

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek/Subyek Penelitian

##### 1. Letak Geografis dan Luas Wilayah.

Kecamatan Kotagede memiliki luas wilayah 3,07 km<sup>2</sup>. Secara geografis Kecamatan Kotagede terletak pada 7 s/d 8 Lintang selatan dan 11 s/d 11,1 garis bujur timur, dan terletak di ketinggian 114 m dari permukaan laut. Kecamatan Kotagede terdiri dari 3 kelurahan dan posisi Kecamatan Kotagede berada di daerah perbatasan dengan kabupaten lain. Di mana batas-batas tersebut :

Sebelah Utara : Kecamatan Banguntapan, Kab Bantul

Sebelah Timur : Kecamatan Banguntapan, Kab Bantul

Sebelah Selatan : Kecamatan Banguntapan, Kab Bantul

Sebelah Barat : Kecamatan Umbulharjo

**Tabel 4.1.**

Luas Wilayah Kecamatan Kotagede

Desa	Luas (km <sup>2</sup> )
Prenggan	0,99
Purbayan	0,83
Rejowinangun	1,25
Total	3,07

Sumber: Kotagede Dalam Angka 2018

Luas wilayah Kecamatan Kotagede adalah 3,07 km<sup>2</sup>. Kelurahan Rejowinangun adalah wilayah paling luas di Kecamatan Kotagede yang luasnya yaitu 1,25 km<sup>2</sup> atau sekitar 41% dari luas Kecamatan. Selanjutnya adalah Kelurahan Prenggan yang mempunyai luas sebesar 0,99 km<sup>2</sup> atau sekitar 32%, dan yang terakhir adalah Kelurahan Purbayan dengan luas

sebesar 0,83 km<sup>2</sup> atau sekitar 27% dari keseluruhan luas Kecamatan Kotagede.

## 2. Sejarah Industri Perak Kotagede.

Sejarah kerajinan perak Kotagede dulu berasal ketika Panembahan Senopati di Mataram (Kotagede) memerintahkan abdi dalem kriya membuat perhiasan dari emas dan perak. Adanya kerajinan perak di Kotagede bersamaan dengan berdirinya Kotagede sebagai Ibu Kota Mataram Islam pada abad ke-16. Bukti tersebut menunjukkan jika seni kerajinan perak, emas dan logam telah dikenal sejak abad ke-9 (Zaman Mataram Kuno/Hindu) dan ditemukannya prasasti di Jawa Tengah tersebut terdapat istilah pande perak, pande wesi dan lainnya.

Perkembangan pada perusahaan perak di Kotagede mengalami masa kejayaan antara tahun 1930 – 1940 an ketika adanya perusahaan-perusahaan yang baru, peningkatan kualitas, dan diciptakan berbagai motif yang baru. Dalam industri perak mulai berkembang di pasaran dunia ketika Kotagede kedatangan seorang pedagang yang berasal dari Belanda dengan memesan barang-barang keperluan rumah tangga Eropa dengan bahan dasar perak. Barang-barang tersebut antara lain ialah tempat lilin, perabotan makan dan minum, piala, asbak, tempat serbet dan perhiasan yang menerapkan gaya Eropa dengan motif ciri khas Yogyakarta didominasi dengan bentuk daun-daun, bunga dan lung (suluh). Pesanan tersebut ternyata banyak diminati orang-orang Eropa. Semenjak saat itu orderan banyak berdatangan dan jumlah yang terus meningkat. Dalam menjaga dan meningkatkan kualitas,

pemerintah Hindia Belanda mendirikan sebuah lembaga khusus, ialah *Stiching Beverdering van het Yogyakarta Kenst Ambacht* (Pakaryan Ngayogyakarta). Dalam lembaga ini memberikan pelatihan mengenai teknik dalam pembuatan kerajinan perak dan pengembangan akses pasar. Sementara kegiatannya adalah mengikuti Pekan Raya di Jepang tahun 1937 dan di Amerika tahun 1938.

