

ANALISIS PENGARUH PRAKTEK MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA EKSPOR DENGAN MEDIASI KINERJA RANTAI PASOK

Dessy Apriyani, Farah Margaretha, Wahyuningsih Santosa

Program Studi Megister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trisakti Jakarta

Email: dessy122012011052@std.trisakti.ac.id, wahyuningsih@trisakti.ac.id

Abstrak

Pada akhir Desember 2019, wabah novel coronavirus menyebar ke seluruh penjuru dunia, menyebar begitu cepat sehingga WHO menyatakannya sebagai pandemi global. Situasi ini berimplikasi pada aktivitas ekonomi global, termasuk arus perdagangan internasional. Hal ini telah menghambat kegiatan impor dan ekspor, yang menyebabkan harga beberapa bahan makanan lebih tinggi dan mempengaruhi beberapa bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh praktek manajemen rantai pasok terhadap kinerja ekspor dengan mediasi kinerja rantai pasok pada lima perusahaan yang bergerak di bidang ekspor di salah satu perusahaan *freight forwarder* di Jakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang bersumber dari penyebaran kuesioner kepada karyawan pada lima perusahaan yang bergerak di bidang ekspor di salah satu perusahaan *freight forwarder* di Jakarta. Sampel penelitian dipilih menggunakan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 202 sampel dari lima perusahaan yang bergerak di bidang ekspor di salah satu perusahaan *freight forwarder* di Jakarta. Analisis data yang digunakan untuk uji hipotesis yaitu SEM dengan menggunakan *software* IBM AMOS 24 untuk melakukan pengujian validitas, reliabilitas serta statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Integrasi Internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Ekspor, Integrasi Pemasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Rantai Pasok. Begitupun sebaliknya. Hal ini membuktikan bahwa integrasi pelanggan tidak terlalu berdampak pada kinerja rantai pasok. Ini menunjukkan bahwa integrasi pelanggan yang dilakukan perusahaan yang bergerak di bidang ekspor atau biasa disebut sebagai eksportir tidak terlalu atau bahkan tidak sama sekali memberikan manfaat pada kinerja rantai pasok.

Kata kunci: Berbagi Informasi, Integrasi Internal, Integrasi Pelanggan, Integrasi Pemasok, Kinerja Ekspor, Kinerja Rantai Pasok.

Abstract

In late December 2019, an outbreak of the novel coronavirus swept across the world, spreading so quickly that WHO declared it a global pandemic. This situation has implications for global economic activity, including international trade flows. This has hampered import and export activities, leading to higher

prices for some foodstuffs and affecting some businesses. This study aims to analyze the influence of supply chain management practices on export performance by mediating supply chain performance in five companies engaged in the export sector at one of the freight forwarder companies in Jakarta. The data used in this study is primary data originating from distributing questionnaires to employees at five companies engaged in the export sector at one of the freight forwarder companies in Jakarta. The research sample was selected using a purposive sampling method so that 202 samples were obtained from five companies engaged in the export sector at one of the freight forwarder companies in Jakarta. Data analysis used to test the hypothesis is SEM using IBM AMOS 24 software to test the validity, reliability and descriptive statistics. The results showed that Internal Integration had a positive and significant effect on Export Performance, Supplier Integration had a positive and significant effect on Supply Chain Performance. Vice versa. This proves that customer integration does not significantly impact supply chain performance. This shows that customer integration carried out by companies engaged in the export sector or commonly referred to as exporters does not really or even not provide any benefit to supply chain performance.

Keywords: *Information Sharing, Internal Integration, Customer Integration, Supplier Integration, Export Performance, Supply Chain Performance.*

Pendahuluan

Pada akhir bulan Desember 2019 terjadi wabah virus corona yang telah menyebar ke segala penjuru dunia, dimana persebarannya ini terbilang sangat cepat, sehingga membuat WHO menyatakan sebagai pandemi global. Keadaan ini telah berdampak pada aktivitas perekonomian global termasuk lalu lintas perdagangan internasional. Perihal ini menjadi terhambatnya aktivitas ekspor impor sehingga berdampak pada kenaikan harga di sejumlah komoditas pangan dan berdampak juga di sejumlah bisnis. Tentunya bisnis tersebut akan kehilangan pendapatan, situasi ini akan membuat peningkatan yang signifikan angka pengangguran. Dampak dari terjadinya wabah ini akan terus tetap terasa selama adanya pembatasan aktivitas ekonomi dan aktivitas orang yang terbatas (Sumadi, 2020).

Bisnis logistik yakni salah satu bidang usaha yang mempunyai tingkat pertumbuhan yang tinggi, sejalan dengan peningkatan akan kebutuhan manusia. Di Indonesia, peranan dari perusahaan logistik ini akan tetap terus berkembang seiring berjalannya waktu. Melihat dari persaingan pasar logistik di era globalisasi seperti sekarang, makin banyaknya perusahaan yang menyediakan cara operasional logistik yang sangat baik untuk meningkatkan pangsa pasar. Industri logistic sangat penting dalam perdagangan internasional. Lebih dari 90% perdagangan dunia dalam pengangkutan terbanyak berada di laut dan memainkan peran penting dalam rantai pasokan global (Anuraga, 2021).

Manajemen rantai pasok telah menjadi area penelitian yang hangat selama dekade terakhir. Banyak makalah penelitian diterbitkan dalam upaya untuk mengembangkan praktik manajemen rantai pasok dan untuk menyelidiki dampaknya terhadap operasional, organisasi, dan kinerja rantai pasokan (Wibowo, 2022). Dalam beberapa tahun terakhir, rantai pasokan muncul sebagai kemampuan kompetitif bagi banyak organisasi. Globalisasi juga telah memfasilitasi sumber, manufaktur, dan distribusi lintas batas kegiatan (Jones, Lusiana, Moderin, & Fenny, 2022).

Bulan Agustus 2021 neraca perdagangan Indonesia memperlihatkan performa yang meningkat daripada performa bulan lalu. Berdasar pada data yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik (BPS), di bulan Agustus 2021 nilai perdagangan Indonesia alami surplus sebanyak US\$4,74 miliar. Tren surplus ini terhitung dari bulan Mei 2020, dimana tren ini terjadi selama 16 bulan secara terus menerus. Nilai surplus tersebut yakni nilai dengan skor paling tinggi yang terhitung dari bulan Desember 2006 sebanyak US\$4,64. Performa surplus ini dapat dikatakan impresif, dimana performa ini didorong oleh adanya kenaikan ekspor yang terjadi di Indonesia yang terakselerasi di bulan Agustus 2021 hingga menyentuh US\$21,42 miliar. Angka ini alami peningkatan secara double sebanyak 20,95 persen (mtm) atau 64,10 persen (yoy). Angka nilai ekspor itu juga tercatat sebagai rekor baru paling tinggi bagi ekspor Indonesia. Rekor tersebut menembus rekor paling tinggi yang pernah terjadi sepanjang masa yang mana sebelumnya di bulan Agustus 2011 pernah terjadi juga sebanyak US\$18,60 miliar. Kenaikan ekspor Indonesia ini juga akan mengkonfirmasi perbaikan pada Purchasing Managers' Index (PMI) Manufaktur Indonesia di bulan Agustus 2021 yang naik di level 43,7 dimana sebelumnya ada di level 40,1 yang terjadi di bulan Juli 2021. Level PMI Indonesia terbilang lebih baik daripada beberapa negara ASEAN. Negara tersebut yakni Myanmar dengan tingkat level 36,5; Vietnam di level 40,2; serta Malaysia ada di level 43,4 (Erika, 2022).

