

The Impact of Information Sharing on Supply Chain Performance Mediated by Company Relationships

Muhammad Evan Alhamda¹, Tri Wahyuningsih^{2*}

¹Program Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Jl. Padjajaran, Sleman, Yogyakarta, Indonesia.

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Jl. Padjajaran, Sleman, Yogyakarta, Indonesia

*triwahyuningsih@upnyk.ac.id

Abstract

MSMEs are the backbone of the Indonesian economy, because they contribute greatly to Indonesia's economic growth. MSMEs snacks have a broad market potential due to increasing public demand and a large variety of products. However, they are still faced with various challenges in terms of supply, such as price volatility of raw materials, limited access to stable supplies, depending on only one supplier, as well as challenges in logistics and distribution. The purpose of this study was to test and see the effect of Information Sharing on Supply Chain Performance in snack food MSMEs in Klaten Regency mediated Company Relationships due to the constraints faced by MSMEs in the supply of raw materials and fulfilling requests. Purposive sampling technique was used to get samples in this study. The PLS analysis method was used in this study. This study has the results: (1) Information Sharing has a positive effect on Supply Chain Performance, (2) Information Sharing has a positive effect on Company Relationships, (3) Company Relationships has a positive effect on Supply Chain Performance, (4) Information Sharing has a positive effect on Supply Chain Performance mediated Company Relationships.

Keywords: *Company Relationships, Information Sharing, MSMEs, Supply Chain Performance*

PENDAHULUAN

UMKM telah menjadi bagian penting perekonomian Indonesia karena kontribusinya yang besar bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia yang dimuat dalam situs resmi OJK, ada sekitar 64,2 juta UMKM di Indonesia pada tahun 2021, dengan kontribusinya terhadap PDB sebesar Rp8.573,89 triliun. UMKM tentu membutuhkan pihak lain dalam memproduksi dan mendistribusikan produknya. Pihak tersebut dapat terdiri dari *supplier*, distributor, *retailer*, hingga konsumen juga berperan penting dalam menciptakan produk yang berkualitas dan cepat (Pujawan & Mahendrawati, 2010).

Perkembangan proses pengolahan produk saat ini yang memiliki siklus hidup pendek semakin meningkatkan persaingan. Kondisi persaingan ini dapat berpengaruh pada efisiensi, produktivitas, pelayanan, serta berbagai inovasi. Hal tersebut

menjadi penyebab utama para pengusaha berubah dari persaingan yang kompetitif menjadi hubungan kerjasama yang saling menguntungkan yang berguna untuk meningkatkan kinerja bisnisnya (Lambert & Cooper, 2000).

Rantai pasokan merupakan suatu konsep baru yang berupa proses bisnis, dimulai dari kegiatan menerima bahan mentah, pengelolaan pada aktivitas produksi, hingga produk tersebut dapat digunakan oleh konsumen (Rajaguru & Matanda, 2012). Tingkat kepercayaan dan komitmen dari seluruh pihak dalam rantai pasokan mempengaruhi keberhasilan dalam kinerja rantai pasokan (Kwon & Suh, 2004).

Kinerja rantai pasokan salah satunya dipengaruhi kegiatan berbagi informasi. Tinggi rendahnya kegiatan berbagi informasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh informasi yang penting disampaikan antar pihak, seperti produsen ke pemasok atau sebaliknya (Li *et.al*, 2006). Kuantitas informasi yang disampaikan dapat

tercermin dari tingkat berbagi informasi dengan rekanan (Sundram et.al, 2018). Informasi yang cepat, tepat, mudah, baik itu informasi pasar produksi maupun faktor produksi perlu dimiliki oleh UMKM (Effendi, 2005).

Hubungan perusahaan seperti kolaborasi adalah proses dimana dua perusahaan bekerjasama dalam membuat rencana, melakukannya, dan membuat rantai pasokan menjadi efektif dan efisien untuk saling menguntungkan (Cao & Zhang, 2011). Menurut Lestari (2009) dalam konteks rantai pasok atau rantai nilai, kolaborasi yang paling kuat merupakan hubungan yang dijalin dengan pemasok.