Perlu diketahui jika tumbuhnya perusahaan perak tersebut dimulai dengan adanya pakaryan perak. Arti pakaryan perak maksudnya adalah usaha yang membuat barang-barang seni dari perak. Awalnya, barang-barang ini dibuat tidak untuk dijual belikan apalagi memperoleh keuntungan yang besar, namun hanya untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Upaya pada pakaryan perak tersebut akhirnya mengalami perkembangan dengan adanya organisasi dan spesialisasi berupa perusahaan perak. Walaupun seperti itu, perak Kotagede tetap dikerjakan dengan cara yang sama dengan suatu bentuk kerajinan yang menuntut ketrampilan tangan.

Para pengrajin perak di Kotagede sudah terkenal dengan produknya yang unik, halus dan telaten dalam mengerjakan produk peraknya sehingga memperoleh karya seni yang bernilai tinggi. Dari ratusan jenis kerajinan perak yang diperoleh para pengrajin perak antara lain cincin, giwang, bros, miniature sepeda, becak, andhong, kapal-kapalan dan berbagai jenis hiasan lainnya.

Harga jual Kerajinan Perak Kotagede memiliki harga yang bervariasi, mulai dari yang termurah yaitu bros dengan harga rata-rata 10 ribu rupiah,

cincin perak mulai dari 100 rupiah, miniature besar sekitar 250 ribu rupiah, miniatur andhong 200 ribu rupiah. Bahkan ada yang memiliki harga hingga puluhan juta rupiah tergantung dengan tingkat kemitraan dan banyak atau sedikitnya bahan baku yang digunakan.

Di wilayah Kotagede memiliki puluhan *art shop* perak yang tersebar di seluruh wilayah. Para wisatawan tidak hanya dapat memilih ataupun membeli souvenir, namun dapat juga melihat proses pembuatan kerajinan perak tersebut. Proses produksinya dimulai dengan peleburan perak murni yang memiliki bentuk Kristal, lalu dicampur dengan tembaga. Kadar perak standar ialah 92,5%. Perak yang dileburkan dan berbentuk cair akan dicetak dan mendapatkan bentuk yang mendekati bentuk yang diinginkan, contohnya bentuk cincin. Proses kedua ini disebut *singen* (dicetak). Proses berikutnya ialah *mengondel*, yaitu memukul-mukul hasil cetakan untuk mendapatkan bentuk yang sesuai. Proses *mengondel* memerlukan tingkat ketrampilan tersendiri. Setelah berbentuk selanjutnya diukir agar memperoleh motif yang diinginkan. Pada proses ini membutuhkan tingkat keahlian yang sangat tinggi. Dan proses yang terakhir adalah *finishing*, proses ini membuat barang menjadi lebih mengkilap.

Namun pada akhir-akhir seperti ini, kerajinan perak di Kotagede dilihat mengalami penurunan. Terjadi beberapa kelesuan diantara para pembeli dan para pengrajin perak di Kotagede. Pada kerajinan perak yang awalnya dikerjakan sendiri oleh pengrajin Kotagede, kini terdapat beberapa yang dikerjakan diluar daerah tersebut karena minimnya regenerasi

pengrajin pada tingkat lokal. Masalah tersebut masih dibicarakan oleh para tokoh masyarakat Kotagede, mereka berfikir untuk langkah kedepannya agar kerajinan hasil warisan selama ratusan tahun tersebut dapat bergairah kembali.

## B. Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh langsung dari hasil penyebaran kuisisioner kepada para pemilik usaha atau orang yang mengetahui dan berhubungan dengan pemasok bahan baku industri kecil kerajinan perak di Kotagede. Kuisisioner yang disebar adalah sebanyak 76 kuisisioner dan yang kembali adalah 72 kuisisioner. Di dalam penelitian ini data yang di dapat yaitu kepemilikan usaha, sumber modal, sumber pesanan/orderan serta usia lama usaha. Sebagai penjabar dalam deskripsi pada industri kecil kerajinan perak Kotagede pada penelitian ini diperoleh data sebagai berikut :

