

Analisis Pengaruh Berbagi Informasi, Kepercayaan, Hubungan Jangka Panjang, Dan Kolaborasi Terhadap Kinerja *Supply Chain Management*

(Studi Pada Paguyuban Umkm Kampung Keramik Dinoyo Malang)

Oleh :

Ibrahim Muhammad

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Ibramuhammad037@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Rila Anggraeni SE.,MM

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, dan kolaborasi terhadap kinerja *supply chain management*. Data diambil melalui kuesioner dengan metode penelitian nonprobability sampling, yaitu teknik *Total Sampling* kepada 60 responden dan dianalisis menggunakan teknik regresi linear berganda. Pengujian yang dilakukan adalah uji instrumen, asumsi klasik, uji f, dan uji hipotesis menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil dari analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja *supply chain management* ditentukan secara langsung oleh kepercayaan, hubungan jangka panjang, dan kolaborasi. Sedangkan hasil analisis terhadap pengaruh berbagi informasi yaitu tidak berpengaruh signifikan pada kinerja *supply chain management* UMKM Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang.

Kata kunci: berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, kolaborasi, kinerja *supply chain management*

The Influence Analysis of Information Sharing, Trust, Long-Term Relationships, and Collaboration on Supply Chain Management Performance
(Study at MSME Community Dinoyo Ceramics Villages Malang)

By:

Ibrahim Muhammad

Faculty of Economics and Business Universitas Brawijaya

Ibramuhammad037@gmail.com

Supervisor:

Rila Anggraeni SE., MM.

The purpose of this study is to analyze the influence of information sharing, trust, long-term relationships, and collaboration on supply chain management performance. Data was taken through questionnaire by using nonprobability sampling, i.e. total sampling technique to 60 respondents and analyzed using multiple linear regression technique and tests conducted are multiple linear regression analysis and tests conducted are the test of instrument, classical assumption, hypothesis, and regression coefficient using SPSS software. The results of data analysis in this study indicate that supply chain management performance is determined directly by trust, long-term relationships, and collaboration. While the results of the analysis of the effect of information sharing are no significant effect on supply chain management performance at MSME Community Dinoyo Ceramics Villages Malang

Keywords: information sharing, trust, long-term relationships, collaboration, supply chain management performance

1. PENDAHULUAN

Salat satu arah kebijakan umum pembangunan nasional negara Indonesia 2015-2019 adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Peningkatan daya saing dan peranan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu cara menuju pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, Badan Pusat Statistik Indonesia menyebutkan jumlah UMKM mencapai lebih dari 26 juta usaha atau 98,68% dari total usaha nonpertanian di Indonesia. Peran UMKM sangat signifikan bagi perekonomian khususnya sumbangannya dalam menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi pengangguran dan menciptakan nilai tambah dalam PDB. Jumlah UMKM yang sangat besar di

Indonesia telah memberikan dampak positif, terbukti ketika krisis menerpa Indonesia pada sekitar tahun 1997-1998, UMKM tetap berdiri kokoh di saat usaha-usaha besar lainnya berjatuh. (Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2014)

Dalam memproduksi dan mendistribusikan produk, pelaku usaha tentunya membutuhkan pihak lain, menurut Pujawan dan Mahendrawati (dalam Ariani, 2013 : 133), seluruh pihak mulai dari pemasok, manufaktur, distributor, *retailer*, hingga konsumen masing-masing mempunyai peranan penting dalam penciptaan suatu produk yang berkualitas, murah, dan cepat, sehingga muncul suatu konsep baru yaitu *Supply Chain Management* (Manajemen Rantai Pasokan). *Supply Chain Management* telah

berkembang menjadi sebuah konsep luas yang meliputi seluruh kegiatan dalam perusahaan, termasuk pemasaran dan operasional perusahaan (Maryanto, 2005). Dalam proses rantai pasok tidak menutup kemungkinan adanya resiko yang dapat mempengaruhi alur rantai pasok sehingga tidak dapat berjalan dengan lancar. Untuk mengidentifikasi dan mengantisipasi resiko yang timbul dalam alur rantai pasok diperlukan suatu manajemen resiko yang baik dalam rantai pasokan (*supply chain risk management*). Industri yang dapat menerapkan *supply chain management* dan resiko-resikonya dengan baik dapat menjadi suatu syarat untuk kesuksesan atau bahkan bertahan dalam industrinya (Mukhsin, 2017)

Kinerja *supply chain management* perlu dijaga dengan melakukan evaluasi kinerja rantai pasok secara periodik terutama jika dilakukan perubahan terhadap struktur rantai pasok. Dengan melakukan evaluasi, perusahaan menjadi lebih tahu apa yang harus dilakukan sehingga kinerja *supply chain management* di perusahaan tersebut menjadi lebih baik di masa depan. Keberhasilan kinerja *supply chain management* didasarkan pada tingkat kepercayaan dan komitmen seluruh pihak dalam rantai pasokan (Kwon dan Suh, 2004). Dalam menerapkan rantai pasokan yang efektif, perusahaan harus menjadikan pemasok sebagai bagian dari strategi jangka panjang perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk yang beragam, kualitas produk yang tinggi, penurunan biaya, dan kecepatan merespon pasar (Heizer & Render, 2011:453), maka dapat disimpulkan bahwa kinerja *supply chain management* dapat membantu untuk mengetahui daya saing perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar secara efektif dan efisien