UMKM makanan ringan merupakan bisnis kecil yang bergerak di bidang makanan ringan atau snack. UMKM makanan ringan memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM makanan ringan juga memiliki potensi pasar yang luas. Namun, UMKM makanan ringan masih berhadapan dengan tantangan dalam hal pasokan seperti ketidakstabilan harga bahan baku, keterbatasan akses ke pasokan yang stabil, bergantung hanya pada satu sumber pemasok, serta tantangan dalam logistik dan distribusi.

Para pelaku UMKM membentuk kelompok UMKM yang dimanfaatkan untuk berbagi berbagai informasi maupun menjalin hubungan kerjasama antar UMKM. Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Klaten gencar melakukan sosialisasi kepada para UMKM tentang program pemerintah yang dapat membantu meningkatkan usaha mereka dalam hal produksi. Beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa berbagi informasi dan menjalin hubungan dengan perusahaan lainnya berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasokan perusahaan, sehingga diduga juga dapat berpengaruh dan dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh para UMKM makanan ringan di Kabupaten Klaten.

Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan penelitian tentang pengaruh *Information Sharing* terhadap *Supply Chain Performance* dimediasi oleh *Company Relationship*. Secara khusus penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat membantu para UMKM olahan makanan ringan di Kabupaten Klaten dalam meningkatkan *Supply Chain Performance* mereka.

KAJIAN PUSTAKA

Supply Chain Performance

Menurut Levi et.al (2000) manajemen rantai pasokan merupakan sebuah pendekatan yang dilakukan untuk mencapai integrasi mulai supplier, manufacturer, distributor, retailer, hingga customer yang efisien. Menurut Marakas dan O'Brien (2013), manajemen rantai pasokan merupakan sistem antar perusahaan yang memiliki fungsi berbeda, dan memakai teknologi informasi dalam mengelola dan mendukung hubungan antar proses bisnis utama perusahaan dan dengan mitra bisnis. Tujuan dari

manajemen rantai pasokan adalah menciptakan sebuah nilai dari suatu produk dengan kerjasama dan integrasi dalam rantai pasokan (Wadhwa et.al., 2010) Agar perusahaan dapat memantau, mengendalikan, dan melakukan perbaikan, maka diperlukan penilaian *Supply Chain Performance* (Pujawan & Mahendrawati, 2010).

Information Sharing

Kelompok data yang telah terolah dan berbentuk agar bermanfaat dan berarti untuk penerimanya dinamakan informasi (Kristanto, 2018). Dalam hal ini informasi yang dibagikan atau dikomunikasikan berupa informasi tentang pasar, produk, maupun konsumen (John et.al, 2001). Seluruh proses dalam *supply chain information* itu penting dan memiliki peran besar, sehingga penting untuk melakukan berbagi informasi (Fawcett et.al., 2007). Keberhasilan rantai pasokan itu bergantung pada sistem informasinya, karena dengan adanya informasi dari perusahaan atau rekan bisnis dalam rantai pasokan tersebut, sehingga dapat memperhitungkan langkah yang tepat (Pujawan & Mahendrawati, 2010).

Company Relationships

Indriani (2006) menjelaskan bahwa hubungan jangka panjang sebagai kemampuan perusahaan dalam menjalin dan menjaga hubungan dengan pemasok dalam jangka panjang karena dianggap menghasilkan keuntungan. Menurut Lestari (2009) dalam konteks rantai pasok atau rantai nilai, kolaborasi yang paling kuat merupakan hubungan yang dijalin dengan pemasok. Pertukaran informasi, inovasi produk, dan lain sebagainya merupakan hal-hal yang dapat dilakukan dalam melakukan kerjasama atau kolaborasi, karena menurut Barata (2016) kolaborasi memiliki indikator yaitu berbagi informasi, kualitas dari informasi tersebut, keselarasan, serta keputusan yang diambil bersama-sama. Kepercayaan perlu dijaga agar tidak mengecewakan anggota yang lain, karena dalam kerjasama antara perusahaan dan pemasok, kepercayaan merupakan faktor utamanya (Stefani & Sunarndi, 2014).

Pengaruh Information Sharing terhadap Supply Chain Performance

Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa berbagi informasi merupakan hal yang penting karena keberhasilan rantai pasokan itu bergantung pada sistem informasinya. Adanya informasi dari perusahaan atau rekan bisnis dalam rantai pasokan, menjadikan perusahaan dapat memperhitungkan langkah yang tepat (Pujawan & Mahendrawati, 2010). Berdasarkan uraian tersebut, dapat dihipotesiskan bahwa:

H₁ : *Information Sharing* berpengaruh positif terhadap *Supply Chain Performance*.

