

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek penelitian ini yaitu seluruh Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Bantul yang terdaftar dalam Direktori Database UKM Daerah Istimewa Yogyakarta 2014. Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Bantul.

B. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Bantul sebanyak 85 perusahaan yang terdaftar dalam Direktori Database UKM Daerah Istimewa Yogyakarta 2014 (BPS Yogyakarta, 2014).

C. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner (Sekaran, 2006). Data primer tersebut berupa jawaban-jawaban atas pernyataan mengenai praktik manajemen rantai pasokan, keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2007). Kuesioner diberikan kepada pemilik atau manajer Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Bantul sebanyak 85 responden yang terdaftar dalam Direktori Database UKM Daerah Istimewa Yogyakarta 2014 (BPS Yogyakarta, 2014). Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang disebarkan kepada responden penelitian berkaitan pada manajemen rantai pasokan, keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh antara variable manajemen rantai pasokan , keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Berikut ini adalah definisi operasional masing-masing variable tersebut:

a. Manajemen rantai pasokan

Manajemen rantai pasokan merupakan seperangkat pendekatan untuk mengefisienkan integrasi supplier, manufaktur, gudang dan penyimpanan, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat dengan tujuan mencapai biaya minimum dan memberikan kepuasan bagi pelanggan (David Simchi Levi, *et al*, 2003).

Indikator manajemen rantai pasokan dalam penelitian diukur dengan skala likert 5 point. Indikator tersebut meliputi (Li *et al*, 2006):

- 1) Hubungan Kemitraan stratejik adalah hubungan jangka panjang perusahaan pada mitranya atau pemasok. Hubungan ini dilakukan dengan meningkatkan kualitas, pengembangan broduk, perbaikan secara terus-menerus dan menyelesaikan masalah dengan melibatkan pemasok
- 2) Hubungan pelanggan adalah hubungan yang baik terhadap pelanggan yang direalisasikan dengan melayani complain pelanggan dengan baik, pengiriman barang yang tepat dan cepat, mengetahui keinginan pasar dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.
- 3) *Level of Information sharing* adalah berbagi informasi penting pada mitra perusahaan atau pemasok dapat berupa taktik strategi, kondisi pasar secara umum, dan informasi mengenai pelanggan.
- 4) *Level of Information Quality* penting untuk mencapai keefektifan rantai pasokan, tetapi dampak *information sharing* akan dirasakan signifikan tergantung pada informasi yang dibagikan, kepada siapa informasi tersebut dibagikan, kapan dan bagaimana informasi tersebut dibagikan (Monezka *et al*, 1998).

5) *Postponement* (Penundaan) didefinisikan sebagai praktik-praktik pembuatan, penyediaan, bahan, dan pengiriman dalam rantai pasokan yang memungkinkan perusahaan untuk lebih fleksibel dalam mengembangkan variasi produk yang berbeda untuk memenuhi perubahan kebutuhan konsumen dan membedakan suatu produk untuk memodifikasi fungsi permintaan (Beamon, 1998)

b. Keunggulan kompetitif

Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai yang tidak dimiliki dan tidak dapat ditiru pesaing. Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan perusahaan untuk menciptakan posisi yang unggul dibandingkan pesaingnya. Indikator keunggulan kompetitif diukur menggunakan Skala Likert 5 point, dimensi ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan (Li *et al*, 2006) yang meliputi:

- 1) Harga, di mana perusahaan memberikan harga yang kompetitif atau lebih rendah dari pesaing.
- 2) Kualitas merupakan hal utama dalam perusahaan untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Perusahaan menawarkan produk yang berkualitas agar pelanggan meningkat dan loyal.
- 3) *Delivery dependability* saling ketergantungan antar partner dalam manajemen rantai pasokan akan menguatkan pengiriman produk dari hulu hingga hilir. *Delivery*

dependability juga akan menyebabkan hubungan jangka panjang kepada pemasok.

- 4) Produk inovatif menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan suatu perusahaan. Perusahaan harus melakukan inovasi produk seiring dengan kebutuhan pelanggan dan menyediakan produk dengan keunggulan baru dibandingkan pesaing.
- 5) *Time to market* adalah sejauh mana perusahaan mampu meluncurkan dan memperkenalkan produk baru yang lebih cepat dari pesaingnya dan mengembangkan produk baru sehingga mampu merebut pangsa pasar terlebih dahulu bahkan mampu memimpin pasar dan menghasilkan laba yang lebih tinggi.

c. Kinerja Perusahaan

Bastian (2001) dalam Suharto dan Devie (2013) mengungkapkan bahwa kinerja perusahaan adalah tingkat pencapaian pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi, dalam upaya mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi tersebut. Skala Likert 5 point digunakan untuk melihat kinerja perusahaan dibandingkan kinerja rata-rata industry. Indikator variabel kinerja perusahaan yaitu (Suharto dan Devie 2013) :

- 1) Kinerja keuangan adalah kinerja perusahaan yang berbasis pada hasil penjualan, target marginal, pertumbuhan penjualan, target biaya produksi dan tingkat produktivitas perusahaan.
- 2) Kinerja operasional adalah kinerja perusahaan dalam menguasai pangsa pasar, melakukan peluncuran produk baru, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Validitas adalah instrument yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya dapat diukur (Sugiyono, 2007). Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tepat mengukur obyek yang diteliti. Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid atau tidaknya suatu instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment person* dengan level signifikansi 5%. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka dinyatakan valid dan sebaliknya apabila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka dinyatakan tidak valid, Sekaran (2006).

