang berorientasi pada kerjasama yang berkelanjutan akan berdampak pada tercapainya tujuan dari aktivitas dalam rantai pasok. Lai, Ngai, dan Cheng (2002) menjelaskan bahwa tujuan perusahaan dapat tercapai dengan meningkatkan efektifitas dan efisiensi. Kemudian Banomyong dan Supatn (2011) menjelaskan bahwa aktifitas-aktifitas tersebut mampu memberikan kepuasan konsumen atas terpenuhinya permintaan yang akan meningkatkan keuntungan perusahaan dan daya saing yang tinggi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Andong Tian (2018) yang dilakukan pada beberapa perusahaan yang bergerak dalam bidang industri teknologi tinggi di daerah Delta Sungai Yangtze, wilayah Delta Sungai Pearl dan Wilayah Wuhan.

Penelitian ini berkesimpulan bahwa hubungan kerjasama dalam rantai pasok berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pentingnya meningkatkan hubungan kerjasama dengan

pemasok dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan.

### **4.4.2 Pengaruh berbagi informasi Terhadap Kinerja Rantai Pasokan**

Berdasarkan Tabel 4.9 terlihat bahwa hubungan Berbagi Informasi dengan Kinerja Rantai Pasokan positif pada koefisien =0,813 dengan  $t$  hitung = 16.434 dan ( $P$ value= 0,000) pada  $t = 1.96$ . menunjukkan bahwa Berbagi Informasi berpengaruh positif dan signifikan pada Kinerja Rantai Pasokan. Hasil pengolahan data, berbagi informasi yang dilakukan antarmitra pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Dengan melakukan kecepatan, ketepatan, keterbukaan dan berbagi informasi produksi. Secara konsep Moberg *et al.* (2002) menjelaskan bahwa proses bertukar informasi yang dilakukan dengan teratur dalam kemitraan rantai pasok akan berpengaruh pada kemampuan dalam merespon perubahan pasar dengan baik.

Dengan pengelolaan informasi baik internal maupun antarmitra dalam rantai pasok, akan berpengaruh langsung pada peningkatan kinerja rantai pasok. Tingkat berbagi informasi dalam rantai pasokan merupakan hal yang penting. Akan tetapi dampaknya pada rantai pasokan bergantung pada informasi apa yang dibagikan, kapan dan dimana informasi dibagikan, serta dengan siapa informasi tersebut dibagikan (Sundram *et al.*, 2011). Tingkat berbagi informasi dengan mitra merupakan elemen penting dari rantai pasokan yang mencerminkan kuantitas dari informasi yang dibagikan (Sundram *et al.*, 2011). Semakin banyak informasi yang diberikan maka semakin efisien dan efektif pula komunikasi yang dibangun dalam rantai pasokan (Li dan Lin, 2006).

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 (Moberg, Cutler, Gross, dan Speh, 2002).

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil penelitian mengenai kerjasama dan berbagi informasi dengan mitra dalam rantai pasok, para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten perlu dilakukan dengan mempertimbangkan penetapan kualitas dalam rangka membangun kerjasama yang berkelanjutan. Kerjasama juga perlu dilakukan dengan memperhatikan kualitas komunikasi yang berguna untuk mengurangi risiko kesalahpahaman dan konflik dalam aktifitas rantai pasok. Hal-hal tersebut akan mampu meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam rantai pasok. Begitu juga berbagi informasi antarmitra, perlu dilakukan dengan mempertimbangkan Kecepatan, ketepatan, keterbukaan dan berbagi informasi produksi, hal tersebut akan mampu meningkatkan kualitas dalam proses produksi. Uraian tersebut dibuktikan dengan hasil pengolahan data yang menyatakan bahwa kerjasama dan sharing information berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja rantai pasok.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang berasal dari penyebaran kuesioner yang mencerminkan keadaan atau kondisi secara nyata di lapangan. Namun hasil penelitian ini tidak hanya berdasarkan kondisi yang nyata saja melainkan ada beberapa keterbatasan diantaranya, variable penelitian yang hanya meneliti cooperation, sharing information, dan supply chain performance, juga tingkat keseriusan responden dalam mengisi kuesioner yang merupakan bagian dari kelemahan pengambilan data menggunakan teknik penyebaran kuesioner yang berdampak pada hasil analisa yang kurang baik.

Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan kualitas kerjasama antarmitra dalam rantai pasok dengan cara melakukan kerjasama yang berkelanjutan dan menjaga kualitas komunikasi

dengan baik , sehingga para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten tetap dapat melakukan aktivitas berbagi informasi dan menggunakan alat komunikasi sebagai penunjang agar informasi tersampaikan dengan baik.

### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan adanya keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten serta dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya, yaitu ;

1. Berdasarkan hasil penelitian, para pedagang telur ayam ras dan pemasoknya diharapkan untuk meningkatkan kualitas kerjasama sebagai mitra dalam rantai pasok dengan cara melakukan kerjasama yang berkelanjutan dan menjaga kualitas komunikasi dengan mitra dalam rantai pasok.
2. Pedagang telur ayam ras dan pemasoknya diharapkan tetap melakukan aktivitas berbagi informasi dan menggunakan alat komunikasi sebagai penunjang agar informasi tersampaikan dengan baik
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan memperluas cakupan wilayah dalam pengambilan sampel dan memperbanyak sampel penelitian untuk menghasilkan analisa yang lebih baik serta dengan menambah faktor-faktor lain dengan indikator-indikator yang lebih tepat yang mampu mempengaruhi kinerja rantai pasok.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, A. B., Obeidat, B. Y., & Aqqad, N. O. (2014). The Impact of Supply Chain Management Practices on Supply Chain Performance in Jordan: The Moderating Effect of Competitive Intensity. *International Business Research*, 7(3).
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Adha, W. M. (2017). Integrasi Rantai Pasok Terhadap Kinerja dan Daya Saing Kakao. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 3(2), 149.
- Alfianto, R. (2015, Desember). Analisis Pengaruh Kualitas Hubungan Pemasok dengan Perusahaan terhadap Kinerja Rantai Pasok. *Jurnal Bisnis Strategi*, 24(2).
- Anatan, L. (2010). Pengaruh Implementasi Praktik-Praktik Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Rantai Pasok dan Keunggulan Kompetitif. *Skripsi*, 4.
- Ariani, D., & Dwiyanto, B. M. (2013). Analisis Pengaruh Supply Chain Management terhadap Kinerja Perusahaan. *Diponegoro jurnal of Management*, 10, 2.
- Arifin, 2004. "Pengaruh Bentuk Rantai Pasokan dan Kualitas Hubungan Perusahaan Pemasok dalam Mewujudkan Kinerja Pemasaran Melalui Peningkatan Kinerja Rantai Pasokan" ***Jurnal Sains Pemasaran Indonesia***, Vol. 3, No. 2, h. 165-180.
- Augusty, Ferdinand. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Azmiyati, S., & Hidayat, S. (2016, September). Pengukuran Kinerja Rantai Pasok pada PT. Louserindo Megah Permai Menggunakan Model SCOR dan FAHP. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi*, 3(4).
- Aziz, R. T., & Dwiyanto, B. M. (2017). Analisis Pengaruh Longterm Relation, Information Sharing, Cooperation, Integration Process Terhadap Kinerja Supply Chain Management. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4).
- Banomyong, R., & Supatn, N. (2011). Selecting logistics providers in Thailand: a shippers' perspective. *European Journal of Marketing*, 45(3), 419–437. <https://doi.org/10.1108/03090561111107258>
- Cook, L. S., Heiser, D. R., & Sengupta, K. (2011). The Moderating Effect of Supply Chain Role on The Relationship Between Supply Chain Practices and Performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41(2), 104–134.
- Darojat, Elly Wuryaningtyas Yunitasari. (2017). Pengukuran Performansi Perusahaan dengan Menggunakan Metode Supply Chain Operation Reference (SCOR).
- Fachrizal, F. (2016, Juni). Pengaruh Information Sharing terhadap Kinerja Rantai Pasokan Dimoderasi oleh Variabel Distorsi Informasi. *Jurnal SAINS Manajemen*, 9(1), 1.
- Fizzanty, T., & Kusnandar. (2012). Pengelolaan Logistik dalam Rantai Pasok Produk Pangan Segar di Indonesia.
- Freida, T., & Ferdinand, A. T. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Buket Koffee+Jazz Semarang).