Dikutip dari jurnal Kemendag, ekspor yakni salah satu faktor dari terjadinya kenaikan pertumbuhan ekonomi negara, seiring dengan hipotesis export-led growth (ELG). Pelaksanaan penelitian ini melakukan analisis perkembangan ekspor serta pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal I tahun 2001 hingga kuartal IV tahun 2015. Harga dan produk domestik bruto (PDB) akan dipergunakan sebagai variabel dalam memprediksi kinerja ekspor Indonesia serta dengan penggunaan asumsi harga agregat dan PDB akan berubah 30 hingga 70 persen kinerjanya (Suparman, 2022). Kajian ini akan membangun asumsi baru untuk memprediksi kinerja ekspor Indonesia. Penelitian ini mempergunakan analisis multiregresi dan menemukan informasi bahwa ekspor Indonesia ini sangat bergantung pada 10 mitra utama. Mitra tersebut meliputi negara Australia, Thailand, Malaysia, Jepang, Korea, China, Jerman, Perancis, Amerika Serikat (AS) dan Inggris. Kinerja ekspor Indonesia ke berbagai mitra tersebut dipengaruhi oleh fluktuasi dari perolehan PDB per kapita mereka. Studi ini juga menemukan bahwa kinerja ekspor Indonesia teruntuk berbagai barang pertanian dan industri secara umum bergantung terhadap fluktuasi dari harga komoditas, PDB per kapita serta nilai tukar riil.

Manajemen rantai pasokan itu sendiri ialah integrasi kegiatan pengadaan bahan dan pelayanan, pengolahan barang setengah jadi menjadi barang jadi akhir dan juga pengirimannya ke konsumen (Nasir & Supriatna, 2022). Berbagai kegiatan tersebut merupakan kegiatan utama yang keberadaannya harus diperhatikan dengan baik didalam suatu perusahaan.

Berdasarkan pandangan relasional, pandangan dengan basis sumber daya dan pandangan dengan basis sumber daya yang diperluas, penelitian ini menyoroti bahwa berbagi informasi sangat penting untuk meningkatkan dan mempertahankan kinerja rantai pasokan, keunggulan kolaboratif, dan daya saing (Musyafi, Utami, Prasetya, & Sos, 2019).

Penelitian ini akan menganalisa pengaruh praktek manajemen rantai pasok terhadap kinerja ekspor dengan mediasi kinerja rantai pasok. Penelitian ini meneliti 5 perusahaan eksportir dengan jumlah ekspor terbanyak disalah satu perusahaan freight forwarder di Jakarta berdasarkan tipe industri yaitu listrik dan elektronik, makanan, bahan kimia, karet dan platik, tekstil, mesin dan lainnya.

Telah disebutkan sebelumnya terkait rumusan permasalahan yang dipaparkan di atas, sehingga terdapat maksud dari dilakukannya penelitian ini yakni: 1. Untuk menganalisis pengaruh positif antara pengaruh integrasi pemasok terhadap kinerja ekspor. 2. Untuk menganalisis pengaruh positif antara pengaruh integrasi pelanggan terhadap kinerja ekspor. 3. Untuk menganalisis pengaruh positif antara pengaruh integrasi internal terhadap kinerja ekspor. 4. Untuk menganalisis pengaruh positif antara pengaruh pembagian informasi terhadap kinerja ekspor. 5. Untuk menganalisis pengaruh positif antara pengaruh kinerja rantai pasok terhadap kinerja ekspor. 6. Untuk menganalisis pengaruh positif antara pengaruh integrasi pelanggan terhadap kinerja ekspor. 7. Untuk menganalisis pengaruh positif antara pengaruh integrasi pemasok terhadap kinerja rantai pasok. 8. Untuk menganalisis pengaruh positif antara pengaruh integrasi pelanggan terhadap kinerja rantai pasok. Untuk menganalisis pengaruh positif antara pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasok. 9. Untuk menganalisis pengaruh positif antara pengaruh integrasi pemasok terhadap kinerja ekspor melalui mediasi kinerja rantai pasok. 10. Untuk menganalisis pengaruh positif antara pengaruh integrasi pelanggan terhadap kinerja ekspor melalui mediasi kinerja rantai pasok. 11. Untuk menganalisis pengaruh positif antara pengaruh integrasi internal terhadap kinerja ekspor melalui mediasi kinerja rantai pasok. 12. Untuk menganalisis pengaruh positif antara pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja ekspor melalui mediasi kinerja rantai pasok (Mabruroh, 2022).

Beberapa definisi manajemen rantai pasokan diusulkan oleh para peneliti dalam literatur (Raharja & Yamit, 2022) mendefinisikan manajemen rantai pasok sebagai “Pengelolaan jaringan hubungan pada perusahaan dan antara organisasi yang saling bergantung dan unit bisnis yang meliputi pemasok bahan, pembelian, fasilitas produksi, logistik, pemasaran, serta sistem yang memberi fasilitas pada proses maju dan mundur aliran material, keuangan, jasa, dan informasi yang diawali dari produsen awal ke

pelanggan akhir dengan tujuannya menambah nilai, mengoptimalkan profitabilitas dengan cara efisiensi dan mendapatkan kepuasan pelanggan”.

Para peneliti telah menunjuk beberapa tujuan dan sasaran rantai pasok memiliki tujuan jangka panjang meliputi peningkatan efisiensi dan efektivitas mitra rantai pasokan, meningkatkan pangsa pasar dan keuntungan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Tujuan jangka pendek rantai pasok termasuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi waktu siklus dan persediaan (Purba et al., 2021).

Metode Penelitian

Data yang akan dipergunakan penelitian ini mempergunakan data primer (Primary Data), dimana data ini sendiri berdasar dari perolehan informasi secara langsung dari tangan pertama peneliti yang berhubungan dengan variabel ketertarikan teruntuk maksud tertentu dari penelitian. Individu diberikan informasi saat wawancara, diberikan kuesioner atau diobservasi. Dilakukan wawancara secara mendalam pada kelompok atau kelompok fokus yakni sumber lainnya yang termasuk data primer (Fauzi, 2021).

