

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri Kecil dan Menengah (IKM) merupakan salah satu kontributor perekonomian Indonesia. Adanya IKM di Indonesia menjadi salah satu tumpuan pemerintah baik dalam bidang perekonomian (Lestari, 2010). Peranan IKM terlihat dari kontribusinya terhadap pengadaan kesempatan kerja yang dapat membantu untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat sekitarnya (Wajdi, 2010). Namun sebagai kontributor perekonomian di Indonesia, IKM dalam menjalankan operasional tentu mengalami berbagai kendala. Kendala yang dihadapi dibagi menjadi permasalahan internal dan eksternal. Salah satu kendala eksternal yang dihadapi oleh IKM dalam pelaksanaan proses bisnisnya yaitu keterbatasan dalam membangun jaringan usaha dan kerja sama dengan *stakeholder*. Hal ini sangat mempengaruhi pada perkembangan bisnis dari IKM ini sendiri (Lestari, 2010). Keterbatasan ini harus dapat diselesaikan oleh IKM agar dapat tetap dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Permasalahan ini jika tidak ditangani lebih lanjut dapat menyebabkan rendahnya kinerja perusahaan.

Kinerja perusahaan merupakan hasil kerja dari perusahaan berupa output ekonomi dalam kurun waktu tertentu untuk menjaga keberlangsungan bisnis (Wajdi, 2010). Pendapat lain mengatakan bahwa kinerja perusahaan merupakan hasil dari sebuah perusahaan dengan berpatokan pada standar yang telah ditentukan oleh perusahaan (Retnawan et al., 2016). Harapan dari penerapan kinerja perusahaan yang tinggi dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi perusahaan dalam jangka panjang (Taouab & Issor, 2019). Kinerja perusahaan yang baik dapat terlihat tingginya tingkat penjualan, tingginya tingkat profitabilitas, tingginya tingkat produksi dan tingginya tingkat

pencapaian kualitas dan kuantitas bahan baku. Sebaliknya, kinerja perusahaan yang buruk dapat diukur dengan rendahnya tingkat penjualan, rendahnya tingkat profitabilitas, rendahnya tingkat produksi dan rendahnya tingkat kualitas dan kuantitas bahan baku. Rendahnya kinerja perusahaan secara berkelanjutan akan membuat perusahaan mengalami kebangkrutan.

Kebangkrutan dalam bisnis juga dialami oleh sektor IKM tahu. Berdasarkan data yang diperoleh dari PRIMKOPTI Jakarta Timur terdapat tren penurunan jumlah IKM tahu yang beroperasi di Jakarta Timur.

**Tabel 1. 1 Jumlah Industri Tahu Anggota PRIMKOPTI**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Industri Tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur</b>	<b>Penurunan</b>
2015	221	
2016	200	-9,5%
2017	168	-16%
2018	84	-50%
2019	54	-35,7%

(Sumber: Koperasi Tahu Tempe Jakarta Timur, 2019)

Berdasarkan tabel tersebut terlihat dari tahun 2015-2016 terdapat penurunan jumlah IKM sebesar 9,5% yaitu 21 industri. Pada tahun 2016-2017 terdapat penurunan sebesar 16 % yaitu 31 industri tahu tutup. Tahun 2017-2018 menjadi tahun dengan penutupan IKM tahu terbanyak yaitu 84 industri tahu atau sebesar 50%. Tahun 2018-2019 juga terjadi penurunan sebesar 30 industri tahu atau sebesar 35,7%.

Tren penutupan industri tahu di Jakarta Timur salah satu faktor yang dapat menyebabkannya dikarenakan IKM tahu mengalami kerugian yang berkelanjutan. Kerugian yang berkelanjutan ini membuat pemilik industri harus mengambil keputusan untuk menutup bisnis agar tidak terus mendapat kerugian. Kerugian yang dialami oleh

perusahaan salah satunya juga dapat disebabkan oleh rendahnya kinerja perusahaan dari IKM tersebut.

Menurut Civelek et al (2015) terdapat 5 faktor yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan yaitu *knowledge creation, knowledge management, uncertainty management, organizational intelligence* dan *supply chain management*. Pengelolaan *supply chain management* menjadi faktor penting yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Dari lima faktor tersebut, *supply chain management* menjadi salah satu factor yang memiliki keterkaitan antara IKM dengan pihak eksternal perusahaan. Supply Chain Management atau manajemen rantai pasok menurut Pujawan dan Mahendrawathi (2017) merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengelola aliran produk, informasi dan uang secara terintegrasi dan melibatkan berbagai pihak dari hulu hingga hilir aliran produk. Untuk menghasilkan SCM yang berjalan efektif, Mentzer et al (2001), berpendapat ada 7 aktivitas yang harus dijalankan oleh perusahaan yaitu saling berbagi resiko dan keuntungan, tujuan yang sama dan berfokus pada pelanggan, perilaku yang terintegrasi, proses yang terintegrasi, berbagi informasi, kerja sama dan hubungan jangka panjang. Jika aktivitas tersebut dijalankan dengan baik maka dapat menghasilkan SCM yang lebih baik dan dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang baik juga.

Dari hasil wawancara dengan beberapa pemilik IKM tahu mayoritas menjawab permasalahan yang sering terjadi dalam operasional yaitu kendala dalam pengadaan bahan baku yaitu kedelai yang mengalami fluktuasi harga serta proses penjualan dari tahu yang terhambat karena kekurangan tenaga penjual. Pedagang yang tidak kembali menjualkan produk tahu dari satu IKM dapat dikarenakan kembali ke kampung halaman atau berpindah mengambil tahu pada IKM lain. Berpindahnya penjual mengambil tahu

ke IKM lain dapat menyebabkan penjualan tahu dari IKM yang ditinggalkan menjadi menurun dan mengakibatkan kerugian yang disebabkan rendahnya kinerja perusahaan.

Permasalahan ini dapat dikaitkan dengan tidak baiknya penerapan berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama sebagai tiga dari tujuh aktivitas yang dapat mendukung keberhasilan kegiatan dari *supply chain management*. Jika *supply chain management* tidak berjalan dengan baik maka kinerja perusahaan akan rendah juga. Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Suharto dan Devie (2013) menghasilkan positif dan signifikan antara SCM terhadap kinerja perusahaan.

Berbagi informasi menjadi faktor penting dalam keberlangsungan hubungan pemilik IKM dengan jaringan *stakeholder*-nya seperti *supplier* dan pedagang. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Rachbini (2016) dan menunjukkan bahwa berbagi informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Berbagi informasi merupakan suatu aliran komunikasi yang berkelanjutan antara pihak-pihak yang terlibat baik secara formal maupun informal dan bertujuan untuk berkontribusi dalam melakukan perencanaan dan kontrol yang lebih baik pada suatu rantai pasok (Miguel & Brito, 2011). Berbagi informasi yang baik dapat terlihat dari pihak yang terlibat memiliki kesepakatan yang baik untuk saling bertukar informasi, antar pihak memiliki frekuensi komunikasi yang baik untuk melakukan pertukaran informasi, antar pihak juga juga baik dalam mengomunikasikan perubahan yang terjadi serta pemilik dan *stakeholder* sudah baik dalam menyediakan informasi yang membantu. Sebaliknya berbagi informasi dapat dikatakan buruk dapat dilihat dengan antar pihak yang terlibat memiliki kesepakatan yang buruk untuk saling bertukar informasi, antar pihak memiliki frekuensi komunikasi yang buruk untuk melakukan pertukaran informasi, antar pihak

juga juga buruk dalam mengomunikasikan perubahan yang terjadi serta pemilik dan stakeholder buruk dalam menyediakan informasi yang membantu.

Hubungan jangka panjang menjadi faktor penting lainnya untuk membantu perusahaan dalam mempercepat pengadaan bahan baku dan penjualan produk tahu. Hal ini juga didukung oleh penelitian Fitrianto dan Sudaryanto (2016) yang menghasilkan hubungan jangka panjang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hubungan jangka panjang merupakan suatu kemauan untuk menjalin hubungan dalam waktu yang lama dengan asumsi bahwa hubungan tersebut dapat membawa keuntungan bagi usaha (Marlien & Darmayanti, 2006). Hubungan jangka panjang yang baik dapat dilihat dari antar pihak yang berhubungan memiliki komitmen yang baik untuk saling memberikan keuntungan, baiknya kepercayaan pihak satu dan lainnya serta baiknya kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan satu sama lain. Sedangkan hubungan jangka panjang yang tidak baik berarti satu sama lain pihak buruk dalam berkomitmen untuk saling memberikan keuntungan, buruknya kepercayaan antar pihak serta buruknya kepuasan pihak-pihak dalam pemenuhan kebutuhan.

Kerja sama menjadi faktor penting lainnya yang harus dipertimbangkan dalam pelaksanaan SCM yang baik dalam perusahaan. Adanya kerja sama dapat membantu perusahaan untuk mengkoordinasikan kegiatan dengan *supplier* dan pedagang tahu. Kerja sama merupakan suatu komitmen yang dimiliki setiap pihak yang terlibat dalam suatu hubungan dan menugaskan setiap pihak untuk mengembangkan dan mengimplementasikan proses strategis untuk menyelesaikan konflik (Miguel & Brito, 2011). Kerja sama dapat dikatakan baik jika baiknya diskusi dalam membahas rencana penjualan, baiknya penetapan tujuan bersama serta baiknya niat untuk meningkatkan

keberlanjutan bersama. Sebaliknya kerja sama dapat dikatakan buruk jika keterlibatan stakeholder buruk dalam pengembangan produk, buruknya diskusi dalam membahas rencana penjualan, buruknya penetapan tujuan bersama serta buruknya niat untuk meningkatkan keberlanjutan bersama.