Pengaruh *Information Sharing* terhadap *Company Relationships*

Beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa manajemen rantai pasokan merupakan sistem antar perusahaan yang berbeda fungsi, dan memakai teknologi informasi dalam mengelola dan mendukung hubungan antar proses bisnis utama perusahaan dan dengan mitra bisnis (Marakas & O'Brien, 2013). Tingkat kepercayaan dan komitmen dari seluruh pihak dalam rantai pasokan mempengaruhi keberhasilan dalam kinerja rantai pasokan (Kwon & Suh, 2004). Berdasarkan Berdasarkan uraian tersebut, dapat dihipotesiskan bahwa:

H₂: *Information Sharing* berpengaruh positif terhadap *Company Relationships*.

Pengaruh *Company Relationships* terhadap *Supply Chain Performance*

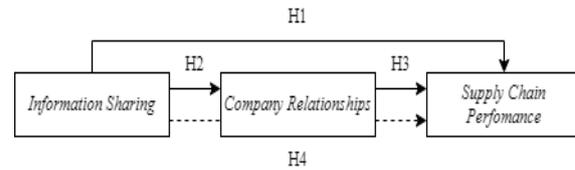
Hubungan antara perusahaan/organisasi merupakan penilaian komprehensif mengenai kekuatan dan tingkat hubungan jangka panjang dengan rekan bisnis (Park *et.al.*, 2017). Beberapa penelitian sebelumnya juga menyarankan untuk melakukan Kerjasama dalam manajemen rantai pasokan. Misalnya Juan Ding *et.al.*, (2014) membuktikan bahwa kepercayaan dan komitmen berhubungan secara signifikan terhadap indikator kualitas kinerja rantai pasokan pada industri pengolahan daging sapi di Australia. Berdasarkan Berdasarkan uraian tersebut, dapat dihipotesiskan bahwa:

H₃ : *Company Relationships* berpengaruh positif terhadap *Supply Chain Performance*.

Pengaruh *Information Sharing* terhadap *Supply Chain Performance* dimediasi oleh *Company Relationships*

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan beberapa faktor yang menjalankan peran mediasi dalam hubungan berbagi informasi dengan manajemen rantai pasokan. Seperti berbagi informasi (Ye & Wang, 2013), orientasi pasar (Tseng & Liao, 2015), integrasi informasi (Sihua & Guohua, 2017), dan integrasi rantai pasokan (Sundram *et.al.*, 2018). Berbagi informasi dapat membangun kedekatan hubungan serta meningkatkan kolaborasi antara anggota rantai pasokan (Fawcett *et.al.*, 2007). Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, dapat dihipotesiskan bahwa:

H₄ : *Company Relationships* memiliki efek mediasi pada pengaruh *Information Sharing* terhadap *Supply Chain Performance*.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE

Penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei, metode survei merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah dengan melakukan perlakuan dalam kegiatan pengumpulan data, dengan menyebarkan kuesioner, wawancara terstruktur, dan tes (Sugiyono, 2008).

Seluruh pemilik UMKM makanan ringan di Kabupaten Klaten menjadi populasi pada penelitian ini. Karena besaran populasinya tidak diketahui sehingga besaran sampelnya ditentukan dengan rumus *Cochran*.