Data penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner berbasis online. Angket atau kuesioner yakni teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan memberikan serangkaian berbegaia pertanyaan atau pernyataan secara tertulis pada responden teruntuk dijawab (Apriko, 2021). Kuesioner yakni penggunaan teknik pengumpulan data yang lebih efisien jika peneliti telah mengetahui secara pasti variabel yang akan dilakukan pengukuran dan mengerti apa yang diinginkan dari responden. Tidak hanya itu, penggunaan kuesioner ini juga terbilang tepat apabila dipergunakan dalam total responden yang cukup besar dan menyebar di area yang lebih luas. Penelitian ini akan menyebarkan kuesioner kepada beberapa perusahaan yang ada di Indonesia khususnya Jakarta. Terakhir, kuesionernya adalah disusun berdasarkan skala Likert lima poin, dimana dengan lima memperlihatkan sangat setuju serta satu memperlihatkan sangat tidak setuju.

Pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menjelaskan berdasarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jabatan, lama bekerja, pendidikan terakhir, usia, tipe industri, jumlah karyawan dan usia perusahaan.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik responden dalam penelitian ini didasarkan atas Jenis kelamin, jabatan, lama bekerja, pendidikan terakhir, usia, tipe industri, jumlah karyawan dan usia perusahaan. Karakteristik responden ini diidentifikasi berdasarkan angket yang terkumpul yakni sesuai dengan sampel dalam penelitian ini yakni 202 responden. Hasil analisis statistik deskriptif untuk karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

Karakteristik pertama dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1.
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Pria	112	55,2%
2	Wanita	90	44,8%
	Total	202	100

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 1 dari 202 responden dapat disimpulkan sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin pria dengan jumlah 112 orang atau 55,2%, sisanya adalah 90 orang berjenis kelamin wanita atau 44,8%. Karakteristik kedua dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2.
Karakteristik Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	20-30 tahun	74	36,7%
2.	31-40 tahun	68	33,8%
3.	41-50 tahun	44	21,9%
4.	> 50 tahun	16	7,6%
	Total	202	100

Sumber : Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 2 dari 202 responden dapat disimpulkan sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia 20-30 tahun yaitu berjumlah 74 orang atau 36,7%, pada urutan kedua berusia 31-40 tahun berjumlah 68 orang atau 33,8%, pada urutan ketiga berjumlah 44 orang atau 21,9% berusia 41-50 tahun, dan yang terakhir berusia lebih dari 50 tahun sejumlah 16 orang atau 7,6%.

Karakteristik kedua dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3.
Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1.	SMA/Sederajat	44	21,9%
2.	Diploma (D1/D2/D3/D4)	43	21%
3.	Strata 1	54	26,6%
4.	Strata 2	40	20%
5.	Strata 3	21	10,5%
	Total	202	100

Sumber : Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 3 dari 202 responden dapat disimpulkan sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki pendidikan terakhir strata 1 (S1) yaitu 54 orang atau 26,6%, pada urutan kedua memiliki pendidikan terakhir SMA/Sederajat yaitu 21.9% atau 44 orang, pada urutan ketiga yaitu Diploma berjumlah 43 orang atau 21%, urutan keempat adalah strata 2 (S2) yaitu 20% atau 40 orang, dan 21 orang sisanya atau 10,5% memiliki pendidikan terakhir strata 3 (S3).

Karakteristik kedua dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan jabatan dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4.
Karakteristik Berdasarkan Jabatan

No	Jabatan	Jumlah	Persentase
1.	Staf	92	45,7%
2.	Manager	49	24,3%
3.	Supervisi	40	20%
4.	Lainnya	21	10%
Total		202	100

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 4 dari 202 responden dapat disimpulkan sebagian besar responden dalam penelitian ini menjabat sebagai staf yaitu 92 orang atau 45,7%, pada urutan kedua yaitu 49 orang atau 24,3% memiliki jabatan sebagai manager, pada urutan ketiga yaitu supervisi berjumlah 40 orang atau 20% dan 21 orang sisanya atau 10% memiliki jabatan lain.

Karakteristik kedua dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan lama bekerja dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 5.
Karakteristik Berdasarkan Lama Bekerja

No	Lama Bekerja	Jumlah	Persentase
1.	1-5 tahun	75	37,1%
2.	6-10 tahun	93	46%
3.	11-15 tahun	30	15%
4.	> 15 tahun	4	1,9%
Total		202	100

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 5 dari 202 responden dapat disimpulkan sebagian besar responden dalam penelitian ini telah bekerja di perusahaan tersebut selama 6-10 tahun yaitu berjumlah 93 orang atau 46%, pada urutan kedua yaitu 75 orang atau 37,1% telah bekerja selama 1-5 tahun, pada urutan ketiga yaitu telah bekerja selama 11-15 tahun

berjumlah 30 orang atau 15% dan 4 orang sisanya atau 1,9% telah bekerja lebih dari 15 tahun.

Karakteristik kedua dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan tipe industri dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 6
Karakteristik Berdasarkan Tipe Industri

No	Tipe Industri	Jumlah	Persentase
1.	Listrik dan Elektronik	22	10,7%
2.	Makanan	40	20%
3.	Bahan Kimia	32	15,5%
4.	Karet dan plastik	40	20%
5.	Tekstil	30	15%
6.	Mesin	25	12,2%
7.	Lainnya	13	6,6%
Total		202	100

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 6 dari 202 responden dapat disimpulkan sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang makanan serta karet dan plastik yaitu masing-masing 40 orang dari makanan dan 40 orang dari karet dan plastik, pada urutan kedua yaitu 32 orang atau 15,5% bergerak pada industri bahan kimia, pada urutan ketiga yaitu bergerak pada industri tekstil 30 orang atau 15%, pada industri mesin sejumlah 25 orang atau 12,2%, pada industri listrik dan elektronik berjumlah 22 orang atau 10,7%, dan 13 orang lainnya bergerak pada industri lain.

Karakteristik kedua dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan jumlah karyawan dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7
Karakteristik Berdasarkan Jumlah Karyawan

No	Jumlah Karyawan	Jumlah	Persentase
1.	< 50 orang	32	16%
2.	50-100 orang	77	38%
3.	100-200 orang	69	34%
4.	> 200 orang	24	12%
Total		202	100

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 7 dari 202 responden dapat disimpulkan sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki 50-100 karyawan yaitu 38%, pada urutan kedua berjumlah 100-200 karyawan yaitu 69 industri, pada urutan ketiga yaitu 16%

industri memiliki kurang dari 50 karyawan, dan 24 industri lainnya memiliki lebih dari 200 karyawan.