Pada penelitian akan dilihat apakah penerapan berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama yang baik dapat meningkatkan dan menjaga kinerja perusahaan yang tinggi pada IKM tahu yang masih beroperasi. Jika hasil yang didapatkan menunjukkan hal yang baik maka IKM yang masih berdiri perlu menerapkan dengan baik berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama untuk mempertahankan kinerja perusahaan yang baik.

Dari uraian latar belakang tersebut maka judul yang diangkat **“Pengaruh Berbagi Informasi, Hubungan Jangka Panjang dan Kerja Sama terhadap Kinerja Industri Kecil dan Menengah (Studi pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Setiap IKM memiliki tujuan untuk menghasilkan keuntungan untuk menjaga keberlanjutan dari usaha. Demikian juga IKM tahu yang memiliki tujuan yang sama dengan mayoritas IKM lainnya, Dalam menjalankan usahanya, IKM tahu menghadapi berbagai hambatan dan berdampak pada IKM yang mengalami kerugian dan mengakibatkan IKM harus menutup bisnisnya. Hal ini dapat terlihat dari data PRIMKOPTI Jakarta Timur dimana dalam 5 tahun terakhir terjadi penurunan jumlah IKM tahu yang beroperasi di Jakarta Timur. Penurunan jumlah IKM yang beroperasi

salah satunya disebabkan karena IKM mengalami kebangkrutan. Kebangkrutan IKM dikarenakan IKM mengalami kerugian akibat kinerja perusahaan yang rendah.

Berdasarkan pendapat yang disampaikan oleh Civelek et al (2015), kinerja perusahaan yang rendah salah satunya dapat disebabkan oleh buruknya penerapan *supply chain management* dari IKM. Buruknya penerapan SCM dapat disebabkan karena kurangnya pemahaman dari pemilik IKM mengenai pentingnya penerapan SCM dalam pelaksanaan usaha. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelaku IKM tahu permasalahan yang dihadapi mayoritas mengenai pengadaan bahan baku sampai penjualan produk. Dengan terhambatnya dalam pengadaan bahan baku dan penjualan produk akan membuat rendah kinerja dari perusahaan. Dari 7 aktivitas untuk menghasilkan SCM yang baik menurut Mentzer et al (2001) terdapat 3 aktivitas yang dapat dikaitkan dengan permasalahan ini yaitu berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama.

Adanya berbagi informasi membantu IKM untuk mendapatkan informasi yang dapat digunakan untuk menyusun strategi yang sesuai. Adanya hubungan jangka panjang yang baik membantu IKM untuk meminimalisir pencarian supplier baru setiap akan melakukan proses produksi dan tidak perlu menawarkan tahu setiap hari kepada pedagang baru yang belum tentu pasar konsumen yang dimilikinya selalu sama. Kerja sama yang baik membantu IKM untuk mengkoordinasikan kegiatan dengan para *stakeholder* yaitu *supplier* dan pedagang yang terlibat. Sedangkan kerja sama membantu IKM untuk mengkoordinasikan kegiatan dengan para *stakeholder* yang terlibat. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **1.2.1 Rumusan Masalah Deskriptif**

1. Bagaimana berbagi informasi pada IKM industri tahu PRIMKOPTI Jakarta Timur?
2. Bagaimana hubungan jangka panjang pada IKM industri tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur?
3. Bagaimana kerja sama pada IKM industri tahu PRIMKOPTI Jakarta Timur?
4. Bagaimana kinerja perusahaan pada IKM industri tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur?

### **1.2.2 Rumusan Masalah Asosiatif**

1. Apakah terdapat pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja perusahaan pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur?
2. Apakah terdapat pengaruh hubungan jangka panjang terhadap kinerja perusahaan pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur?
3. Apakah terdapat pengaruh kerja sama terhadap kinerja perusahaan pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur?
4. Apakah terdapat pengaruh berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur?

### **1.3 Tujuan Masalah**

Dalam melakukan penelitian, tujuan diperlukan untuk mengetahui arah dari penelitian sehingga hasil penelitian sesuai yang diharapkan oleh peneliti. Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui bagaimana berbagi informasi pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur



2. Untuk mengetahui hubungan jangka panjang pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur
3. Untuk mengetahui kerja sama pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur
4. Untuk mengetahui kinerja perusahaan pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur
5. Untuk mengetahui pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja perusahaan pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur
6. Untuk mengetahui pengaruh hubungan jangka panjang terhadap kinerja perusahaan pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur
7. Untuk mengetahui pengaruh kerja sama terhadap kinerja perusahaan pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur
8. Untuk mengetahui pengaruh berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada:

1. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini, peneliti diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai penyelesaian masalah dalam bisnis yang berkaitan dengan SCM dalam penerapannya dengan IKM.

2. Bagi Perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk mengambil kebijakan untuk memperbaiki permasalahan yang berkaitan dengan kinerja perusahaan yang disebabkan oleh *supply chain management*

### 3. Bagi Calon Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian yang tertarik melakukan penelitian yang berkaitan dengan pelaksanaan kinerja perusahaan pada IKM yang disebabkan oleh faktor-faktor lain.

## 1.5 Kerangka Teori

### 1.5.1 Supply Chain Management

Supply Chain Management telah menjadi salah satu pertimbangan strategi yang perlu diterapkan oleh para pelaku bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Para praktisi dan akademisi mulai mempertimbangkan bahwa persaingan yang ketat akan menimbulkan produk yang serupa dengan kualitas yang sama sehingga konsumen akan membandingkan harga produk untuk mendapatkan produk dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau. Hal ini membuat perusahaan tidak hanya dapat bergantung pada internal produk namun juga satu jaringan keseluruhan. Pandangan ini disebut konsep *supply chain management* (SCM) pada tahun 1990.

Supply Chain Management atau manajemen rantai pasok menurut Pujawan dan Mahendrawathi (2017) berpendapat bahwa supply chain management merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengelola aliran produk, informasi dan uang secara terintegrasi dan melibatkan berbagai pihak dari hulu hingga hilir aliran produk. Willem Siahaya (2016) berpendapat supply chain management merupakan pengintegrasian sumber-sumber bisnis yang kompeten untuk penyaluran produk yang dapat meliputi perencanaan, pengadaan, koordinasi dan kolaborasi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Mentzer (2001) Supply Chain Management merupakan sekumpulan tiga atau lebih pihak yang terlibat langsung dalam mengalirkan produk,

layanan, keuangan serta informasi dari hulu ke hilir yang berarti dari supplier hingga ke konsumen akhir.

Dalam supply chain management terdapat 7 kegiatan yang dijalankan untuk membuat supply chain yang dijalankan dapat efektif dan efisien (Mentzer et al., 2001) yaitu:

1. Saling Berbagi Resiko dan Keuntungan (Mutually Sharing Risks and Rewards)

Dengan memastikan dan berkomitmen untuk saling menanggung bersama dan resiko yang mungkin terjadi serta saling berbagi keuntungan yang didapat membuat hubungan yang terjalin dapat berjalan lama karena faktor ini dapat membangun fokus jangka panjang dan membangun kerja sama diantara supply chain member

2. Tujuan yang Sama dan Fokus yang Sama untuk Melayani Pelanggan (The Same Goal and the Same Focus on Serving Customers)

Hal ini penting dibangun karena dengan menetapkan tujuan dan fokus yang sama menjadi bentuk integrasi kebijakan sehingga dapat meminimalisir tumpang tindih tujuan yang dapat memunculkan konflik antar mata rantai.

3. Perilaku Terintegrasi (Integrated Behavior)

Faktor ini penting karena menjadi suatu faktor yang penting karena manfaat dari supply chain management baru dapat terasa jika para pihak yang terlibat menjalankan integrasi yang baik.

4. Saling Berbagi Informasi (Mutually Sharing Information)

Semua pihak yang terlibat dalam sebuah rantai pasok harus bisa mentransparasi informasi yang digunakan untuk membuat rencana strategis dan taktis dari rantai pasok.

5. Kerja sama (Cooperation)

Kerja sama yang terjalin antar pihak yang berada pada rantai pasok sangat dibutuhkan untuk menghasilkan SCM yang efektif. Kerja sama ini dapat diaplikasikan dengan melakukan koordinasi pada kegiatan dalam proses bisnis.

6. Hubungan Jangka Panjang (Partners to Build and Maintain *Long-term Relationships*)

Pembangunan dan mempertahankan hubungan dengan para stakeholder penting adanya untuk menjaga kelangsungan dari supply chain management yang efektif

7. Proses Terintegrasi (Integration of Processes)

Proses integrasi penting adanya dalam pelaksanaan SCM karena proses integrasi memastikan bahwa pengadaan, proses produksi hingga pendistribusian produk ke tangan konsumen harus sesuai sehingga dapat meminimalisir biaya yang tidak efisien.