- Diponegoro Journal Of Management* , 1, 1-13.
- Ghozali & Hengki Latan. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Edisi 2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hammervoll, T. (2009). Channel Cooperation: A Reflective Scale. *The International Journal of Logistic*, 20(3). doi:10.1108/09574090911002797
- Harsasi, M., & Mashithoh, H. (2016). Pengaruh Fleksibilitas Pasokan Terhadap Kinerja Rantai Pasok. *Project Report* , 11.
- Heizer, J dan B. Rander. 2004. *Manajemen Operasi*, Edisi 7. Jakarta.
- Hugos, M. (2003) : *Essentials of Supply Chain Management*, John Wiley & Sons, Inc.
- Idul Fata, A. F. (2016). Analisa Pengaruh Information Sharing dan Information Quality Terhadap Implementasi Supply Chain Management Guna Meningkatkan Produktivitas Pada PT XYZ Karawang.
- Ilmiyati, A., & Munawaroh, M. (2016, September). Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Keunggulan Kompetitif. *Skripsi*, 7(2).
- Jabbour, A. B. L., Filho, A. G. A., Viana, A. B. N., & Jabbour, C. J. C. (2011). Measuring Supply Chain Management Practices. *Measuring Business Excellence*, 15(2), 18–31.
- Kocoglu, I., Imamoglu, S. Z., Ince, H., & Keskin, H. (2011). The Effect of Supply Chain Integration on Information Sharing: Enchancing the Cupply Chain Performance. *Research*. doi:10.1016/j.sbspro.2011.09.016
- Sundram, V. P., Bahrin, A. S., Abdul Munir, Z. B., & Zolait, A. H. (2018). The Effect of Supply Chain Information Management and Information

- Infrastructure. *Journal of Enterprise Information.* doi:10.1108/JEIM-06-2017-0084
- Lai, K. H., Ngai, E. W. T., & Cheng, T. C. E. (2002). Measures for Evaluating Supply Chain Performance in Transport Logistics. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 38(6), 439–456.
- Li, S. and Lin, B., 2006. Accessing information sharing and information quality in supply chain management. *Decision Support Systems*, 42 (3), 1641–1656.
- Maryanto, S. 2005. “Upaya peningkatan kinerja pemasaran dengan bentuk rantai pasokan dan kualitas hubungan perusahaan melalui kinerja rantai pasokan.” *Kompak*, No. 13, h. 110-127, ed. Januari-April 2005
- Mentzer, J. T., Keebler, J. S., Dewitt, W., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D., & Zacharia, Z. G. (2001). Defining Supply Chain Management. *Journal of Business Logistics*, 22(2), 1–25.
- M. R.-M., & Malys, L. (2012, Januari). Supply Chain Cooperation and Company Performance. *Argumenta Oeconomica*, 2(29).
- Mishra, D., Gunasekaran, A., Papadopoulos, T., & Dubey, R. (2017, January 1). Supply Chain Performance Measures and Metrics: A Bibliometric Study. *Benchmarking: An International Journal*, 25(1). doi:10.1108/BIJ-08-2017-0224
- Moberg, C. R., Cutler, B. D., Gross, A. & Speh, T. W. (2002). Identifying Antecedents of Information Exchange Within Supply Chains. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 32(9), 755–770.
- Muafaqih, I. A., Indarti, N., Ciptono, W. S., & Kartikasari,

