



Peran Penting Manajemen Rantai Pasokan Dalam Meningkatkan Kualitas Produksi pada Pabrik Mie di Palangka Raya

Receive, 29 September 2022
Revised, 22 November 2022
Accepted, 15 Desember 2022

Hansly Tunjang

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Palangka Raya, Indonesia

Email: hanslytunjangfeb@gmail.com

Abstrak

Tujuan, - Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh praktik-praktik supply chain management terhadap kualitas produksi pada Industri mie di Palangka Raya.

Desain/Methodologi/Pendekatan – Penelitian kuantitatif dengan populasi pada pasar kameluh/satu lokasi dengan sampel/responden berjumlah 35 responden yang tidak lain merupakan pemilik atau manajer dari industri tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik analisis statistic, metode deskriptif dan regresi linear berganda. Penyebaran kuesioner dengan sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama melalui program SPSS 21.

Temuan penelitian – Hasil penelitian memperlihatkan pengaruh yang signifikan secara parsial antara Variabel Strategic Supplier Partnership terhadap kualitas produksi. Kebaruan dalam penelitian adalah kualitas produksi dalam meningkatkan keunggulan bersaing produk dalam tingkat produksi.

Kata kunci: Rantai Pasokan, Berbagi Informasi, Kualitas produksi.

The Important Role of Supply Chain Management in Improving Production Quality At the Noodle Factory in Palangka Raya

Abstract

Objectives - The purpose of this study was to examine the effect of supply chain management practices on production quality in the noodle industry in Palangka Raya.

Design/Methodology/Approach - Quantitative research with a population in the kameluh market/one location with a sample/respondent of 35 respondents who are none other than the owners or managers of the industry. This study uses statistical analysis techniques, descriptive methods and multiple linear regression. Distributing questionnaires with samples from one population and using questionnaires as the main data collection tool through the SPSS 21 program.

Research findings - The results of the study show a partially significant effect between Strategic Supplier Partnership Variables on production quality. The novelty in research is the quality of production in increasing product competitive advantage in production levels.

Keywords: Supply Chain Management, Information Sharing, Quality of production



Pendahuluan

Supply chain yaitu sebuah sistem organisasi yang didalamnya terdapat peran serta melakukan berbagai macam kegiatan, yang meliputi informasi, dana, dan sumber daya lainnya yang saling terkait dalam pergerakan suatu produk atau jasa dari pemasok ke konsumen atau pelanggan. Sistem dan kualitas pada kajian teoritis melandasi konstruk yang dirancang dalam penelitian ini yaitu teori manajemen operasional (Ramanda, 2016). Manajemen operasional adalah serangkaian aktivitas untuk menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa melalui transformasi input menjadi output (Sambung *et al.*, 2021). Aktivitas merupakan proses atau sekumpulan kegiatan yang memerlukan satu atau lebih dari input, merubah dan menambah nilai pada input tersebut, sehingga dapat memberikan satu atau lebih output bagi pelanggan. Input terdiri atas sumber daya manusia, modal (peralatan dan fasilitas), pembelian bahan baku dan jasa, tanah dan energi. Sedangkan outputnya adalah barang dan jasa.

Manajemen operasional merupakan salah satu fungsi utama setiap perusahaan (Wijaya *et al.*, 2021), oleh karena itu ada sedikitnya 10 keputusan strategis dalam manajemen operasional yang terdiri dari: (1) *service and product design*, (2) *quality management*, (3) *process and capacity design*, (4) *location*, (5) *layout design*, (6) *human resources and job design*, (7) *supply chain management*, (8) *inventory, material requirements planning, and JIT* (9) *intermediate and project scheduling*, (10) *maintenance*. Manajemen operasi merupakan desain sistematis, pengarahan, dan pengawasan proses yang mentransformasi input menjadi untuk internal, eksternal dan konsumen (Wijaya & Setiawati, 2021). Proses adalah setiap aktivitas atau kelompok kegiatan yang menggunakan satu atau lebih input dengan melakukan transformasi, dan memberikan satu atau lebih output kepada pelanggan. Sedangkan operasional adalah kelompok sumber daya untuk melakukan keseluruhan atau sebagian proses.

