

Just In Time Delivery By Supplier Dan Customer Involvement Berdampak Terhadap Business Performance

Subawa ^{1,*}

¹ Manajemen Administrasi; Universitas Bina Insani;
Jl. Siliwangi No 6 Rawa Panjang Bekasi Timur 17114 Indonesia;
Telp. (021) 82436886 / (021) 82436996. Fax. (021) 82400924;
e-mail: subawa@binainsani.ac.id

* Korespondensi: e-mail: subawa@binainsani.ac.id

Diterima: 17 Juni 2019 ; Review: 04 November 2019; Disetujui: 20 Desember 2019

Cara sitasi: Subawa. 2019. Just In Time Delivery By Supplier Dan Customer Involvement Berdampak Terhadap Business Performance. Jurnal Administrasi Kantor. 7 (2): 225-238.

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah melakukan analisis terhadap efek Pengiriman Tepat Waktu oleh Pemasok dan Keterlibatan Pelanggan, terhadap Kinerja Bisnis sebuah Perusahaan. Penelitian menggunakan data primer, yang didapat dari penyebaran kuesioner, berupa memberikan pertanyaan tertulis kepada responden. Selanjutnya, respon dari responden berupa data hasil kuisisioner, diolah menggunakan Statistik Deskriptif, menggunakan *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) versi 24. Responden sejumlah 60 karyawan Divisi Manufaktur pada PT. Menara Cipta Metalindo Tower yang terletak diarea MM 2100, Jalan Guinea, Blok LL No. 7-10, Cikarang, Bekasi. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pengaruh positif dan signifikan antara Pengiriman Tepat Waktu oleh Pemasok serta Keterlibatan Pelanggan terhadap Kinerja Bisnis sebuah Perusahaan .

Kata kunci: Pengiriman Tepat Waktu oleh Pemasok, Keterlibatan Pelanggan, Kinerja Bisnis.

Abstract: *The purpose of this study is to analyze the Effects of Timely Delivery by Suppliers and Customers Involvement, on the Business Performance of a Company. Research using primary data, obtained from distributing questionnaires, consisted of giving written questions to respondents. Furthermore, responses from respondents consisted of questionnaire data, processed using Descriptive Statistics, then published through the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) version 24. Considered as 60 Manufacturing Division employees at PT. Cipta Metalindo Tower, located in the MM 2100 area, Jalan Guinea, Blok LL No. 7-10, Cikarang, Bekasi. The results of this study concluded that there is a positive and significant effect between Timely Delivery by Suppliers and Customers Engagement on the Business Performance of a Company.*

Keyword: *Just In time delivery, Costumer Involvement, Business Performance.*

1. Pendahuluan

Prinsip operasi produksi di era persaingan global saat ini dengan cara menerapkan konsep *lean manufacturing*. Konsep *lean manufacturing* merupakan suatu pendekatan mencakup beragam praktik manajerial, diantaranya *just-in-time* (JIT), prinsip-prinsip kualitas, nilai kerja tim, metode manufaktur maju juga manajemen pemasok yang baik. Sehingga menggunakan konsep ini *business performance* yang dijalankan perusahaan akan semakin efektif dan efisien. Inti konsep *lean manufacturing*

adalah untuk menciptakan sistem berkualitas tinggi yang menghasilkan produk sesuai dengan kualitas dan laju permintaan yang diinginkan pelanggan, serta menghasilkan jumlah limbah seminimal mungkin. *Business performance* yang dijalankan perusahaan dapat meningkat dengan adanya peningkatan umpan balik yang diberikan oleh *supplier*, sistem pengiriman tepat waktu yang dilakukan pemasok (*just in time delivery by supplier*) dan keterlibatan konsumen (*customer involvement*) [Smadi, 2012]. Oleh karena itu, kinerja bisnis yang dijalankan perusahaan harus dinilai dengan melihat efisiensi, efektifitas dan produktifitas. Produktivitas dapat dicapai dengan menilai efisiensi penggunaan sumber daya (*input*) dalam menghasilkan barang atau jasa (*output*).