Karakteristik kedua dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan usia perusahaan dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8.
Karakteristik Berdasarkan Usia Perusahaan

No	Usia Perusahaan	Jumlah	Persentase
1.	< 5 Tahun	28	14%
2.	5-10 Tahun	72	36%
3.	10-15 Tahun	69	34%
4.	> 15 Tahun	33	16%
Total		202	100

Sumber : Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 8 dari 202 responden dapat disimpulkan sebagian besar responden dalam penelitian ini bekerja pada perusahaan yang telah berdiri selama 5-10 Tahun yaitu 36%, kedua pada perusahaan yang telah berdiri selama 10-15 tahun yaitu 69 atau 34%, ketiga adalah lebih dari 15 tahun yaitu 16% dan sisanya 28 orang bekerja pada industri yang telah berdiri sejak kurang dari 5 tahun.

Analisis *Partial Least Square* dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan Software SmartPls versi 3.2.9. Evaluasi model dalam analisis *Partial Least Square* yaitu evaluasi pengukuran model (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*). Model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menilai validitas dan realibilitas model. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur (Permana & Mudiyaniti, 2021). Sedangkan *model struktural* (*inner model*) merupakan *model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten*. Melalui proses boot strapping, *parameter uji T-statistic* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas. *Model struktural* (*innermodel*) dievaluasi dengan melihat persentase varian yang dijelaskan oleh nilai R2 untuk variabel dependen dengan menggunakan ukuran Stone-Geisser Q-square test (Wardana & Parwati, 2021)..

Evaluasi *outer model* penelitian dilakukan dengan memperhatikan empat kriteria pengukuran *outer model*, adapu keempat kriteria tersebut adalah *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*. Adapun model penelitian ini dapat dilihat dalam gambar berikut :

Convergent validity dari *measurement* model dengan indikator refleksif dapat dilihat dari korelasi antara *score* item/indikator dengan *score* konstruksinya. Indikator individu dianggap *reliabel* jika memiliki nilai korelasi di atas 0,70. Namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, *loading* 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima (Saputra & Yasrawan, 2021). Berdasarkan pada *result for outer loading* maka seluruh

indikator memiliki *loading* di atas 0,50. Output Smart PLS untuk *loading factor* memberikan hasil pada tabel 9 berikut:

Tabel 9.
Nilai Outer Loading Indikator Penelitian

	Berbagi Informasi (X4)	Integrasi Internal (X1)	Integrasi Pelanggan (X3)	Integrasi Pemasok (X2)	Kinerja Ekspor (Y)	Kinerja Rantai Pasok (Z)	Keterangan
X1.1		0.782					Valid
X1.2		0.845					Valid
X1.3		0.765					Valid
X1.4		0.664					Valid
X1.5		0.726					Valid
X2.1				0.709			Valid
X2.2				0.694			Valid
X2.3				0.729			Valid
X2.4				0.873			Valid
X2.5				0.884			Valid
X3.1			0.755				Valid
X3.2			0.789				Valid
X3.3			0.792				Valid
X3.4			0.831				Valid
X3.5			0.805				Valid
X4.1	0.776						Valid
X4.2	0.875						Valid
X4.3	0.863						Valid
X4.4	0.738						Valid
Y1					0.729		Valid
Y2					0.833		Valid
Y3					0.861		Valid
Y4					0.796		Valid
Y5					0.713		Valid
Z1.1						0.833	Valid
Z1.2						0.691	Valid
Z1.3						0.794	Valid
Z1.4						0.799	Valid
Z1.5						0.812	Valid
Z1.6						0.717	Valid
Z1.7						0.704	Valid

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan hasil pengukuran *outer loading* pada indikator reflektif diketahui bahwa seluruh indikator penelitian telah memenuhi kriteria untuk digunakan sebagai indikator pengukuran variable disebabkan memiliki nilai *outer loading* lebih besar dari 0.6 ($outer\ loading > 0.6$). Data di atas menunjukkan tidak ada indikator variabel yang nilai *outer loading*-nya di bawah 0.6, sehingga semua abletor dinyatakan layak atau valid untuk digunakan penelitian dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Discriminat validity dari model pengukuran dengan abletor refleksif dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar dari pada ukuran konstruk lainnya, maka hal itu menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya. Adapun hasil pengukuran *CrossLoading* dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 10.
Hasil Pengukuran Cross Loading

	Berbagi Informasi (X4)	Integrasi Internal (X1)	Integrasi Pelanggan (X3)	Integrasi Pemasok (X2)	Kinerja Ekspor (Y)	Kinerja Rantai Pasok (Z)
X1.1	0.789	0.782	0.600	0.848	0.860	0.810
X1.2	0.719	0.845	0.551	0.634	0.796	0.804
X1.3	0.581	0.765	0.489	0.521	0.713	0.726
X1.4	0.451	0.664	0.671	0.485	0.481	0.565
X1.5	0.537	0.726	0.757	0.552	0.571	0.637
X2.1	0.482	0.514	0.546	0.709	0.536	0.554
X2.2	0.530	0.628	0.683	0.694	0.581	0.689
X2.3	0.763	0.617	0.647	0.729	0.734	0.667
X2.4	0.773	0.685	0.608	0.873	0.835	0.789
X2.5	0.804	0.729	0.566	0.884	0.862	0.801
X3.1	0.555	0.519	0.755	0.549	0.495	0.533
X3.2	0.603	0.600	0.789	0.652	0.607	0.640
X3.3	0.630	0.699	0.792	0.581	0.620	0.649
X3.4	0.565	0.662	0.831	0.590	0.560	0.646
X3.5	0.578	0.638	0.805	0.686	0.607	0.707
X4.1	0.776	0.655	0.693	0.721	0.729	0.699
X4.2	0.875	0.655	0.633	0.782	0.783	0.731
X4.3	0.863	0.652	0.532	0.755	0.780	0.735
X4.4	0.738	0.746	0.549	0.582	0.710	0.708
Y1	0.754	0.655	0.696	0.710	0.729	0.675
Y2	0.772	0.672	0.598	0.868	0.833	0.785
Y3	0.801	0.719	0.561	0.878	0.861	0.799

	Berbagi Informasi (X4)	Integrasi Internal (X1)	Integrasi Pelanggan (X3)	Integrasi Pemasok (X2)	Kinerja Ekspor (Y)	Kinerja Rantai Pasok (Z)
Y4	0.719	0.845	0.551	0.634	0.796	0.804
Y5	0.581	0.765	0.489	0.521	0.713	0.726
Z1.1	0.648	0.823	0.664	0.667	0.766	0.833
Z1.2	0.602	0.624	0.628	0.660	0.625	0.691
Z1.3	0.750	0.658	0.566	0.865	0.815	0.794
Z1.4	0.801	0.719	0.561	0.878	0.861	0.799
Z1.5	0.727	0.853	0.565	0.641	0.805	0.812
Z1.6	0.580	0.747	0.642	0.476	0.643	0.717
Z1.7	0.590	0.642	0.741	0.609	0.594	0.704

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan sajian data pada tabel 10 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing indikator pada variabel penelitian memiliki nilai *cross loading* terbesar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki discriminant validity yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing.