2. Uji Reliabilitas

Data yang reliabel dalam instrument penelitian berarti data tersebut dapat dipercaya. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur

apakah jawaban seorang responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Apabila responden konsisten dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner, maka data tersebut reliabel, sedangkan jika jawaban seorang responden acak maka dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak reliabel, Ghozali (2006). Untuk mengetahui tingkat reliabilitas adalah dengan nilai *Cronbach Alpha*, jika semakin tinggi mendekati angka 1 maka semakin tinggi nilai konsistensi internal reliabilitasnya. Jika nilai *Cronbach Alpha* diatas $\geq 0,6$ maka reliabilitas diterima, Sekaran (2006).

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi sederhana dan berganda maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

- a. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atautkah tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Ghozali (2013). Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak digunakan uji *Kolmogorof Smirnov test*. Apabila nilai *Kolmogorof Smirnov Z* mendekati 1 dengan Signifikansi asimetris lebih besar dari 0,05 berarti data berdistribusi normal dan sebaliknya apabila nilai *KolmogorofSmirnov Z* mendekati 0 dengan Signifikansi asimetris lebih kecil dari 0,05 berarti distribusi data tidak normal.

b. Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara serangkaian observasi yang menurut waktu (*time series*) atau secara silang ruang (*cross sectional*). Hal ini mempunyai arti bahwa hasil yang dicapai dipengaruhi oleh waktu dan tempat observasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson, Santoso (2002) dalam Pasaribu, (2008). Di mana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai Durbin Watson. Kriteria yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya gejala auto korelasi sebagai berikut :

- 1) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

c. Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara pengujian ada tidaknya heteroskedastisitas bermacam-macam diantaranya dengan menggunakan uji *park*

(Ghozali, 2011). Pengujian ini dilakukan dengan meregresikan nilai logaritma residual variabel-variabel independen. Jika variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen, maka indikasi terjadi heteroskedastisitas atau sebaliknya. Kriteria pengujian ini jika signifikansi dari variabel bebas lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, dan jika nilai signifikansi dari variabel bebas lebih kecil dari 0,05 maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Untuk Menguji Hipotesis 1 dan 3 Digunakan Bentuk Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh manajemen rantai pasokan dan keunggulan kompetitif dengan kinerja perusahaan sebagai variabel dependen. Kriteria pengujian adalah hipotesis diterima apabila signifikansi < 0.05 . Persamaan regresi dapat dituliskan menurut Alni, dkk (2013) dalam bukunya, sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + bX + bZ + e}$$

Keterangan :

Y	= Kinerja Perusahaan
a	= Konstanta
X	= Manajemen Rantai Pasokan
Z	= Keunggulan Kompetitif
b	= Koefisien Regresi
e	= Error

Rumusan Hipotesis

H_1 : Manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

H_3 : Keunggulan kompetitif memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan

2. Untuk Menguji Hipotesis 2 Digunakan Bentuk Persamaan Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara manajemen rantai pasokan dan unggulan kompetitif, peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Analisis linier sederhana digunakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel independen (variabel X), berdasarkan nilai variabel dependen (variabel Z) yang diketahui. Dengan menggunakan analisis regresi linier maka akan mengukur perubahan variabel terikat berdasarkan variabel bebas. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh yang diperkirakan antara variabel X dengan variabel Y dilakukan dengan rumus regresi linier sederhana, yaitu sebagai berikut:

$$Z = a + bX + e$$

(Sumber : Sugiyono, 2009)

Keterangan :

Z = Keunggulan kompetitif

X = Manajemen rantai pasokan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error

Rumusan Hipotesis 2:

H_2 : Manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

3. Untuk Menguji Hipotesis 4 Digunakan Metode *Path analysis*

Untuk melihat pengaruh tidak langsung manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan kompetitif maka digunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur adalah perluasan dari analisis regresi linear berganda atau penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan berdasarkan teori (Ghozali, 2011).

Pada formula, variabel Manajemen Rantai Pasokan (X) merupakan variabel independen, Keunggulan Kompetitif (Z) merupakan variabel intervening dan variabel Kinerja Perusahaan (Y) merupakan variabel dependen.

Pengaruh langsung X ke Y = P_1

Pengaruh tidak langsung X ke Z ke Y = $P_2 \times P_3$

Keterangan :

P_1 = Koefisien pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan

P_2 = Koefisien pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif

P_3 = Koefisien pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan

Jika hasil pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung maka keunggulan kompetitif berperan sebagai mediasi dalam pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan dan sebaliknya.

4. Uji Statistik F

Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh manajemen rantai pasokan dan keunggulan kompetitif sebagai variabel independen (bebas) terhadap kinerja perusahaan sebagai variabel dependen (terikat) secara simultan. Melalui uji F kita akan memperoleh F hitung dan kemudian akan membandingkan dengan F tabel pada taraf nyata (*level of significant*) 5% dimana ketentuannya apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti ada pengaruh signifikan secara bersama-sama dari manajemen rantai pasokan dan keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan. Sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti tidak ada pengaruh signifikan secara bersama-sama dari manajemen rantai pasokan dan keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan.

5. Uji Statistik t (t-test)

Uji statistic t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh antara manajemen rantai pasokan sebagai variabel independen secara parsial terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan sebagai variabel dependen, serta variabel keunggulan kompetitif

sebagai variabel independen terhadap kinerja perusahaan sebagai variabel dependen secara parsial. Melalui perhitungan dengan t-statistik akan diperoleh nilai t hitung masing- masing variabel bebas untuk dibandingkan dengan nilai t tabel pada taraf nyata (*level of significant*) 5% di mana ketentuan pengujian adalah:

- a. Jika nilai t hitung $>$ t table atau p value $<$ α , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain variabel independent berpengaruh secara parsial terhadap variable dependen, sebaliknya
- b. Jika t hitung $<$ t table atau p value $>$ α , maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan kata lain variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.