Faktor pertama yang mempengaruhi keberhasilan kinerja perusahaan diperoleh melalui umpan balik yang diberikan oleh pemasok, berupa perencanaan dan aktivitas yang dijalankan oleh *supplier*, mulai dari aktivitas dokumen sampai ke proses produksi dan delivery yang dilakukan oleh *supplier* [Smadi, 2012]. Penelitian lain terhadap *supply change management (SCM)* yang memberikan pengaruh terhadap *business performance* perusahaan [Rahmasari, 2016] [Setiawan and Suhardi, 2006].

Selain umpan balik pemasok, faktor kedua adalah sistem pengiriman tepat waktu yang dilakukan pemasok (*just in time delivery by supplier*) juga merupakan faktor penentu peningkatan kinerja bisnis (*business performance*) perusahaan. *Just in time (JIT)* dikembangkan dalam rangka merealisasikan *lean manufacturing* yaitu menghilangkan hal-hal yang tidak berguna, terutama yang berhubungan dengan persediaan dan kelebihan produksi, serta pendayagunaan sumber daya secara penuh terutama dalam hal peningkatan mutu, moral kerja dan produktifitas.

Faktor penentu *business performance* yang ketiga adalah keterlibatan konsumen akhir (*customer involvement*) didalam meningkatkan kinerja aktivitas *Supply Chain Manajemen* [Smadi, 2012]. Konsumen atau pengguna akhir merupakan target dari semua aktivitas produksi dari setiap produk yang dihasilkan perusahaan, terutama konsumen yang setia dalam jangka waktu yang panjang. Untuk menjadikan konsumen setia, maka keinginan konsumen harus dipenuhi oleh perusahaan secara akurat dan terjamin.

Penelitian hanya membatasi pada dua faktor penentu yaitu: 1). Adakah pengaruh *Just In Time Delivery by Supplier* terhadap *Business performance*. 2). Adakah pengaruh *Customer Involvement* terhadap *Business performance*

A. *Lean Manufacturing*

Lean manufacturing didefinisikan sebagai operasi produksi yang ramping, yaitu menekankan pada dimensi *input* dan *output* pada industri manufaktur [Womack and Jones, 1997]. Ada 14 (empat belas) prinsip yang mendasari *lean manufacturing*, namun terdapat 4 (empat) yang terpenting meliputi: 1). Pekerjaan harus benar-benar ditetapkan sebagai untuk bersaing, urutan, waktu, dan hasil. 2). Setiap hubungan pelanggan atau pemasok, baik eksternal maupun internal, harus langsung dan menentukan personil, metode, waktu, dan jumlah barang dan layanan yang disediakan. 3). Produk dan layanan arus harus sederhana dan langsung, barang dan jasa harus langsung ditujukan kepada orang tertentu atau mesin. 4). Setiap perbaikan dalam sistem harus dibuat sesuai dengan metode ilmiah pada serendah mungkin tingkat dalam organisasi [Liker, 1997]. Secara singkat, *lean manufacturing* meminimalisasi jumlah sediaan melalui konsep JIT, sedangkan dari sisi proses diusahakan selalu standar. Untuk menghasilkan proses produksi yang memenuhi standar, operator dipandu menggunakan *standardized work*, sehingga bisa diusahakan jumlah man power sesuai jumlah volume produk.

B. *Just In Time Delivery By Supplier*

Just In Time (JIT) adalah salah satu cara di dalam *lean manufacturing* guna meminimalisasi jumlah sediaan, baik sediaan bahan baku, maupun sediaan bahan jadi. JIT adalah pendekatan berkelanjutan dan penyelesaian masalah secara paksa yang berfokus pada keluaran dan pengurangan penggunaan persediaan [Heizer and Render, 2016]. Dengan penekanan pada peningkatan berkelanjutan, penghargaan terhadap orang lain, dan praktek kerja standar. JIT menyatakan pergerakan bahan di dalam proses produksi dan kedatangan bahan baku dari pemasok, berjalan seiring [Stevenson, 2014]. Kondisi ini meniadakan waktu dan bahan yang menunggu (*idle item*). JIT pembelian dan JIT manufaktur memiliki manfaat langsung dan signifikan bagi kinerja logistik pada gilirannya akan memberikan dampak pada *business performance* [Othman et al, 2016]. Kondisi ini terbukti pada industri otomotif di Malaysia. *Lean manufacturing* banyak

