

ANALISIS PENGARUH BERBAGI INFORMASI PADA KINERJA RANTAI PASOK DENGAN KEPERCAYAAN DAN HUBUNGAN JANGKA PANJANG SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA UKM BATIK KABUPATEN BANTUL D.I. YOGYAKARTA)

Syifa Nur Azizah Assahidah¹, Titik Kusmantini², Tri Wahyuningsih³
^{1,2,3}) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta
 syifanana7@gmail.com¹, titik.kusmantini@upnyk.ac.id²,
 triwahyuningsih@upnyk.ac.id³

Abstrak. Kondisi pasar yang sangat dinamis terutama pasca Pandemi COVID-19 mendorong pelaku UKM Batik Kabupaten Bantul untuk beradaptasi terhadap permintaan pasar dan kegiatan operasional mereka agar memiliki keunggulan kompetitif. Hubungan baik dengan pemasok memungkinkan pelaku usaha memperoleh kepercayaan dengan pemasok yang membuat proses berbagi informasi cepat dan akurat sehingga respon pelaku usaha terhadap kondisi pasar menjadi lebih cepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Berbagi Informasi pada Kinerja Rantai Pasok dengan Kepercayaan dan Hubungan Jangka Panjang sebagai variabel mediasi (Studi pada UKM Batik Kabupaten Bantul). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer menggunakan sampel sebanyak 46 responden. Pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis Partial Least Square (PLS) dengan alat analisis SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) berbagi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasok, 2) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasok, 3) hubungan jangka panjang berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja rantai pasok, 4) berbagi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, 5) berbagi informasi berpengaruh positif dan 6) signifikan terhadap hubungan jangka panjang, kepercayaan memediasi pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok, dan hubungan jangka panjang tidak memediasi pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok.

Kata kunci: Berbagi Informasi, Kepercayaan, Hubungan Jangka Panjang, Kinerja Rantai Pasok

Abstract. A dynamic market conditions, after the COVID-19 Pandemic, have encouraged SME Batik in Bantul Regency to adapt to market demands and their operational activities intending to have a competitive advantage. Good relationships with suppliers enable SME to gain trust with suppliers which makes the process of sharing information fast and accurate so SME respond to market conditions quicker. This study aims to analyze the effect of Information Sharing on Supply Chain Performance with Trust and Long-Term Relationships as a mediating variable (Study on SMEs Batik Bantul Regency). This study uses a quantitative method with a questionnaire as a primary data collection tool using a sample of 46 respondents. Hypothesis testing using SmartPLS 3.0 analysis tool. The results of this study indicate that 1) information sharing has a positive and significant effect on supply chain performance, 2) trust has a positive and significant effect on supply chain performance, 3) long-term relationships have a positive but not significant effect on supply chain performance, 4) information sharing has an effect positive and significant effect on trust, 5) information sharing has a positive and 6) significant effect on long-term relationships, trust mediates the effect of information sharing on supply chain performance, and long-term relationships do not mediate the effect of information sharing on supply chain performance.

Keywords : Capital Adequacy, MSME Lending, Company Performance

I. PENDAHULUAN

Kondisi pasar yang dinamis mendorong pelaku UKM untuk beradaptasi terhadap permintaan pasar dan kegiatan operasional mereka agar memiliki keunggulan kompetitif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian Kerjasama Sosial Paguyuban Batik Tulis Giriloyo, Ibu Khibtiah dan Ketua UKM Desa Trimulyo, Bapak Iswanto, peneliti menemukan pelaku UKM batik di Kabupaten Bantul kurang beradaptasi dengan kondisi pasar yang dinamis terutama pasca pandemic Covid-19. Permintaan pasar terhadap produk kain batik menjadi sangat fluktuatif. Kurangnya koordinasi dan transfer informasi antara pelaku UKM batik Kabupaten Bantul dan pemasok memberikan dampak negatif terhadap kekurangan bahan baku karena permintaan dan penawaran yang tidak seimbang dan menimbulkan tambahan waktu produksi sehingga kinerja rantai pasok tidak maksimal. Selama ini pelaku UKM Batik di Kabupaten Bantul menilai kinerja mereka hanya dari jumlah produksi dan penjualannya saja. Sementara itu hal-hal yang berkaitan dengan rantai pasokan seperti jumlah permintaan, pengaturan persediaan dan aset, biaya proses produksi, serta faktor-faktor lain yang mempengaruhi penilaian kinerja keseluruhan pada sebuah rantai pasokan kurang diperhatikan.

Berbagi informasi merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan kinerja rantai pasok agar pelaku usaha dapat memiliki keunggulan kompetitif dari segi operasional. Penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Kusmantini, Setya Prayogi, Wahyuningsih, Wahyu Pratiwi., (2020) membuktikan bahwa berbagi informasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Jika intensitas berbagi informasi antar mitra meningkat, maka kinerja rantai pasok pun akan meningkat begitu pula sebaliknya. Proses berbagi informasi yang tepat seperti jumlah penjualan, persediaan, permintaan, harga bahan baku, dan informasi pemesanan data memaksimalkan keuntungan berbagi informasi pada Kinerja Rantai Pasok (Susanty, Sirait, Bakhtiar, 2018).