Kwon dan Suh (2004) menyatakan bahwa keberhasilan kinerja *supply chain management* didasarkan pada tingkat kepercayaan dan komitmen seluruh pihak dalam rantai pasokan. Hubungan antara *supplier*, *customer*, dan perusahaan harus dikelola dengan baik. Bagaimana agar *supplier* ikut bertanggung jawab terhadap kualitas produk, hubungan yang baik dalam jangka panjang dengan *supplier* dan *customer*, serta agar distribusi produk dari hulu ke hilir tepat pada waktunya sampai ke pengguna akhir. Dalam menerapkan rantai pasokan yang efektif, perusahaan harus menjadikan pemasok sebagai bagian dari strategi jangka panjang perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk yang beragam, kualitas produk yang tinggi, penurunan biaya, dan kecepatan merespon pasar (Heizer & Render, 2011:453). Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kinerja *supply chain management* dapat membantu untuk mengetahui daya saing perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar secara efektif dan efisien

Berbagi informasi merupakan topik yang penting untuk dibahas mengingat banyak penelitian terdahulu yang membahas tentang hal ini. Berbagi informasi perlu dilakukan oleh perusahaan karena dapat membantu dalam pengambilan suatu keputusan atau tindakan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen, permintaan konsumen yang dinamis setiap waktunya membuat perusahaan begitu membutuhkan informasi yang update dan valid. Dengan informasi yang berkualitas, jelas, dan transparan, maka perusahaan dapat menghindari *bullwhip effect*. Hal senada diperkuat juga oleh Ishak (2005) terlebih UMKM perlu mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat, baik informasi

mengenai pasar produksi maupun pasar faktor produksi. Informasi tentang pasar produksi sangat diperlukan untuk memperluas jaringan pemasaran produk yang dihasilkan oleh UMKM. Hasil penelitian Kurniawan & Kusumawardhani (2017) menunjukkan bahwa transparansi informasi antara pemasok dan UMKM memberikan dampak positif terhadap produktifitas perusahaan. Lin *et al.* (2002) juga menyatakan bahwa berbagi informasi dengan mitra dalam rantai pasokan dapat mengurangi ketidakpastian dan memperbaiki layanan dalam memenuhi pesanan konsumen. Sehingga intensitas berbagi informasi yang tinggi dapat meningkatkan kinerja *supply chain management* perusahaan.

Kepercayaan (*trust*) merupakan pondasi dari bisnis. Membangun kepercayaan dengan pelanggan adalah suatu faktor yang penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Kepercayaan tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Hasil penelitian Mukhsin (2017) menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, ketika pelanggan percaya kepada produk kita tentu akan berpengaruh pada loyalitasnya. Kepercayaan merupakan salah satu aspek penting untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan dalam rantai pasokan. Dalam menumbuhkan kepercayaan, perusahaan tidak hanya melihat hubungan dengan pemasok sebagai transaksi bisnis saja, tetapi lebih menganggap pemasok sebagai bagian dari perusahaan, sehingga dengan tingkat kepercayaan yang tinggi antara perusahaan dengan pemasok dapat meningkatkan kinerja *supply chain*

management perusahaan.

Hubungan jangka panjang perusahaan dengan pemasok merupakan kolaborasi yang paling kuat dalam konteks *value chain* atau *supply chain*. Dalam hal ini, pemasok berperan untuk menyediakan material atau bahan iput yang digunakan oleh perusahaan. Kualitas material dan kemampuan dalam pendistribusian material tersebut tergantung pada kinerja pemasok yang selanjutnya berpengaruh pada kinerja perusahaan secara keseluruhan Kanter (dalam Lestari, 2009). Hal ini didukung penelitian Ariani dan Dwiyanto (2013), yang menyatakan tujuan akhir dari pengelolaan hubungan jangka panjang adalah profitabilitas yang dicapai melalui hubungan jangka panjang yang kuat, tahan lama, dan saling menguntungkan. Kepercayaan merupakan salah satu aspek penting untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan dalam rantai pasokan. Dapat disimpulkan bahwa hubungan jangka panjang merupakan suatu persepsi untuk mau menjalin hubungan dan kerjasama jangka panjang dalam menyediakan produk yang berkualitas dengan biaya yang rendah. Oleh karena itu, *supply chain management* merupakan suatu pendekatan yang tepat bagi perusahaan dalam membangun kemitraan jangka panjang (Khan *et al.*, 2015).

Kolaborasi merupakan proses bisnis dimana dua perusahaan bekerjasama untuk merencanakan, melaksanakan, dan menciptakan rantai pasokan yang efektif dan efisien agar dapat mencapai tujuan bersama dan saling menguntungkan (Cao dan Zhang (2011). Kolaborasi juga merupakan salah satu hal yang penting dalam menunjang produktifitas perusahaan, bisa dalam bentuk pertukaran informasi, inovasi produk, dan lain lain. kolaborasi

merupakan perpaduan pandangan dan ide dari seluruh mitra dalam rantai pasokan untuk bekerjasama dalam menciptakan nilai tambah dan mencapai tujuan bersama yaitu memenuhi kebutuhan konsumen, hal tersebut dapat berpengaruh terhadap pengurangan biaya dan meningkatkan layanan konsumen. Sehingga tingkat kolaborasi yang tinggi dapat mendorong peningkatan kinerja *supply chain management* perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan dan Kusumawardhani (2017) kolaborasi memberikan pengaruh yang signifikan pada kinerja UMKM batik di Pekalongan.