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Namun atas berbagai pertimbangan sehingga ditetapkan 100 responden. Kemudian teknik *purposive sampling* digunakan untuk mengambil sampel, dimana teknik ini digunakan dengan memberi kriteria tertentu sesuai dengan tujuan dari penelitian (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil langsung dari responden dengan menggunakan *google form*.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator Variabel	Sumber
<i>Information Sharing</i>	Berbagi informasi merupakan bagaimana informasi yang diterima atau disampaikan digunakan untuk membuat keputusan yang lebih baik.	1. Keterbukaan informasi 2. Jumlah informasi 3. Kualitas informasi 4. Proses informasi 5. Sumber informasi 6. Kecepatan informasi	Stefani <i>et al.</i> (2014), Zelbst <i>et al.</i> (2009), Chang <i>et al.</i> (2013), Rashed <i>et al.</i> (2010), Kusmantini <i>et al.</i> (2020)
<i>Company Relationships</i>	Kerjasama ini mencakup tentang bahan baku, informasi, serta hubungan dengan pemasok yang diharapkan terjaga dan memberikan manfaat jangka Panjang.	1. Hubungan yang terjadi 2. Manfaat dan risiko berbagi 3. Kepercayaan 4. Komunikasi 5. Kerjasama 6. Hubungan jangka panjang	Ganesan (1994), Prajogo & Olhanger (2012), Rashed <i>et al.</i> (2010) Kusmantini <i>et al.</i> (2020)
<i>Supply Chain Performance</i>	Kinerja rantai pasokan merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif dan efisien	1. Periode 2. Pengembalian 3. Ketepatan waktu 4. Fleksibilitas 5. Kualitas produk 6. Efisiensi biaya	Gunasek-Aran <i>et al.</i> (2004), Siahaya (2013), Bourlakis <i>et al.</i> (2012), Kusmantini <i>et al.</i> (2020)

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial Sekaran dan Bougie (2017) menjelaskan bahwa analisis deskriptif merupakan teknik menganalisis dengan mendeskripsikan data yang terkumpul berdasarkan yang terjadi tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Berdasarkan

hal tersebut, analisis deskriptif pada penelitian ini berupa hasil jawaban kuesioner yang telah diisi oleh pelaku UMKM makanan ringan di Kabupaten Klaten dengan tujuan untuk mengetahui karakteristik responden.

Analisis inferensial yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis *Partial Least Square* (PLS). Dalam analisis PLS, terdapat dua tahap yang digunakan untuk mengevaluasi model, yaitu *outer model* (model pengukuran) yang merupakan suatu model yang digunakan untuk menguji validitas konstruk serta reliabilitas. *Inner model* (model struktural) yang merupakan suatu model yang digunakan untuk mengukur hubungan variabel laten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	27	27%
Perempuan	73	73%
Jumlah	100	100%

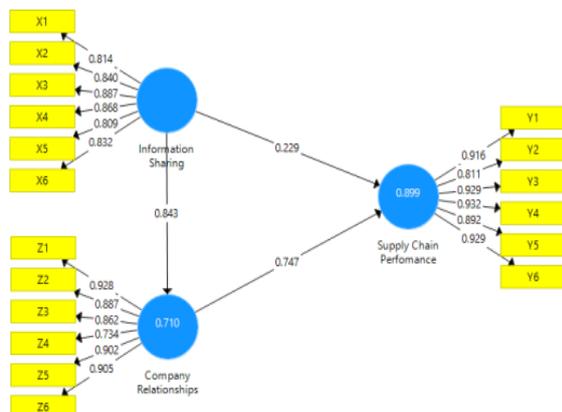
Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah sebanyak 27 responden dan jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah sebanyak 73 responden. Hal tersebut menunjukkan dalam penelitian ini pemilik UMKM olahan makanan ringan di Kabupaten Klaten sebagian besar adalah perempuan.

Tabel 3. Deskripsi Seluruh Variabel

No	Variabel	Rata-rata	Kategori
1	Information Sharing	3,420	Tinggi
2	Company Relationships	4,006	Tinggi
3	Supply Chain Performance	3,803	Tinggi

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa rata-rata responden menilai ketiga variabel dengan nilai tinggi, artinya sebagian besar dari responden setuju dengan pertanyaan yang diajukan.

Hasil Uji Outer Model



Gambar 2. Hasil Uji Outer Model

Ketika nilai *loading factor* $>0,7$, maka indikator dapat dikatakan valid. Menurut Ghazali dan Latan (2015) pada tahap awal pengembangan, yang memiliki nilai *loading factor* 0,5 sampai 0,6 dapat diterima. Berdasar Tabel 4 diketahui bahwa seluruh nilai *loading factor* setiap indikator sudah memenuhi kriteria. Peneliti menyimpulkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria dan dapat dikatakan valid.