Cara lain mengukur *discriminat validity* adalah melihat nilai *square root of average variance extracted* (AVE). Nilai yang disarankan adalah di atas 0,5 (Sasongko, Kalambo, Janu, & Anggiani, 2022). Berikut adalah nilai AVE dalam penelitian yang dihasilkan pada tabel 11.

Tabel 11.
Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Berbagi Informasi (X4)	0.664
Integrasi Internal (X1)	0.576
Integrasi Pelanggan (X3)	0.632
Integrasi Pemasok (X2)	0.612
Kinerja Ekspor (Y)	0.622
Kinerja Rantai Pasok (Z)	0.587

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 11 diketahui bahwa seluruh variable penelitian telah memenuhi nilai standar AVE di atas 0.5 ($AVE > 0.5$). Variable Total Integrasi Internal (X1) memiliki nilai AVE sebesar 0.576, variable Integrasi Pemasok (X2) memiliki nilai AVE sebesar 0.612, variable Integrasi Pelanggan (X3) memiliki nilai AVE sebesar 0.632, variable Berbagi Informasi (X4) memiliki nilai AVE sebesar 0.664, variable Kinerja Ekspor (Y) memiliki nilai AVE sebesar 0.622, variable Kinerja Rantai Pasok

(Z) memiliki nilai AVE sebesar 0.587. Berdasarkan pertimbangan nilai AVE yang dimiliki oleh masing-masing variable maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variable memenuhi nilai *Discriminant Validity* disebabkan memiliki nilai AVE lebih besar dari 0.5. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap variabel telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

Pengujian selanjutnya adalah *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Suatu konstruk dikatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* di atas 0,60 (Ferdinandus, Bugis, & Pattiruhu, 2022). Berikut ini hasil *outer model loading* yang menunjukkan *composite reliability* masing-masing konstruk:

Tabel 12.
Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Berbagi Informasi (X4)	0.887
Integrasi Internal (X1)	0.871
Integrasi Pelanggan (X3)	0.896
Integrasi Pemasok (X2)	0.886
Kinerja Ekspor (Y)	0.891
Kinerja Rantai Pasok (Z)	0.908

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 12 menunjukkan hasil *composite reliability* yang memuaskan yaitu Integrasi Internal (X1) memiliki nilai *Composite Reliability* 0.871, Integrasi Pemasok (X2) memiliki nilai *Composite Reliability* 0.886, Integrasi Pelanggan (X3) memiliki nilai *Composite Reliability* 0.896, Berbagi Informasi (X4) memiliki nilai *Composite Reliability* 0.887, Kinerja Rantai Pasok (Z) memiliki nilai *Composite Reliability* 0.908, Kinerja Ekspor (Y) memiliki nilai *Composite Reliability* 0.891. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *composite reliability* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat realibilitas yang tinggi.

Uji realibilitas dengan *composite reliability* di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *cronbach alpha*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi *cronbach alpha* apabila memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,7 (Ghozali, 2014). Berikut ini adalah nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel:

Tabel 13.
Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
Berbagi Informasi (X4)	0.829
Integrasi Internal (X1)	0.816
Integrasi Pelanggan (X3)	0.854
Integrasi Pemasok (X2)	0.839

Kinerja Ekspor (Y)	0.847
Kinerja Rantai Pasok (Z)	0.829

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan sajian data di atas pada tabel 13, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel penelitian $>0,7$. Dengan demikian hasil ini dapat menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian telah memenuhi persyaratan nilai *cronbach alpha*, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Menilai inner model adalah mengevaluasi hubungan antar konstruk laten seperti yang telah dihipotesiskan dalam penelitian ini.

Setelah pengujian outer model yang telah memenuhi, berikutnya dilakukan pengujian inner model (*model structural*). Inner model dapat dievaluasi dengan melihat r-square (*reliabilitas indikator*) untuk konstruk dependen dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Semakin tinggi nilai r-square berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai *path coefficients* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Analisis Variat (R^2) atau Uji Determinasi yaitu untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu, dianjurkan untuk menggunakan *adjusted R Square* (R^2) pada saat mengevaluasi model terbaik (Ghozali, 2015). Nilai dari koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada Tabel 14:

Tabel 14.
Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

	R Square	R Square Adjusted
Kinerja Ekspor (Y)	0.975	0.974
Kinerja Rantai Pasok (Z)	0.949	0.948

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* pada model Kinerja Ekspor (Y) diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,975. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variable berbagi informasi, integrasi internal, integrasi pelanggan, integrasi pemasok, dan kinerja rantai pasok menjelaskan variable Kinerja Ekspor sebesar 97,5% sedangkan sisahnya yaitu 2,5% dijelaskan oleh variable yang tidak dimasukan dalam model penelitian.

Pada persamaan kedua yaitu Kinerja Rantai Pasok (Z) diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.949. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variable berbagi informasi, integrasi internal, integrasi pelanggan, dan integrasi pemasok mampu menjelaskan variable Kinerja Rantai Pasok (Z) sebesar 94,9% sedangkan sisahnya yaitu 5.1% dijelaskan oleh variable yang tidak dimasukan dalam model penelitian.

Langkah yang perlu dilakukan sebelum melakukan pengukuran hipotesis diperlukan prosedur evaluasi ketetapan model (Goodness of Fit). Uji ketetapan model dilakukan dengan *melihat persentase varian yang dijelaskan oleh nilai R2 untuk variabel dependen dengan menggunakan ukuran Stone-Geisser Q-square test (Kalnadi, 2013) dan juga melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya.*

Pengujian ketetapan model (Goodness off Fit) menggunakan koefisien determinasi (r²) total dari dua persamaan. Persamaan 1 (pertama) diperoleh nilai r² sebesar 0,906 dan persamaan 2 (kedua) diperoleh r² sebesar 0,896. Berikut adalah ketetapan model yang diperoleh dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - \{(1 - R1^2) \times (1 - R2^2)\}$$

$$Q^2 = 1 - \{(1 - 0,906^2) \times (1 - 0,896^2)\}$$

$$Q^2 = 1 - (0.17 \times 0.19)$$

$$Q^2 = 1 - 0.03$$

$$Q^2 = 0.97$$

Berdasarkan hasil pengukuran ketetapan model diperoleh hasil nilai Q² sebesar 0.97 hal ini menjelaskan bahwa kontribusi model untuk menjelaskan hubungan struktural dari ketujuh variabel yang diteliti adalah sebesar 97% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Dari hasil tersebut diketahui bahwa model penelitian ini memiliki *predictive relevance* karena Q2 bernilai lebih besar dari 0 serta dapat dikatakan baik dikarenakan mendekati nilai 1.