digunakan oleh industri terutama untuk mengurangi dan menghilangkan semua jenis limbah dan untuk meningkatkan produktivitas sebagai cara untuk meningkatkan daya saing organisasi [Pinto et al, 2018]. Korelasi positif antara penerapan *lean manufacturing* dan kinerja bisnis (*business performance*) telah disorot dalam banyak penelitian. Sehubungan dengan tantangan yang semakin berat dihadapi oleh sektor manufaktur, disebabkan oleh meningkatnya permintaan pelanggan, tuntutan akan daya saing biaya dan inovasi cepat pada sektor proses dan teknologi. Ini telah memaksa industri manufaktur untuk mencari alat dan teknik manajemen proses inovatif yang memiliki kompetensi untuk secara drastis mengubah operasi manufaktur agar mampu meningkatkan operasi bisnis. Salah satunya adalah JIT, yaitu teknik menghasilkan produk dengan kualitas tinggi dengan respon cepat dengan mempertimbangkan berbagai strategi selama implementasi di perusahaan di India. Penelitian ini menyajikan studi kasus terperinci dalam sebuah organisasi manufaktur India untuk menggambarkan inisiatif JIT yang diambil oleh organisasi untuk mewujudkan peningkatan kinerja manufaktur yang signifikan untuk memenuhi persaingan yang ketat. Implementasi JIT telah memfasilitasi organisasi manufaktur untuk menuai manfaat signifikan seperti peningkatan produktivitas diberbagai pabrik di India, menghilangkan kemacetan di area parkir, kesulitan dalam memuat dan menurunkan produk dari truk, kesulitan dalam memeriksa kualitas produk saat menurunkan, dan memastikan pengiriman bahan baku tepat waktu saat dibutuhkan [Ahuja et al, 2018].

C. *Customer Involvement*

Keterlibatan atau *involvement* merupakan konstruk hipotetis dan tidak dapat diukur secara langsung. Ini didasarkan pada pertimbangan etis dan *customer involvement* [Bezencon and Blili, 2010]. *Customer involvement* memiliki dua bentuk yang diterima secara luas, yakni situasional atau produk dan keterlibatan pembelian. Pertama bentuk keterlibatan yang mencerminkan keadaan umum dan keprihatinan permanen dengan obyek. Kedua mengacu pada keterlibatan dalam spesifik situasi seperti kesempatan pembelian atau pemilihan perbedaan telah diuraikan pada obyek keterlibatan dapat menjadi kegiatan atau masalah, produk, keputusan atas situasi, iklan atau merek. Kedua bentuk *customer involvement* di atas dalam prosesnya akan berujung pada tahap pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk. Pada

umumnya, konsep *customer involvement* dibagi menjadi dua kategori, yaitu *high involvement* (keterlibatan tinggi) dan *low involvement* (keterlibatan rendah). *Customer involvement* adalah suatu bentuk dukungan yang diberikan oleh konsumen agar tercapainya keberhasilan didalam pengembangan produk baru yang dilakukan oleh perusahaan di Jerman [Simpson et al, 2002]. *Customer involvement* adalah suatu evaluasi yang dilakukan oleh konsumen terhadap spesifikasi yang digunakan didalam produk dan jasa yang dijual oleh perusahaan [Swan, Bowers, Grover, 2002]. Fungsi dari pembentukan *customer involvement* adalah untuk mengendalikan biaya yang dikeluarkan, sehingga konsumen biasa melakukan evaluasi terhadap harga yang dibayarkan dengan penggunaan spesifikasi didalam produk atau jasa, perusahaan memperoleh informasi dari konsumen sehingga tujuan perusahaan yang telah ditetapkan dapat tercapai [Carr and Pearson, 2002].