Manajemen operasional membagi keputusan dalam lima kategori yaitu: (1) *strategic choice*; (2) *process*; (3) *quality*, (4) *capability, location, layout*; (5) *operating decision*. Rantai Pasok (*Supply Chain*) adalah suatu sistem jaringan kerja yang didalamnya terdapat berbagai kegiatan mulai dari memasok bahan baku sampai mengirimnya ke pelanggan atau konsumen akhir.

Berdasarkan definisi manajemen operasional di atas, pada hakikatnya tidak ada perbedaan yang mendasar mengenai definisi manajemen operasional, keduanya menekankan pada proses dan aktivitas dalam pelaksanaan transformasi input menjadi output berupa barang dan jasa (Peridawaty *et al.*, 2021). Setiap kategori keputusan dalam manajemen operasional, memainkan peran vital dalam memperoleh keuntungan yang pada akhirnya dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis (Pakpahan & Sambung, 2022). Sehingga, pada penelitian bertujuan untuk meningkatkan peran penting manajemen rantai pasok dibidang manajemen operasional dalam mendorong kualitas produksi produk (Yusuf & Soediantono, 2022). Penelitian juga memberikan kebaruan dengan rangkaian

pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan pemasok, produsen, gudang dan juga pabrik mie secara efektif agar persediaan barang bisa diproduksi serta didistribusikan dengan jumlah yang tepat untuk menciptakan keunggulan bersaing produk.

Tinjauan Pustaka

Supply Chain Management

Supply Chain Management yaitu jaringan dari organisasi-organisasi yang saling berhubungan serta saling membutuhkan satu sama lain dan juga mereka bekerjasama untuk mengatur, mengawasi, serta meningkatkan arus komoditi dan informasi semenjak dari titik pemasok hingga ke pengguna akhir. *Supply chain Management* (SCM) ialah rangkaian pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan pemasok, produsen, gudang dan juga toko secara efektif agar persediaan barang bisa diproduksi serta didistribusikan dengan jumlah yang tepat, ke lokasi yang tepat, serta di waktu yang tepat sehingga biaya keseluruhan sistem bisa diminimalisir dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan dan layanan (Alam & Tui, 2022). Dalam SCM membutuhkan rangkaian kegiatan yang dibutuhkan untuk merencanakan, mengendalikan, dan menjalankan arus produk dengan cara seefisien mungkin dan hemat biaya dengan *information sharing*.

Manajemen Rantai Pasokan (SCM) dalam mendorong kualitas produksi suatu produk, dilakukan dengan metode dalam mengelola, mengawasi, serta mengendalikan rantai suplai mulai dari pengadaan, persediaan hingga pengiriman produk, dengan memperhatikan ketepatan waktu, ketepatan lokasi, biaya yang seminimal mungkin, serta jumlah produk yang akan dihasilkan (Efendi *et al.*, 2019). Dalam keunggulan bersaing fungsi dari SCM sebagai mediasi pasar, yaitu memastikan bahwa apa yang disuplai oleh para rantai pasok mencerminkan aspirasi pelanggan atau konsumen akhir tersebut. Fungsi kedua ini berkaitan dengan biaya - biaya survey pasar, perencanaan produk, dan biaya - biaya yang timbul akibat tidak terpenuhinya aspirasi konsumen oleh produk yang disediakan oleh sebuah *supply chain*.