Menurut Susanty et al., (2018) Ketepatan informasi yang dibagikan antar mitra dalam suatu rantai pasok dapat dilihat dari hubungan kepercayaannya dan kepercayaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja manajemen rantai pasok. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marlin, Majid, Dwiyanto, (2017) kepercayaan antar pihak yang terlibat dalam rantai pasokan seperti pelaku usaha, pemasok, dan distributor dapat mempengaruhi kinerja rantai pasok. Perubahan kondisi pasar yang dinamis mengharuskan pelaku usaha memiliki berbagai alternatif tindakan dalam melakukan aktivitas produksi agar dapat bertahan dalam persaingan pasar yang ketat. Menjalin hubungan baik dengan pemasok menjadi salah satu faktor penting yang membuat pelaku usaha dapat beradaptasi dengan kondisi pasar yang dinamis. Hubungan baik dengan pemasok memungkinkan pelaku usaha memperoleh kepercayaan satu sama lain yang membuat proses berbagi informasi lebih cepat dan akurat sehingga respon pelaku usaha menghadapi kondisi pasar yang dinamis menjadi lebih cepat. Selain itu, hubungan baik dengan pemasok akan memungkinkan mitra rantai pasok menjalin hubungan kerja sama jangka panjang dan dapat mendukung kuat lemahnya pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok.

Pelaku UKM batik di Kabupaten Bantul rata-rata sudah memiliki hubungan baik dengan pemasoknya sehingga memperoleh kepercayaan satu sama lain dan menjalin hubungan kemitraan cukup lama kurang lebih 10 tahun. Studi literatur yang dilakukan oleh Kusmantini et al., (2020) menjelaskan bahwa berbagi informasi memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap hubungan antar perusahaan sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Khan et al., (2016) yang mengatakan bahwa mitra rantai pasok yang bertukar informasi secara berkala dapat bekerja sebagai sebuah kesatuan dan mereka dapat merespon dengan cepat pada perubahan pasar yang akhirnya membuat membuat

berbagi informasi menjadi pendekatan yang tepat untuk perusahaan-perusahaan dalam membangun kerjasama atau hubungan jangka panjang yang kooperatif. Pengelolaan hubungan jangka panjang yang kuat, tahan lama dan saling menguntungkan dapat meningkatkan kinerja rantai pasok yang menciptakan profitabilitas pada kegiatan operasional pelaku usaha (Ariani et al., 2013).

Manajemen Rantai Pasokan

Manajemen Rantai Pasokan merupakan pendekatan yang dilakukan untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasi arus dari bahan baku, informasi, dan aliran keuangan di sepanjang rantai pasokan sehingga barang dagangan dapat disediakan, diproduksi, dan didistribusikan dalam jumlah, tempat, waktu, dan biaya yang efektif dan efisien (Kusmantini et al., 2020). Tujuan dari manajemen rantai pasokan adalah mengkoordinasi aktivitas rantai pasokan agar tercipta keunggulan kompetitif dan manfaat dari rantai pasokan bagi pelanggan yang terdapat di dalam rantai pasokan tersebut (Heizer & Render, 2014). Agar manajemen rantai pasok berhasil, perusahaan-perusahaan yang terlibat didalamnya harus bekerja sama dalam berbagi informasi (Warella et al., 2021)

Integrasi Rantai Pasok

Integrasi rantai pasok relatif baru dalam bidang penelitian, meskipun ada banyak penelitian mengenai hubungan rantai pasok unidimensional, memeriksa hubungan kolaboratif antara pelanggan dan produsen dan pelanggan atau pemasoknya (Fawcett & Magnan, 2002).

Berbagi Informasi

Berbagi informasi didefinisikan sebagai keinginan perusahaan untuk membagikan data strategi mereka seperti tingkat persediaan, peramalan, promosi, dan strategi pemasaran dalam membentuk suatu rantai pasok Kusmantini et al., (2020). Dalam terminologi lain 'Berbagi informasi' dapat merujuk pada 'Knowledge sharing' atau 'Information Intergration'. Para ahli lain mendefinisikan berbagi informasi merupakan intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya dengan mitra untuk saling berbagi informasi terkait strategi bisnis yang bisa memberikan keuntungan bersama (Ariani et al., 2013).

Kepercayaan

Studi literatur sudah banyak dilakukan oleh peneliti untuk mempelajari kepercayaan misalnya dibidang ekonomi, pemasaran, pertukaran sosial dan sebagainya. Kepercayaan didefinisikan sebagai rasa bersedia untuk bergantung kepada mitra dimana seseorang tersebut memiliki kepercayaan (Sahay, 2003; Panayides & Venus Lun, 2009). Kepercayaan dan kinerja rantai pasok yang pengukurannya dilakukan dengan menggunakan indikator kualitas proses produksi, durasi proses, tingkat efisiensi waktu dan biaya, serta fleksibilitas rantai pasokan (Abdallah et al., 2017).

Hubungan Jangka Panjang

Hubungan jangka panjang didefinisikan sebagai persepsi mengenai saling ketergantungan antara pemasok dan perusahaan baik dalam konteks produk maupun harapan hubungan yang akan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak dalam jangka waktu lama (Indriani, 2006; Ariani et al., 2013).