Supply chain management tidak hanya dapat diterapkan oleh perusahaan besar saja, namun UMKM juga dapat menerapkannya. Pengembangan UKM harus ditopang oleh adanya akses ke sumber dana, pasar, sumber bahan baku, teknologi dan Informasi serta manajemen. Sehingga UKM yang ada di dalamnya mempunyai peluang untuk menjadi usaha yang handal dan kompetitif (Suhendar, 2004). Sutirman (2011) menyatakan perlunya Pusat Komunikasi Bisnis dengan memanfaatkan web yang diperuntukan bagi UMKM dalam mempromosikan usahanya, mengakses informasi faktor-faktor produksi, melakukan transaksi usaha, serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara global, dalam rangka memperluas jaringan usahanya.

Malang memiliki banyak industri UMKM yang bisa digunakan sebagai ikon kota malang. Salah satu industri yang memiliki sejarah panjang adalah industri kerajinan keramik yang terletak di Kelurahan Dinoyo Kecamatan Lowokwaru dan Desa Betek kota Malang, dua wilayah ini yang menjadi pusat industri keramik di Kota Malang. Kelurahan Dinoyo sendiri sangat strategis untuk mengembangkan

produk kerajinan keramik, sehingga sampai sekarang Kelurahan Dinoyo memiliki tempat wisata keramik yang terletak di jalan MT.Haryono XI. Industri keramik yang ada di Kelurahan dinoyo sangat ramai dimana setiap rumah memiliki usaha keramik usaha keramik dan warga pun banyak yang bekerja di keramik, hal ini bisa dilihat satu kampung yang mengelola usaha keramik. Jumlah anggota pelaku usaha keramik ada 200 orang kapasitas produksi 60.000 pcs per bulan. Dari penjualan keramik tersebut, rata-rata omset yang didapat Rp. 7.500.000/bulan (Jodang, 2018).

Paguyuban Kampung Keramik Dinoyo merupakan salah satu UMKM andalan Kota Malang yang sangat berpotensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah . Kampung Keramik Dinoyo terus berkembang seiring dengan perkembangan Kota Malang yang terus meningkat, dalam kampung tersebut terdapat sekitar 30 rumah pengrajin keramik yang aktif memproduksi setiap hari dengan rata – rata memiliki pegawai antara 2 hingga 5 orang di setiap rumahnya (Jodang, 2018). Kampung Keramik juga turut membantu perekonomian warga Kota Malang dengan cara mempekerjakan warga asli Malang khususnya warga sekitar Kampung Keramik Dinoyo tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Russel dan Taylor (2016) mendefinisikan *supply chain management* sebagai fokus ilmu yang mengintegrasikan dan mengelola pergerakan barang dan jasa serta informasi dalam rantai pasokan supaya responsif terhadap kebutuhan pelanggan sambil menurunkan total biaya. Definisi lain dikemukakan oleh Li Ling (2007:5) yang mengartikan sebagai integrasi dari

pemasok, manufaktur, gudang, jasa transportasi, dan konsumen secara efisien dalam sekumpulan aktivitas dan keputusan yang saling berkaitan.

Bukan perkara mudah dalam menerapkan *supply chain management*, Chopra dan Sodhi (2004) menyarankan untuk menyusun strategi guna menghadapi risiko dari SCM, yaitu: Pertama, memberikan pemahaman seluruh organisasi yang terlibat tentang risiko *supply chain management*. Kedua, menyusun pendekatan untuk menghadapi risiko manajemen rantai pasokan. Tahap pertama melakukan pengujian (*stress testing*) dan tahap kedua mendesain pendekatan yang disesuaikan dengan kondisi dari masing-masing organisasi. Konsep dari SCM adalah tersusunnya kegiatan operasional dari *supplier* hingga pengguna akhir tanpa adanya sekat yang besar. Mekanisme informasi dibagikan secara transparan antar departemen. Prinsip utamanya adalah saling berbaginya informasi dan material dari seluruh organisasi yang terlibat dalam rantai pasokan.

BERBAGI INFORMASI

Menurut Kadir (2003: 28) Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang. Informasi merupakan kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerima Kristanto (2003: 6).

Menurut Yusup (2009: 11) Ditinjau dari sudut pandang dunia kepustakawan dan perpustakaan, informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa juga berupa putusan-putusan yang dibuat seseorang. Sebuah fenomena akan menjadi informasi jika ada yang melihatnya atau

menyaksikannya atau bahkan mungkin merekamnya. Hasil kesaksian atau rekaman dari orang yang melihat atau menyaksikan peristiwa atau fenomena itulah yang dimaksud informasi. Jadi dalam hal ini informasi lebih bermakna berita.

Berbagi informasi dalam Supply Chain Management

Information sharing adalah intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya untuk saling berbagi informasi kepada partner berkaitan dengan strategi-strategi bisnis bersama.. Menurut Chopra dan Meindl (dalam Pujawan dan Mahendrawathi, 2010) informasi harus memiliki beberapa karakteristik agar dapat berguna dalam mengambil keputusan rantai pasok :

1. Akurat Informasi harus menggambarkan kondisi yang sebenarnya dan dapat dipercaya.
2. Tepat. Mempertimbangkan informasi apa saja yang sesuai dan dibutuhkan oleh perusahaan.
3. Dapat diakses pada saat dibutuhkan.

KEPERCAYAAN

Doney dan Canon dalam Aydin dan Ozer (2005) menjelaskan juga bahwa kepercayaan merupakan suatu proses hitungan (*calculative process*) antara biaya yang telah di keluarkan berdasarkan dari hasil yang di dapatkan. Pelayanan yang baik di terima sekarang dan akan berdampak berkelanjutan kedepannya, sehingga dalam hal ini *service quality* sangat berpengaruh positif terhadap trust.

Kepercayaan (trust) merupakan pondasi dari suatu hubungan. Suatu hubungan antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat

dibuktikan. Di dunia ekonomi, kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan (Yousafzai, 2003).