Berdasarkan olah data yang telah dilakukan, hasilnya dapat digunakan untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai T-Statistics dan nilai P-Values. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai P-Values < 0,05. Berikut ini adalah hasil uji hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini melalui inner model:

Tabel 15.
Uji Hipotesis Penelitian

	Beta (β)	Sample Mean (M)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Pengaruh Langsung					
Integrasi Pemasok (X2) -> Kinerja Ekspor (Y)	0.305	0.303	7.213	0.000	Diterima
Integrasi Pelanggan (X3) -> Kinerja Ekspor (Y)	0.206	0.205	7.541	0.000	Diterima
Integrasi Internal (X1) -> Kinerja Ekspor (Y)	0.312	0.310	5.429	0.000	Diterima
Berbagi Informasi	0.258	0.264	6.172	0.000	Diterima

Analisis Pengaruh Praktek Manajemen Rantai Pasok Terhadap Kinerja Ekspor dengan
Mediasi Kinerja Rantai Pasok

(X4) -> Kinerja Ekspor (Y)					
Kinerja Rantai Pasok (Z) -> Kinerja Ekspor (Y)	0.329	0.327	4.014	0.000	Diterima
Integrasi Pemasok (X2) -> Kinerja Rantai Pasok (Z)					
	0.322	0.322	8.550	0.000	Diterima
Integrasi Pelanggan (X3) -> Kinerja Rantai Pasok (Z)					
	0.020	0.020	0.680	0.497	Ditolak
Integrasi Internal (X1) -> Kinerja Rantai Pasok (Z)					
	0.581	0.583	20.127	0.000	Diterima
Berbagi Informasi (X4) -> Kinerja Rantai Pasok (Z)					
	0.105	0.103	2.513	0.012	Diterima
Pengaruh Tidak Langsung					
Integrasi Pemasok (X2) -> Kinerja Rantai Pasok (Z) -> Kinerja Ekspor (Y)					
	0.106	0.104	4.367	0.000	Diterima
Integrasi Pelanggan (X3) -> Kinerja Rantai Pasok (Z) -> Kinerja Ekspor (Y)					
	0.007	0.007	0.630	0.529	Ditolak
Integrasi Internal (X1) -> Kinerja Rantai Pasok (Z) -> Kinerja Ekspor (Y)					
	0.191	0.191	3.994	0.000	Diterima
Berbagi Informasi (X4) -> Kinerja Rantai Pasok (Z) -> Kinerja Ekspor (Y)					
	0.034	0.035	1.941	0.053	Ditolak

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian, maka persamaan model penelitian dapat digambarkan dalam persamaan berikut :

$$Y1 = 0.609X1 + 0.298X1$$

$$Y2 = 0.265X1 + 0.340X2 + 0.361Y1$$

Hasil pengujian hipotesis penelitian dapat dijelaskan sebagaimana berikut:

Hipotesis

H1: Integrasi Pemasok (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Ekspor (Y).

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh Integrasi Pemasok (X2) terhadap Kinerja Ekspor (Y) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.305 serta memiliki nilai T statistic sebesar 7.213 dan nilai P-Value sebesar 0.000. Nilai T statistic lebih besar dari T tabel ($7.213 > 1.984$) serta nilai P value sebesar 0.000 atau lebih kecil dari standar alpha 5% ($0.000 < 0.05$) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan Integrasi Pelanggan terhadap Kinerja Ekspor.

Hasil Pembahasan

Nilai koefisien jalur bernilai positif (0.305) menunjukkan pengaruh yang diberikan oleh integrasi pemasok terhadap kinerja ekspor bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh Integrasi Pemasok terhadap kinerja ekspor. Dengan kata lain, integrasi pemasok yang semakin baik mampu meningkatkan kinerja ekspor.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayman Bahjad yang dilakukan di Jordan, pengaruh langsung integrasi pelanggan terhadap kinerja ekspor tidak signifikan. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian ini.

Nilai koefisien jalur bernilai positif (0.312) menunjukkan pengaruh yang diberikan oleh integrasi internal terhadap kinerja ekspor bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh integrasi internal terhadap kinerja ekspor. Dengan kata lain, integrasi internal yang semakin baik mampu meningkatkan kinerja ekspor.

Nilai koefisien jalur bernilai positif (0.258) menunjukkan pengaruh yang diberikan oleh komunikasi terhadap motivasi kerja bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh berbagi informasi terhadap kinerja ekspor. Dengan kata lain, berbagi informasi yang semakin baik mampu meningkatkan kinerja ekspor.

Berbagi informasi dengan pemasok dan pelanggan memungkinkan eksplorasi baru peluang dan pasar, memfasilitasi pengenalan produk dan layanan baru, membantu dalam menemukan metode pengiriman baru dan membantu mempersingkat waktu tunggu, dengan demikian, mengarah ke peningkatan penjualan di pasar internasional (Al-Ghwayeen dan Abdallah, 2018; Devaraj et al., 2007). Selain itu, informasi kualitas waktu nyata dibagikan dengan pemasok dan memungkinkan produsen merasakan ketidakpastian pasar dan meresponsnya dengan cara yang efektif dan cepat (Liu et al., 2013). Selain itu, integrasi rantai pasokan mengarah pada pengurangan biaya persediaan dan peningkatan pemanfaatan sumber daya keuangan dan arus kas, sehingga menghasilkan peningkatan kinerja, peningkatan penjualan dan peningkatan ekspor (Ayoub dan Abdallah, 2019; Ibrahim and Ogunyemi, 2012). Informasi yang diberikan untuk meningkatkan kinerja ekspor yaitu berupa informasi mengenai kebijakan atau

perizinan tentang proses ekspor dari suatu negara ke negara lainnya yang melibatkan pihak lainnya.

Nilai koefisien jalur bernilai positif (0.329) menunjukkan pengaruh yang diberikan oleh kinerja rantai pasok terhadap kinerja ekspor bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh kinerja rantai pasok terhadap kinerja ekspor. Dengan kata lain, kinerja rantai pasok yang semakin baik mampu meningkatkan kinerja ekspor.

Literatur yang ada telah memberikan bukti yang cukup mengenai efek positif dari kinerja rantai pasokan pada kinerja bisnis, pasar, keuangan, dan organisasi (mis. Abu Nimeh et al., 2018; Dellana dkk., 2019; Delic dan Evers, 2020; Huo dkk., 2014; Qrunfleh dan Tarafdar, 2014). Namun, hanya satu penelitian sebelumnya yang diajukan oleh Ibrahim dan Ogunyemi (2012) yang memberikan bukti empiris mengenai pengaruh positif kinerja rantai pasokan terhadap kinerja ekspor pada perusahaan tekstil di Mesir. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas rantai pasokan mengarah pada peningkatan penjualan, peningkatan kinerja bisnis dan kinerja ekspor yang lebih tinggi (Ayoub dan Abdallah, 2019; Laosirihongthong et al., 2013). Tingkat kinerja rantai pasokan yang lebih tinggi menyiratkan pemanfaatan sumber daya yang efisien, pencapaian tujuan terkait operasional, mencapai tingkat kualitas yang lebih tinggi, meningkatkan bauran produk dan fleksibilitas volume, dan pencapaian kinerja penyampaian yang kompetitif (Abu Nimeh et al., 2018; Yu dan Ramanathan, 2016). Peningkatan kinerja rantai pasokan ini diharapkan dapat meningkatkan bisnis kinerja dan meningkatkan penjualan di pasar domestik dan ekspor. Akgul dkk. (2015) menegaskan bahwa peningkatan kinerja rantai pasokan dan kinerja operasional akan mengarah ke tingkat yang lebih tinggi dari bisnis dan kinerja ekspor. Selanjutnya, Lin et al. (2011) menunjukkan bahwa kinerja rantai pasokan akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas distribusi ke pasar lokal dan internasional, sehingga mendorong kinerja pasar dan kinerja ekspor.