Kualitas Produksi

Strategi tercakup dalam aspek yang berbeda untuk memberikan kontribusi pada keseluruhan hasil dari kualitas produksi dapat dilakukan dengan SCM. Salah satunya dengan Untuk membangun kemitraan strategis dengan pemasok ialah hal yang penting untuk sebuah kesuksesan rantai pasokan (Hartina & Setiawan, 2021). Perusahaan memberikan batas jumlah pemasok mereka dengan menerapkan program evaluasi penjual atau vendor. Program-program SCM untuk meningkatkan keunggulan bersaing dengan meningkatkan kualitas produksi mulai dari menemukan pemasok yang memiliki keunggulan operasional, sehingga pelanggan dapat menentukan pemasok yang bisa melayaninya dengan baik. Memiliki hubungan yang lebih dekat dengan para pemasok sangatlah penting karena pemasok akan lebih mudah untuk bekerja sama.

Kualitas produksi dengan berbagi informasi sangatlah penting untuk mengoperasikan rantai pasokan secara efektif. Kemampuan komunikasi suatu perusahaan ditingkatkan dengan sistem teknologi informasi (Joesyiana, 2018). Namun, kompatibilitas sistem informasi antara mitra dagang dapat membatasi kemampuan untuk bertukar informasi (Lestari & Sutrisna, 2021). Sangat dibutuhkan sistem teknologi informasi yang ditingkatkan di mana mitra dalam saluran memiliki akses ke database umum yang diperbarui secara nyata. Selain strategi yang digunakan untuk membangun rantai pasokan yang lebih baik dan juga tersistem, ada juga strategi yang dapat dipilih perusahaan dalam melakukan pembelian kepada supplier/pemasok (Jamaludin, 2022).

Terdapat beberapa strategi dalam meningkatkan kualitas produksi dalam membangun keunggulan bersaing, yang bisa dipilih perusahaan untuk melakukan pembelian kepada *supplier*, diantaranya yaitu: (1) Banyak Pemasok (*Many Supplier*), strategi ini memainkan antara pemasok yang satu dengan pemasok yang lainnya serta membebaskan pemasok untuk memenuhi permintaan pembeli. Para pemasok saling bersaing untuk mendapatkan pelanggan. Walaupun banyak pendekatan negosiasi yang dipakai dalam strategi ini, tetapi hubungan jangka panjang bukanlah menjadi tujuan. Dalam pendekatan ini, tanggung jawab dibebankan pada pemasok untuk mempertahankan teknologi, keahlian, kemampuan ramalan, harga, kualitas serta pengiriman; (2) Sedikit Pemasok (*Few Supplier*), dalam strategi ini, perusahaan mengadakan hubungan jangka panjang dengan para pemasok yang komit. Karena dengan cara ini, pemasok cenderung lebih memahami sasaran-sasaran luas dari perusahaan serta konsumen akhir. Penggunaan hanya beberapa pemasok dapat menciptakan nilai dengan memungkinkan pemasok mempunyai skala ekonomis yang menghasilkan biaya transaksi serta biaya produksi yang lebih rendah. Kinerja pemasok yang tidak baik/buruk ialah salah satu resiko yang dihadapi pembeli sehingga pembeli harus memperhatikan rahasia-rahasia dagang pemasok yang berbisnis di luar bisnis bersama, dan (3) Perusahaan Maya (*Virtual Company*), perusahaan maya mengandalkan berbagai hubungan pemasok untuk memberikan pelayanan pada saat diperlukan. Perusahaan maya memiliki batasan organisasi yang tidak tetap dan juga bergerak sehingga memungkinkan terciptanya perusahaan yang unik agar mampu memenuhi permintaan pasar yang seringkali cenderung berubah. Hubungan bisa bersifat jangka pendek ataupun jangka panjang, mitra sejati atau kolaborasi, serta pemasok ataupun subkontraktor. Apapun bentuk hubungannya diharapkan bisa menghasilkan kinerja kelas dunia yang ramping. Keuntungan yang dapat diperoleh diantaranya yaitu keahlian manajemen yang terspesialisasi, investasi modal yang rendah, fleksibilitas serta kecepatan. Hasil yang diharapkan ialah efisiensi diantaranya yaitu keahlian manajemen yang terspesialisasi, investasi modal yang rendah, fleksibilitas serta kecepatan (Latoconsina & Sariwating, 2020).