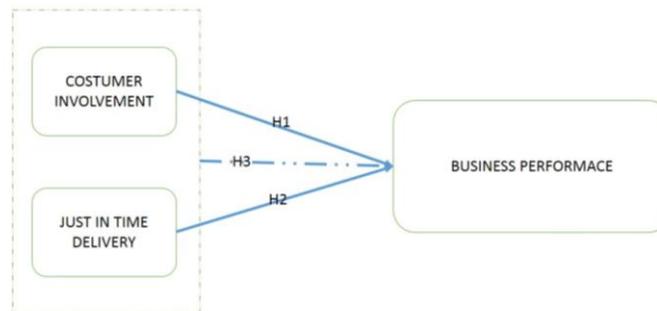
D. *Business Performance*

Kinerja bisnis atau disebut juga *business performance*, merupakan hasil yang dicapai oleh perusahaan sepanjang operasional yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Kinerja perusahaan merupakan hasil dari semua kegiatan atau aktivitas perusahaan yang menunjukkan keberhasilan perusahaan [Apriliani and Dewayanto, 2018]. Penelitian tersebut dilakukan dengan melihat pengaruh tata kelola perusahaan, ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan dapat dilihat melalui laporan keuangan. Kinerja perusahaan dari sisi pengaruh oleh *supply chain management (SCM)* menunjukkan bagaimana jika dilakukan integrasi menyeluruh yang antara pemasok dan pengguna sebuah industri manufaktur terhadap kinerja perusahaan [Rahmasari, 2016]. Terinspirasi oleh dua penelitian tersebut, maka kali ini dilakukan penelitian dengan melihat pengaruh *Just in Time Delivery by Supplier and Customer Involvement* (pengiriman tepat waktu oleh pemasok dan keterlibatan konsumen) terhadap kinerja perusahaan.

E. *Kerangka Pemikiran*

Integrasi antara perusahaan dengan konsumen dan integrasi perusahaan dengan supplier dapat meningkatkan kinerja bisnis yang dijalankan oleh perusahaan. Kegiatan penghapusan aktivitas pekerjaan yang tidak menambah nilai akan meningkatkan

efisiensi kerja dan akan menimbulkan hasil kerja yang lebih baik yang menghasilkan laba. Oleh karena itu, kenaikan laba berasal dari pengurangan biaya, yang meningkatkan kinerja usaha perusahaan. Pengaruh *Just In Time Delivery by Supplier* dan *Customer Involvement*, terhadap *Business performance* ditunjukkan pada gambar 1.



Sumber: Hasil Penelitian (2019).

Gambar 1. Kerangka Konseptual.

Penelitian terdahulu membuktikan tentang keterpaduan rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan [Rahmasari, 2016] [Setiawan and Suhardi, 2006]. Hipotesis dinyatakan sebagai berikut: H03: Tidak adanya pengaruh *Customer Involvement* terhadap *Business Performance*. Ha3: Adanya pengaruh *Customer Involvement* terhadap *Business Performance*. H04: Tidak adanya pengaruh *Just in time delivery by Supplier, Customer Involvement* terhadap *Business Performance*. Ha4: Adanya pengaruh *Just in time delivery by Supplier, Customer Involvement* terhadap *Business Performance*.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang menguji pengaruh *Supplier Feedback, Just In Time Delivery by Supplier* dan *Customer Involvement* terhadap *Business Performance* [Smadi, 2012]. Pada penelitian yang kali ini dilakukan, ingin melihat pengaruh *Just In Time Delivery by Supplier* dan *Customer Involvement* sebagai variabel bebas (*Independent Variable*) sedangkan *Business Performance* sebagai variabel terikat (*Dependen Variable*).

Just In Time Delivery by Supplier diadopsi dalam penelitian sebelumnya menggunakan empat item pertanyaan yang diukur melalui skala likert lima poin dimulai dari skala 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan skala 5 menunjukkan sangat setuju sebagai berikut: 1). *Supplier* memberikan informasi mengenai jumlah minimum dari produk atau jasa yang dapat dibeli oleh perusahaan. 2). *Supplier* mengirim barang

yang dibeli perusahaan hingga ke pabrik sesuai dengan waktu yang ditentukan. 3). Supplier terlibat secara langsung dalam proses pengembangan produk baru. 4). Karyawan memperoleh sertifikat dari *supplier* [Smadi, 2012].