### **1.5.2 Kinerja Perusahaan**

Konsep kinerja perusahaan telah hadir sejak tahun 1950. Konsep ini kemudian semakin dikembangkan untuk membentuk konsep yang relevan disetiap waktu dan menjadi salah satu konsep pada management strategi. Untuk menghadapi persaingan, perusahaan perlu beroperasi pada kondisi kinerja perusahaan yang baik. Harapan dari penerapan kinerja perusahaan yang baik yaitu dapat menjaga keberlangsungan usaha dengan memperbaiki bagian yang bermasalah sehingga dapat berjalan efektif. Selain

itu, kinerja perusahaan yang baik dapat memberikan keuntungan yang tinggi dan jangka panjang serta menghasilkan produksi dengan kualitas baik bagi konsumen (Taouab & Issor, 2019)

Jika kinerja perusahaan berjalan baik maka perusahaan akan dapat mencapai target dan menghasilkan keuntungan sesuai yang diharapkan. Sebaliknya jika kinerja perusahaan tidak berjalan dengan baik maka perusahaan sulit untuk mencapai target yang mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

Kinerja perusahaan didefinisikan oleh beberapa ahli. Menurut Wajdi (2010), kinerja perusahaan merupakan hasil kerja dari perusahaan berupa output ekonomi dalam kurun waktu tertentu untuk menghasilkan keberlangsungan hidup perusahaan. Menurut Menurut Retnawan, Kindagen dan Sepang (2016) kinerja perusahaan adalah hasil dari sebuah perusahaan dengan berpatokan pada standar yang telah ditentukan oleh perusahaan. Menurut Wibowo (2016) kinerja perusahaan merupakan hasil dari pekerjaan yang mempunyai hubungan dengan tujuan strategis dari perusahaan, kepuasan konsumen dan kontribusi pada ekonomi. Menurut Rachbini (2016) kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran pelaksanaan kegiatan dalam suatu perusahaan dengan tujuan untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Menurut Taouab & Issor (2019), kinerja perusahaan adalah suatu kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai untuk *stakeholder* dengan mengefektifkan organisasi untuk mencapai tujuan. Menurut Rosli & Sidek (2013) kinerja perusahaan merupakan output yang dicapai ketika menggabungkan tujuan dari internal dan eksternal perusahaan. Menurut Fahmi (2016), kinerja perusahaan merupakan efektivitas dari perusahaan untuk memenuhi

kebutuhan yang telah ditentukan setiap bagian yang berkaitan dengan peningkatan kemampuan perusahaan secara berkelanjutan dan efektif.

Kinerja perusahaan dapat disimpulkan sebagai suatu hasil dari pelaksanaan pekerjaan dengan tujuan untuk mengefektifkan dan mengefisienkan organisasi dari penggabungan tujuan internal dan eksternal perusahaan sehingga dapat menghasilkan nilai baru untuk mewujudkan tujuan dari perusahaan.

Untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang baik menurut Civelek et al (2015) terdapat 5 faktor yang dapat mempengaruhi yaitu *knowledge creation, knowledge management, uncertainty management, organizational intelligence* dan *supply chain management*. *Supply chain management* menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Hal ini juga didukung oleh berbagai penelitian yang dilakukan sebelumnya dan menghasilkan *supply chain management* memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan (Fitrianto & Sudaryanto, 2016; Miguel & Brito, 2011; Rachbini, 2016; Suharto & Devie, 2013).

Untuk mengukur kinerja perusahaan, terdapat beberapa ahli yang memberikan beberapa indikator untuk mengukur kinerja perusahaan. Menurut Suharto dan Devie (2013) terdapat 4 indikator untuk mengukur kinerja perusahaan yaitu:

1. Pangsa pasar

Pemilik usaha dan stakeholder berkomitmen untuk mempertahankan dan memperluas pasar yang telah dimiliki

2. Produktivitas

Pemilik usaha dan stakeholder berkomitmen untuk meningkatkan hasil produksi

3. Pertumbuhan penjualan

Pemilik usaha dan stakeholder berkomitmen untuk meningkatkan hasil penjualan produk

#### 4. Kepuasan pelanggan

Pemilik usaha dan stakeholder berkomitmen untuk selalu memenuhi permintaan konsumen di pasar

Dari indikator diatas, kinerja perusahaan yang yang baik dapat diukur dengan tingginya peningkatan pangsa pasar, tingginya produktivitas, tingginya pertumbuhan penjualan dan tingginya kepuasan pelanggan. Sebaliknya, kinerja perusahaan yang tidak baik dapat diukur dengan rendahnya peningkatan pangsa pasar, rendahnya produktivitas, rendahnya pertumbuhan penjualan dan rendahnya kepuasan pelanggan.

Taouab & Issor (2019) berpendapat terdapat 5 indikator untuk mengukur kinerja perusahaan yaitu:

##### 1. Kepuasan *stakeholder*

Pemilik usaha memenuhi kebutuhan dari *stakeholder*

##### 2. Kapasitas

Pemilik usaha memastikan teknologi yang digunakan telah sesuai dengan kebutuhan produk produk

##### 3. Proses

Pemilik usaha dan *stakeholder* memastikan tahapan produksi dan penyaluran produk sesuai

##### 4. Strategi

Pemilik usaha berkomitmen untuk menyusun rencana yang sesuai dengan tujuan

##### 5. Kontribusi *stakeholder*

Pemilik usaha memastikan untuk melibatkan *stakeholder* untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

Dari Indikator diatas, kinerja perusahaan yang baik dapat diukur dengan tingginya kepuasan *stakeholder*, tingginya kapasitas usaha, tingginya proses produksi, tingginya penerapan strategi yang sesuai dan tingginya kontribusi dari *stakeholder*. Sebaliknya, kinerja perusahaan yang buruk dapat diukur dengan rendahnya kepuasan *stakeholder*, rendahnya kapasitas usaha, rendahnya proses produksi, rendahnya penerapan strategi yang sesuai dan rendahnya kontribusi dari *stakeholder*.

Wajdi (2010) berpendapat ada 5 indikator untuk mengukur kinerja perusahaan yaitu:

1. Tingkat penjualan

Penjualan produk dari IKM mencapai target

2. Tingkat profitabilitas

Keuntungan dari penjualan dapat mencapai target

3. Tingkat produksi

Pelaksanaan produksi sesuai target yang telah dibuat

4. Tingkat pencapaian kualitas dan kuantitas bahan baku

Hasil produk merupakan kualitas terbaik sesuai dengan permintaan

Dari indikator diatas, kinerja perusahaan yang baik dapat diukur dengan tingginya tingkat penjualan, tingginya tingkat profitabilitas, tingginya tingkat produksi dan tingginya tingkat pencapaian kualitas dan kuantitas bahan baku. Sebaliknya, kinerja perusahaan yang buruk dapat diukur dengan rendahnya tingkat penjualan,



rendahnya tingkat profitabilitas, rendahnya tingkat produksi dan rendahnya tingkat kualitas dan kuantitas bahan baku.

### **1.5.3 Berbagi Informasi**

Berbagi informasi menjadi salah satu variabel aktivitas dalam menjalankan *supply chain management* yang efektif (Mentzer et al., 2001). Pihak-pihak yang terlibat dalam jaringan *supply chain* harus dapat mentransparasikan informasi yang dimiliki antar pihak. Harapan dari adanya berbagi informasi dalam jalannya proses *supply chain* adalah memanfaatkan informasi yang ada untuk membentuk suatu strategi yang dapat menekan harga dan biaya, menaikkan kualitas serta memenangkan persaingan di pasar yang berarti strategi ini digunakan untuk memuaskan konsumen.

Jika berbagi informasi dalam suatu *supply chain* terjalin dengan baik maka dapat meminimalisir adanya kekeliruan dalam menafsirkan informasi yang berdampak pada keputusan yang diambil oleh suatu pihak tersebut yang juga memiliki dampak bagi kinerja perusahaan. Selain itu jika kurang transparansi dalam pemberian informasi akan membuat salah satu pihak akan merasa dirugikan dan akan timbul hambatan untuk kelancaran kinerja perusahaan. Sebaliknya, jika berbagi informasi dalam suatu *supply chain* tidak terjalin dengan baik maka dapat membuat gagalnya penyusunan strategi yang dibuat sehingga menghambat kinerja dari perusahaan. Dalam menjalankan berbagi informasi yang baik perlu diperhatikan untuk dapat menjaga kerahasiaan informasi kepada pihak-pihak yang tidak terlibat karena berbagi informasi sebagai bentuk kolaborasi yang tidak boleh mengorbankan kepentingan dari tiap individu perusahaan. Setiap perusahaan juga memiliki persepsi yang berbeda dengan kegiatan berbagi informasi ada yang menganggap bahwa kegiatan tersebut tidak akan

pernah terwujud namun ada juga yang memperlakukan kegiatan ini sebagai sesuatu yang tertanam dalam budaya organisasi (Fawcett et al., 2007).

Berbagi informasi menurut Miguel dan Brito (2011) adalah suatu aliran komunikasi yang berkelanjutan antara pihak-pihak yang terlibat baik secara formal maupun informal dan bertujuan untuk berkontribusi dalam melakukan perencanaan dan kontrol yang lebih baik pada suatu rantai pasok. Menurut Abdulameer dan Jaber (2018), berbagi informasi adalah suatu tindakan sukarela antar pihak yang terlibat untuk menyediakan informasi kepada orang lain. Berbagi informasi menurut Mentzer et al (2001) adalah suatu kesediaan untuk menyediakan data strategis dan taktis bagi anggota lain dari *supply chain*. Berbagi informasi dapat menjadi kunci untuk menghasilkan hubungan antar stakeholder yang sukses (Huda et al., 2018).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa berbagi informasi merupakan suatu kegiatan yang dapat dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam suatu *supply chain* yang digunakan untuk mentrasparansi informasi yang dimiliki sebagai bentuk kontribusi untuk menjaga keberlangsungan *supply chain* yang telah dibangun serta sebagai dasar pembuatan strategi yang dapat mempengaruhi kebijakan yang akan dibuat.

Keterkaitan berbagi informasi dengan kinerja perusahaan dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan Rachbini (2016) dimana berbagi informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan sehingga dapat diartikan kegiatan pertukaran informasi dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu dengan baiknya berbagi informasi, perusahaan dapat menerima banyak masukan baru untuk menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan atau mempertahankan kinerja perusahaan.

Dalam penerapannya di IKM, berbagi informasi dapat di implikasikan dengan bertukar informasi dengan *supplier*, distributor, pedagang dan konsumen sehingga IKM dapat menerima masukan dan informasi yang membantu untuk melakukan pengambilan keputusan maupun prediksi dari kondisi pasar sehingga pemilik usaha dapat melakukan pengambilan keputusan maupun prediksi dari kondisi pasar sehingga pemilik usaha dapat melakukan langkah preventif yang tepat.