Faktor-Faktor Yang Membentuk Kepercayaan

Menurut Ainurrofiq (2007) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu:

a) Kemampuan. Kepercayaan adalah ranah khusus, sehingga individu membutuhkan keyakinan akan seberapa baik seseorang memperhatikan performanya. Faktor pengalaman dan pembuktian performanya akan mendasari munculnya kepercayaan orang lain terhadap individu. Ainurrofiq menyatakan bahwa *ability* meliputi kompetensi, pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan.

b) Integritas. Integritas terlihat dari konsistensi antara ucapan dan perbuatan dengan nilai-nilai diri seseorang. Kejujuran saja tidak cukup untuk menjelaskan tentang integritas, namun integritas memerlukan keteguhan hati dalam menerima tekanan. Ainurrofiq mengemukakan bahwa *integrity* dapat dilihat dari sudut kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterus-terangan (*honestly*), keterkaitan (*dependability*), dan kehandalan (*reliability*).

c) Kebaikan hati. Kebaikan hati berkaitan dengan intensi (niat). Ada ketertarikan dalam diri seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain. Hal tersebut akan mengarahkannya untuk memikirkan orang tersebut dan memberikan intensi untuk percaya atau tidak dengan orang tersebut.

HUBUNGAN JANGKA PANJANG

Menurut Kanter (2013) hubungan jangka panjang perusahaan dengan pemasok merupakan hubungan kolaboratif yang paling kuat dalam konteks *value chain* atau *supply chain*. Hubungan jangka panjang dapat didefinisikan sebagai persepsi yang saling bergantung antara pembeli dan pemasok baik dalam konteks produk atau hubungan dengan tujuan dapat membawa keuntungan bagi pembeli dalam jangka panjang (Indriani, 2006).

Rahmasari (2011) menyatakan bahwa peningkatan hubungan jangka panjang yang baik ditambah menjaga kepercayaan antara perusahaan, *supplier*, dan *customer* sangat diperlukan di dalam mencapai efisiensi kinerja dari perusahaan. Hubungan antara *supplier*, *customer*, dan perusahaan harus selalu dijaga dengan baik yaitu dapat dilakukan dengan cara meningkatkan hubungan yang berkelanjutan, dan *supplier* sebagai pemasok bahan bertanggungjawab secara penuh terhadap kualitas produk sehingga diharapkan distribusi produk dari tepat waktu sampai kepada pengguna akhir (Fitrianto, 2016).

Triastity (2016) mengemukakan prinsip dari pengelolaan hubungan jangka panjang dengan tujuan akhir yang ingin dicapai yaitu profitabilitas perusahaan yang diperoleh secara terus menerus melalui hubungan yang saling menguntungkan sehingga diharapkan tercipta hubungan jangka panjang yang konsisten dan berkesinambungan. Menurut Rahadi (2012), tingkat penerapan *long term relationship* pada perusahaan dapat diukur melalui:

a. Memiliki hubungan jangka panjang yang baik antar pihak yang terkait dalam proses produksi perusahaan.

b. Memiliki komitmen yang menjadi dasar hubungan dalam perusahaan.

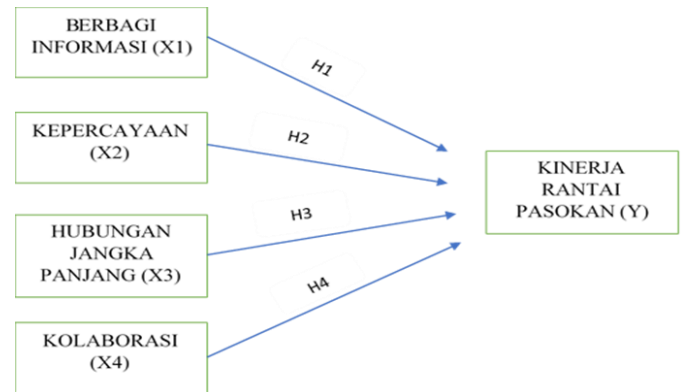
c. Memiliki sikap saling percaya dengan pihak yang terkait.

d. Menjaga hubungan saling ketergantungan dengan pihak yang terkait dalam perusahaan.

KOLABORASI

Kolaborasi *supply chain* adalah sebuah konsep yang menghubungkan dua atau lebih anggota SC dalam membangun komitmen dan mempertahankan proses hubungan dengan sasaran strategis, yang mana mereka menggunakan kemampuan intinya untuk menangani perubahan dan tantangan yang sesuai (Bowersox et al., 2003). Menurut Martono (2018:41) kolaborasi dapat dibedakan menjadi empat jenis. Pertama, *transactional collaboration*, bertujuan mencapai transaksi yang efektif dan efisien, tidak perlu kesepahaman strategi jangka panjang. Contohnya, jika terjadi kesepakatan harga antara pemasok dan pembeli selama periode tertentu, maka proses bisa segera dilaksanakan. Kedua, *cooperative collaboration*, ada komitmen antarkomponen di dalam supply chain untuk berbagi informasi informasi peramalan, inventori, pengadaan barang, pengiriman barang, termasuk kapasitas produksi. Alat bantu yang banyak digunakan adalah *electronic data interchange* (EDI). Ketiga, *coordinated collaboration*, membutuhkan arus informasi dua arah dan proses perencanaan dan eksekusi yang selaras antarpihak di dalam *supply chain*. Keempat, *synchronized collaboration* (*strategic alliances*), komponen di dalam *supply chain* bekerja sama dalam hal riset dan pengembangan produk, berbagi aset dan pengetahuan, dan pengembangan kapasitas dan kinerja *supply chain*.