Ketika nilai *loading factor* $>0,7$, maka indikator dapat dikatakan valid. Menurut Ghazali dan Latan (2015) pada tahap awal pengembangan, yang memiliki nilai *loading factor* 0,5 sampai 0,6 dapat diterima. Berdasar Tabel 4 diketahui bahwa seluruh nilai *loading factor* setiap indikator sudah memenuhi kriteria. Peneliti menyimpulkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria dan dapat dikatakan valid.

Tabel 4. *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*

	Company Relationships	Information Sharing	Supply Chain Performance
X1	0,611	0,814	0,623
X2	0,647	0,840	0,636
X3	0,785	0,887	0,810
X4	0,720	0,868	0,753
X5	0,691	0,809	0,716
X6	0,776	0,832	0,770
Y1	0,854	0,736	0,916
Y2	0,757	0,758	0,811
Y3	0,872	0,750	0,929
Y4	0,878	0,756	0,932
Y5	0,845	0,799	0,892
Y6	0,879	0,851	0,929
Z1	0,928	0,795	0,877
Z2	0,887	0,698	0,850
Z3	0,862	0,660	0,791
Z4	0,734	0,714	0,682
Z5	0,902	0,772	0,833
Z6	0,905	0,764	0,871

Discriminant Validity diperiksa dengan melihat nilai *cross loading factor* suatu indikator variabel terhadap konstruk adalah yang paling tinggi dibandingkan dengan indikator variabel lainnya (Ghozali & Latan, 2015). Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa setiap nilai indikator variabel terhadap konstruk merupakan yang terbesar dibandingkan indikator variabel lainnya. Peneliti menyimpulkan bahwa *discriminant validity* pada tiap indikator variabel sudah lebih baik daripada indikator variabel lainnya pada blok tersebut

Tabel 5. *AVE*, *Composite Reliability*, dan *Cronbach's Alpha*

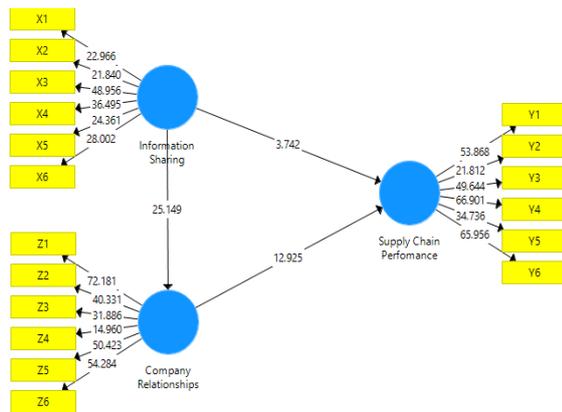
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Supply Chain Performance	0,954	0,956	0,963	0,814
Company Relationships	0,936	0,940	0,950	0,760
Information Sharing	0,918	0,922	0,936	0,709

Apabila hasil *Average Variance Extracted* (AVE) mencapai nilai $> 0,5$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut sudah memenuhi persyaratan (Ghozali dan Latan, 2015)

Menurut Ghozali dan Latan (2015), untuk memenuhi syarat, nilai *composite reliability* harus $> 0,7$. Apabila nilai *cronbach's alpha* $> 0,7$, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel yang digunakan telah memiliki tingkat keandalan yang memadai (Ghozali & Latan, 2015).

Berdasarkan Tabel 5 dan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel telah valid dan reliabel.

Hasil Uji Inner Model



Gambar 3. Hasil Uji Inner Model

Tabel 6. R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Supply Chain Performance	0,899	0,897
Company Relationships	0,710	0,707

Menurut Ghozali dan Latan (2015), terdapat standar penilaian R-Square yang dikenal sebagai "rule of thumb". Menurut standar ini, R-Square sebesar 0,67 dianggap sebagai indikator bahwa model yang dibuat adalah model yang kuat, sedangkan nilai 0,33 menunjukkan model yang moderat, dan nilai 0,19 menunjukkan model yang lemah. Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa variabel *Company Relationships* dipengaruhi oleh variabel *information sharing* sebesar 71% dan 29% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian, sehingga termasuk dalam kategori kuat. Selain itu, variabel *Supply Chain Performance* dipengaruhi oleh variabel *Information Sharing* sebesar 89,9% dan 10,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian, sehingga termasuk dalam kategori kuat.