Rahardi (2012) berpendapat bahwa berbagi informasi dapat diukur dengan 4 indikator berikut yaitu:

1. Pembagian informasi dalam segi keuangan, produksi dan design

Pemilik usaha dan stakeholder sepakat untuk membagi informasi mengenai keuangan, produksi dan design.

2. Bertukar informasi secara berkesinambungan

Pemilik usaha melakukan hubungan yang intens dengan stakeholder

3. Informasi dapat membantu semua pihak terkait

Pemilik usaha dan stakeholder sepakat untuk memberikan informasi untuk satu sama lain.

Dari indikator diatas, berbagi informasi yang baik dapat diukur dengan baiknya pembagian informasi dalam segi keuangan, produksi dan design, baiknya pertukaran informasi secara berkesinambungan dan baiknya informasi yang diberikan sehingga dapat membantu semua pihak terkait. Sebaliknya, dari indikator diatas, berbagi informasi yang belum baik dapat dilihat dari buruknya pembagian informasi dalam segi keuangan, produksi dan design, buruknya pertukaran informasi secara

berkesinambungan dan buruknya informasi yang diberikan sehingga dapat membantu semua pihak terkait.

Miguel dan Brito (2011) berpendapat bahwa terdapat 4 indikator untuk mengukur berbagi informasi yaitu:

1. Kesepakatan berbagi informasi

Komitmen yang dipegang baik pemilik usaha dan stakeholder untuk selalu memberikan informasi terbaru yang dapat memberikan dampak bagi salah satu pihak.

2. Rutin bertukar informasi

Frekuensi komunikasi antar pemilik usaha dan stakeholder yang berkaitan dengan pengadaan bahan baku dan kualitas bahan baku yang disuplai.

3. Mengomunikasikan perubahan yang terjadi

Adanya keterikatan antar stakeholder dan pemilik usaha untuk menginformasikan fluktuasi harga dan kuantitas bahan baku yang mempengaruhi proses produksi usaha.

4. Menyediakan informasi yang membantu bagi stakeholder

Stakeholder dan pemilik usaha berkomitmen untuk menyediakan informasi yang berkualitas agar dapat dimanfaatkan satu sama lain.

Dari indikator diatas berbagi informasi dapat dikatakan baik jika antar pihak yang terlibat memiliki kesepakatan yang baik untuk saling bertukar informasi, antar pihak memiliki frekuensi komunikasi yang baik untuk melakukan pertukaran informasi, antar pihak juga juga baik dalam mengomunikasikan perubahan yang terjadi serta pemilik dan stakeholder sudah baik dalam menyediakan informasi yang

membantu. Sebaliknya, berbagi informasi dapat dikatakan buruk jika antar pihak yang terlibat memiliki kesepakatan yang buruk untuk saling bertukar informasi, antar pihak memiliki frekuensi komunikasi yang buruk untuk melakukan pertukaran informasi, antar pihak juga juga buruk dalam mengomunikasikan perubahan yang terjadi serta pemilik dan stakeholder buruk dalam menyediakan informasi yang membantu.

#### **1.5.4 Hubungan Jangka Panjang**

Hubungan jangka panjang merupakan variable penting dalam memastikan keberlangsungan *supply chain management*. Dengan penerapan hubungan jangka panjang diharapkan dapat mempersingkat waktu tunggu dan mengefisienkan biaya dalam pengadaan bahan baku sampai penjual produk sehingga dapat meningkatkan operasional perusahaan.

Jika hubungan jangka panjang berjalan dengan baik maka perusahaan tidak perlu melakukan pencarian stakeholder baru untuk mensuplai bahan baku hingga penjualan produk sehingga dapat mempersingkat waktu tunggu dan efisiensi biaya. Sebaliknya, jika hubungan jangka panjang tidak baik maka akan mengakibatkan pada kesulitan bagi perusahaan untuk melakukan pengadaan bahan baku sampai penjualan produk karena harus mencar *stakeholder* baru sehingga memperlambat operasional usaha.

Hubungan jangka panjang menurut Marlien dan Darmayanti (2006) merupakan suatu kemauan untuk menjalin hubungan dalam waktu yang lama dengan asumsi bahwa hubungan tersebut dapat membawa keuntungan bagi usaha. Hubungan jangka panjang menurut Rachbini (2016), merupakan hubungan yang berkesinambungan antara semua pihak yang terlibat dalam *supply chain management*. Menurut Miguel dan Brito (2011) merupakan suatu komitmen untuk menjaga strategi yang telah dibuat.

Hubungan jangka panjang dapat disimpulkan menjadi suatu cara dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam suatu proses bisnis dengan memanfaatkan ketergantungan pihak-pihak didalamnya sehingga dengan koordinasi yang baik dapat menekan biaya dan menghasilkan hubungan berkesinambungan yang bertahan lama.

Keterkaitan hubungan jangka panjang dengan kinerja perusahaan dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Miguel dan Brito (2011) dimana hubungan jangka panjang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan sehingga dapat diartikan dengan dijalankannya hubungan jangka panjang yang baik akan membantu perusahaan untuk perbaikan proses dan stok produk serta pengurangan waktu tunggu produk yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Dalam penerapannya di IKM, implikasi hubungan jangka panjang seperti menjaga hubungan dengan para stakeholder seperti pemasok, distributor dan pedagang. Dengan hubungan jangka panjang yang baik membantu IKM untuk meminimalisir biaya yang mungkin dikeluarkan untuk mencari *supplier* dan agen baru. Hubungan jangka panjang juga dapat membantu pemilik usaha dan para stakeholder memahami keadaan satu sama lain.

Menurut Rahardi (2012), ada 3 indikator yang dapat mengukur hubungan jangka panjang yaitu:

1. Proyek jangka panjang

Pemilik usaha dan stakeholder melakukan perjanjian untuk menjalankan proyek dalam waktu yang lama

2. Adanya kerja sama

Pemilik usaha dan stakeholder melakukan perjanjian kerja sama

3. Kerja sama terjadi dalam jangka waktu yang panjang

Perjanjian kerja sama antara pemilik dan stakeholder dijalankan dalam waktu yang lama

Dari indikator diatas, hubungan jangka panjang yang baik dapat diukur dengan baiknya proyek jangka panjang yang terjalin, baiknya kerja sama yang terjalin serta baiknya kerja sama yang terjadi dalam jangka waktu yang panjang. Sebaliknya, berdasarkan indikator diatas hubungan jangka panjang yang buruk dapat diukur dengan buruknya proyek jangka panjang yang terjalin, buruknya kerja sama yang terjalin dan buruknya kerja sama yang terjadi dalam jangka waktu yang panjang.

Marlien dan Damayanti (2006) juga berpendapat ada 3 indikator untuk mengukur hubungan jangka panjang yaitu:

1. Komitmen untuk saling memberi keuntungan

Pemilik usaha dan stakeholder dapat membuat perjanjian untuk menjalin hubungan jangka panjang yang bermanfaat

2. Pemeliharaan hubungan

Pemilik usaha dan stakeholder berusaha untuk saling meningkatkan kepercayaan satu sama lain.

3. Persamaan tujuan

Pemilik usaha dan stakeholder menyamakan arah pikiran untuk meminimalisir miss komunikasi yang memungkinkan timbulnya perpecahan

Dari indikator diatas, hubungan jangka panjang yang baik dapat diukur dengan baiknya berarti antar pihak yang berhubungan memiliki komitmen yang baik untuk

saling memberikan keuntungan, baiknya kepercayaan pihak satu dan lainnya serta baiknya kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan satu sama lain. Sedangkan, hubungan jangka panjang yang buruk dapat terlihat dari satu sama lain pihak buruk dalam berkomitmen untuk saling memberikan keuntungan, buruknya kepercayaan antar pihak serta buruknya kepuasan pihak-pihak dalam pemenuhan kebutuhan.

### **1.5.5 Kerja sama**

Kerja sama merupakan hal penting lainnya dalam melaksanakan *supply chain management*. Hal ini dikarenakan jika kerja sama terjalin maka akan menghasilkan efek hubungan yang positif dan berjangka lama sehingga dapat meminimalisir waktu yang ada sehingga cepat sampainya produk ke tangan konsumen (Miguel & Brito, 2011). Kerja sama harus terjalin antar pihak-pihak yang terlibat agar keberlangsungan *supply chain management* tetap terjaga. Harapan dari adanya kerja sama dalam suatu hubungan adalah membantu untuk melakukan penyelesaian permasalahan dengan baik dan dapat mencari solusi bersama. Dengan berjalan lancarnya kegiatan tersebut akan berdampak pada operasional perusahaan.

Jika kerja sama yang dibangun berjalan dengan baik maka dapat membuat tata kelola hubungan antar pihak yang terjalin berjalan baik sehingga dapat meminimalisir adanya konflik serta membantu untuk mencari solusi bersama untuk menyelesaikan permasalahan. Jika kerja sama yang dibangun dalam suatu *supply chain management* tidak baik maka sulit untuk meminimalisir adanya konflik serta tidak dapat membantu untuk mencari solusi bersama dalam menyelesaikan permasalahan. Hal ini membuat kinerja perusahaan terganggu dan menghambat pencapaian tujuan.



Kerja sama menurut Miguel dan Brito (2011) merupakan suatu komitmen yang dimiliki setiap pihak yang terlibat dalam suatu hubungan dan menugaskan setiap pihak untuk mengembangkan dan mengimplementasikan proses strategis untuk menyelesaikan konflik. Menurut Mentzer et al (2001), kerja sama bergerak sebagai salah satu faktor yang harus dijalankan setiap pihak untuk mencapai efektivitas. Menurut Huda, Aminudin dan Wusko (2018), kerja sama terjadi ketika pihak yang terlibat memiliki tujuan yang sama untuk menghasilkan keuntungan di setiap pihak dan penting untuk menjalin kerja sama yang efektif karena dengan hal ini dapat menghasilkan kepercayaan.