HIPOTESIS PENELITIAN



Sumber : Data Primer Diolah, 2020

H1: Berbagi informasi berpengaruh signifikan Terhadap *supply chain management*

H2: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap *supply chain management*

H3: Hubungan jangka panjang berpengaruh signifikan terhadap *supply chain management*

H4: Kolaborasi berpengaruh signifikan terhadap *supply chain management*

JENIS PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatannya yaitu kuantitatif menggunakan metode kuisioner.

LOKASI PENELITIAN

Lokasi penelitian ini berada di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang

POPULASI

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik dan pengelola UMKM Kampung Keramik Dinoyo Malang

DEFINISI OPERASIONAL

VARIABEL

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan atas suatu variabel dalam bentuk yang dapat diukur. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Berbagi Informasi

Berbagi informasi didefinisikan sebagai kesediaan perusahaan untuk berbagi data strategis seperti tingkat persediaan,

ramalan, promosi penjualan, dan strategi pemasaran dalam membentuk rantai pasokan (Cao dan Zhang, 2011).

Indikatornya Adalah :

1. Keterbukaan informasi (Zelbst et al., 2010);
2. Arus Informasi;
3. Kualitas Informasi (Chang et al., 2013).

b. Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan perusahaan untuk bekerjasama dan bergantung kepada pihak lain (Chen et al., 2011). Indikatornya adalah :

1. Kejujuran pemasok;
2. Tanggung jawab pemasok;
3. Pengalaman pemasok (Panayides dan Venus Lun, 2009).

c. Hubungan Jangka Panjang

Hubungan jangka panjang merupakan suatu persepsi mengenai kebutuhan perusahaan akan bahan baku, informasi, dan hubungan dengan pemasok, sehingga diharapkan membawa keuntungan bersama dalam jangka waktu yang panjang (Ganesan dalam Indriani, 2006). Indikatornya adalah :

1. Pemeliharaan hubungan dengan pemasok (Prajojo dan Olhager, 2012);
2. Keuntungan adanya hubungan jangka panjang;
3. Fokus pada tujuan jangka panjang (Ganesan dalam Indriani, 2006).

d. Kolaborasi

Kolaborasi merupakan proses bisnis dimana dua perusahaan bekerjasama untuk merencanakan, melaksanakan, dan menciptakan rantai pasokan yang efektif dan efisien agar dapat mencapai tujuan bersama dan saling menguntungkan (Cao dan Zhang, 2011).

1. Keuntungan pemecahan masalah;

2. Keterlibatan pemasok;
3. Kompetensi pemasok (Gallear et al., 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

a. Berbagi Informasi

No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1-1	0.396	0.3	Valid
X1-2	0.529	0.3	Valid
X1-3	0.601	0.3	Valid
X1-4	0.479	0.3	Valid
X1-5	0.381	0.3	Valid
X1-6	0.524	0.3	Valid

b. Kepercayaan

No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2-1	0.423	0.3	Valid
X2-2	0.515	0.3	Valid
X2-3	0.635	0.3	Valid
X2-4	0.428	0.3	Valid
X2-5	0.723	0.3	Valid

c. Hubungan Jangka Panjang

No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X3-1	0.667	0.3	Valid
X3-2	0.476	0.3	Valid
X3-3	0.535	0.3	Valid
X3-4	0.451	0.3	Valid
X3-5	0.345	0.3	Valid

d. Kolaborasi

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X4-1	0.667	0.3	Valid
X4-2	0.476	0.3	Valid
X4-3	0.535	0.3	Valid
X4-4	0.451	0.3	Valid
X4-5	0.345	0.3	Valid
X4-6	0.668	0.3	Valid

e. Kinerja *Supply Chain Management*

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.301	0.3	Valid
2	0.609	0.3	Valid
3	0.523	0.3	Valid
4	0.693	0.3	Valid
5	0.301	0.3	Valid
6	0.363	0.3	Valid
7	0.325	0.3	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 61 responden, maka telah diketahui hasil perhitungan pada tabel hasil uji validitas bahwa semua item di setiap indikator mempunyai signifikansi < 0.05 ($\alpha = 5\%$) dan memiliki nilai r hitung \geq r tabel yaitu sebesar 0,3. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item tersebut valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian

HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Berbagi Informasi (X1)	0.729	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0.733	Reliabel
Hubungan Jangka Panjang (X3)	0.752	Reliabel
Kolaborasi (X4)	0.767	Reliabel
Kinerja <i>Supply Chain Management</i> (Y)	0.716	Reliabel

Berdasarkan hasil uji instrumen yang dilakukan terhadap 61 responden, maka telah diketahui hasil perhitungan pada tabel hasil uji reliabilitas bahwa seluruh variabel memiliki nilai koefisien Alpha Cronbach's

$\geq 0,6$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel.