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan Kepemilikan UMKM Perak Kotagede adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.2.**

Karakteristik Responden berdasarkan Kepemilikan UMKM

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Milik sendiri	46	63,15
Usaha keluarga	21	28,94
Usaha bersama teman	5	7,89
Jumlah	72	100

Sumber: Data primer diolah 2018, Lampiran 2

Pada Tabel 4.2 diatas menunjukkan dari 72 responden tersebut mayoritas kepemilikan UMKM Perak tersebut sebagian besar adalah usaha milik sendiri, yaitu berjumlah 46 UMKM dengan persentase sebesar 63,15%.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Modal.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan sumber modal usaha Perak Kotagede adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.3.**

Karakteristik Responden berdasarkan Sumber Modal Usaha

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Modal sendiri	29	40,27
Modal pinjaman penuh	3	4,16
Modal sendiri & pinjaman	40	55,5
Jumlah	72	100

Sumber: Data primer diolah 2018, Lampiran 2

Pada Tabel 4.3 diatas menunjukkan dari 72 responden tersebut mayoritas sumber modal usaha perak tersebut sebagian besar adalah usaha modal sendiri & pinjaman, yaitu berjumlah 40 UMKM dengan persentase sebesar 55,5%.

## 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pesanan/Orderan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan sumber pesanan/orderan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.4.**

Karakteristik Responden berdasarkan Sumber Modal Usaha

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Wilayah Yogyakarta	37	51,38
Luar Wilayah Yogyakarta	35	48,62
Jumlah	72	100

Sumber: Data primer diolah 2018, Lampiran 2

Pada Tabel 4.4 diatas menunjukkan 72 responden dengan karakteristik sumber pesanan. Sumber pesanan dapat datang dari Daerah Yogyakarta dan sekitarnya atau dari Luar Yogyakarta yang meliputi mancanegara juga. Untuk sumber pesanan masih didominasi dari Daerah Yogyakarta dan sekitarnya sebesar 51,38 %.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia UMKM.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan lama usia UMKM Perak Kotagede adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.5.**

Karakteristik Responden berdasarkan Usia UMKM

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Kurang dari 5 tahun	4	5,55
5 – 10 tahun	7	9,72
11 – 15 tahun	9	12,5
16 – 20 tahun	11	15,27
Lebih dari 20 tahun	41	56,94
Jumlah	72	100

Sumber: Data primer diolah 2018, Lampiran 2

Pada Tabel 4.5 diatas menunjukkan dari 72 responden tersebut mayoritas lama usia UMKM Perak tersebut sebagian besar telah berusia lebih dari 20 tahun, yaitu berjumlah 41 UMKM dengan persentase sebesar 56,94%.

### C. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi data dan kategorisasi penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut:

$$\text{Dengan penentuan interval } \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Yang kemudian dapat dikategorikan sebagai berikut:

1 – 1,79 = Sangat rendah

3,4 – 4,19 = Tinggi

1,8 – 2,59 = Rendah

4,2 – 5 = Sangat tinggi

2,6 – 3,39 = Cukup

**Tabel 4.6**  
Data Deskriptif Variabel

	N	Mean	Kategori
Information Sharing	72	3,91	Tinggi
Kepercayaan	72	4,05	Tinggi
Komitmen	72	3,89	Tinggi
Kinerja Rantai Pasokan	72	3,74	Tinggi

Sumber: Data primer diolah 2018, lampiran 3

### D. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Dalam uji kualitas data melewati berbagai tahap seperti pada uji validitas data dan uji reliabilitas data. Uji instrumen yang dilakukan dengan 72 responden. Hal ini untuk membuktikan apakah instrumen kuesioner yang digunakan valid dan reliabel atau tidak.

#### 1. Uji Validitas.

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh

kuisisioner tersebut (Ghozali, 2016). Kriteria uji variabel dinyatakan valid jika korelasi variabel tersebut dengan total skor mempunyai nilai relatif tinggi, atau nilai signifikan observasinya (*p-value*) kecil (lebih kecil dari 0,05) dan apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka indikator pertanyaan tersebut tidak valid (Ghozali, 2016).