Nilai koefisien jalur bernilai positif (0.322) menunjukkan pengaruh yang diberikan oleh integrasi pemasok terhadap kinerja rantai pasok bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh integrasi pemasok terhadap kinerja rantai pasok. Dengan kata lain, integrasi pemasok yang semakin baik mampu meningkatkan kinerja rantai pasok.

Integrasi pemasok merupakan kesatuan dan kepaduan kegiatan logistik melintasi batas- batas perusahaan atau organisasi yang mencakup antara pemasok dengan produsen (Gimenez dan Ventura, 2003). Pada penelitiannya di Spanyol, Gimenez dan Ventura (2003) menemukan bahwa integrasi pemasok memberikan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Pengaruh ini juga berimbas pada berkurangnya biaya, kehabisan persediaan, dan waktu tunggu serta meningkatnya keunggulan kompetitif yang diperoleh perusahaan. Lee et al. (2007) meneliti menemukan bahwa integrasi pemasok memberikan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Ibrahim dan Ogunyemi (2012) dalam penelitiannya yang dilakukan pada industri tekstil dan pakaian juga menemukan bahwa integrasi pemasok berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasokan. Seo et al. (2014) dalam penelitiannya yang dilakukan di Korea juga

menemukan bahwa integrasi pemasok berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasokan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh integrasi pelanggan terhadap kinerja rantai pasok memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.020 serta memiliki nilai T statistic sebesar 0.680 dan nilai P-Value sebesar 0.497. Nilai T statistic lebih kecil dari T tabel ($0.680 < 1.984$) serta nilai P value sebesar 0.497 atau lebih besar dari standar alpha 5% ($0.497 > 0.05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara integrasi pelanggan terhadap kinerja rantai pasok.

Pada praktek di lapangan, pelanggan tidak langsung berhubungan dengan kinerja rantai pasok. Dalam hal ini di suatu perusahaan melibatkan departemen lain yaitu sales dan marketing. Pelanggan akan menyampaikan keluhan ataupun tingkat kepuasan mereka kepada departemen ini.

Nilai koefisien jalur bernilai positif (0.581) menunjukkan pengaruh yang diberikan oleh integrasi internal terhadap kinerja rantai pasok bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh integrasi internal terhadap kinerja rantai pasok. Dengan kata lain, integrasi internal yang semakin baik mampu meningkatkan kinerja rantai pasok.

Nilai koefisien jalur bernilai positif (0.105) menunjukkan pengaruh yang diberikan oleh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pemasok bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh berbagi informasi terhadap kinerja rantai pemasok. Dengan kata lain, berbagi informasi yang semakin baik mampu meningkatkan kinerja rantai pemasok.

Nilai koefisien jalur bernilai positif (0.106) menunjukkan pengaruh yang diberikan oleh integrasi pemasok terhadap kinerja rantai pasok melalui kinerja ekspor bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh integrasi pemasok terhadap kinerja rantai pasok melalui kinerja ekspor. Dengan kata lain, kinerja ekspor mampu memediasi pengaruh integrasi pemasok terhadap kinerja rantai pasok.

Dari penelitian sebelumnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi internal dan integrasi pelanggan berdampak positif pada kinerja rantai pasokan, sementara integrasi pemasok tidak. Temuan itu juga menegaskan bahwa kinerja rantai pasokan berdampak positif terhadap kinerja ekspor. Selain itu, kinerja rantai pasokan ditunjukkan secara positif dan parsial menengahi dampak integrasi internal dan pelanggan terhadap kinerja ekspor. Sementara mediasi ini efeknya parsial, hasil ini menunjukkan bahwa kinerja rantai pasokan berfungsi sebagai hasil dari internal dan integrasi pelanggan dan sebagai anteseden kinerja ekspor. Efek mediasi parsial ditemukan di studi saat ini dapat dikaitkan dengan sifat kompleks dari hubungan antara integrasi rantai pasokan dan kinerja ekspor. Karena banyak faktor berbeda terkait dengan asosiasi ini, tidak masuk akal bahwa penyelidikan terhadap satu mediator dapat mengidentifikasi semua hubungan sebab akibat yang potensial di mana integrasi rantai pasokan berdampak pada kinerja ekspor. Kami menegaskan bahwa efek mediasi parsial

menunjukkan di sini menggambarkan perlunya penelitian lebih lanjut tentang bagaimana hubungan timbal balik ini mempengaruhi kinerja ekspor secara keseluruhan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh integrasi pelanggan terhadap kinerja ekspor melalui kinerja rantai pasok memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.007 serta memiliki nilai T statistic sebesar 0.630 dan nilai P-Value sebesar 0.529. Nilai T statistic lebih kecil dari T tabel ($0.630 < 1.984$) serta nilai P value sebesar 0.529 atau lebih besar dari standar alpha 5% ($0.529 > 0.05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara integrasi pelanggan terhadap kinerja ekspor melalui kinerja rantai pasok.

Nilai koefisien jalur bernilai positif (0.191) menunjukkan pengaruh yang diberikan oleh integrasi internal terhadap kinerja rantai pasok melalui kinerja ekspor bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh integrasi internal terhadap kinerja rantai pasok melalui kinerja ekspor. Dengan kata lain, kinerja ekspor mampu memediasi pengaruh integrasi internal terhadap kinerja rantai pasok.

Pada penelitian sebelumnya, integrasi internal, secara signifikan mempengaruhi kinerja ekspor. Integrasi internal mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan sumber daya internal, kompetensi dan informasi melalui tindakan organisasi yang mendukung pengetahuan pertukaran di dalam dan di luar lingkup masing-masing departemen atau fungsi.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja ekspor melalui kinerja rantai pasok memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.034 serta memiliki nilai T statistic sebesar 1.941 dan nilai P-Value sebesar 0.053. Nilai T statistic lebih kecil dari T tabel ($1.941 < 1.984$) serta nilai P value sebesar 0.053 atau lebih besar dari standar alpha 5% ($0.053 > 0.05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara berbagi informasi terhadap kinerja ekspor melalui kinerja rantai pasok.