HASIL UJI NORMALITAS

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel dependen dan independen dalam metode regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini pengujian normalitas data dilakukan dengan melihat probability plot. Hasil uji probability plot disajikan dalam gambar berikut ini:

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.399
	Absolute	0.083
Most Extreme Differences	Positive	0.083
	Negative	-0.079
Kolmogorov-Smirnov Z		0.650
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.793

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. dari hasil uji Kolmogorov Smirnov adalah 0,793, nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa dalam model regresi pada penelitian ini data residual mempunyai distribusi normal, maka model regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

HASIL UJI MULTIKOLINERITAS

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Berbagi Informasi	0.673	1.485	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan	0.668	1.497	Tidak terjadi multikolinearitas
Hubungan Jangka Panjang	0.638	1.568	Tidak terjadi multikolinearitas
Kolaborasi	0.534	1.872	Tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa Tolerance Value dari berbagi informasi = 0,673, kepercayaan = 0,668, hubungan jangka panjang = 0,638, dan kolaborasi = 0,534, nilai tolerance dari keempat variabel tersebut lebih dari 0,1. Sedangkan untuk nilai Variance Inflation Factor (VIF) dari pembagian formasi = 1,485, kepercayaan = 1,497, hubungan jangka panjang = 1,568 dan kolaborasi = 1,872, nilai VIF dari keempat variabel tersebut kurang dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi korelasi tinggi antara variabel independen atau asumsi bebas korelasi pada model terpenuhi.

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Variabel	Koefisien	t	p	Keterangan
Berbagi Informasi	-0.005	-0.111	0.912	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepercayaan	0.019	0.362	0.719	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Hubungan Jangka Panjang	0.073	1.080	0.285	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kolaborasi	-0.057	-1.163	0.250	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil analisis seperti pada Tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai signifikansinya (p) lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel tidak mengandung adanya heteroskedastisitas, sehingga memenuhi persyaratan dalam analisis regresi.

HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Analisis regresi berganda digunakan untuk menggambarkan bentuk hubungan antara

variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Hal-hal penting dalam analisis regresi antara lain : persamaan regresi, koefisien determinasi (R^2), hasil uji-F dan uji-t. Dari persamaan regresi diketahui bahwa variabel terikat kinerja *supply chain management* (Y) nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas yaitu berbagi informasi (X1), kepercayaan (X2), hubungan jangka panjang (X3) dan kolaborasi (X4). Koefisien regresi pada keempat variabel bertanda positif, hal ini bisa dimaknai bahwa peningkatan berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang dan kolaborasi berpengaruh positif terhadap kinerja *supply chain management*.

coefficient

Variabel	Koef. Regresi	Beta	T	p	Keterangan
Berbagi Informasi (X1)	0.008	0.009	0.099	0.921	Tidak Signifikan
Kepercayaan (X2)	0.180	0.186	2.044	0.044	Signifikan
Hubungan Jangka Panjang (X3)	0.462	0.378	4.360	0.000	Signifikan
Kolaborasi (X4)	0.344	0.415	4.190	0.000	Signifikan
R	= 0,829				
Adjusted R ²	= 0,665				
R ²	= 0,687				
F	= 30,74				
P-value	= 0,000				

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi pada Tabel 4.13 di atas, dapat diperoleh persamaan regresi dengan *standardized coefficient* (beta) sebagai berikut:

$$Y = 0,009X_1 + 0,189X_2 + 0,378X_3 + 0,425X_4$$

$$R^2 = 68,6\%$$

Pada Tabel 4.13 di atas menjelaskan hasil pengujian secara simultan pengaruh dari keempat variabel bebas terhadap kinerja *supply chain management*. Pada bagian uji F diperoleh nilai $F = 30,744$ dan koefisien determinasi sebesar 68,7%. Hasil uji ini menjelaskan bahwa secara simultan diperoleh adanya pengaruh yang signifikan dari keempat variabel bebas terhadap kinerja *supply chain management* dengan kontribusi sebesar 68,7%.

Pengaruh secara parsial dari variabel berbagi informasi terhadap kinerja *supply chain management* dilakukan dengan uji-t. Hasil uji-t untuk koefisien regresi ini adalah tidak signifikan ($p > 0,05$). Variabel berbagi informasi dengan koefisien regresi sebesar 0,009 berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja *supply chain management*. Hal ini terbukti dari nilai $t = 0,099$ dengan nilai $p = 0,921$ yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka secara statistik koefisien regresi dari berbagi informasi terhadap kinerja *supply chain management* adalah tidak signifikan. Hasil ini menjelaskan bahwa keragaman kinerja *supply chain management* tidak dapat dijelaskan secara langsung oleh berbagi informasi.

Pengaruh secara parsial dari variabel kepercayaan terhadap kinerja *supply chain management* dilakukan dengan uji-t. Hasil uji-t untuk koefisien regresi ini adalah signifikan ($p < 0,05$). Kepercayaan dengan koefisien regresi sebesar 0,189 berpengaruh signifikan terhadap kinerja

supply chain management. Hal ini terbukti dari nilai $t = 2,757$ dan nilai $p = 0,044$ yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka secara statistik koefisien regresi dari kepercayaan terhadap kinerja *supply chain management* adalah signifikan. Hasil ini menjelaskan bahwa keragaman kinerja *supply chain management* dapat dijelaskan secara langsung oleh kepercayaan.

Pengaruh secara parsial dari variabel hubungan jangka panjang terhadap kinerja *supply chain management* dilakukan dengan uji-t. Hasil uji-t untuk koefisien regresi ini adalah signifikan ($p < 0,05$). Hubungan jangka panjang dengan koefisien regresi sebesar 0,378 berpengaruh signifikan terhadap kinerja *supply chain management*. Hal ini terbukti dari nilai $t = 4,036$ dan nilai $p = 0,000$ yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka secara statistik koefisien regresi dari hubungan jangka panjang terhadap kinerja *supply chain management* adalah signifikan. Hasil ini menjelaskan bahwa keragaman kinerja *supply chain management* dapat dijelaskan secara langsung oleh hubungan jangka panjang.