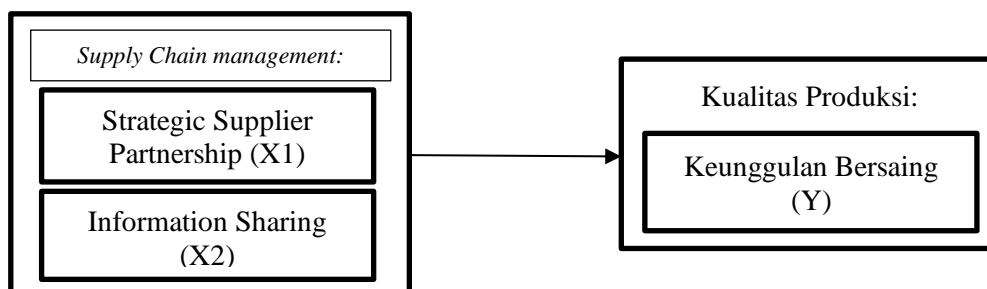
Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya (Kristinae *et al.*, 2020). Keunggulan bersaing adalah sesuatu yang memukinkan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keunggulan yang diperoleh pesaing dalam industri. Untuk menghadapi masalah ketidakpastian pemesanan dalam rantai pasokan atau bullwhip effect, diperlukan sharing informasi di sepanjang rantai pasokan, optimalisasi tingkat persediaan, menciptakan tim rantai pasokan, pengukuran kinerja rantai pasokan, serta membangun koordinasi dan juga kolaborasi di antara mitra bisnis sehingga proses pengiriman produk dari pemasok ke perusahaan dan ke konsumen dapat berjalan lancar dan memungkinkan perusahaan untuk mencapai biaya persediaan yang rendah. Tantangan dalam supply chain management ialah saat menyeimbangkan kebutuhan pengiriman pelanggan secara tepat dengan mendorong biaya produksi serta biaya persediaan.

Pemodelan *supply chain management* dalam keunggulan bersaing, memungkinkan pihak manajer untuk mengevaluasi pilihan yang akan memberikan peningkatan terbesar dalam kepuasan pelanggan dengan biaya yang terjangkau (Katili *et al.*, 2020). Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai persaingan yang dianalisis dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan tersebut bila dibandingkan dengan para pesaingnya. Keunggulan bersaing bersumber dari kemampuan perusahaan tersebut mempertahankan superioritas sumber daya dan kemampuannya.

Kerangka Konsep Penelitian

Penelitian memiliki kerangka konseptual untuk memberikan tuntunan dalam aplikasi system penelitian dan pembahasan hasil, sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut.

- H1 : Diduga variabel *Strategic Supplier Partnership* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kualitas produksi.
- H2 : Diduga variabel *Information Sharing* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kualitas produksi.
- H3 : Diduga variabel Praktik-Praktik *Supply Chain Management* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kualitas produksi.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Industri Toko Mie di wilayah Kota Palangka Raya Provinsi Kalimantan Tengah dengan ruang lingkup penelitian adalah yang terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palangka Raya. Kota Palangka Raya secara geografis terletak pada 113°30' - 114°07' Bujur Timur dan 1°35' - 2°24' Lintang Selatan, dengan luas wilayah 2.853,52 Km² (267.851 Ha) dengan topografi terdiri dari tanah datar dan berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%. Dari data yang diberikan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palangka Raya terdapat 30 Industri Mie yang tersebar di Pasar Kameluh, Kota Palangka Raya. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara. Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert, dan data kuesioner setelah uji asumsi klasik akan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 24.

Hasil Dan Pembahasan

Uji awal dalam penelitian adalah dengan uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kusioner tersebut. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, Dengan membandingkan nilai r hitung (*Corrected ItemTotal Correlation*) dengan nilai r tabel dengan ketentuan untuk degree of freedom (df) = n-2, dimana n adalah jumlah sampel. Hasil perhitungan dilihat dari nilai *pearson correlation* yang dihitung menggunakan SPSS kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} pada tingkat signifikan 5% (0,05) dan kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

Jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka butir pernyataan tersebut valid.

Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan tersebut tidak valid.

Untuk validitas rumus *product moment* Sugiyono (2014:352) :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Ketereangan :

r = Koefisien korelasi product moment

$\sum X$ = Variabel independen (variabel bebas)

$\sum Y$ = Variabel dependen (variabel terikat)

n = Jumlah responden (sampel)

$\sum XY$ = Jumlah perkalian variabel bebas dan variabel terikat

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan alat bantu program SPSS. Untuk menguji valid tidaknya suatu data dalam penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner ke responden.

Uji reliabilitas ini digunakan untuk menguji konsistensi data dalam jangka waktu tertentu, yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang digunakan dapat dipercaya atau diandalkan. Variabel-variabel tersebut dikatakan cronbachalpha nya memiliki nilai $> 0,60$ yang berarti bahwa instrumen tersebut dapat dipergunakan sebagai pengumpul data yang handal yaitu hasil pengukuran relatif koefisien jika dilakukan pengukuran ulang. Uji realibilitas ini bertujuan untuk melihat konsistensi (Ghozali, 2011:48). Uji reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan alat bantu program SPSS, dan dilakukan Pengukuran reliabilitas dengan menggunakan uji Cronbach Alpha:

Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka variabel instrumen dikatakan reliabel. Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka variabel instrumen dikatakan tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dengan asumsi yang digunakan adalah sebagai berikut: Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$) maka H_0 diterima, yaitu variabel residual terdistribusi normal.

Jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) maka H_0 ditolak, yaitu variabel residual tidak terdistribusi normal.

Tabel 1. Uji Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40659569
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.057
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig.dari hasil uji Kolmogorov Smirnov variabel Strategic Supplier Partnership, Customer relationship, Information Sharing adalah sebesar 0,200 nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa dalam model regresi pada penelitian ini terjadi adanya distribusi normal antara variabel terkait dengan variabel bebas, maka model regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Multikolonieritas yaitu suatu keadaan yang variabel bebasnya berkorelasi dengan variabel bebas lainnya. multikolonieritas dapat dilihat dari tolerance value atau nilai variance inflation factor (VIF). Batas terjadinya tolerance value dibawah 0,10 atau VIF diatas 10, maka terjadi masalah multikolonieritas.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.971	1.737		3.437	.002		
Strategic Supplier Partnership (X1)	.537	.224	.236	2.393	.002	.378	2.646
Information Sharing (X2)	.578	.233	.451	2.485	.001	.112	8.953

Sumber: Dari Data Primer (2022)

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh dari nilai tolerance untuk dari ketiga variabel diatas $> 0,10$ dan VIF dari variabel diatas $< 10,00$ yang berarti bahwa model regresi tidak mengandung multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2011: 139) Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendeteksi terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan metode uji Glejser. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilihat dari nilai probabilitas setiap variabel independen. Jika signifikansi $> 0,05$ berarti tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika signifikansi $< 0,05$ berarti terjadi heteroskedastisitas. Hasil nilai signifikansi pada *Strategic Supplier Partnership* (X1) adalah $0,658 > 0,05$, *Information Sharing* (X2) sebesar $0,540 > 0,05$ ini membuktikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *Strategic Supplier Partnership*, *Customer Relationship*, *Information Sharing* terhadap Kinerja Perusahaan.