Kinerja Rantai Pasok

Kinerja rantai pasok didefinisikan sebagai hasil dari pengelolaan rantai pasokan dan seberapa baik pengelola logistik (fasilitas, inventaris, transportasi) dan pengelola lintas fungsional (informasi, sumber, dan harga) bersama-sama berinteraksi untuk

menentukan tingkat kinerja dalam hal daya tangkap dan efisiensi sebuah rantai pasokan (Chopra & Meindl, 2013)

Hubungan Antar Variabel

Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kinerja Rantai Pasok

Informasi menjadi suatu pengetahuan yang sangat penting untuk mengelola komunikasi antar pelaku usaha. Informasi yang dibagikan akan dijadikan acuan untuk melakukan tindakan atau perencanaan bisnis. Pelaku usaha yang menerapkan *supply chain* pada bisnisnya, keakuratan informasi yang disampaikan menjadi penting karena informasi tersebut akan dijadikan acuan tindakan selanjutnya. Berbagi informasi yang transparan dapat membantu memenuhi kebutuhan informasi perusahaan sehingga dapat mempercepat proses pengambilan keputusan atau pengambilan keputusan dalam kegiatan rantai pasok dari hulu hingga hilir. Berbagi informasi memungkinkan seluruh anggota rantai pasok untuk mendapatkan, menyampaikan, dan menjaga informasi yang dibutuhkan sehingga dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki efisiensi dan efektifitas dari suatu rantai pasok. Pada penelitian sebelumnya Ariani et al., (2013) menyimpulkan bahwa berbagi informasi dapat mempengaruhi kemajuan kinerja rantai pasok secara langsung. Proses berbagi informasi yang tepat seperti jumlah penjualan, persediaan, permintaan, harga bahan baku, dan informasi pemesanan data memaksimalkan keuntungan berbagi informasi pada Kinerja Rantai Pasok (Susanty et al., 2018).

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasok

Kepercayaan berarti suatu perusahaan bersedia untuk mengambil resiko atau membuka diri dalam hubungan pada perusahaan lain. Kepercayaan merupakan hal krusial dalam rantai pasok, karena orang-orang mengelola kinerja aktivitas mereka dalam rantai pasok (Sahay, 2003). Studi literatur sebelumnya, Susanty et al., (2018) menyimpulkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kinerja Rantai Pasok. Kepercayaan dapat mempengaruhi Kinerja Rantai Pasok dengan kepercayaan antar pihak yang terlibat dalam rantai pasokan seperti perusahaan, pemasok, dan distributor (Marlin et al., 2017). Oleh karena itu penting bagi UKM untuk mengetahui indikator yang dapat meningkatkan kepercayaan dengan pemasok mereka dan mengawasi peningkatan mereka. Selain itu Yeung et al., (2009) menemukan bahwa menggunakan kepercayaan sebagai mekanisme manajemen hubungan memungkinkan perusahaan untuk mencapai internal dan intergasi rantai pasok yang lebih tinggi.

Pengaruh Hubungan Jangka Panjang terhadap Kinerja Rantai Pasok

Pada penelitian yang dilakukan oleh Marlin et al., (2017) mengenai pengaruh Berbagi Informasi, *Trust*, *Long-term Relationship*, dan *Process Integration* terhadap Kinerja Rantai Pasok menunjukkan hubungan jangka panjang memiliki nilai pengaruh yang paling besar terhadap Kinerja Rantai Pasok. Hal ini dikarenakan semakin lama kerjasama antara mitra dalam rantai pasok maka akan semakin besar kesepahaman antar keduanya. Studi terdahulu yang dilakukan oleh Kusmantini et al., (2020) menyimpulkan bahwa hubungan antar perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Rantai Pasok. Hubungan yang kooperatif membawa berbagai macam manfaat pada proses dari aktivitas rantai pasokan yang dapat mengembangkan keseluruhan kinerja rantai pasok. Seperti yang kita ketahui bahwa hubungan jangka panjang merupakan salah satu indikator dari hubungan antar perusahaan sehingga penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi penelitian penulis.

Pengaruh Berbagi informasi terhadap Kepercayaan

Berbagi informasi merujuk kepada tingkat kepentingan dari suatu informasi yang bisa di komunikasikan kepada seluruh bagian dari mitra bisnis Monczka and Petersen, 2008; Susanty et al., (2018). Informasi yang dibagikan oleh suatu anggota rantai pasok akan dijadikan acuan untuk mengambil suatu keputusan. Sehingga penting bagi suatu anggota rantai pasok baik UKM maupun pemasok untuk memberikan informasi yang akurat dan tepat karena dapat mempengaruhi durasi dalam proses pengambilan suatu keputusan dalam kegiatan rantai pasok dari hulu hingga ke hilir. Berbagi Informasi merupakan prasyarat dari hubungan kepercayaan antar mitra Henriott, 1999; Sahay, (2003). Ketepatan informasi yang dibagikan antar mitra dalam suatu rantai pasok dapat dilihat dari hubungan kepercayaan keduanya. Penelitian sebelumnya Susanty et al., (2018) ingin membuktikan bahwa berbagi informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dengan memastikan apakah informasi yang diberikan dari pemasok terhadap mitra UKM tepat atau tidak. Hasil dari penelitian tersebut mengatakan bahwa berbagi informasi memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepercayaan, itu artinya para pemasok telah memberikan informasi yang tepat terhadap mitra UKM. Studi lain yang dilakukan oleh Sahay, (2003) juga mendukung jika berbagi informasi merupakan hal krusial karena itu mengizinkan perusahaan untuk memberi tahu situasi mereka untuk meyakinkan mitra atas kemampuan dan maksud mereka. Berbagi informasi penting lebih lanjut dapat membangun hubungan kepercayaan itu sendiri karena beberapa informasi yang diberikan membuat mitra merasa lebih aman dalam hubungan mereka.