**Tabel 4.7.**  
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

<b>Item Pernyataan</b>	<b>R hitung</b>	<b>Sig</b>	<b>Keterangan</b>
IS.1	0.914	0,000	Valid
IS.2	0.904	0,000	Valid
IS.3	0.913	0,000	Valid
IS.4	0.928	0,000	Valid
KP.1	0.898	0,000	Valid
KP.2	0.930	0,000	Valid
KP.3	0.772	0,000	Valid
KP.4	0.845	0,000	Valid
KP.5	0.813	0,000	Valid
KP.6	0.862	0,000	Valid
KP.7	0.883	0,000	Valid
KP.8	0.906	0,000	Valid
KP.9	0.918	0,000	Valid
KM.1	0.840	0,000	Valid
KM.2	0.809	0,000	Valid
KM.3	0.871	0,000	Valid
KM.4	0.824	0,000	Valid
KM.5	0.850	0,000	Valid
KM.6	0.852	0,000	Valid
KM.7	0.874	0,000	Valid
KM.8	0.908	0,000	Valid
KM.9	0.881	0,000	Valid
KM.10	0.853	0,000	Valid
KM.11	0.889	0,000	Valid
KRP.1	0.718	0,000	Valid
KRP.2	0.643	0,000	Valid
KRP.3	0.785	0,000	Valid
KRP.4	0.728	0,000	Valid
KRP.5	0.765	0,000	Valid
KRP.6	0.780	0,000	Valid
KRP.7	0.855	0,000	Valid

Item Pernyataan	R hitung	Sig	Keterangan
KRP.8	0.809	0,000	Valid
KRP.9	0.751	0,000	Valid
KRP.10	0.781	0,000	Valid
KRP.11	0.767	0,000	Valid
KRP.12	0.841	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah 2018, lampiran 4

Pada Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan dinyatakan valid karena nilai  $p$  nya  $< 5\%$  (0,05) dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Maka dapat disimpulkan seluruh item variabel *information Sharing*, kepercayaan, komitmen, dan kinerja rantai pasokan yaitu valid dan dapat digunakan untuk uji instrumen selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas.

Penelitian ini menggunakan pengukuran reliabilitas yang dilakukan dengan bantuan SPSS yang memberikan fasilitas mengukur reliabilitas dengan Uji Statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan Cronbach Alpha  $\geq 0,70$ . Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4.8**  
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach Alpha's	Keterangan
<i>Information Sharing</i> ( $X_1$ )	0.932	Reliabel
Kepercayaan ( $X_2$ )	0.793	Reliabel
Komitmen( $X_3$ )	0.964	Reliabel
Kinerja Rantai Pasokan (Y)	0.937	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2018, lampiran 5

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen yang digunakan dalam penelitian reliabel, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian. karena nilai dari masing-masing butir variabel lebih dari 0,70.

## E. Hasil Penelitian

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil pengujian regresi tahap kedua untuk menguji hipotesis 1 (H1), hipotesis 2 (H2), dan hipotesis 3 (H3) ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.9.**  
Hasil Uji t Regresi II

<b>Model</b>	<b>Beta</b>	<b>T</b>	<b>Sig.</b>
<i>Information Sharing</i>	.236	2.353	.022
Kepercayaan	.258	2.101	.039
Komitmen	.396	3.574	.001

Sumber: Data primer diolah 2018, lampiran 7

Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada tabel diatas diperoleh nilai t untuk variabel *Information Sharing* terhadap Kinerja Rantai Pasokan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  2.353 dengan nilai signifikansi sebesar  $0.022 < 0.05$ . hasil nilai signifikansi dibawah 0.05 tersebut menunjukkan bahwa *Information Sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Rantai Pasokan. Hal ini menandakan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima.

Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada tabel diatas diperoleh nilai t untuk variabel Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasokan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  2.101 dengan nilai signifikansi sebesar  $0.039 <$

0.05. Hasil nilai signifikansi dibawah 0.05 tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Rantai Pasokan. Hal ini menandakan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima.

Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada tabel diatas diperoleh nilai t untuk variabel Komitmen terhadap Kinerja Rantai Pasokan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  3.574 dengan nilai signifikansi sebesar  $0.001 < 0.05$ . Hasil nilai signifikansi dibawah 0.05 tersebut menunjukkan bahwa Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Rantai Pasokan. Hal ini menandakan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima.

Berdasarkan dari hasil uji koefisien *R square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model penelitian dalam menerangkan variasi variabel dependen, menunjukkan nilai sebagai berikut :

**Tabel 4.10.**  
Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) Regresi Linear Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 <sup>a</sup>	.600	.583	4.264

Sumber: Data primer diolah 2018, lampiran 7

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas menunjukkan hasil uji koefisien determinan sebesar 0,600 yang artinya bahwa pengaruh *information sharing*, kepercayaan, dan komitmen terhadap kinerja rantai pasokan sebesar 60% dan sisanyayaitu 40% dipengaruhi oleh variabel lain.

Sedangkan untuk melihat pengaruh secara bersama sama ( Uji F ) antara variabel independen dan dependen dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.11.**  
Hasil Uji F Regresi Linear Berganda

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1857.737	3	619.246	34.063	.000 <sup>b</sup>
Residual	1236.207	68	18.180		
Total	3093.944	71			

Sumber: Data primer diolah 2018, lampiran 7

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan diperoleh hasil nilai F hitung sebesar 34.063 dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , hal ini dapat disimpulkan bahwa *information sharing*, kepercayaan, dan komitmen secara bersama sama dapat mempengaruhi kinerja rantai pasokan secara signifikan.

## 2. Analisis Regresi Linear Sederhana.

Hasil pengujian regresi tahap pertama untuk menguji hipotesis keempat (H4) ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.12.**  
Hasil Uji t Regresi I

Model	Beta	T	Sig.
Kepercayaan	.717	8.601	.000

Sumber: Data primer diolah 2018, lampiran 6

Berdasarkan hasil dari regresi linear sederhana pada tabel diatas diperoleh nilai t untuk variabel kepercayaan terhadap komitmen menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  8.601 dengan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . hasil nilai signifikansi dibawah 0.05 tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen. Hal ini menandakan bahwa hipotesis keempat (H4) diterima.

### 3. Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Penelitian ini terdapat variabel *intervening* atau mediasi yaitu komitmen. Menurut Ghozali (2016) suatu variabel disebut variabel *intervening* jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Untuk menguji pengaruh variabel *intervening* digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*). Sedangkan signifikan atau tidaknya pengujian hipotesis *intervening* atau mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji Sobel (*Sobel Test*) sebagai berikut:

$$Sp2p3 = \sqrt{p3^2Sp2^2 + p2^2Sp3^2 + Sp2^2Sp3^2}$$

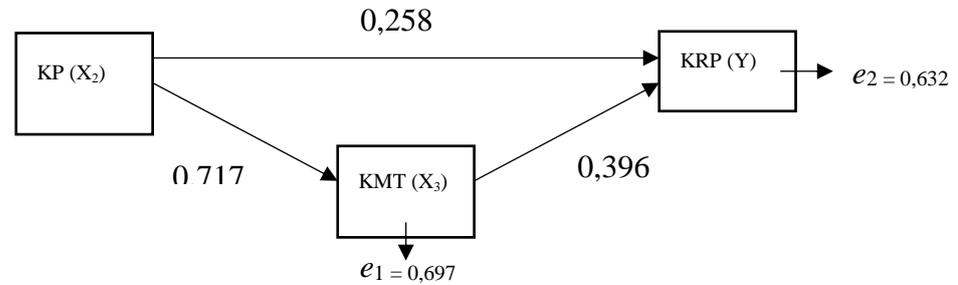
Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka perlu menghitung nilai t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{p2p3}{Sp2p3}$$

Analisis jalur dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kinerja rantai pasokan melalui komitmen.