Tabel 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.971	1.737		3.437	.002
Strategic Supplier Partnership (X1)	.537	.224	.236	2.393	.024
Information Sharing (X2)	.578	.233	.451	2.485	.019

Sumber: data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,971 + 0,537X_1 + 0,578X_2$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda di atas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Rata-rata besarnya kualitas produksi adalah sebesar 5,971 saat tidak dipengaruhi oleh variabel bebas yakni *Strategic Supplier Partnership*, *Information Sharing*.
- *Strategic Supplier Partnership* (b1) = 0,537 artinya jika variabel X1 *Strategic Supplier Partnership* meningkat 1 satuan maka variabel kualitas produksi akan meningkat sebesar 53,7%
- *Customer Relationship* (b2) = 0,578 artinya jika variabel X2 *Information Sharing* meningkat 1 satuan maka kualitas produksi akan meningkat sebesar 57,8%.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan dua macam yaitu Uji t dan Uji F

Uji Parsial t

Uji t atau yang lebih dikenal dengan uji parsial adalah suatu uji yang melihat seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikatnya

Tabel 4. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.971	1.737		3.437	.002
Strategic Supplier Partnership (X1)	.537	.224	.236	2.393	.024
Information Sharing (X2)	.578	.233	.451	2.485	.019

Sumber: data primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel diatas hasil pengujian hipotesis variabel independen secara parsial terhadap variabel dependent dapat dilihat sebagai berikut:

- Uji Hipotesis Pengaruh *Strategic Supplier Partnership* Terhadap kualitas produksi Hasil pengujian secara parsial antara variabel *Strategic Supplier Partnership* terhadap kualitas produksi menunjukkan nilai t-hitung 2,393 > t-tabel 2,051 dengan sig 0,024 < 0,05 dengan H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya ada pengaruh signifikan secara parsial antara variabel *strategic supplier partnership* terhadap kualitas produksi.
- Uji Hipotesis *information sharing* Terhadap Kualitas produksi. Hasil pengujian secara parsial antara variabel Customer Relationship terhadap kinerja perusahaan menunjukkan nilai t-hitung 2,485 > t-tabel 2,051 dengan signifikansi 0,019 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya ada pengaruh signifikan secara parsial antara variabel Customer Relationship terhadap kualitas produksi

Uji F (Simultan)

Untuk mengetahui apakah model regresi di atas sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis untuk melihat pengaruh secara simultan atau gabungan dapat dilakukan dengan menggunakan angka F.

Tabel 5. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	219.335	3	138.712	76.114	.000 ^b
Residual	52.214	27	2.437		
Total	271.549	30			

Sumber: data primer diolah (2022)

Adapun langkah dalam melakukan uji F adalah sebagai berikut:

Menghitung F_{tabel} dengan ketentuan:

- Taraf signifikansi 0,05
- *Degree of freedom* (DF), DF pembilang= K-1, DF penyebut= n- DF pembilang dan F table sebesar 2,95

Menurut hasil penelitian F hitung sebesar 76,114 lebih besar dari F tabel 2,95 > 2,95 yang artinya ada pengaruh signifikan secara simultan antar variabel X1, X2 terhadap Y, dengan demikian maka model regresi sudah layak dan berpengaruh sebesar 0,901 atau 90%.

SIMPULAN

Setelah peneliti melakukan penelitian dan analisis mengenai pengaruh Praktik-praktik *Supply Chain Management* terhadap kinerja perusahaan pada toko mie Kota Palangkaraya maka diperoleh kesimpulan:

- Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa SCM dengan meningkatkan kemitraan strategic berpengaruh positif terhadap kualitas produksi, hasil ini membuktikan bahwa tindakan yang dilakukan oleh dua

belah pihak dengan tujuan menukarkan barang atau jasa dengan menggunakan alat transaksi yang sah dan sama-sama memiliki kesepakatan dalam transaksinya, dalam mendapatkan kesepakatan pengelolaan, bahan baku, produk sampai jasa harus disepakati kedua belah pihak, untuk meningkatkan kualitas produksi.

- Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Information Sharing* (X2) berpengaruh positif terhadap kualitas produksi. Hasil ini membuktikan keunggulan bersaing bersumber dari kemampuan bisnis, seperti kemampuan dalam berbagi informasi mengenai bahan baku, produksi dan distribusi untuk mempertahankan superioritas sumber daya dan kemampuannya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel *Strategic Supplier Partnership*, *Informasi Sharing* memiliki pengaruh positif terhadap variabel kualitas produksi mie di Kota Palangka Raya. Hasil ini membuktikan strategi keunggulan bersaing dalam kualitas produksi, terdapat potensi pertumbuhan yang baik, dan tidak terlalu diperhatikan oleh pesaing dalam rangka mencapai keberhasilannya. Sehingga strategi ini mampu menjadi penggerak bisnis lebih berkonsentrasi pada suatu kelompok pasar tertentu.

REFERENSI

- Alam, N., & Tui, S. (2022). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Pada Perusahaan Manufaktur. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 367-382.
- Efendi, S., Pratiknyo, D., & Sugiono, E. (2019). Manajemen Operasional.
- Hardiana, C. D., & Setiawan, N. (2021). Pengaruh Supply Chain Management (SCM), Manajemen Kualitas dan Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional pada Perusahaan Manufaktur Di Kawasan Delta Silicon Cikarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 30-44.
- Jamaludin, M. (2022). Perencanaan Supply Chain Management (SCM) Pada PT. XYZ Bandung Jawa Barat. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 13(2), 70-83.
- Joesyiana, K. (2018). Penerapan Metode Pembelajaran Observasi Lapangan (Outdoor Study) pada Mata Kuliah Manajemen Operasional (Survey pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Semester III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda). *Peka*, 6(2), 90-103.
- Katili, K., Kindangen, P., & Karuntu, M. M. (2020). Analisis Manajemen Rantai Pasok Ikan Roa Di Desa Kumu Kecamatan Tombariri. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3).
- Kristinae, V., Wardana, I., Giantari, I. G. A. K., & Rahyuda, A. G. J. U. S. C. M. (2020). The role of powerful business strategy on value innovation capabilities to improve marketing performance during the COVID-19 pandemic. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(4), 675-684.
- Latuconsina, Z., & Sariwating, N. D. (2020). Pengaruh Dimensi Dari Supply Chain Management Terhadap Kinerja Operasional Toko Komputer Di Kota Ambon. *Jurnal Cita Ekonomika*, 14(2), 67-80.
- Lestari, S. P., & Sutrisna, A. (2021). Analisis Kinerja Operasi Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Penerapan Total Quality Management (TQM) Dan Supply

- Chain Management (SCM) Di UMKM Kota Tasikmalaya. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 164-169.
- Pakpahan, D. H., & Sambung, R. (2022). The impact of knowledge sharing on employee performance at Palangka Raya's health college. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 11(5), 273-281.
- Peridawaty, P., Toendan, R. Y., & Kristinae, V. (2021). Pelatihan Arsitektur Kewirausahaan dan Literasi Keuangan Dalam Pengabdian Kepada Masyarakat di Bantaran Sungai Kapuas-Kalimantan Tengah. *MEDIA BINA ILMIAH*, 15(9), 5057-5066.
- Ramanda, K. (2016). Penerapan Sistem Manajemen Operasional Pelayanan Pemesanan Menu Makanan Dengan Waiting Line Method. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 12(2), 182-189.
- Sambung, R., Kristiawan, R., & Panjaitan, O. W. O. (2021). Does transformational leadership encourage organizational commitment?. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 6(03), 123-132.
- Wijaya, H. M., Deswanto, G., & Hidayat, R. (2021). Analisis Perencanaan Supply Chain Management (Scm) Pada Pt. Kylo Kopi Indonesia. *Jurnal ekonomi manajemen sistem informasi*, 2(6), 795-806.
- Wijaya, R. A., & Setiawati, N. M. (2021, December). Implementasi Supply Chain Management pada PT Central Proteina Prima Tbk. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 1, pp. 153-165).
- Yusuf, A., & Soediantono, D. (2022). Supply chain management and recommendations for implementation in the defense industry: a literature review. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(3), 63-77.