Pengaruh Berbagi informasi terhadap Hubungan Jangka Panjang

Pada jangka panjang, berbagi informasi memfasilitasi koordinasi dari sebuah proses yang dapat membawa peningkatan pada hubungan jangka panjang (Kembro & Selviaridis, 2015). Berbagi informasi dapat meningkatkan kepercayaan antar mitra dalam rantai pasok yang berpengaruh terhadap kerjasama. Kerjasama merupakan fenomena yang penting dalam hubungan jangka panjang seperti yang disebutkan oleh literatur mengenai hubungan. Kerjasama dan berbagi informasi digunakan sebagai indikator kuat dalam suatu hubungan, untuk melihat potensi manfaat dari sebuah kerjasama jangka panjang (Sahay, 2003). Studi literatur yang dilakukan oleh Kusmantini et al., (2020) menjelaskan bahwa berbagi informasi memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap hubungan antar perusahaan. Mitra rantai pasok yang bertukar informasi secara berkala dan bekerja sebagai sebuah kesatuan dan mereka dapat merespon dengan cepat pada perubahan pasar yang akhirnya membuat membuat berbagi informasi menjadi pendekatan yang tepat untuk perusahaan-perusahaan dalam membangun kerjasama atau hubungan jangka panjang yang kooperatif (Khan et al., 2016).

Kepercayaan Memediasi Pengaruh Berbagi informasi terhadap Kinerja Rantai Pasok

Berbagi informasi antar mitra rantai pasok tidak hanya memenuhi kebutuhan operasional UKM seperti kebutuhan bahan baku, proses produksi, dan distribusi, berbagi informasi lebih lanjut dapat membangun hubungan kerjasama yang lebih erat sehingga menciptakan kepercayaan antara mitra dalam sebuah rantai pasok. Kepercayaan dapat membuat proses berbagi informasi menjadi lebih mudah sehingga dapat menciptakan kinerja rantai pasok yang lebih baik. Proses berbagi informasi yang tepat seperti jumlah penjualan, persediaan, permintaan, harga bahan baku, dan informasi pemesanan data memaksimalkan keuntungan berbagi informasi pada Kinerja Rantai Pasok (Susanty et al., 2018).

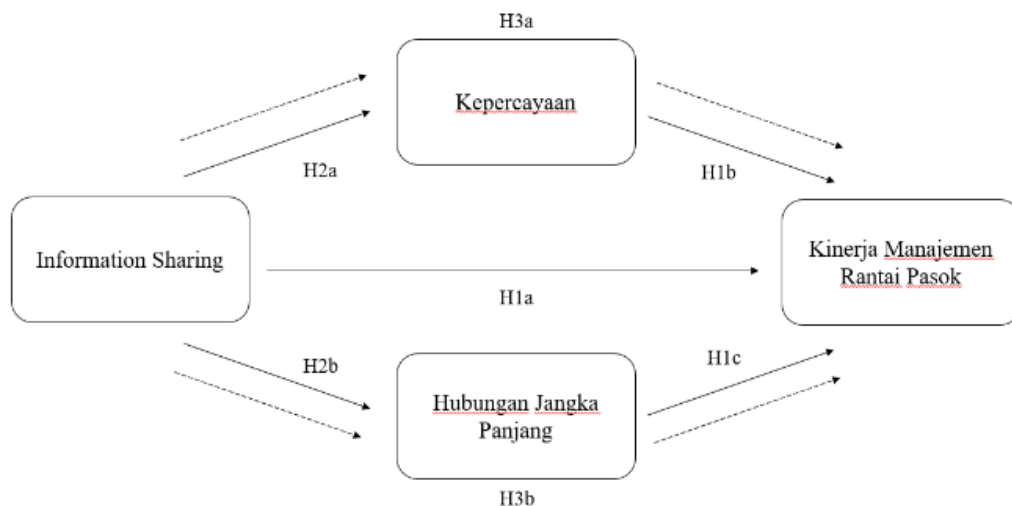
Hubungan Jangka Panjang Memediasi Pengaruh *Berbagi informasi* terhadap Kinerja Rantai Pasok