Tabel 7. Q-Square

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Company Relationships	600,000	279,868	0,534
Information Sharing	600,000	600,000	

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Supply Chain Performance	600,000	164,637	0,726

Sumber: Output data diolah SmartPLS 3.0

Jika nilai $Q^2 > 0$, maka model memiliki relevansi prediktif, sedangkan jika nilai $Q^2 < 0$, maka relevansi model kurang prediktif. Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa variabel *Company Relationships* mendapatkan Q-Square sebesar 0,534 dan variabel *Supply Chain Performance* mendapatkan nilai Q-Square sebesar 0,726. Dari hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini menunjukkan tingkat *predictive relevance* yang cukup tinggi, artinya hasil observasi yang dihasilkan mampu memberikan estimasi parameter yang cukup akurat.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 8. Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Company Relationships → Supply Chain Performance	0,747	0,745	0,056	13,321	0,000
Information Sharing → Company Relationships	0,843	0,842	0,032	26,717	0,000
Information Sharing → Supply Chain Performance	0,229	0,231	0,059	3,862	0,000

Tabel 8 menunjukkan bahwa: (1) *original sample* memiliki nilai 0,229 sehingga memiliki arah pengaruh positif. Memiliki nilai P Value sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_1 diterima; (2) *original sample* memiliki nilai sebesar 0,843 sehingga memiliki arah pengaruh positif. Memiliki nilai P Value sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_2 diterima; (3) *original sample* memiliki nilai sebesar 0,747 sehingga memiliki arah pengaruh positif. Memiliki nilai P Value sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_3 diterima.

Tabel 9. Specific Indirect Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Information Sharing → Company Relationships → Supply Chain Performance	0,630	0,627	0,045	14,112	0,000

Tabel 9 menunjukkan bahwa *original sample* memiliki nilai sebesar 0,630 sehingga memiliki arah pengaruh positif. Memiliki nilai P Value sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_4 diterima.

Pengaruh Information Sharing terhadap Supply Chain Performance

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *Information Sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Supply*

Chain Performance. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin sering para UMKM makanan ringan berbagi informasi dengan pemasok atau distributor mereka hal tersebut akan meningkatkan efisiensi dan efektifitas kinerja rantai pasokan mereka.

Hasil penelitian ini didukung dengan adanya penelitian dari Kusmantini *et.al.* (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasokan. Serta Pujawan dan Mahendrawati, (2010), yang menyatakan bahwa keberhasilan rantai pasokan itu bergantung pada sistem informasinya, karena dengan adanya informasi dari perusahaan atau rekan bisnis dalam rantai pasokan tersebut, sehingga dapat memperhitungkan langkah yang tepat.

Pengaruh *Information Sharing* terhadap *Company Relationship*

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *Information Sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Company Relationships*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin sering pengusaha UMKM saling berbagi informasi dengan pemasoknya maka semakin dekat, berkualitas dan bertahan lama hubungan yang terjalin antara mereka.

Hasil penelitian ini didukung dengan adanya penelitian dari Kusmantini *et.al.* (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari berbagi informasi terhadap hubungan perusahaan. Serta Fawcett *et.al.* (2007) yang menjelaskan bahwa berbagi informasi itu penting karena semua proses dalam *Supply Chain Information* itu penting dan memiliki peran besar.

Pengaruh *Company Relationship* terhadap *Supply Chain Performance*

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *Company Relationships* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Supply Chain Performance*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin dekat, semakin lama, dan semakin berkualitas hubungan yang terjalin antara pengusaha UMKM olahan makanan ringan dengan pemasoknya maka dapat meningkatkan kinerja rantai pasokan pada UMKM tersebut.

Hasil penelitian ini didukung dengan adanya penelitian dari Kusmantini *et.al.* (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari hubungan perusahaan terhadap kinerja rantai pasokan. Serta penelitian dari Cao dan Zhang (2011) yang menyatakan hubungan perusahaan seperti kolaborasi adalah proses dimana dua perusahaan bekerjasama dalam membuat rencana, melakukannya, dan membuat rantai pasokan yang efektif dan efisien untuk saling menguntungkan.