Hasil output regresi memberikan nilai *unstandardized beta* kepercayaan pada hasil regresi (1) sebesar 0,850 dan signifikansi pada 0,000 yang berarti kepercayaan mempengaruhi komitmen. Nilai koefisien *unstandardized beta* 0,850 merupakan nilai *path* atau jalur p2. Pada output persamaan regresi (2) nilai *unstandardized beta* untuk kepercayaan 0,256 dan komitmen 0,332 semuanya signifikan. Nilai *unstandardized beta* kepercayaan 0,256 merupakan nilai jalur *path* p1 dan nilai *unstandardized*

*beta* komitmen 0,332 merupakan nilai jalur *path* p3. Besarnya nilai  $e_1 = \sqrt{(1 - 0,514)} = 0,697$  dan besarnya  $e_2 = \sqrt{(1 - 0,600)} = 0,632$ .



Gambar 4.1.  
Model *Path Analysis*

Hasil dari analisis jalur menunjukkan bahwa kepercayaan dapat berpengaruh langsung ke kinerja rantai pasokan dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari kepercayaan ke komitmen (sebagai intervening) lalu ke kinerja rantai pasokan. Besarnya pengaruh langsung adalah 0,258 sedangkan besarnya pengaruh tidak langsungnya yaitu  $(0,717) \times (0,396) = 0,283$  atau total pengaruh kepercayaan ke kinerja rantai pasokan  $= 0,258 + (0,717 \times 0,396) = 0,541$ .

Kemudian untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh mediasi diuji dengan *Sobel test* sebagai berikut:

$$p_2 = 0.850$$

$$Sp_2 = 0.099$$

$$p_3 = 0.332$$

$$Sp_3 = 0.093$$

Perhitungan *standar error* dari koefisien *indirect effect* ( $Sp_2p_3$ ) sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Sp2p3 &= \sqrt{p3^2Sp2^2 + p2^2Sp3^2 + Sp2^2Sp3^2} \\
 &= \sqrt{(0.332)^2 \cdot (0.099)^2 + (0.850)^2 \cdot (0.093)^2 + (0.099)^2 \cdot (0.093)^2} \\
 &= \sqrt{(0.0010803) + (0.00624890) + (0.00008467)} \\
 &= 0.08610383
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 p2p3 &= 0.850 \times 0.332 \\
 &= 0.2822
 \end{aligned}$$

Dengan demikian dapat dihitung hasil untuk nilai t adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{p2p3}{Sp2p3} \\
 t &= \frac{0.2822}{0.08610383} \\
 t &= 3,277
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai t hitung yang dihasilkan adalah 3,277 yang mana lebih besar dari t tabel > (1,667) untuk signifikansi 5% (0.05), maka dapat disimpulkan bahwa koefisien intervening atau mediasi 0,283 tersebut berpengaruh positif dan signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan dapat berpengaruh terhadap Kinerja Rantai Pasokan melalui Komitmen. Dengan demikian hipotesis kelima (H5) dapat diterima.

## F. Pembahasan

### 1. Pengaruh *Information Sharing* terhadap Kinerja Rantai Pasokan.

Berdasarkan analisis linear berganda pada Tabel 4.9 hasil uji statistik menunjukkan bahwa *Information Sharing* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Rantai Pasokan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 (H1) diterima karena ada pengaruh hubungan antara kedua variabel tersebut. Arah pengaruh nilai positif dan signifikan yang berarti bahwa kualitas *information sharing* yang semakin tinggi diantara pemasok dan pengusaha perak dapat mendorong pada semakin baiknya kinerja rantai pasokan.