Hubungan jangka panjang dapat memperkuat pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok. Dalam penelitiannya, Kusmantini et al., (2020) menemukan pengaruh positif yang signifikan berbagi informasi terhadap Kinerja Rantai Pasok yang dimediasi oleh hubungan antar perusahaan dimana salah satu indikator dari hubungan antar perusahaan tersebut adalah hubungan jangka panjang. Dengan adanya hubungan jangka panjang antara pemasok dan pelaku usaha, proses berbagi informasi menjadi lebih efektif dan efisien dalam peningkatan kinerja rantai pasok.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang menggunakan data berupa angka-angka yang umumnya dikumpulkan melalui pertanyaan-pertanyaan yang terstruktur. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer dikumpulkan dari sumber asli untuk tujuan khusus penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh UKM Batik yang berada di Kabupaten Bantul. Sedangkan sampelnya merupakan sebagian UKM Batik di Kabupaten Bantul dengan 46 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling acak sederhana yang merupakan pengambilan sampel secara acak dari populasi berdasarkan frekuensi probabilitas semua anggota populasi (Sugiyono, 2019). Metode utama dalam pengumpulan data primer pada penelitian ini adalah kuesioner Sekaran & Bougie, (2016) Pada penelitian ini pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala likert untuk mengisi kuesioner yang dibagikan pada responden untuk melihat tingkat persetujuan pada pernyataan yang diajukan peneliti.

Berikut Kerangka pemikiran penelitian pada penelitian ini :



H1a Berbagi informasi berpengaruh langsung terhadap kinerja rantai pasok

H1b Kepercayaan berpengaruh langsung terhadap kinerja rantai pasok

H1c Hubungan jangka panjang berpengaruh langsung terhadap kinerja rantai pasok

H2a Berbagi informasi berpengaruh terhadap kepercayaan

H2b Berbagi informasi berpengaruh terhadap hubungan jangka panjang

H3a Kepercayaan memediasi pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok

H3b Hubungan jangka panjang memediasi pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok.

Definisi operasional variabel menjelaskan mengenai definisi variabel yang akan diteliti, indikator, dan sumber dari indikator dari variabel yang diteliti. Tabel 1 menyajikan definisi operasional dan indikator dari variabel yang digunakan pada penelitian ini. Uji instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dianggap valid apabila nilai loading factor $\geq 0,7$. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai cronbach's alpha dan composite reliability. Jika item pengukuran memiliki nilai koefisien alfa lebih besar dari 0.6 maka dikatakan reliabel. Sementara koefisien reliabilitas komposit >0.7 dianggap reliabel (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 1. Variabel, Definisi Operasional, Indikator

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Berbagi Informasi (X)	Berbagi informasi didefinisikan sebagai keinginan perusahaan untuk membagikan data strategi mereka seperti tingkat persediaan, peramalan, promosi, dan strategi pemasaran dalam membentuk suatu rantai pasok (Kusmantini et al., 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi perubahan harga (Susanty et al., 2018) 2. Informasi perubahan permintaan(Susanty et al., 2018) 3. Informasi perubahan persediaan bahan baku (Susanty et al., 2018) 4. Informasi mengenai perencanaan bisnis yang dapat membangun masing-masing pihak (Susanty et al., 2018) 5. Kecepatan Informasi (Susanty et al., 2018)
Kepercayaan (Z1)	Kepercayaan didefinisikan sebagai rasa bersedia untuk bergantung kepada mitra dimana seseorang tersebut memiliki kepercayaan(Susanty et al., 2018).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Percaya terhadap setiap penjelasan pemasok (Susanty et al., 2018) 2. Pemasok selalu menepati janji (Susanty et al., 2018) 3. Pemasok selalu memberikan pelayanan terbaik (Susanty et al., 2018) 4. Keyakinan akan pertimbangan keberlanjutan bisnis dengan pemasok (Susanty et al., 2018) 5. Kepercayaan bahwa pemasok akan selalu mendukung kegiatan operasional dari pelaku UKM (Susanty et al., 2018) 6. Percaya pada pemasok (Susanty et al., 2018)
Hubungan Jangka Panjang (Z2)	Hubungan jangka panjang didefinisikan sebagai persepsi mengenai saling ketergantungan antara pemasok dan perusahaan baik dalam konteks produk maupun harapan hubungan yang akan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak dalam jangka waktu lama (Indriani, 2006; Ariani et al., 2013).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan berlangsung dalam jangka waktu lama (Kusmantini et al., 2020) 2. Kerjasama jangka panjang sebagai dasar hubungan dengan mitra bisnis(Ariani et al., 2013) 3. Berbagi keuntungan dan resiko (Kusmantini et al., 2020) 4. Komunikasi(Ariani et al., 2013)
Kinerja Rantai Pasok (Y)	Kinerja rantai pasok adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan efektif dan efisien baik dalam kualitas produk yang diproduksi dan biaya yang terjadi dalam perusahaan (Kusmantini et al., 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Koordinasi yang baik antara UKM dan pemasok (Susanty et al., 2018) 2. Efektivitas Operasional(Susanty et al., 2018) 3. Efektivitas Bisnis(Susanty et al., 2018) 4. Efektivitas Rantai Pasok (Susanty et al., 2018)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik responden penelitian ini dapat dianalisa dari segi aspek demografi seperti jabatan, Usia UKM, Jenis kelamin, Tingkat Pendidikan, Jumlah Karyawan, dan Jangkauan Pasar . Berikut hasil dari karakteristik UKM tersaji pada tabel di bawah ini:

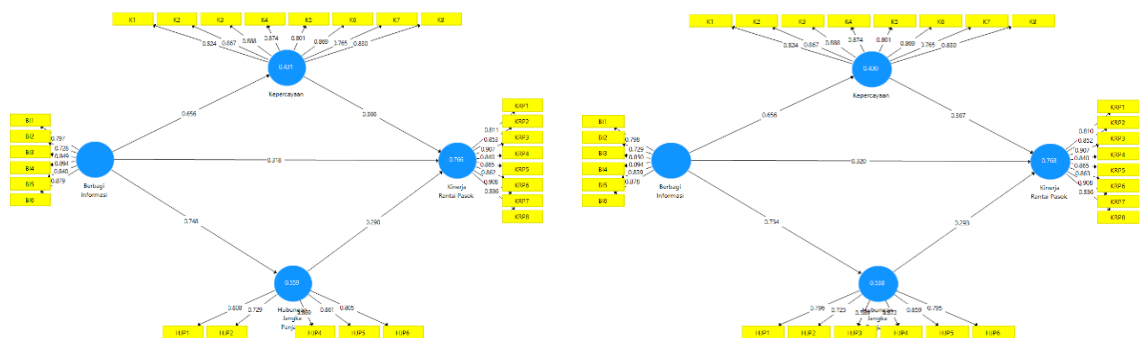
Tabel 2. Deskriptif Responden

Uraian	Jumlah	Presentase
Jabatan		
Pengurus	37	80,4%
Pemilik	9	19,6%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	2	4,4%
Perempuan	44	95,6%
Tingkat Pendidikan		
SD	5	10,8%
SMP	10	21,7%
SMA/Sederajat	27	58,7%
Perguruan Tinggi	4	8,8%
Usia UKM		
Kurang dari 5 tahun	5	10,9%
5-10 Tahun	22	47,8%
Lebih dari 10 tahun	19	41,3%
Jumlah Karyawan		
Kurang dari 5 tahun	5	10,9%
5-10 Tahun	22	47,8%
Lebih dari 10 tahun	19	41,3%
Jangkauan Pasar		
Lokal	13	28,2%
Regional	2	4,4%
Nasional	27	58,7%
Internasional	4	8,7%

Berdasarkan tabel 2 yang menunjukkan aspek demografi dalam penelitian ini yang terdiri dari jabatan, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jumlah karyawan, dan jangkauan pasar.

Evaluasi Outer Model

Hasil uji validitas konvergen pada Gambar 2 menunjukkan bahwa hampir seluruh nilai dari variabel indikator $\geq 0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa indikator valid. Untuk variabel indikator HJP3 tidak valid seperti pada Gambar 2 sehingga tidak digunakan dalam model penelitian selanjutnya seperti pada Gambar 3. Untuk detail dari nilai loading faktor pada penelitian ini ada pada Lampiran 1



Hasil uji reliabilitas dianggap reliabel apabila nilai Average Variance Extracted (AVE) adalah $> 0,5$ dan Composite Reliability yang baik jika memiliki nilai $\geq 0,70$. Hasil uji reliabilitas setelah mengeluarkan konstruk HJP3 memperoleh hasil reliabel. Sehingga seluruh variabel laten dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's alpha $\geq 0,70$, composite reliability $\geq 0,70$, dan AVE $> 0,50$ seperti yang tersaji pada tabel berikut:

Tabel 3. *Outer Model*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Berbagi Informasi	0,911	0,931	0,694
Hubungan Jangka Panjang	0,874	0,908	0,666
Kepercayaan	0,941	0,951	0,707
Kinerja Rantai Pasok	0,950	0,958	0,741

Berdasarkan tabel 3 menyatakan bahwa masing-masing variabel reliabel karena telah memenuhi nilai Cronbach's alpha $> 0,7$ sesuai dengan standar acuan yang dikemukakan oleh (Ghozali & Latan, 2015). Uji diskriminan dilakukan untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang baik atau tidak. Hal ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai cross loading faktor dimana nilai loading factor dari masing-masing konstraknya harus lebih besar dibandingkan dengan cross loading factornya. Hal ini menunjukkan tidak ada masalah pada validitas diskriminannya.

Evaluasi Inner Model

Pengujian Inner model atau model structural dilakukan apabila pengujian outer model telah terpenuhi. Evaluasi inner model dapat dilakukan dengan melihat R^2 untuk variabel terikat dan T-Statistik dari hasil pengujian koefisien jalur. Uji determinasi atau analisis varian (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai koefisien R^2 ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Koefisien Determinasi

	R Square	R Square Adjusted	Kriteria
Hubungan Jangka Panjang	0,559	0,549	Moderat
Kepercayaan	0,431	0,418	Moderat
Kinerja Rantai Pasok	0,766	0,749	Kuat

Pada tabel menunjukkan bahwa pengaruh berbagi informasi terhadap hubungan jangka panjang dan kepercayaan adalah moderat sementara pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok kuat.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan alat uji SmartPLS (Partial Least Square) 3.0. Hasil pengujian inner model itu dilihat dari hasil bootstrapping. Aturan praktis atau rules of thumb yang digunakan pada penelitian ini adalah t-statistik $> 2,201$ dengan signifikansi p-value 0,05 (5%) dan koefisien beta bernilai positif. Hasil model penelitian menggunakan bootstrapping ditunjukkan pada gambar berikut:

Tabel 5. Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Berbagi Informasi -> Hubungan Jangka Panjang	0,748	11,251	0,000	Diterima
Berbagi Informasi -> Kepercayaan	0,656	5,674	0,000	Diterima
Berbagi Informasi -> Kinerja Rantai Pasok	0,318	2,577	0,010	Diterima
Hubungan Jangka Panjang - > Kinerja Rantai Pasok	0,290	1,726	0,085	Ditolak
Kepercayaan -> Kinerja Rantai Pasok	0,366	2,710	0,007	Diterima
Berbagi Informasi -> Kepercayaan -> Kinerja Rantai Pasok	0,240	2,170	0,030	Diterima
Berbagi Informasi -> Hubungan Jangka Panjang - > Kinerja Rantai Pasok	0,217	1,458	0,146	Ditolak

Pembahasan

Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kinerja Rantai Pasok

Hasil uji hipotesis pada tabel berbagi informasi berpengaruh positif dan signifikan dengan kinerja rantai. Hasil penelitian ini mendukung Ariani et al., (2013) yang menyatakan bahwa berbagi informasi merupakan dasar dalam pelaksanaan manajemen rantai pasok yang mempengaruhi kinerja rantai pasok karena dengan berbagi informasi dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki efisiensi dan efektivitas rantai pasokan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasok

Hasil uji hipotesis pada tabel menunjukkan pengaruh positif yang signifikan. Hal itu berarti Pelaku UKM Batik Kabupaten Bantul memiliki kepercayaan terhadap pemasoknya. Kepercayaan antar pelaku usaha dan pemasok dapat mengurangi biaya dan aktivitas yang tidak penting, waktu tunggu kedatangan bahan baku, persediaan bahan baku, dan meningkatkan keuntungan serta kepuasan pelanggan karena pemasok dapat dipercaya untuk mengirimkan kualitas bahan baku yang baik dan tepat waktu (Susanty et al., 2018).

Pengaruh Hubungan Jangka Panjang terhadap Kinerja Rantai Pasok

Hasil uji hipotesis pada Hubungan jangka panjang tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Hubungan jangka Panjang yang dijalin oleh pelaku UKM Batik Kabupaten Bantul dengan pemasoknya hanya sekedar hubungan antara penjual dan pembeli saja namun dalam jangka waktu yang lama. Hubungan keduanya tidak berbagi risiko maupun memberikan keuntungan dalam proses bisnis. Sehingga indikator yang tertulis dalam penelitian ini tidak sesuai dengan kondisi dilapangan. Oleh karena itu pada penelitian ini Hubungan jangka panjang tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok.

Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kepercayaan

Hasil uji hipotesis pada tabel menunjukkan berbagi informasi berpengaruh positif dan signifikan dengan kepercayaan. Artinya berbagi informasi merupakan salah satu faktor yang mendukung terjalinnya suatu kepercayaan antara pelaku usaha UKM Batik

Kabupaten Bantul dengan pemasoknya. Berbagi informasi secara langsung dapat meningkatkan kepercayaan pelaku UKM Batik Kabupaten Bantul kepada pemasok bahan baku mereka. Berbagi informasi secara terus menerus dengan membagikan informasi yang akurat mengenai ketersediaan dan perubahan bahan baku dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap satu sama lain dan membangun kepercayaan (Susanty et al., 2018).

Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Hubungan Jangka Panjang

Hasil uji hipotesis pada tabel menunjukkan berbagi informasi berpengaruh positif dan signifikan dengan hubungan jangka. Hasil penelitian ini mendukung Kusmantini et al., (2020) yang menyatakan bahwa berbagi informasi dapat menciptakan hubungan antar perusahaan yang kooperatif, hubungan yang baik, dan hubungan jangka panjang yang dapat memberikan keuntungan dalam bentuk stabilitas harga dan pasokan bahan baku. Berbagi informasi juga merupakan pendekatan yang layak untuk membangun hubungan kerja sama jangka Panjang. Profitabilitas data dicapai melalui hubungan jangka panjang yang kuat, tahan lama, saling menguntungkan, dan dikelola dengan baik (Ariani et al., 2013).

Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kinerja Rantai Pasok yang dimediasi oleh Kepercayaan

Hasil uji hipotesis pada tabel menunjukkan berbagi informasi secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan dengan kinerja rantai. Berbagi informasi sendiri memiliki pengaruh langsung yang hasilnya signifikan, sudah sangat baik sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pada UKM. Lalu kepercayaan juga memiliki pengaruh langsung yang baik terhadap kinerja rantai pasok. Peran kepercayaan memediasi dapat menjadikan berbagi informasi berpengaruh dan berperan dalam meningkatkan kinerja rantai pasok.. Kepercayaan tetap memediasi pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok, penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Susanty et al., 2018).

Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kinerja Rantai Pasok yang dimediasi oleh Hubungan Jangka Panjang

Hasil uji hipotesis pada tabel menunjukkan hubungan jangka panjang tidak memediasi pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok pada UKM Batik Kabupaten Bantul, D.I. Yogyakarta. Hal ini dikarenakan oleh penentuan indikator dan kuesioner yang tidak sesuai dengan yang berada dilapangan. UKM batik Kabupaten Bantul tidak berbagi keuntungan dan risiko dalam hubungan jangka panjangnya sehingga indikator tersebut tidak sesuai.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan data sebanyak 46 responden yang seluruhnya merupakan UKM Batik Kabupaten Bantul, D.I. Yogyakarta yang diperoleh dengan membagikan kuesioner di lapangan. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dalam penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Berbagi Informasi pada Kinerja Rantai Pasok dengan Kepercayaan dan Hubungan Jangka Panjang sebagai Variabel Mediasi, dapat disimpulkan beberapa hasil penelitian yaitu, Berbagi Informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja rantai Pasok, Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Rantai pasok, Hubungan Jangka Panjang tidak

berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Rantai Pasok, Berbagi Informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepercayaan, Berbagi Informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Hubungan Jangka Panjang, Kepercayaan memediasi pengaruh berbagi informasi secara positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasok, Hubungan jangka Panjang tidak memediasi pengaruh berbagi informasi secara signifikan terhadap kinerja rantai pasok.

Saran

Keterbatasan penelitian ini adalah hanya berfokus pada pelaku UKM Batik Kabupaten Bantul, D. I. Yogyakarta sehingga memungkinkan untuk penerapan variabel dalam penelitian ini tidak berlaku dalam industri lain. Karakteristik responden yang rata-rata memiliki tingkat Pendidikan sekolah menengah juga memungkinkan ketidakakuratan responden dalam pengisian kuesioner. Untuk penelitian selanjutnya dapat memberikan pengertian dan arahan yang lebih mudah dipahami dan mendetail kepada responden agar bisa mendapatkan data yang lebih akurat. Selain itu penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel penelitian ini dalam bidang industri lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh terbesar ada pada variabel kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok dan data yang digunakan dari sudut pandang pelaku UKM. Hal itu berarti pelaku UKM memiliki ketergantungan kepada pemasok. Hubungan jangka panjang memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan pada kinerja rantai pasok. Hal ini dikarenakan oleh Penentuan indikator dan kuesioner yang tidak sesuai dengan yang berada dilapangan. UKM batik Kabupaten Bantul tidak berbagi keuntungan dan risiko dalam hubungan jangka panjangnya sehingga indikator tersebut tidak sesuai. Untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan pra-survei yang lebih matang sehingga dapat menyesuaikan indikator variabel laten sesuai dengan kondisi yang terjadi dilapangan.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, A. B., Abdullah, M. I., & Mahmoud Saleh, F. I. 2017. *The effect of trust with suppliers on hospital supply chain performance: The mediating role of supplier integration. Benchmarking*, 24(3), 694–715. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2016-0062>
- Ariani, D., Dwiyanto, B. M., & Manajemen, J. 2013. ANALISIS PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat) (Vol. 10, Issue 2). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/smo>
- Chopra, S., & Meindl, P. 2013. *Supply chain management: strategy, planning, and operation*. Pearson.
- Fawcett, S. E., & Magnan, G. M. 2002. *The rhetoric and reality of supply chain integration. International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 32(5), 339–361. <https://doi.org/10.1108/09600030210436222>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS3.0 untuk Penelitian Empiris* (2nd ed., Vol. 2).
- Heizer, J., & Render, B. 2014. *Operation Management* (11th ed.). Pearson.

- Kembro, J., & Selviaridis, K. (2015). *Exploring information sharing in the extended supply chain: An interdependence perspective*. *Supply Chain Management*, 20(4), 455–470. <https://doi.org/10.1108/SCM-07-2014-0252>
- Khan, M., Hussain, M., & Saber, H. M. 2016. *Information sharing in a sustainable supply chain*. *International Journal of Production Economics*, 181, 208–214. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2016.04.010>
- Kusmantini, T., Setya Prayogi, D., Wahyuningsih, T., & Wahyu Pratiwi, K. 2020. *EFFECT OF INFORMATION SHARING ON SUPPLY CHAIN PERFORMANCE MEDIATED BY COMPANY RELATIONSHIP (Study at Batik SMEs in Yogyakarta City)*.
- Marlin, A., Majid, 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)*. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 6, 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Panayides, P. M., & Venus Lun, Y. H. 2009. *The impact of trust on innovativeness and supply chain performance*. *International Journal of Production Economics*, 122(1), 35–46. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2008.12.025>
- Sahay, B. S. 2003. *Understanding trust in supply chain relationships*. *Industrial Management and Data Systems*, 103(8–9), 553–563. <https://doi.org/10.1108/02635570310497602>
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2016. *An easy way to help students learn, collaborate, and grow*. www.wileypluslearningspace.com
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Susanty, A., Sirait, N. M., & Bakhtiar, A. 2018. *The relationship between information sharing, informal contracts and trust on performance of supply chain management in the SMEs of batik*. *Measuring Business Excellence*, 22(3), 292–314. <https://doi.org/10.1108/MBE-05-2017-0019>
- Warella, S. Y., Hasibuan, A., Yudha, H. S., Sisca, S., Mardia, M., Kuswandi, S., Tumpu, M., Yanti, Y., Tjahjana, D., & Prasetio, A. 2021. *Manajemen Rantai Pasok*.