Pengaruh Mediasi *Company Relationship* terhadap Pengaruh *Information Sharing* terhadap *Supply Chain Performance*

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *Information Sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Supply Chain Performance* yang dimediasi oleh *Company Relationships*. Hal tersebut menunjukkan bahwa kegiatan berbagi informasi yang dilakukan oleh para UMKM dengan mitranya dapat meningkatkan dan menjaga hubungan kerjasama yang secara tidak langsung juga akan meningkatkan kinerja rantai pasokan para UMKM tersebut.

Hasil penelitian ini didukung dengan adanya penelitian dari Kusmantini *et.al.* (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari berbagi informasi terhadap kinerja rantai pasokan yang di mediasi oleh hubungan perusahaan.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *Information Sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Supply Chain Performance* pada UMKM olahan makanan ringan di Kabupaten Klaten, *Information Sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Company Relationships* pada UMKM olahan makanan ringan di Kabupaten Klaten, *Company Relationships* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Supply Chain Performance* pada UMKM olahan makanan ringan di Kabupaten Klaten, *Information Sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Company Relationships* pada UMKM olahan makanan ringan di Kabupaten Klaten yang di mediasi oleh *Company Relationships*.

Bagi para pengusaha UMKM olahan makanan ringan serta usaha sejenisnya supaya meningkatkan kinerja rantai pasokan agar lebih efisien dan efektif dalam produksi dan memenuhi permintaan pelanggan. UMKM juga perlu memperhatikan berbagai faktor yang telah terbukti memiliki pengaruh terhadap kinerja rantai pasokan, seperti berbagi informasi dan hubungan perusahaan. Diharapkan dengan menjalin hubungan dengan pemasok atau distributor akan mendorong mereka untuk saling dan sering berbagi informasi yang bermanfaat sehingga kinerja rantai pasokan mereka dapat meningkat. Penelitian berikutnya dapat menambahkan atau menggunakan variabel independen lainnya, karena berdasarkan hasil uji R Square masih ada faktor diluar penelitian yang mempengaruhi *Supply Chain Performance* agar memperoleh hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Barata, C. (2016). *Pengaruh Rantai Pasokan Kolaboratif terhadap Kinerja Operasional Perusahaan di Yogyakarta* (Doctoral