- A. (2017). Pengaruh Integrasi, Berbagi Informasi, dan Penundaan pada Kinerja Rantai Pasok: Studi pada Usaha Kecil Menengah Batik di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 19. doi:10.20885/jsb.vol21.iss1.art2
- Munizu, M. (2017, Maret). Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Rantai Pasokan. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 14(1), 33. doi:10.17358/JMA.14.1.32
- Olorunniwo, F. O., & Li, X. (2010). Information Sharing and Collaboration Practices in Reverse Logistic. *Supply Chain Management: An International Journal*, 15(6). doi:10.1108/13598541011080437
- Omri, A. E. (2010). Cooperation in Supply Chains: Alliance Formation and Profit Allocation Among Independent Firms.
- Pandey, V., Garg, S., & Shankar, R. (2010). Impact of Information Sharing on Competitive Strength of Indian Manufacturing Enterprises.
- Raisinghani, M. S. & Meade, L. L. (2005). Strategic Decisions in Supply Chain Intelligence Using Knowledge Management: An Analytic-Network-Process Framework. *Supply Chain Management: An International Journal*, 10 No. 2), 114–121.
- Ramadhan, D. A. (2016). Pengaruh Komunikasi, Karakteristik Supplier dan Kualitas Kerjasama Terhadap Kinerja Rantai Pasok. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 2.
- Salisbury, W.D., Chin, W.W., Gopal, A : Newsted P.R. (2002). Research Report, Better Theory through Measurement Developing a scale to capture consensus an appropriation information system research.



- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sulistiyono, N. (2014, Juli). Pengaruh Komunikasi, Komitmen, Kepercayaan dan Kerjasama Terhadap Hubungan Pemasaran Pada Retailer PT Indofarma Global Medika Tbk Wilayah Jawa Tengah. *Skripsi*, 24(1), 46.
- Sundram, V. P. K., Ibrahim, A. R., & Govindaraju, V. G. R. C. (2011). Supply Chain Management Practices in the Electronics Industry in Malaysia. *Benchmarking: An International Journal*, 18(6), 834–855.
- Sundram, V. P., Bahrin, A. S., Abdul Munir, Z. B., & Zolait, A. H. (2018). The Effect of Supply Chain Information Management and Information Infrastructure. *Journal of Enterprise Information*. doi:10.1108/JEIM-06-2017-0084
- Tian, A. (2018). The Impact of Supply Chain Cooperative Relationship on Performance: A Knowledge Management Perspective. *Journal of Science and Management*. doi:10.4236/jssm.2018.111005
- Wadhwa, S., Mishra, M., Chan, F. T., & Ducq, Y. (2010). Effect of Information Transparency and Cooperation on Supply Chain Performance: A Simulation Study. *International Journal of Production Research*, 48. doi:10.1080/00207540802251617
- Zacharia, Z. G., Nix, N. W., & Lusch, R. F. (2009). an Analysis of Supply Chain Collaborations and Their Effect on Performance Outcomes. *Journal of Business Logistics*, 30(2), 101–123. <https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2009.tb00114.x>

- Zhao, X., Xie, J., & Zhang, W. J. (2002). The Impact of Information Sharing and Ordering Coordination on Supply Chain Performance. *Supply Chain Management: An International Journal*, 7(1), 24–40.

## BIOGRAFI PENULIS



**Dr. Moh. Mukhsin, SE., M.M.**, lahir di Serang dan telah menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen 1993 dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang Banten. Kemudian melanjutkan studi Magister Manajemen tahun 2002 di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen IMMI Jakarta dan dinyatakan lulus tahun 2004. Selanjutnya, studi Program Doktor Ilmu Ekonomi Manajemen dapat diselesaikan tahun 2015 dari UNDIP Semarang.

Saat ini penulis tercatat sebagai dosen PNS di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA Banten), dengan jabatan fungsional saat ini adalah Lektor Kepala, IV/a (Pembina). Penulis juga banyak terlibat dalam kegiatan penelitian terapan maupun keilmuan, baik secara mandiri maupun didanai oleh pihak luar bersama rekan seprofesi dosen.

Hasil penelitian terapan maupun keilmuan yang dilakukan, sebagian besar telah dipublikasikan oleh penulis, diantaranya dalam bentuk buku referensi ber-ISBN, artikel ilmiah, laporan penelitian, dan beberapa diantaranya telah didaftarkan untuk mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dari Kementerian Hukum dan HAM. Sedangkan artikel ilmiah yang dihasilkan penulis, diantaranya telah dipublikasikan pada jurnal nasional, jurnal nasional terakreditasi, jurnal internasional, maupun jurnal internasional bereputasi, mulai dari yang terindek Garuda, *Google Scholar*, DOAJ, maupun *Scopus*.