Berbagi informasi didefinisikan sebagai sejauh mana informasi disampaikan kepada mitra pasokan. Untuk memberikan hasil terbaik, informasi yang dibagikan harus memadai, akurat, kredibel dan tepat waktu. Informasi yang tepat waktu dan dibagikan dalam rantai pasokan menghasilkan keputusan yang akurat dan dapat dianggap sebagai kinerja unggul. Berbagi informasi juga secara signifikan dapat mengurangi biaya, memperpendek siklus waktu dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan.

Pada praktik di lapangan, berbagi informasi dilakukan secara langsung tanpa mediasi baik ke kinerja ekspor maupun ke kinerja rantai pasok. Pada kinerja ekspor, informasi yang diberikan berkaitan dengan mengekspor produk ke luar negeri dan kemampuan untuk mengintegrasikan pengetahuan serta sumber daya yang berhubungan dengan aspek hukum serta persyaratan dokumen ekspor.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian pada bab sebelumnya maka di peroleh kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Integrasi

Pemasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Ekspor. Kemudian Integrasi Pelanggan tidak berpengaruh terhadap Kinerja Rantai Pasok. Hal ini membuktikan bahwa integrasi pelanggan tidak terlalu berdampak pada kinerja rantai pasok. Ini menunjukkan bahwa integrasi pelanggan yang dilakukan perusahaan yang bergerak di bidang ekspor atau biasa disebut sebagai eksportir tidak terlalu atau bahkan tidak sama sekali memberikan manfaat pada kinerja rantai pasok. Ketika kompleksitas rantai pasokan tinggi, maka pengaruh integrasi pada kinerja tinggi, tetapi pengaruh tersebut rendah atau tidak ada jika kompleksitas rantai pasokan rendah. Hal ini membuktikan bahwa kinerja ekspor bisa tinggi dan baik pada perusahaan yang kuat dalam berbagi informasi maupun tidak. Ada sejumlah faktor penentu lain yang berkontribusi lebih kuat dalam menentukan kinerja ekspor.

BIBLIOGRAFI

- Anuraga, Jalu Lintang Yogiswara. (2021). Jalur Rempah Banda, Antara Perdagangan, Penaklukan dan Percampuran: Dinamika Masyarakat Banda Neira Dilihat Dari Sosio-Historis Ekonomi Rempah The Banda Spice Route, Between Trade, Conquest. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 23(3). [Google Scholar](#).
- Apriko, Juni. (2021). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (masyarakat Yang Menggunakan Honda Scoopy Di Kecamatan Tenayan Raya)*. Universitas Islam Riau. [Google Scholar](#).
- Erika, Sovia Zahrianti. (2022). *Pengaruh Inflasi dan Nilai Tukar terhadap Ekspor Produk Halal Indonesia Periode 2016-2020*. IAIN Ponorogo. [Google Scholar](#).
- Fauzi, Irsal. (2021). Peran Internet Marketing dalam Meningkatkan Intention To Buy (Studi pada Bangkayu. id). *Among Makarti*, 14(1). [Google Scholar](#).
- Ferdinandus, Stenly Jacobus, Bugis, Muh Sahril Gunawan, & Pattiruhu, Josef R. (2022). Analisis Pengaruh Financial Technology Terhadap Profitabilitas Perusahaan Perbankan Bumn di Indonesia. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1039–1045. [Google Scholar](#).
- Jones, Ivan, Lusiana, Lusiana, Moderin, Moderin, & Fenny, Fenny. (2022). Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Sistem Erp Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Studi Kasus: PT Latinusa TBK. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 410–418. [Google Scholar](#).
- Mabruroh, Kurnia Lailatul. (2022). Analisis Framing Berita Terkait Kebijakan Pemerintah Menangani Covid-19 pada Media Online Suaraturabaya. Net. *Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unhas (IKON)*, 21–38. [Google Scholar](#).
- Musyafi, Roihatul, Utami, Hamidah Nayati, Prasetya, Arik, & Sos, S. (2019). *Pengaruh Information Sharing dan Information Quality terhadap Rantai Pasok Integratif dan Kinerja Usaha.(Studi Pada petani Bawang Merah di Jawa Timur)*. Universitas Brawijaya. [Google Scholar](#).
- Nasir, Akhmad, & Supriatna, Endah. (2022). Pengaruh Praktek Supply Chain Management (SCM) dan Integrasi Suplly Chain Terhadap Kinerja Perusahaan pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(3), 621–628. [Google Scholar](#).
- Permana, Gusi Putu Lestara, & Mudiyaniti, Ni Wayan. (2021). Analisis Faktor Kesuksesan Implementasi Aplikasi Sistem Keuangan Desa (Siskeudes) Dengan Menggunakan Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi Diperbarui Oleh Delone Dan Mclean Di Kabupaten Gianyar. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(1), 75–85. [Google Scholar](#).
- Purba, Bonaraja, Susanti, Elly, Mustaqim, Yunus, Wisnujati, Nugrahini Susantinah,

Dessy Apriyani, Farah Margaretha, Wahyuningsih Santosa.

Hasan, Muhammad, Aisyah, Hesty, Hariyanti, Anies Indah, & Sudarmanto, Eko. (2021). *Etika Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis. [Google Scholar](#).

Raharja, Hafid Aji, & Yamit, Zulian. (2022). Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Keunggulan Kompetitif Organisasi dan Kinerja Organisasi Kelompok Ternak di Desa Girikerto. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(1), 270–278. [Google Scholar](#).

Saputra, I.Gede Hendra Eka, & Yasrawan, Komang Tri. (2021). Dampak Moderasi Budaya Catur Purusa Artha pada Pengaruh Self Efficacy dan Locus of Control terhadap Kinerja Koperasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(1), 167–178. [Google Scholar](#).

Sasongko, Guntur, Kalambo, Yohanis, Janu, Rizaldi Indra, & Anggiani, Sarfiliaty. (2022). Peran Kepemimpinan Strategis Dalam Menghadapi Kondisi Era Angsa. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 5(3), 613–628. [Google Scholar](#).

Sumadi, S. (2020). Menakar Dampak Fenomena Pandemi Covid-19 Terhadap Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 145–162. [Google Scholar](#).

Suparman, S. E. (2022). *Pembangunan Ketenagakerjaan: Teori, Konsep, Model, dan Studi Empiris*. Publica Indonesia Utama. [Google Scholar](#).

Wardana, Miko Andi, & Parwati, Komang Shanty Muni. (2021). Integrasi faktor niat berkunjung wisatawan lokal di bali pada masa pandemi covid 19. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 12(1), 50–58. [Google Scholar](#).

Wibowo, Agus. (2022). Sistem Pengendalian Manajemen (Management Control System). *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1–275. [Google Scholar](#).

Copyright holder:

Dessy Apriyani, Farah Margaretha, Wahyuningsih Santosa (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