Pengaruh secara parsial dari variabel kolaborasi terhadap kinerja *supply chain management* dilakukan dengan uji-t. Hasil uji-t untuk koefisien regresi ini adalah signifikan ($p < 0,05$). Kolaborasi dengan koefisien regresi sebesar 0,425 berpengaruh signifikan terhadap kinerja *supply chain management*. Hal ini terbukti dari nilai $t = 4,159$ dan nilai $p = 0,000$ yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka secara statistik koefisien regresi dari kolaborasi terhadap kinerja *supply chain management* adalah signifikan. Hasil ini menjelaskan bahwa keragaman kinerja *supply chain management* dapat dijelaskan secara langsung oleh kolaborasi.

Koefisien determinasi (R^2) merupakan salah satu nilai yang dijadikan ukuran kelayakan (*goodness of fit*), maksudnya dengan melihat besarnya presentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen, dapat diketahui seberapa baik model persamaan regresi yang digunakan. Koefisien determinasi (R^2) mengukur proporsi (bagian) atau prosentase total variasi dalam Y yang dijelaskan oleh model regresi. Koefisien determinasi atau R^2 mempunyai besaran yang batasnya adalah $0 \leq R^2 \leq 1$. suatu R^2 sebesar 1 berarti suatu kecocokan sempurna, sedangkan R^2 yang bernilai nol tidak ada hubungan antara variabel tak bebas dengan variabel yang menjelaskan. Berdasarkan perhitungan dapat diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,687, artinya kemampuan persamaan regresi dalam memprediksi nilai variabel terikat adalah 68,7%. Lebih lanjut nilai 68,7% menunjukkan bahwa berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang dan kolaborasi mampu menjelaskan perubahan kinerja *supply chain management* sebesar 68,7% sedangkan sisanya 31,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model persamaan regresi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisis serta pembahasan yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya serta kaitannya dengan tujuan penelitian, maka didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berbagi informasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja *Supply Chain Management*. Kinerja *Supply Chain Management* bisa tinggi baik pada perusahaan yang kuat dalam berbagi informasi maupun tidak. Ada sejumlah faktor penentu lain yang berkontribusi lebih kuat dalam menentukan kinerja *Supply Chain Management*.

2. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kinerja *Supply Chain Management*. Kinerja *Supply Chain Management* akan semakin tinggi apabila tingkat kepercayaan yang dimiliki perusahaan semakin besar.

3. Hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja *Supply Chain Management*. Kinerja *Supply Chain Management* akan semakin tinggi apabila hubungan jangka panjang yang dimiliki perusahaan semakin luas.

4. Kolaborasi berpengaruh positif terhadap kinerja *Supply Chain Management*. Kinerja *Supply Chain Management* akan semakin tinggi apabila perusahaan berkolaborasi dengan perusahaan lain.

SARAN

Saran-saran yang dapat diterapkan berdasarkan hasil dari analisis penelitian yang dilakukan oleh penulis, antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel kolaborasi memiliki koefisien tertinggi . UMKM Kampung Keramik Dinoyo sebenarnya telah melakukan kolaborasi yang baik dengan sesama pelaku usaha, namun kampung keramik juga harus berkolaborasi dengan pemasok, memberikan feedback satu sama lain dalam pengembangan produk

2. Dalam membangun kepercayaan UMKM Kampung Keramik Dinoyo harus selektif dalam memilih pemasok, memilih pemasok yang jujur dan bertanggung jawab . Perusahaan sebaiknya memperhatikan beberapa hal seperti; kinerja persediaan, keterpenuhan dan ketanggapan dari pemasok. persepsi kepercayaan akan menunjukkan bahwa pemasok tersebut tidak bersikap oportunistis, seperti halnya pemasok, perusahaan juga menyatakan apa adanya terkait operasional perusahaan.

3. Hubungan jangka panjang akan terbentuk dari komitmen dan kepercayaan. Perusahaan harus menjaga hubungan yang sudah lama terjalin dengan pemasok , dengan konsisten menjaga hubungan dengan pemasok yang telah dipilih, membantu perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing melalui kemampuan rantai pasokan yang dibangun bersama-sama dengan mitranya

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, J. S. 2018. Peran Paguyuban Industri Keramik Dinoyo Malang Dalam Peningkatan Inovasi Produk (Tinjauan Ekonomi Islam). Skripsi dipublikasikan Universitas Islam Negeri Malang
- Alhakim, M. F. 2018. Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan Studi Kasus Pada Industri roti Dan Kue Di Surakarta. Skripsi dipublikasikan Institut Agama Islam Negeri Surakarta
- Ariani, D., & Dwiyanto, B. M. (2013). Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). *Diponegoro Journal of Management*, 30-39.
- Ba, S. and Pavlou, P.A., 2002. *Evidence of the effect of trust building technology in electronic markets: Price premiums and buyer behavior*. *MIS quarterly*, pp.243-268.
- Badan Pusat Statistik. 2020. BPS. Jakarta, diakses pada Februari 2020, <https://www.bps.go.id/>
- Bank Indonesia & Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*
- Cao, M. and Zhang, Q. 2011. Supply chain collaboration: Impact on collaborative advantage and firm performance. *Journal of operations management*, 29(3), pp.163-180.
- Chang, H. H., Tsai, Y.-C., & Che-Hao, H. 2013. E-procurement and supply chain performance. *Supply Chain Management*, 18(1), 34–51. Currall, S. C., & Inkpen, A. C. (2002). *A Multilevel Approach to Trust in Joint Venture*. *Journal of International Business Studies*, 33(3), 479–495.
- Chopra, S. and Sodhi, M.S. 2004. Supply-chain breakdown. *MIT Sloan management review*, 46(1), pp.53-61.
- Edhy, S., 2003. *Sistem Informasi Manajemen*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Fitrianto, A.Y. and Sudaryanto, B., 2016. “Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Operasional Outlet”(Studi Pada Counter Handphone yang terdaftar di PT. Multikom Indonesia Cabang Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), pp.206-216.
- Gallear, D., Ghobadian, A., & Chen, W. 2012. Corporate responsibility, supply chain partnership and performance: An empirical examination. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 83–91.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (5th ed.), Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hamidin, Dini dan Surendro. 2010. “Model Supply Chain Management Dalam Perspektif Teknologi ”. Seminar dan Call For Paper Munas Aptikom
- Heizer, J & B, Render. 2011. *Operation Management*. Salemba Empat. Jakarta
- Hugos, M. 2003. *Essentials of Supply Chain Management* John Wiley & Sons. Inc. New Jersey, (s 14).