Customer Involment diadopsi dalam penelitian sebelumnya menggunakan tujuh item pertanyaan yang diukur melalui skala likert lima poin dimulai dari skala 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan skala 5 menunjukkan sangat setuju sebagai berikut: 1). Karyawan memiliki hubungan yang dekat dengan pelanggan. 2). Pelanggan sering mengunjungi pabrik. 3). Pelanggan memberikan umpan balik mengenai kualitas dan kinerja pengiriman. 4). Pelanggan terlihat secara aktif dalam penawaran produk pada saat ini dan dimasa akan datang. 5). Pelanggan terlibat secara langsung dalam penawaran produk atau jasa saat ini dan dimasa akan datang. 6). Pelanggan sering mencari informasi mengenai departemen pemasaran. 7). Karyawan sering melakukan survei kepuasan pelanggan [Smadi, 2012].

Business Performance diadopsi dalam penelitian sebelumnya menggunakan lima item pertanyaan yang diukur melalui skala likert lima point dimulai dari skala 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan skala 5 menunjukkan sangat setuju sebagai berikut: 1). Perusahaan mengalami pertumbuhan pendapatan. 2). Perusahaan mengalami peningkatan terhadap tingkat pengembalian asset. 3). Perusahaan memiliki kemampuan bersaing dengan perusahaan lainnya. 4). Perusahaan melakukan pengembangan produk baru. 5). Perusahaan mengalami pengembangan pasar [Smadi, 2012].

3. Hasil dan Pembahasan

Statistik deskriptif dari variabel yang digunakan adalah *Just In Time Delivery by Supplier*, *Customer Involvement*, dan *Business Performance* ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Statistik Deskriptif.

No.	Variabel	N	Mean	Std deviasi
1	<i>Just In Time delivery by supplier</i>	60	3,9833	0.49332
2	<i>Customer Involvement</i>	60	3.9768	0.58979
3	<i>Business Performance</i>	60	4.5233	0.34418

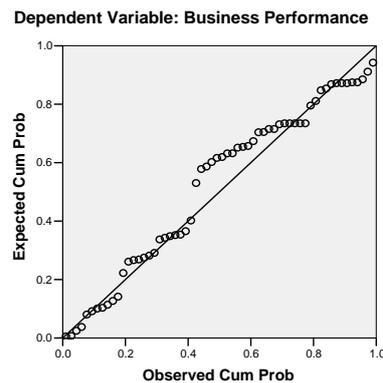
Sumber: Hasil Penelitian (2019).

Variabel *Just In Time Delivery By Supplier* diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,9833 menunjukan bahwa supplier mengirim barang yang dibeli ke perusahaan sesuai dengan waktu dan jumlah yang telah ditentukan, ditunjukkan dengan adanya penyimpangan atas pertanyaan yang diajukan hanya sebesar 0.49332. Variabel

Customer Involvement nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,9768 menunjukkan bahwa pelanggan memberikan umpan balik mengenai kualitas dan kinerja pengiriman ditujukan dengan adanya penyimpangan atas pertanyaan sebesar 0.58979. Pada variabel *Business Performance* diperoleh rata-rata (*mean*) 4,5233 ini menunjukan bahwa karyawan operatiaonal memahami bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan pendapatan dan peningkatan pengembalian nilai aset, dan penyimpangan jawaban responden ditunjukkan dengan standar deviasi hanya sebesar 0.34418.

3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal [Supranto and Limakrisna, 2013]. Hasil pengujian normalitas dilakukan dengan analisis Grafik Normal P-P Plot, yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal pada gambar 2.



Sumber: Hasil Penelitian (2019).

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas.

Pada gambar 2 merupakan hasil uji normalitas dengan Normal P-P Plot menunjukkan bahwa hasil pengujian normalitas dapat diketahui bahwa terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

3.2. Uji Multikolinearitas

Menunjukkan bahwa antara variable independen mempunyai hubungan langsung (berkorelasi) yang sangat kuat. Multikolinieritas dapat dideteksi dengan

menghitung koefisien korelasi ganda dan membandingkannya dengan koefisien korelasi antar variabel bebas [Supranto and Limakrisna, 2013].

Tabel 2. Uji Multikolinearitas.

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	(Constant)	
	AVJIT	,652
	AVCI	,652

AVJIT menyatakan *Just In Time* yang dilakukan oleh pemasok.

AVCI keterlibatan pihak perusahaan.