Kerja sama mengacu pada kegiatan saling melengkapi dan terkoordinasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam hubungan bisnis dengan pihak yang terlibat guna menghasilkan hasil yang unggul dan saling menguntungkan dari waktu ke waktu (Anderson dan Narus, 1990 dalam Mentzel, et al.,2001). Dalam hal ini, kerja sama antara pemilik usaha dan pihak yang terlibat perlu dicapai guna menghasilkan pemahaman yang sama mengenai kebutuhan masing-masing pihak (Huda et al., 2018). Kegiatan kerja sama dimulai dari bagaimana pihak-pihak terkait bersama menyusun rencana hingga bersama-sama melakukan evaluasi dan kontrol pada aktivitas *supply chain* pada setiap pihak (Mentzer et al., 2001). Selain perencanaan dan pengontrolan untuk evaluasi, kerja sama juga berfungsi untuk mengurangi penumpukan penyimpanan yang terjadi pada satu pihak sehingga dan mengefisienkan biaya pada setiap pihak (Mentzer et al., 2001).

Keterkaitan kerja sama dengan kinerja perusahaan dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Rachbini (2016) dimana kerja sama memiliki pengaruh positif

dan signifikan terhadap kinerja perusahaan sehingga perusahaan dengan mudah mengkoordinasikan kegiatan dengan jaringan *stakeholder*. Selain itu dengan baiknya kerja sama membantu perusahaan untuk melakukan pengembangan dan perbaikan pada aset-aset spesifik dan sumber daya pelengkap (Miguel & Brito, 2011).

Dalam IKM, kerja sama dapat di implementasikan dengan menjaga kepercayaan antar stakeholder dan mempertimbangkan pendapat dari stakeholder mengenai produk. Pendapat dari stakeholder mengenai produk menjadi suatu hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha karena stakeholder banyak yang lebih mengetahui kondisi pasar.

Menurut Rahardi (2012) terdapat 3 indikator yang dapat mengukur kerja sama yaitu:

1. Melakukan diskusi dengan stakeholder untuk melakukan perencanaan penjualan  
Pemilik usaha dan stakeholder sudah melakukan perencanaan penjualan bersama
2. Melakukan kerja sama yang objektif  
Pemilik usaha dan stakeholder sudah bersepakat untuk bekerja sama
3. Meningkatkan hubungan antar stakeholder secara berkelanjutan

Pemilik usaha berkomitmen untuk selalu menjaga hubungan dengan stakeholder

Dari indikator diatas, kerja sama yang baik dapat diukur dengan baiknya diskusi pemilik usaha dengan stakeholder untuk melakukan perencanaan penjualan, baiknya dalam melakukan kerja sama yang objektif dan baiknya peningkatan hubungan antar stakeholder secara berkelanjutan. Sebaliknya berdasarkan indikator diatas, kerja sama yang buruk dapat diukur dengan buruknya diskusi pemilik usaha dengan stakeholder

untuk melakukan perencanaan penjualan, buruknya dalam melakukan kerja sama yang objektif dan buruknya peningkatan hubungan antar stakeholder secara berkelanjutan.

Menurut Miguel dan Brito (2011) kerja sama dapat diukur dengan 4 indikator yaitu:

1. Keterlibatan stakeholder dalam pengembangan produk

Pemilik usaha melibatkan para stakeholder untuk membantu mengembangkan produk

2. Adanya diskusi membahas rencana penjualan

Pemilik usaha melakukan diskusi dengan para stakeholder untuk melakukan perencanaan penjualan

3. Adanya penetapan tujuan bersama

Pemilik usaha dan stakeholder menyelaraskan tujuan

4. Adanya niat untuk meningkatkan keberlanjutan kerja sama.

Pemilik usaha dan stakeholder berkomitmen untuk melanjutkan kerja sama

Dari indikator diatas, kerja sama yang baik dapat terlihat dari keterlibatan stakeholder baik dalam pengembangan produk, baiknya diskusi dalam membahas rencana penjualan, baiknya penetapan tujuan bersama serta baiknya niat untuk meningkatkan keberlanjutan bersama. Sedangkan kerja sama berjalan dengan buruk maka keterlibatan stakeholder buruk dalam pengembangan produk, buruknya diskusi dalam membahas rencana penjualan, buruknya penetapan tujuan bersama serta buruknya niat untuk meningkatkan keberlanjutan bersama.

### **1.5.6 Industri Kecil dan Menengah**

Menurut kementerian perindustrian Republik Indonesia, industri merupakan seluruh bentuk kegiatan ekonomi untuk mengolah bahan baku sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah. Industri kecil dan menengah yaitu industri yang mempekerjakan kurang dari 19 orang dan mendirikan usaha pada lokasi yang sama dengan tempat tinggal pemilik usaha (Perindustrian, 2016).

### **1.5.7 Pengaruh antar variabel**

#### **1.5.7.1 Pengaruh berbagi informasi dengan kinerja perusahaan**

Berbagi informasi memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Jika berbagi informasi berjalan dengan baik maka akan mempermudah di IKM dengan *stakeholder* untuk melakukan pertukaran pengetahuan yang dibutuhkan satu sama lain sehingga membantu dalam melakukan penyusunan strategi perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Menurut Miguel dan Brito (2011), berbagi informasi adalah suatu aliran komunikasi yang berkelanjutan antara pihak-pihak yang terlibat baik secara formal maupun informal dan bertujuan untuk berkontribusi dalam melakukan perencanaan dan kontrol yang lebih baik pada suatu rantai pasok. Dapat dikatakan berbagi informasi yang baik jika jika antar pihak yang terlibat memiliki kesepakatan yang baik untuk saling bertukar informasi, antar pihak memiliki frekuensi komunikasi yang baik untuk melakukan pertukaran informasi, antar pihak juga juga baik dalam mengomunikasikan perubahan yang terjadi serta pemilik dan stakeholder sudah baik dalam menyediakan informasi yang membantu. Sebaliknya, berbagi informasi dapat dikatakan buruk jika antar pihak yang terlibat memiliki kesepakatan yang buruk untuk saling bertukar informasi, antar pihak memiliki frekuensi komunikasi yang buruk

untuk melakukan pertukaran informasi, antar pihak juga juga buruk dalam mengomunikasikan perubahan yang terjadi, serta pemilik dan stakeholder buruk dalam menyediakan data informasi yang membantu.

Berbagi informasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan karena berbagi informasi membuat perusahaan mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menyusun rencana perusahaan ke depan. Informasi yang didapatkan akan menjadi suatu aset berharga bagi perusahaan. Sebaliknya, jika berbagi informasi buruk pada perusahaan akan berdampak pada kesulitannya perusahaan dalam Menyusun strategi perusahaan karena tidak memiliki data informasi lengkap dari pasar.

Berbagi informasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rachbini (2016) dengan judul “*supply chain management* dan kinerja perusahaan”, menunjukkan bahwa berbagi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

#### 1.5.7.2 Pengaruh hubungan jangka panjang dengan kinerja perusahaan

Hubungan jangka panjang memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Jika hubungan jangka panjang berjalan dengan baik maka perusahaan dapat mengurangi biaya transaksi karena dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan *stakeholder*. Hubungan jangka panjang menurut Marlien dan Darmayanti (2006) merupakan suatu kemauan untuk menjalin hubungan dalam waktu yang lama dengan asumsi bahwa hubungan tersebut dapat membawa keuntungan bagi usaha. Jika hubungan jangka panjang berjalan dengan baik berarti antar pihak yang berhubungan memiliki komitmen yang baik untuk saling memberikan keuntungan, baiknya kepercayaan pihak satu dan lainnya serta baiknya kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan satu sama

lain. Sebaliknya hubungan jangka panjang yang tidak baik berarti satu sama lain pihak buruk dalam berkomitmen untuk saling memberikan keuntungan, buruknya kepercayaan antar pihak serta buruknya kepuasan pihak-pihak dalam pemenuhan kebutuhan.

Hubungan jangka panjang berpengaruh kepada kinerja perusahaan karena dengan menjalin hubungan jangka panjang dengan *stakeholder* akan mempermudah perusahaan dalam pengadaan bahan baku sampai melakukan pemasaran produk. Jika hubungan jangka panjang buruk, perusahaan akan mengalami kesulitan untuk melakukan pengadaan bahan baku hingga melakukan pemasaran produk.

Hubungan jangka panjang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fitrianto dan Sudaryanto (2016) dengan judul “Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Operasional Outlet (Studi pada counter handphone yang terdaftar di PT.Multikom Indonesia Cabang Semarang)”, menunjukkan hasil hubungan jangka panjang dan kinerja perusahaan yang menghasilkan pengaruh yang positif dan signifikan. Hal ini membuat hubungan pemilik usaha dengan para *stakeholder* akan meningkatkan kinerja perusahaan.

#### 1.5.7.3 Pengaruh kerja sama dengan kinerja perusahaan

Kerja sama memiliki pengaruh pada kinerja perusahaan. Jika kerja sama baik maka membantu perusahaan untuk melakukan pengembangan usaha yang strategis dan mempermudah dalam mengkoordinasikan kegiatan serta penyelesaian masalah. Kerja sama adalah komitmen yang dimiliki setiap pihak yang terlibat dalam suatu hubungan dan menugaskan setiap pihak untuk mengembangkan dan mengimplementasikan proses strategis untuk menyelesaikan konflik (Miguel & Brito,

2011). Kerja sama dapat dikatakan baik jika keterlibatan stakeholder baik dalam pengembangan produk, baiknya diskusi dalam membahas rencana penjualan, baiknya penetapan tujuan bersama serta baiknya niat untuk sangat baik dan sangat buruk, meningkatkan keberlanjutan bersama. Sedangkan kerja sama berjalan dengan buruk maka keterlibatan *stakeholder* buruk dalam pengembangan produk, buruknya diskusi dalam membahas rencana penjualan, buruknya penetapan tujuan bersama serta buruknya niat untuk meningkatkan keberlanjutan bersama.