## EDITOR



**Dr. AKhmadi, SE.,MM**, terlahir di Serang, dan menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi pada tahun 1990 dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jakarta. Kemudian tahun 2003 melanjutkan studi pada Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jakarta dan dinyatakan lulus tahun 2005. Studi pada Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Diponegoro ditempuh pada tahun 2009, dan dapat diselesaikan pada tahun 2014.

Saat ini penulis tercatat sebagai dosen PNS di Program Studi Strata 1 (satu) Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, dengan jabatan fungsional saat ini adalah Lektor Kepala, IV/a (Pembina). Penulis banyak terlibat dalam kegiatan penelitian terapan maupun keilmuan, yang bersumber dari pendanaan internal Universitas Sultan Ageng Tirtayasa maupun Kemendikbud. Penulis memiliki beberapa karya penelitian yang dipublikasikan pada jurnal internasional bereputasi dan jurnal nasional bereputasi, dan beberapa karya lain berupa buku monograf ber-ISBN. Publikasi ilmiah dan buku monograf tersebut yang sebagian telah mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dari Kementerian Hukum dan HAM.

Buku Monograf ini diberi judul “Kerjasama dan Berbagi Informasi dalam Kinerja Rantai Pasokan (Studi kasus pada para pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten)”. Merupakan hasil penelitian tentang Kerjasama dan Berbagi Informasi dalam kinerja rantai pasokan pada tahun 2020, yang sudah diterbitkan dalam artikel jurnal Nasional Terakreditasi Sinta2. Penelitian ini dilakukan dalam rangka menganalisis pengaruh kerjasama dan berbagi informasi dalam kinerja rantai pasokan. Penelitian ini menguji pengaruh Kerjasama terhadap kinerja rantai pasokan, dan pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasokan, Obyek penelitian ini adalah Para Pedagang telur ayam ras di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten yang menjadi responden tentang kerjasama dan berbagi informasi dalam kinerja rantai pasokan. Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang telur ayam ras yang tersebar di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu, terutama yang berkaitan dengan manajemen operasional, serta memberikan kontribusi praktis untuk para pelaku usaha telur ayam ras dalam mengimplementasikan kerjasama dan berbagi informasi untuk meningkatkan kinerja rantai pasok.

### *Profil Penulis*



#### **Dr. Moh. Mukhsin, SE., M.M.**

Penulis lahir di Serang dan telah menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen 1993 dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang Banten. Kemudian melanjutkan studi Magister Manajemen tahun 2002 di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen IMMI Jakarta dan dinyatakan lulus tahun 2004. Selanjutnya, studi Program Doktor Ilmu Ekonomi Manajemen dapat diselesaikan tahun 2015 dari UNDIP Semarang.

Saat ini penulis tercatat sebagai dosen PNS di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA Banten), dengan jabatan fungsional saat ini adalah Lektor Kepala, IV/a (Pembina). Penulis juga banyak terlibat dalam kegiatan penelitian terapan maupun keilmuan, baik secara mandiri maupun didanai oleh pihak luar bersama rekan seprofesi dosen.

Hasil penelitian terapan maupun keilmuan yang dilakukan, sebagian besar telah dipublikasikan oleh penulis, diantaranya dalam bentuk buku referensi ber-ISBN, artikel ilmiah, laporan penelitian, dan beberapa diantaranya telah didaftarkan untuk mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dari Kementerian Hukum dan HAM. Sedangkan artikel ilmiah yang dihasilkan penulis, diantaranya telah dipublikasikan pada jurnal nasional, jurnal nasional terakreditasi, jurnal internasional, maupun jurnal internasional bereputasi, mulai dari yang terindek Garuda, Google Schooler, DOAJ, maupun Scopus.

Untuk akses **Buku Digital**,  
Scan **QR CODE**



**Media Sains Indonesia**

Melong Asih Regency B.40, Cijerah  
Kota Bandung - Jawa Barat  
Email : [penerbit@medsan.co.id](mailto:penerbit@medsan.co.id)  
Website : [www.medsan.co.id](http://www.medsan.co.id)