Sumber: Hasil Penelitian (2019).

Berdasarkan tabel 2, variabel *just in time delivery* (AVJIT) dengan VIF sebesar 1.533 dan *tolerance* sebesar 0,652, *variable customer involvement* (AVCI) dengan VIF sebesar 1.533 dan *tolerance* sebesar 0,652, hal ini menunjukkan bahwa pada model regresi terhindar dari masalah multikolinearitas

3.3. Uji Heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.

Correlations					
			AVJIT	AVCI	Unstandardized Residual
<i>Speraman's rho</i>	AVJIT	<i>Correlation Coefficient</i>	1,000	,534**	-,017
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	-	,000	,896
		N	60	60	60
	AVCI	<i>Correlation Coefficient</i>	,534**	1,000	,032
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	,000	.	,810
		N	60	60	60
<i>Unstandardized Residual</i>		<i>Correlation Coefficient</i>	-,017	,032	1,000
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	,896	,810	.
		N	60	60	60

AVJIT menyatakan *Just In Time* yang dilakukan oleh pemasok.

AVCI keterlibatan pihak perusahaan.

Sumber: Hasil Penelitian (2019).

Berdasarkan tabel 3 diketahui masing-masing variabel independen yaitu variabel JIT dengan p-value sebesar 0.896, sedangkan variabel *customer involvement* dengan p-value sebesar 0.810, yang berarti bahwa pada model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas

3.4. Uji Autokorelasi.

Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan Durbin Watson [Supranto dan Limakrisna, 2013].

Tabel 4. Hasil Pengujian Autokorelasi.

<i>Model Summary^b</i>					
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	,455a	,207	,179	,31177	1,719

a. *Predictors: (Constant), AVCI, AVJIT.*

b. *Dependent Variable: AVBP.*

Sumber: Hasil Penelitian (2019).

Dari tabel Durbin Watson untuk $n = 60$ dan $k = 2$; untuk tingkat signifikan 5%, maka dL adalah 1.5144 (4-dL sebesar 2.4856 dan nilai batas atas (dU) adalah 1.618 (4-dU sebesar 2.3482). Hasil perhitungan nilai Durbin Watson sebesar 1.719 berada pada daerah $dU \leq DW \leq 4-du$, berarti tidak ada autokorelasi dalam model regresi.

3.5. Uji Reliabilitas

Seluruh pertanyaan dalam kuisisioner reliabel, seperti nampak pada tabel 5, yang menunjukkan *Corrected Item-Total Correlation* $>0,3$.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen.

<i>Item-Total Statistics</i>				
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
JIT1	11,7500	3,140	,373	,538
JIT2	11,5667	3,334	,361	,554
JIT3	12,0333	2,473	,409	,501
JIT4	12,2000	2,027	,440	,490
CI1	24,4000	12,719	,400	,836
CI2	23,9167	12,484	,670	,779
CI3	23,5500	14,319	,531	,806
CI4	23,7833	13,190	,623	,789
CI5	23,7167	13,461	,602	,793
CI6	24,1167	11,427	,631	,786
CI7	23,6167	12,681	,621	,787
BP1	18,0833	2,112	,320	,602
BP2	18,3500	2,130	,200	,684
BP3	17,9167	1,874	,650	,445
BP4	17,9833	2,118	,412	,557
BP5	17,9333	2,131	,419	,555

JIT menyatakan *Just In Time* yang dilakukan oleh pemasok.

CI keterlibatan pihak perusahaan.

BP menyatakan *Business Process* perusahaan.

Sumber: Hasil Penelitian (2019).

3.6. Uji Hipotesis

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis.

<i>Descriptive Statistics</i>			
	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>N</i>
AVBP	4,5133	,34418	60
AVJIT	3,9833	,49332	60
AVCI	3,9786	,58979	60

AVJIT menyatakan *Just In Time* yang dilakukan oleh pemasok.

AVCI keterlibatan pihak perusahaan (*customer involvement*).

Sumber: Hasil Penelitian (2019).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Jus In Time Delivery by Supplier* (dengan nilai 3,983) sangat baik dilakukan oleh pemasok (nilai 4 menunjukkan bahwa perusahaan setuju bahwa pemasok melakukan JIT). Demikian halnya dengan keterlibatan konsumen (*Customer Invovelment*, bernilai 3,9786) sangat baik dilakukan oleh konsumen.