Kerja sama berpengaruh pada kinerja perusahaan karena dengan kerja sama yang baik maka akan membuat perusahaan dengan mudah menyelesaikan permasalahan dari bisnis yang berkaitan dengan pengadaan bahan baku hingga pemasaran produk. Sebaliknya, jika kerja sama tidak baik maka akan membuat perusahaan kesulitan untuk menyelesaikan permasalahan dari bisnis yang berkaitan dengan pengadaan bahan baku hingga pemasaran produk.

Kerja sama memiliki pengaruh dengan kinerja perusahaan didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rachbini (2016) dengan judul “*supply chain management* dan kinerja perusahaan”, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kerja sama dan kinerja perusahaan. Hal ini membuat kegiatan kerja sama memiliki pengaruh untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

#### 1.5.7.4 Pengaruh berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama dengan kinerja perusahaan

Berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama saling memiliki keterkaitan dan memiliki pengaruh pada kinerja perusahaan. Ketiga variabel independen merupakan kegiatan yang mendorong untuk meningkatkan kinerja

perusahaan. Jika berbagi informasi baik dapat membuat kinerja perusahaan tinggi. Hubungan jangka panjang yang baik juga dapat membuat kinerja perusahaan tinggi. Demikian juga pada kerja sama baik juga dapat membuat kinerja perusahaan tinggi. Dengan adanya berbagi informasi yang baik maka akan membantu perusahaan untuk memperoleh data dari pasar yang mendukung perencanaan strategi perusahaan sehingga membantu untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Sebaliknya, jika berbagi informasi yang buruk akan mempersulit perusahaan untuk mendapatkan data dari pasar untuk mendukung perencanaan strategi perusahaan sehingga menghasilkan kinerja perusahaan yang rendah. Dengan hubungan jangka panjang yang baik membantu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dengan cepat sehingga mendorong untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Sebaliknya, jika hubungan jangka panjang buruk yang buruk dapat menghambat perusahaan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dari pengadaan bahan baku hingga pemasaran produk sehingga membuat rendahnya kinerja perusahaan yang dihasilkan. Dengan adanya kerja sama yang baik akan membantu perusahaan untuk menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan pengadaan bahan baku sampai pemasaran produk sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Sebaliknya jika kerja sama buruk dapat menghambat perusahaan untuk menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan pengadaan bahan baku sampai pemasaran produk sehingga membuat rendahnya kinerja perusahaan. Oleh karena itu jika berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama baik maka akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Miguel dan Brito (2011) dengan judul "*Supply Chain Management Measurement and its Influence on*



*Operational Performance*”, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama terhadap kinerja perusahaan.

## 1.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar referensi penelitian dan merumuskan hipotesis berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan. Penelitian pendukung dari penelitian sebagai berikut:

**Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu**

No	Judul/Peneliti	Variabel	Metode	Kesimpulan
1	“Supply chain management dan Kinerja Perusahaan” (Rachbini, 2016)	Independen: <i>Information sharing, Long term relation, Cooperation dan Process Integration</i>  Dependen: Kinerja Perusahaan	Kuantitatif, Metode SEM, Koefisien determinasi, uji reliabilitas, uji validitas, GoF, (Karyawan perusahaan manufaktur di Indonesia)	Hasil menunjukkan variabel <i>Information sharing, Cooperation dan Process Integration</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Tetapi , <i>Long term relation</i> tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
2	“Supply Chain Management Measurement and Its Influence on Operational Performance”  (Miguel & Brito, 2011)	Independen: <i>Information sharing, Long term relation, Cooperation dan Process Integration</i>  Dependen: Kinerja Perusahaan	Kuantitatif (Brazilian Companies)	Hasil menunjukkan <i>Information sharing, Long term relation, Cooperation dan Process Integration</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

3	<p>“Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> terhadap Kinerja Operasional Outlet”</p> <p>(Fitrianto &amp; Sudaryanto, 2016)</p>	<p>Independen: <i>Information sharing, Long term relation, Cooperation dan Process Integration</i></p> <p>Dependen: Kinerja Perusahaan</p>	Kuantitatif (120 outlet di Semarang)	<p>Hasil menunjukkan <i>long term relation</i> dan <i>process integration</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional. Sedangkan <i>information sharing</i> dan <i>cooperation</i> berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan.</p>
4	<p>“Analisa Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan”</p> <p>(Suharto &amp; Devie, 2013)</p>	<p>Independen: <i>Strategic Supplier Patnership, Customer Relationship dan information sharing.</i></p> <p>Dependen: Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan</p>	Kuantitatif (Perusahaan manufaktur Surabaya)	<p>Hasil menunjukkan <i>supply chain management</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan</p>

## 1.7 Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini merupakan dugaan sementara dari peneliti berdasarkan penelitian terdahulu. Pada penelitian hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Diduga terdapat pengaruh antara berbagi informasi (X1) terhadap kinerja perusahaan (Y) pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur

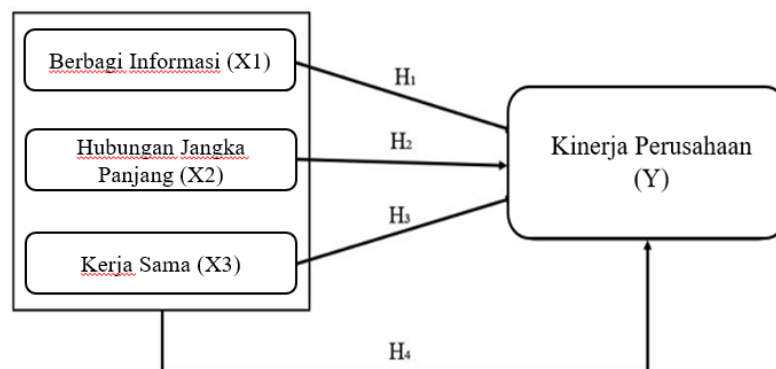
H2: Diduga terdapat pengaruh antara hubungan jangka panjang (X2) terhadap kinerja perusahaan (Y) pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur

H3: Diduga terdapat pengaruh antara kerja sama (X3) terhadap kinerja perusahaan (Y) pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur

H4: Diduga terdapat pengaruh antara berbagi informasi (X1), hubungan jangka panjang (X2) dan kerja sama (X3) terhadap kinerja perusahaan (Y) pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur

Untuk memperjelas hipotesis yang telah dirumuskan, maka dapat dibuat model hipotesis seperti dibawah ini yang menunjukkan pengaruh dari variabel bebas yang terdiri dari berbagi informasi (X1), hubungan jangka panjang (X2) dan kerja sama (X3) terhadap kinerja perusahaan (Y) sebagai variabel terikat.

**Gambar 1. 1 Model Hipotesis Penelitian**



## 1.8 Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan pengertian yang membantu peneliti untuk lebih memahami variabel yang akan dibahas. Selain itu, definisi konsep perlu ada untuk memberikan batasan pengertian untuk variabel. Berikut definisi konsep dari variabel yang dibahas pada penelitian ini:

### 1.8.1 Berbagi Informasi (X1)

Berbagi informasi merupakan suatu aliran komunikasi yang berkelanjutan antara pihak-pihak yang terlibat baik secara formal maupun informal dan bertujuan untuk

berkontribusi dalam melakukan perencanaan dan kontrol yang lebih baik pada suatu rantai pasok (Miguel & Brito, 2011).

#### 1.8.2 Hubungan Jangka Panjang (X2)

Hubungan jangka panjang merupakan suatu kemauan untuk menjalin hubungan dalam waktu yang lama dengan asumsi bahwa hubungan tersebut dapat membawa keuntungan bagi usaha (Marlien & Darmayanti, 2006).

#### 1.8.3 Kerja Sama (X3)

Kerja sama merupakan suatu komitmen yang dimiliki setiap pihak yang terlibat dalam suatu hubungan dan menugaskan setiap pihak untuk mengembangkan dan mengimplementasikan proses strategis untuk menyelesaikan konflik (Miguel & Brito, 2011).