- dissertation, UII). Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Bourlakis, M., Maglaras, G., & Fotopoulos, C. (2012). Creating a “best value supply chain”? Empirical evidence from the Greek food chain. *The international journal of logistics management*, 23(3), 360-38
- Cao, M., & Zhang, Q. (2011). Supply chain collaboration: Impact on collaborative advantage and firm performance. *Journal of operations management*, 29(3), 163-180.
- Chang, H. H., Tsai, Y. C., & Hsu, C. H. (2013). E-procurement and Supply Chain Performance. *Supply Chain Management: An International Journal*, 18(1), 34-51.
- Effendi, I. (2005). Peranan Informasi Bagi Kemajuan UKM. *Kedaulatan Rakyat, Yogyakarta*.
- Fawcett, S. E., Osterhaus, P., Magnan, G. M., Brau, J. C., & McCarter, M. W. (2007). Information sharing and Supply Chain Performance: the role of connectivity and willingness. *Supply Chain Management: An International Journal*, 12(5), 358-368.
- Ganesan, S. (1994). Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships. *Journal of marketing*, 58(2), 1-19.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: BP Undip.
- Gunasekaran, A., Patel, C., & McGaughey, R. E. (2004). A framework for Supply Chain Performance measurement. *International journal of production economics*, 87(3), 333-347.
- Indriani, N.K. (2006), *Analisis Pengaruh Kepercayaan Outlet Ritel pada Pemasoknya untuk Mencapai Hubungan Jangka Panjang*, Tesis UII Semarang: Magister Program Studi Pasca Sarjana Universitas Diponegoro
- John, T., DeWitt, W., Keebler, J. S., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D., & Zacharia, Z. G. (2001). Defining supply chain management. *Journal of Business Logistics*, 22(2), 1–25
- Juan Ding, M., Jie, F., A. Parton, K., & J. Matanda, M. (2014). Relationships between quality of information sharing and supply chain food quality in the Australian beef processing industry. *The international journal of logistics management*, 25(1), 85-108.
- Khan, M., Hussain, M., & Saber, H. M. (2016). Information sharing in a sustainable supply chain. *International Journal of Production Economics*, 181, 208-214.
- Kristanto, A. (2018). *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media
- Kusmantini, T., Prayogi, D. S., Wahyuningsih, T., & Pratiwi, K. W. (2020). Effect of Information Sharing on Supply Chain Performance Mediated by Company Relationship (Study at Batik SMEs in Yogyakarta City). *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 8(1), 57-73.
- Kwon, I. W. G., & Suh, T. (2004). Factors affecting the level of trust and commitment in supply chain relationships. *Journal of supply chain management*, 40(1), 4-14.
- Lambert, D. M., & Cooper, M. C. (2000). Issues in supply chain management. *Industrial marketing management*, 29(1), 65-83.
- Lestari, P. I (2009). *Kajian Supply Chain Management: Analisis Relationship Marketing antara Peternakan Pemulihan Farm dengan Pemasok dan Pelanggannya*. Skripsi. Bogor IPB
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Rao, S. S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107-124.
- Marakas, G. M., & O'Brien, J. A. (2013). *Introduction to information systems* (p. 624). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Ojk.go.id, "Peran Jasa Keuangan dalam Mendukung Inklusi dan Digitalisasi UMKM", 8 November 2022, <https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/1220/peran-industri-jasa-keuangan-dalam-mendukung-inklusi-dan-digitalisasi-umkm>, [diakses pada 5 Maret 2023]
- Park, K. O., Chang, H., & Jung, D. H. (2017). How do power type and partnership quality affect supply chain management performance?. *Sustainability*, 9(1), 127.
- Prajogo, D., & Olhager, J. (2012). Supply chain integration and performance: The effects of long-term relationships, information technology and sharing, and logistics integration. *International Journal of Production Economics*, 135(1), 514-522.
- Pujawan, I. N. dan Mahendrawathi E. R. (2010). *Supply Chain Management*. Edisi 2. Surabaya: Guna Widya.
- Rajaguru, R., & Matanda, M. J. (2013). Effects of inter-organizational compatibility on supply chain capabilities: Exploring the mediating role of inter-organizational information systems (IOIS) integration. *Industrial marketing management*, 42(4), 620-632.
- Rashed, C. A. A., Azeem, A., & Halim, Z. (2010). Effect of information and knowledge sharing on Supply Chain Performance: a survey based approach. *Journal of Operations and Supply Chain Management*, 3(2), 61-77.
- Siahaya, W. (2013). *Sukses Supply Chain Management Akses Demand Chain Management*. Jakarta: Media.
- Sekarani, U. & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 6*, Jakarta: Salemba Empat

- Sihua, Z., & Guohua, W. (2017). The impact of E-Business on *Supply Chain Performance* of manufacturing enterprises: an empirical study from information integration perspective. *Management Review*, 29(1), 199-210.
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., Simchi-Levi, E., & Ji, J. (2000). *Designing and managing the supply chain*. USA: McGraw-Hill Inc.
- Stefani, V., & Sunarndi, O. (2014). Peran Dependensi, Comitment, Trust dan Comunication terhadap Kolaborasi Perusahaan dan Kinerja Perusahaan: Studi Pendahuluan. *Jurnal Teknologi*. 13 (3). 1-6
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sundram, V. P. K., Bahrin, A. S., Abdul Munir, Z. B., & Zolait, A. H. (2018). The effect of supply chain information management and information system infrastructure: The mediating role of supply chain integration towards manufacturing performance in Malaysia. *Journal of Enterprise Information Management*, 31(5), 751-770.
- Tseng, P. H., & Liao, C. H. (2015). Supply chain integration, information technology, market orientation and firm performance in container shipping firms. *The International Journal of Logistics Management*. 26(1), 82-106
- Wadhwa, S., Mishra, M., Chan, F. T., & Ducq, Y. (2010). Effects of information transparency and cooperation on *Supply Chain Performance*: a simulation study. *International Journal of Production Research*, 48(1), 145-166.
- Ye, F., & Wang, Z. (2013). Effects of information technology alignment and information sharing on supply chain operational performance. *Computers & Industrial Engineering*, 65(3), 370-377.
- Zelbst, P. J., Green Jr, K. W., Sower, V. E., & Reyes, P. (2009). Impact of supply chain linkages on *Supply Chain Performance*. *Industrial Management & Data Systems*, 109(5), 665-682.