Pada tabel 8 disajikan hasil pengujian keterkaitan diantara *Just In Time Delivery by Supplier* dengan *Business Performance*; di antara *Customer Involvement* dengan *Business Performance*; juga diantara *Just In Time Delivery by Supplier* dengan *Customer Involvement*.

Tabel 8. Hasil Uji Keterkaitan.

<i>Correlations</i>				
		AVBP	AVJIT	AVCI
<i>Pearson Correlation</i>	AVBP	1,000	,411	,401
	AVJIT	,411	1,000	,590
	AVCI	,401	,590	1,000
<i>Sig. (1-tailed)</i>	AVBP	.	,001	,001
	AVJIT	,001	.	,000
	AVCI	,001	,000	.
<i>N</i>	AVBP	60	60	60
	AVJIT	60	60	60
	AVCI	60	60	60

Sumber: Hasil Penelitian (2019).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Just in Time Delivery by Supplier* mempunyai keterkaitan yang sedang terhadap *Business Performance* (dengan nilai 0,411), demikian juga *Customer Involvement* memiliki ketekaitan yang sedang terhadap *Business Performance* (dengan nilai 0,401). Namun *Just in Time Delivery by Supplier* memiliki keterkaitan yang lebih kuat terhadap *Customer Involvement* (dengan nilai 0,590). Hal lain yang diujikan adalah tingkat signifikasi korelasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Just in Time Delivery by Supplier* mempunyai tingkat signifikasi korelasi yang kuat terhadap *Business Performance* (dengan nilai 0,000), demikian juga *Customer Involvement* memiliki tingkat signifikasi korelasi yang kuat terhadap *Business*

Performance (dengan nilai 0,001). Demikian juga *Just in Time Delivery by Supplier* memiliki keterkaitan yang lebih kuat terhadap *Customer Involvement* (dengan nilai 0,001).

Tabel 9. Hasil Penetapan Korelasi Regresi.

ANOVA ^a						
Model		<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	1,449	2	,724	7,453	,001 ^b
	<i>Residual</i>	5,540	57	,097		
	Total	6,989	59			

a. *Dependent Variable: AVBP.*

b. *Predictors: (Constant), AVCI, AVJIT.*

Sumber: Hasil Penelitian (2019).

Berdasarkan hasil analisis regresi tampak bahwa dengan uji ANOVA atau F test didapat F hitung sebesar 7,453 dengan tingkat signifikan 0,001. Oleh karena F hitung lebih besar dari F tabel dan probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak yang dapat dikatakan bahwa *Business Performance* dan *Customer Involvement* secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap *Business Performance*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa adanya pengaruh *Just in Time Delivery by Supplier* dan *Customer Involvement* terhadap *Business Performance*. Adapun pembahasan hasil penelitian yang diajukan sebagai berikut 1: Adanya pengaruh positif *Just In Time Delivery by Supplier* terhadap *Business Performance*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu “Pengaruh Penerapan JIT (*Just In Time*) Dan TQM (*Total Quality Management*) Terhadap *Delivery Performance*” [Mulia, 2009]. Variabel JIT ditemukan bahwa tingkat signifikansinya terhadap variable *delivery performance* adalah sebesar 0.285, nilai ini lebih besar bila dibandingkan dengan $\alpha = 0.05$ sehingga H_0 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yaitu penerapan JIT memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *Delivery Performance*. Hipotesis 2: Adanya pengaruh positif *Customer Involvement* terhadap *Business Performance*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Othman et.al. pada industri otomotif di Malaysia, menyatakan besarnya pengaruh positif *Customer Involvement* terhadap *business performance* ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0.20 dan nilai signifikan kurang dari 0.01. H4: Adanya pengaruh Positif *Just in time delivery by Supplier* dan *Customer Involvement* terhadap *Business Performance*. Berdasarkan hasil analisis regresi tampak bahwa dengan uji ANOVA atau F test didapat F hitung sebesar 13.594 dengan tingkat signifikan 0,000. Oleh karena F