- Ibrahim, S.E. and Ogunyemi, O. 2012. The effect of linkages and information sharing on supply chain and export performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*.
- Indriantoro, N. 2012. Metode Penelitian Bisnis, Edisi Pertama, Cetakan Kelima. Yogyakarta: BPFE.
- Kadir, Abdul. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Andi. Yogyakarta.
- Khan, S. A., Liang, Y., & Shahzad, S. 2015. The Effect of Buyer-supplier Partnership and Information Integration on Supply Chain Performance : An Experience from Chinese Manufacturing Industry. *International Journal Supply Chain Management*, 4(2), 20–34.
- Kristanto, Andri. 2003. *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Gava Media. Yogyakarta
- Kurniawan, A., & Kusumawardhani, A. (2017). Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Kinerja UMKM Batik di Pekalongan. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 175-185.
- Kwon, I. K. G., & Suh, T. 2004. Factors Affecting the Level of Trust and Commitment in Supply Chain Relationships. *Journal of Supply Chain Management*, 40(2), 4–14.
- Li, L. 2007. *Supply Chain Management: Concepts, Techniques and Practices: Enhancing the Value through Collaboration*. World scientific publishing company.
- Lin, F., Huang, S., & Lin, S. 2002. Effects of Information Sharing on Supply Chain Performance in Electronic Commerce, 49(3), 258–268.
- Majid, A. M. F., & Dwiyanto, B. M. 2017. Analisis Pengaruh Long-Term Relationship, Information Sharing, Trust, Dan Process Integration Terhadap Kinerja Supply Chain Management (Studi Pada Industri Knalpot di Purbalingga). Disertasi dipublikasikan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro
- Mufaqih, I. A., Indarti, N., Ciptono, W. S., & Kartikasari, A. 2017. Pengaruh integrasi, berbagi informasi, dan penundaan pada kinerja rantai pasokan: Studi pada usaha kecil menengah batik di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 19-36.
- Mukhsin, M. 2017. Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Kualitas Hubungan Dampaknya Pada Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus Produksi dan Distribusi Dedak pada PD Sederhana). *Jurnal Manajemen*, 21(3), 454-471.
- Munizu, M. .2017. Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, DAN Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus IKM Pengolah Buah Markisa di Kota Makassar). *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 14(1), 32–42.
- Nugraha, D.N. and Andayani, S.A., 2016. Analisis Kolaborasi Pada Rantai Pasok Bawang Merah. *Agrivet: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian dan Peternakan (Journal of Agricultural Sciences and Veteriner)*, 4(2).
- Panayides, P.M. and Lun, Y.V., 2009. The impact of trust on innovativeness and supply chain performance. *International journal of production Economics*, 122(1), pp.35-46.
- Prajogo, D. and Olhager, J., 2012. Supply chain integration and performance: The effects of long-term relationships, information technology and sharing, and logistics integration. *International*

- Journal of Production Economics*, 135(1), pp.514-522.
- Prasojo, F. D. 2010. 'Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap trust dan commitment dalam supplier relationship pada perusahaan properti di Kotamadya Surakarta' Skripsi dipublikasikan Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Pujawan, I. N. dan ER, Mahendrawati. 2010. *Supply Chain Management*. Guna Widya. Surabaya
- Rachbini, W., 2016. Supply Chain Management Dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), pp.23-30.
- Rahadi, D.R., 2012. Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan. In *Proceeding Seminar Sistem Produksi X. Setiawan*.
- Russell, R.S. and Taylor, B.W., 2014. Operations and supply chain management. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Simatupang, T. M., & Sridharan, R. 2002. The Collaborative Supply Chain. *The International Journal of Logistics Management*, 13(1), 15–30.
- Stevenson, W.J. and Chuong, S.C., 2014. *Manajemen Operasi Perspektif Asia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung
- Suharsimi, A., 2006. *Prosedur penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutanta, E., 2003. *Sistem informasi manajemen*. Graha Ilmu.
- Suwanda, A., & Surjasa, D. 2018. Pengaruh Kolaborasi Rantai Pasok Terhadap Kinerja Keuangan Melalui Kinerja Logistik, Kinerja Operasional Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Ritel Yang Beroperasi Di Indonesia). *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti*, 3(1), 1-7.
- Wu, L., Chuang, C.H. and Hsu, C.H., 2014. Information sharing and collaborative behaviors in enabling supply chain performance: A social exchange perspective. *International Journal of Production Economics*, 148, pp.122-132.
- Yu, Z., Yan, H., & Cheng, T. C. E. 2001. Benefits of Information Sharing with Supply Chain Partnerships. *Industrial Management & Data Systems*, 101(3), 114–121.
- Yusup, P.M. and Rachmatika, R., 2014. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan (Volume 3)*. Bumi Aksara. Jakarta