#### 1.8.4 Kinerja Perusahaan (Y)

Kinerja perusahaan merupakan hasil kerja dari perusahaan berupa output ekonomi dalam kurun waktu tertentu untuk menghasilkan keberlangsungan hidup perusahaan (Wajdi, 2010)

### 1.9 Definisi Operasional

Definisi operasional berguna untuk memudahkan peneliti yang melakukan pengukuran di lapangan. Definisi operasional ini digunakan juga untuk mengukur baik dan buruknya dari variabel bebas variabel bebas yang terdiri dari berbagi informasi (X1), hubungan jangka panjang (X2) dan kerja sama (X3) serta tinggi dan rendahnya variabel terikat yaitu kinerja perusahaan (Y). Berikut definisi operasional dari variabel yang akan diuji:

### **1.9.1 Berbagi Informasi (X1)**

Berbagi informasi adalah suatu aliran komunikasi yang berkelanjutan antara pihak-pihak yang terlibat baik secara formal maupun informal dan bertujuan untuk berkontribusi dalam melakukan perencanaan dan kontrol yang lebih baik pada rantai pasok IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur. Operasionalisasi dari baik dan buruknya indikator berbagi informasi adalah:

1. Mendapatkan informasi dari supplier baik ketersediaan maupun kelangkaan bahan baku kedelai
2. Mendapatkan informasi dari supplier tentang adanya perubahan harga atau kualitas bahan baku kedelai yang ada atau tersedia
3. Memberikan informasi kepada supplier untuk rencana bahan baku kedelai yang dibutuhkan
4. Memberikan informasi kepada supplier apabila ada perubahan bahan baku kedelai yang dibutuhkan
5. Memberikan informasi kepada pedagang akan ketersediaan produk tahu
6. Memberikan informasi kepada pedagang ketika adanya perubahan harga atau kualitas produk tahu dihasilkan atau disediakan
7. Mendapatkan informasi dari pedagang tahu tentang kebutuhan tahu yang dijual
8. Mendapatkan informasi dari pedagang mengenai kemampuan daya beli dan keinginan konsumen tahu

### **1.9.2 Hubungan Jangka Panjang (X2)**

Hubungan jangka panjang adalah suatu kemauan untuk menjalin hubungan dalam waktu yang lama dengan asumsi bahwa hubungan tersebut dapat membawa keuntungan

bagi IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur. Operasionalisasi dari baik dan buruknya indikator hubungan jangka panjang adalah:

1. Kemauan IKM untuk selalu mengambil atau membeli bahan baku kedelai yang sudah disediakan oleh supliernya
2. Kemauan supplier untuk selalu memberikan atau menjual bahan baku kedelai yang tersedia kepada IKM
3. Kemauan IKM untuk tidak mencari supplier yang lain di samping supplier yang sudah ada
4. Kemauan supplier untuk tidak berpindah mensupplay bahan baku kedelai ke IKM yang lain
5. Kemauan IKM untuk selalu menjual produk tahu yang ada kepada pedagangnya
6. Kemauan pedagang untuk selalu mengambil atau membeli produk tahu kepada IKM
7. Kemauan IKM untuk tidak mencari pedagang yang lain di samping pedagang yang sudah ada
8. Kemauan pedagang untuk tidak berpindah membeli atau mengambil produk tahu ke IKM yang lain.

### **1.9.3 Kerja Sama (X3)**

Kerja sama merupakan suatu komitmen yang dimiliki setiap pihak yang terlibat dalam suatu hubungan dan menugaskan setiap pihak untuk mengembangkan dan mengimplementasikan proses strategis untuk menyelesaikan konflik pada IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur. Operasionalisasi dari baik dan buruknya indikator kerja sama adalah:

1. Komitmen IKM untuk membantu supplier dalam menghadapi kesulitan atau kebutuhan keuangan dalam pengadaan bahan baku kedelai
2. Komitmen supplier untuk membantu IKM dalam menghadapi kesulitan atau kebutuhan keuangan dalam pengadaan bahan baku kedelai
3. Komitmen untuk membicarakan dengan supplier bila terjadi kelangkaan atau perubahan harga atau kualitas bahan baku kedelai.
4. Komitmen IKM untuk membantu pedagang dalam menghadapi supplier kebutuhan keuangan dalam pembelian tahu yang akan dijual ke konsumen
5. Komitmen pedagang untuk membantu IKM dalam menghadapi kesulitan atau kebutuhan keuangan dalam memproduksi tahu
6. Komitmen IKM untuk membicarakan dengan pedagang bila terjadi perubahan harga, kualitas dan kebutuhan konsumen tahu

#### **1.9.4 Kinerja Perusahaan (Y)**

Kinerja perusahaan merupakan hasil dari sebuah perusahaan dengan berpatokan dengan standar yang telah ditentukan oleh IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur. Operasionalisasi dari tinggi dan rendahnya indikator kinerja perusahaan adalah:

1. Pencapaian target bahan baku kedelai yang dibutuhkan untuk periode waktu tertentu.
2. Pencapaian target produksi tahu yang dihasilkan dalam periode waktu tertentu
3. Pencapaian target penjualan produk tahu dalam periode waktu tertentu
4. Pencapaian target laba atau keuntungan dihasilkan dalam periode waktu tertentu

## **1.10 Metode Penelitian**

### **1.10.1 Tipe Penelitian**

Dalam melakukan penelitian, penting bagi peneliti untuk menentukan tipe penelitian yang akan dijalankan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *explanatory research*. Penggunaan penelitian untuk mengetahui situasi dan kondisi yang terjadi pada lapangan. Penelitian ini memberikan gambaran mengenai fenomena yang terjadi dan dampaknya satu sama lain.

Pada penelitian ini berfokus pada hubungan pengaruh antara variabel berbagai informasi (X1), hubungan jangka panjang (X2) dan kerja sama (X3) terhadap kinerja perusahaan (Y). Pada variabel ini berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama sebagai variabel independen serta kinerja perusahaan sebagai variabel dependen.

### **1.10.2 Populasi dan Sampel**

#### **1.10.2.1 Populasi**

Populasi merupakan sekumpulan individu yang memiliki karakteristik khas dan menjadi unit penelitian yang akan diteliti oleh peneliti. Pada penelitian ini populasi yang digunakan untuk membatasi subjek penelitian. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh IKM tahu yang menjadi anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur sebanyak 54 IKM tahu.

#### **1.10.2.2 Sampel**

Sampel merupakan sebagian dari anggota populasi yang dipilih dengan teknik dan kriteria tertentu. Sampel digunakan oleh peneliti guna mempermudah dalam pengambilan data untuk mewakili populasi. Sampel yang digunakan adalah sampel jenuh dimana seluruh anggota dari populasi menjadi sampel penelitian (Sugiyono, 2017).



Jumlah populasi dari penelitian ini sebanyak 54 IKM tahu akan seluruhnya diambil sebagai sampel.

### **1.10.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel merupakan suatu langkah untuk mempermudah peneliti dalam dalam mencermati objek penelitian dengan cara mengumpulkan sampel yang representatif sehingga dapat mewakili populasi. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dikarenakan tidak memberikan kesempatan pada setiap populasi untuk menjadi sampel. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh yaitu semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2017). Dengan jumlah populasi sebanyak 54 IKM tahu maka akan diambil keseluruhannya sebagai sampel penelitian.

### **1.10.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **1.10.4.1 Jenis Data**

Dalam penelitian ini digunakan terdapat dua jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif dan data kualitatif.

##### **1. Data Kuantitatif**

Data kuantitatif pada penelitian ini berfungsi untuk memproses pengetahuan yang didapat berdasarkan jawaban dari kuesioner responden. Data kuantitatif dalam penelitian ini yaitu didapatkan dari hasil penelitian yang menggunakan skala likert sehingga jawaban yang akan diperoleh akan berupa pernyataan sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Penilaian ini didapatkan dari hasil kuesioner yang akan disebarakan kepada sampel penelitian yaitu para pelaku IKM industri tahu anggota koperasi tahu

tempe Jakarta Timur. Hasil jawaban dari responden akan dikonversikan ke dalam bentuk angka 1,2,3,4,5. Dari hasil data tersebut akan didapatkan jawaban dengan variasi sangat positif sampai sangat negatif.

## 2. Data Kualitatif

Data kualitatif pada penelitian ini diperoleh dari penjelasan dari variasi variabel yaitu baik buruknya berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama serta kinerja perusahaan pada usaha. Data ini digunakan untuk membantu dalam mendukung data-data dalam penelitian.

### **1.10.4.2 Sumber Data**

#### 1. Data primer

Data primer merupakan data yang didapatkan langsung oleh peneliti dan berkaitan dengan variabel penelitian yaitu berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama pada kinerja perusahaan. Data primer dari penelitian ini didapatkan dari hasil kuesioner yang diberikan kepada sampel yang telah ditetapkan serta wawancara langsung ke sampel yang ditentukan mengenai aktivitas yang menjadi variabel x penelitian yaitu berbagi informasi (X1), hubungan jangka panjang (X2) dan kerja sama (X3) dan kinerja perusahaan (Y).

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pengumpulan data dari berbagai sumber oleh peneliti untuk melengkapi data yang akan disajikan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku dan jurnal (definisi dan gambaran dari berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama pada kinerja perusahaan, metodologi penelitian, IKM), skripsi

(referensi penelitian terdahulu) dan data dari internet yang dapat membantu melengkapi informasi yang dibutuhkan.

### **1.10.5 Skala Pengukuran**

Penentuan skala pengukuran yang digunakan perlu dilakukan sebelum penelitian dimulai. Hal ini diperlukan karena setiap variabel yang akan diteliti memiliki beberapa indikator yang akan dijadikan pertanyaan untuk responden. Dalam penelitian ini terdapat 4 kategori variabel yaitu variabel berbagi informasi memiliki kategori sangat baik dan sangat buruk, hubungan jangka panjang memiliki kategori sangat baik dan sangat buruk, kerja sama memiliki kategori sangat baik dan sangat buruk sedangkan kinerja perusahaan memiliki kategori sangat tinggi hingga sangat rendah. Skala pengukuran digunakan untuk menentukan interval dari hasil jawaban responden. Pada penelitian ini akan digunakan skala likert. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur pendapat dari responden mengenai pernyataan yang diberikan oleh peneliti (Sugiarto, 2016). Variabel penelitian akan dijabarkan menjadi indikator dan akan menjadi instrumen pernyataan dan pertanyaan kepada responden. Dengan menggunakan skala likert maka responden akan diberikan 5 pilihan untuk menjawab dan setiap jawaban akan diberikan skor dari 1 sampai dengan 5. Untuk mengukur range jawaban responden maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{N - n}{K}$$

### **1.10.6 Teknik Pengumpulan Data**

#### **1.11.6.1 Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan peneliti memberikan pertanyaan tertulis dan akan diisi oleh responden dalam berbagai cara. Teknik kuesioner

dipilih karena peneliti akan lebih cepat mendapatkan data dari responden. Selain itu karena dengan pemberian kuesioner secara langsung, peneliti akan mendapat respons yang cepat dari responden dan juga meminimalisir responden yang tidak menjawab pertanyaan dikarenakan kurang memahami pertanyaan. Selain itu karena sampel yang diperlukan cukup banyak maka teknik kuesioner ini dianggap dapat membantu mengumpulkan data yang dibutuhkan.