Kualitas *information sharing* yang baik dapat dicapai dengan sering melakukan pertukaran informasi formal maupun informal. Kejadian atau perubahan apapun yang dapat mempengaruhi pihak pemasok atau pengusaha perak haruslah sesegera mungkin diinformasikan. Intensitas pertukaran informasi Informasi dapat berupa informasi keuangan, produksi, desain, dll yang dapat membantu pihak pemasok maupun pengusaha perak.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2013), Ferlando (2016), dan Mahardhika (2014) yang menyatakan bahwa *information sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja *supply chain management*. Fawcett, dkk (2007) menerangkan bahwa *information sharing* menjadi sangat penting dalam rangka merancang *supply chain management*. Ini karena informasi dapat mengatasi masalah

dalam persediaan, waktu desain produk baru, memperpendek siklus pemesanan, proses *reengineering*, dan mengatur *supply chain*.

## 2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasokan.

Berdasarkan analisis linear berganda pada Tabel 4.9 hasil uji statistik menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Rantai Pasokan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 (H2) diterima karena ada pengaruh hubungan antara kedua variabel tersebut. Arah pengaruh nilai positif dan signifikan yang berarti bahwa kepercayaan yang semakin tinggi diantara pemasok dan pengusaha perak dapat mendorong pada semakin baiknya kinerja rantai pasokan.

Hubungan yang baik dengan pemasok dibangun atas dasar kepercayaan. Kepercayaan yang tinggi dapat diperoleh dari rasa kepedulian, kejujuran dan ikut memikirkan kesejahteraan mitra. Keberhasilan kinerja rantai pasokan dapat dicapai melalui peningkatan hubungan kerjasama yang dilandasi oleh kepercayaan.

Pada hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh dari Ferlando (2016) dan penelitian dari Bernard (2011) bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap kinerja *supply chain management*. Makara (2015) serta Munizu & Hamid (2016) menemukan kepercayaan memberikan efek yang signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Berkaitan dengan temuan ini Chopra & Meindl, (2007) mengatakan bahwa salah satu unsur penting yang harus ada dan tumbuh dalam suatu sistem

rantai pasokan adalah kepercayaan diantara pelaku rantai pasokan. Penelitian Abdullah & Musa (2014) juga menemukan hal yang sama bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap sebuah hubungan kerjasama dalam rantai pasokan.

Menurut Bernard (2011) kepercayaan sangat penting dalam sebuah sistem rantai pasokan karena hal tersebut berperan penting dalam membangun kerjasama dan komunikasi antar pihak. Ketika adanya kepercayaan antara perusahaan dengan pemasok maka akan ada peningkatan hubungan kerjasama yang terjalin, hal ini dapat meningkatkan kualitas hubungan kerjasama dan memberikan keuntungan kepada pihak-pihak yang terlibat.

### 3. Pengaruh Komitmen terhadap Kinerja Rantai Pasokan.

Berdasarkan analisis linear berganda pada Tabel 4.9 hasil uji statistik menunjukkan bahwa Komitmen memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Rantai Pasokan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 (H3) diterima karena ada pengaruh hubungan antara kedua variabel tersebut. Arah pengaruh nilai positif dan signifikan yang berarti bahwa komitmen yang semakin kuat diantara pemasok dan pengusaha perak dapat mendorong pada semakin baiknya kinerja rantai pasokan.

Komitmen yang kuat dapat dibentuk dengan 3 komponen yaitu afektif, kontinuan, dan normative. Komitmen afektif berkaitan dengan emosional dan keterlibatan pemasok dalam hubungan kerjasama.

Komitmen afektif dapat tumbuh karena kebutuhan, dan memandang bahwa mewujudkan tujuan Bersama sebagai prioritas utama. Komitmen normative menggambarkan perasaan tentang kewajiban yang harus diberikan. Komitmen normative dapat berkembang dari rasa kewajiban yang harus dipenuhi. Komitmen kontinuan merupakan persepsi tentang kerugian yang dihadapi apabila meninggalkan hubungan kerjasama yang telah terjalin.