#### **1.11.6.2 Wawancara Terstruktur**

Wawancara dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi tambahan dari pelaku IKM tahu anggota PRIMKOPTI Jakarta Timur serta pengurus PRIMKOPTI Jakarta Timur untuk mengetahui informasi mengenai kinerja perusahaan dari IKM industri tahu. Pertanyaan telah disusun untuk membantu menyamakan pertanyaan untuk setiap responden. Selain itu peneliti juga menggunakan alat bantu rekam dan kamera untuk membantu mendokumentasikan hasil.

#### **1.11.6.3 Studi Kepustakaan**

Studi kepustakaan merupakan metode yang digunakan dengan mempelajari beberapa literatur dengan tujuan untuk mengumpulkan dan melengkapi data yang diperlukan untuk penelitian ini. Data yang didapatkan dengan metode ini berupa data sekunder yang didapatkan peneliti dari buku, jurnal, artikel ataupun laman yang berkaitan.

#### **1.10.7 Teknik Pengelolaan Data**

Dari data yang telah didapatkan dari responden selanjutnya akan diolah oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Terdapat 4 tahap untuk melakukan pengelolaan data yaitu:

**a. Editing (Pengeditan)**

*Editing* menjadi tahap awal yang dilakukan setelah data diterima dari hasil studi lapangan. Tahap ini dilakukan untuk mengecek kesalahan dalam sampel sehingga hasil yang didapatkan dapat sesuai dengan harapan. Tahap ini juga digunakan untuk memilah jawaban agar peneliti mendapatkan jawaban yang berkualitas.

**b. Coding (Pemberian Kode)**

*Coding* menjadi tahap untuk melakukan pengodean dari data yang telah dimiliki untuk di kelompokkan dalam kategori yang sama dan menyederhanakan jawaban yang telah diberikan responden. Hal ini perlu dilakukan untuk mempermudah peneliti untuk mengolah data dengan SPSS karena statistik hanya dapat mengolah data berupa angka.

**c. Scoring (Pemberian Skor)**

*Scoring* menjadi tahap yang dibutuhkan untuk menilai hasil jawaban yang telah diberikan responden. Hal ini dikarenakan terdapat lebih dari satu indikator yang dijadikan tolak ukur penilaian. *Score* yang akan diberikan yaitu dengan 5 sebagai skor terbesar dan 1 sebagai skor terendah dengan skala Likert.

**d. Tabulating (Tabulasi)**

*Tabulating* dilakukan untuk mengelompokkan data yang telah dipilahh agar memudahkan peneliti untuk menganalisis data yang ada. Selain itu *tabulating* juga membantu peneliti menyajikan data yang ada.

### 1.10.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan dilakukan setelah peneliti berhasil mengumpulkan data dari responden. Sebelum melakukan analisis data, peneliti perlu memastikan terlebih dahulu bahwa data yang didapatkan telah valid dan reliable sehingga hasil dari analisis akan sesuai. Teknik analisis yang akan digunakan adalah analisis keeratan hubungan dengan menggunakan angka agar dapat dihitung dan diukur dengan alat bantu seperti SPSS.

#### 1.10.8.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang menyatakan keakuratan dan ketepatan data dari alat ukur yang digunakan pada penelitian (Sugiarto, 2016). Uji ini digunakan untuk menguji indikator setiap variabel dapat digunakan dan dapat menghasilkan penggambaran yang akurat. Pada penelitian ini, baik dan buruknya berbagi informasi diukur dengan empat indikator, baik dan buruknya hubungan jangka panjang diukur dengan tiga indikator, baik dan buruknya kerja sama diukur dengan empat indikator dan tinggi rendahnya kinerja perusahaan diukur dengan lima indikator. Pada uji ini, yang perlu dilakukan adalah membandingkan  $r$  hitung dan  $r$  tabel setelah data diolah dengan alat bantu SPSS. Indikator dapat dinyatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Sebaliknya, *indikator* data dinyatakan tidak valid jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel.

#### 1.10.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji untuk mengetahui konsistensi data dengan indikator yang digunakan sehingga menghasilkan data yang sesuai dan dapat diukur berulang. Suatu data dapat dikatakan *reliable* apabila data tersebut konsisten (Sugiarto, 2016). Pada penelitian ini, baik dan buruknya berbagi informasi diukur dengan empat indikator,

baik dan buruknya hubungan jangka panjang diukur dengan tiga indikator, baik dan buruknya kerja sama diukur dengan empat indikator dan tinggi rendahnya kinerja perusahaan diukur dengan lima indikator. Reliabilitas diukur menggunakan rumus *Croanbach Alpha*. Menggunakan rumus ini, indikator dinyatakan reliable jika  $\alpha > 0,60$ . Sedangkan indikator dinyatakan tidak reliable jika  $\alpha < 0,60$ .

### 1.10.8.3 Koefisien Korelasi

Uji korelasi merupakan uji yang melihat apakah terdapat hubungan antara variabel x dan variabel y yang diuji. Uji ini digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan dua variable. Pada penelitian ini, uji koefisien korelasi akan mengukur kekuatan hubungan dari berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama dengan kinerja perusahaan sebagai variabel Y secara bersamaan.

Tujuan dari pelaksanaan uji koefisien dan korelasi adalah untuk melihat hubungan antar variabel dan arah hubungan tersebut. Arah hubungan dapat berbentuk hubungan positif ataupun hubungan negatif. Hubungan positif berarti jika suatu variabel naik maka variabel lainnya akan mengikuti naik juga sebaliknya. Sedangkan hubungan negative berarti jika suatu variabel naik maka variabel lainnya turun juga sebaliknya. Uji korelasi dapat dilihat dari besarnya koefisien korelasi ( $r$ ) yang terdapat pada kolom kesimpulan dikolom R. Untuk menentukan tingkat keeratan hubungan antar variabel yang diuji digunakan pedoman sebagai berikut:

**Tabel 1. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang

0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sugiyono, 2017)

#### 1.10.8.4 Uji Koefisien Determinasi

Sebuah ukuran untuk mengetahui besarnya varian dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independennya (Sugiarto, 2016). Pada penelitian ini, uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besar masing-masing variabel independen yaitu berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama dapat menjelaskan kinerja perusahaan sebagai variabel dependen. Dari uji ini akan diketahui perubahan yang akan terjadi pada kinerja perusahaan (variabel dependen) karena dipengaruhi oleh berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama (variabel independent). Dalam penelitian ini bentuk pengaruh akan ditunjukkan dalam bentuk persentase.

#### 1.10.8.5 Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel terikat dengan satu variabel bebas. Pada penelitian ini, regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh dan arah hubungan tersebut (positif atau negatif) dari variabel independen (berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama) terhadap kinerja perusahaan sebagai variabel dependen secara parsial. Pada penelitian ini jika variabel X1 (berbagi informasi) diuji dengan variabel Y (kinerja perusahaan) maka variabel X2 dan X3 dianggap tidak ada juga penerapan untuk variabel lainnya. Data yang digunakan umumnya berskala rasio atau interval.



### 1.10.8.6 Regresi Linear berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh dari satu variabel terikat terhadap beberapa variabel bebas. Analisis ini mengukur besarnya pengaruh suatu variabel dengan variabel terikatnya. Pada penelitian ini, regresi linear berganda digunakan untuk menguji dari variabel independen (berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama) terhadap kinerja perusahaan sebagai variabel dependen secara kesatuan.

### 1.10.9 Uji Signifikansi

#### 1.10.9.1 Uji Statistik t

Uji signifikansi t digunakan untuk menguji hubungan antar variabel independen dan variabel dependen secara individual. Uji ini digunakan untuk menjelaskan variasi dari variabel terikat. Hipotesis yang digunakan sebagai berikut:

- a. Hipotesis nol atau  $H_0$  dan ditulis sebagai  $H_0 : \beta = 0$ , diartikan tidak ada pengaruh yang signifikan antar variabel bebas dan variabel terikat yang diuji
- b. Hipotesis alternatif atau  $H_a$  dan ditulis sebagai  $H_a : \beta \neq 0$ , diartikan ada pengaruh yang signifikan antar variabel bebas dan variabel terikat yang diuji

Dasar yang digunakan untuk pengambilan keputusan setelah menguji signifikansi uji T adalah:

- a. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka terdapat pengaruh dari variabel yang diuji namun tidak signifikan
- b. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka terdapat pengaruh dari variabel yang diuji dan signifikan.

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel x (berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama) secara individual berpengaruh penting atau tidak terhadap variabel y (kinerja perusahaan).

Uji t digunakan untuk membandingkan t hitung dengan t tabel dengan syarat jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga menghasilkan tidak adanya pengaruh antara variabel x (independen) dengan variabel y (dependen). Sebaliknya, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga menghasilkan adanya pengaruh antara variabel x (independen) dengan variabel y (dependen).

#### **1.10.9.2 Uji Statistik F**

Uji statistik ini digunakan untuk mengetahui semua variabel independen secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen sesuai dengan model yang diajukan sebelumnya. Uji F ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel x yaitu berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama dengan variabel y yaitu kinerja perusahaan.

Dalam penelitian ini,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $F_{hitung} < \text{nilai } F_{tabel}$  dan nilai signifikansinya  $> 0,05$ . Hal ini berarti variabel independen (berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara bersamaan dengan variabel dependennya. Sebaliknya,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$  dan nilai signifikansinya  $< 0,05$ . Hal ini berarti variabel dependen berbagi informasi, hubungan jangka panjang dan kerja sama memiliki pengaruh yang signifikan secara bersamaan dengan variabel dependennya.