Pada hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Munizu (2017) menyatakan komitmen yang semakin kuat antara anggota rantai pasokan dapat mendorong pada semakin baiknya kinerja rantai pasokan. Komitmen yang tumbuh dengan kuat dapat membawa kinerja rantai pasokan yang semakin baik. Komitmen berkaitan dengan keterlibatan aktif dan kontinue masing-masing individu dalam rantai pasokan untuk menentukan segala keputusannya bagi perbaikan kinerja semua anggota rantai pasokan. Dengan adanya komitmen pula dapat mengurangi ketidakpastian dan membuat hubungan menjadi lebih baik.

#### 4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Komitmen.

Berdasarkan analisis linear sederhana pada Tabel 4.12 hasil uji statistik menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Komitmen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 (H4) diterima karena ada pengaruh hubungan antara kedua variabel tersebut. Arah pengaruh nilai positif dan signifikan yang

berarti bahwa kepercayaan yang semakin tinggi diantara pemasok dan pengusaha perak dapat mendorong pada semakin kuatnya komitmen.

Kepercayaan sangatlah penting dalam sebuah hubungan kerjasama karena hal tersebut berperan penting dalam membangun suatu komunikasi dan kerjasama dalam menghadapi dan memecahkan suatu masalah yang muncul dalam sebuah hubungan kerjasama. Untuk itu dalam sebuah hubungan kerjasama perlu adanya kepercayaan antara pemasok dengan perusahaan agar dapat tercipta komitmen untuk dapat saling meningkatkan sebuah hubungan

Pada hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdullah dan Musa (2014) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap komitmen diantara pengecer dan distributor dengan *partner* kunci bisnis mereka. Temuan dari Munizu dan Hamid (2016) pada industri kopi di Makassar juga menjelaskan bahwa kepercayaan membawa pada terbentuknya komitmen yang kuat pada semua anggota rantai pasokan. Perusahaan yang percaya pada integritas mitranya akan memiliki niat yang lebih tinggi untuk melanjutkan hubungan kerjasama tersebut (Cambra & Polo, 2011).

Kepercayaan dan komitmen merupakan faktor utama yang mendukung kerjasama perusahaan dengan pemasok (Stefani & Sunardi, 2014). Untuk itu dalam sebuah hubungan kerjasama perlu adanya kepercayaan antara pemasok dengan perusahaan agar dapat tercipta komitmen untuk dapat saling meningkatkan sebuah hubungan.

5. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasokan Melalui Komitmen.

Berdasarkan hasil analisis jalur (*path analysis*) dalam pengujian hipotesis 5 (H5) menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Rantai Pasokan melalui Komitmen sebagai variabel intervening. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 (H5) diterima atau didukung oleh fakta empirik. Efek tidak langsung variabel kepercayaan lebih besar dibandingkan efek langsungnya dalam meningkatkan kinerja rantai pasokan. Oleh sebab itu, peningkatan kinerja rantai pasokan harus didahului dengan upaya-upaya yang intens dan kontinu oleh pemasok dan pengusaha perak untuk menciptakan dan menumbuhkan komitmen bersama. Kombinasi antara kepercayaan dan komitmen akan menghasilkan kinerja rantai pasokan yang lebih baik.

Kepercayaan yang dibangun sejak awal akan menghasilkan motivasi untuk terus merasa terikat dan terhubung sehingga hubungan kerjasama yang terjalin akan membawa pengaruh positif terhadap kinerja kedua belah pihak. Untuk mencapai target jangka panjang kepercayaan haruslah diikuti dengan komitmen bersama dimana keterikatan hubungan kerjasama menjadi lebih intens dan mendorong pada upaya untuk tetap menjaga hubungan kerjasama yang terjalin.

Pada hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munizu (2017) yang mengkonfirmasi adanya hubungan signifikan antara

antara variabel kepercayaan terhadap kinerja rantai pasokan melalui komitmen. Semakin tinggi komitmen yang dapat dibangun baik oleh pemasok dan perusahaan akan memperkuat hubungan kerja sama yang mereka bangun (Allen & Meyer, 1996 dalam Munizu, 2017). Perusahaan yang percaya pada mitranya akan memiliki niat yang lebih tinggi untuk melanjutkan hubungan kerjasama tersebut.