hitung lebih besar dari F tabel dan probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak yang dapat dikatakan bahwa *Just In Time delivery by supplier* dan *Customer Involvement* secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Business Performance.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Just In Time Delivery by Supplier* terhadap *Business Performance* ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0.240 terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Customer Involvement* dengan *Business Performance*. Nilai beta pada pengaruh *Customer Involvement* terhadap *Business Performance* diperoleh sebesar 0.269. Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis yang diperoleh maka diperoleh kesimpulan bahwa *Just In Time Delivery by Supplier* dapat meningkatkan *Business Performance* yang dimiliki perusahaan. Sistem produksi Tepat waktu merupakan sistem produksi yang didesain untuk memperoleh kualitas, biaya dan batas waktu penyerahan sebaik mungkin. *Just In Time* didasarkan pada konsep arus produksi yang berkelanjutan dan mensyaratkan setiap bagian proses produksi bekerja sama dengan komponen-komponen lainnya. Tenaga kerja langsung dalam lingkungan *Just In Time* dibebankan dengan perluasan tanggung jawab yang berkontribusi pada pemangkasan pemborosan biaya tenaga kerja, ruang dan waktu produksi. Ide dasar sistem produksi tepat waktu (*Just In Time*) yaitu menghasilkan sejumlah barang yang diperlukan pada saat diminta dengan menghilangkan segala bentuk pemborosan waktu yang tidak diperlukan sehingga memperoleh biaya produksi yang rendah dan melakukan proses yang berkesinambungan.

Referensi

- Apriliani MT., Dewayanto, T., 2018. Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*. 7 (1).
- Ahuja IS., Singh S., Singh G. 2018. Evaluating Just-In-Time Implementation Implications In An Indian Manufacturing Industry. *International Journal of Process Management and Benchmarking*. 8 (3). 367-392.
- Bezençon V., Blili S. 2010. Ethical Products And Consumer Involvement: What's New? *European Journal Of Marketing*. 44 (9/10). 1305-1321.

- Carr AS. Pearson JN. 2002. The Impact Of Purchasing And Supplier Involvement On Strategic Purchasing And Its Impact On Firm's Performance. *International Journal of Operations & Production Management*. 22 (9). 1032-1053.
- Heizer J. Render B., Munson C. 2016. *Principles Of Operations Management: Sustainability And Supply Chain Management*. Pearson Higher Ed.
- Liker JK. 1997. *Becoming Lean: Inside Stories Of US Manufacturers*. CRC Press.
- Othman AA. Sundram VK. Sayuti NM. Bahrin AS. 2016. The Relationship Between Supply Chain Integration, Just-In-Time And Logistics Performance: A Supplier's Perspective On The Automotive Industry In Malaysia. *International Journal Of Supply Chain Management*. 5 (1). 44-51.
- Mulia F., 2009. Pengaruh Penerapan JIT (Just In Time) Dan TQM (Total Quality Management) Terhadap Delivery Performance Pada Industri Otomotif Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. 2 (2).
- Pinto JLQ., Matias JCO. Pimentel C. Azevedo SG. Govindan K. 2018. Introduction To Lean And Just-in-Time Manufacturing. In *Just in Time Factory* (pp. 1-4). Springer, Cham.
- Rahmasari, L., 2016. Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan Dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Industri Kreatif Di Provinsi Jawa Tengah). *Majalah Ilmiah Informatika*. 2 (3).
- Setiawan AI. Suhardi B., 2006. Integrasi Supply Chain dan Dampaknya Terhadap Performa Perusahaan: Survei Pada Perusahaan Penyedia Jasa Makanan Di Surakarta. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 9 (1). 1-20.
- Simpson JT. Kollmannsberger C. Schmalen H. Berkowitz D. 2002. New Product Development In German And US Technology Firms. *European Journal of Innovation Management*. 5 (4). 194-207.
- Smadi ZMDA. 2012. The Lean Supply Practices In The Garments Manufacturing Companies In Jordan. *Int. Bus. Res*. 5 (4). 88-103.
- Stevenson WJ. Sum CC. 2014. *Operations Management*, 11th ed.. McGraw-Hill Education.
- Supranto J. Limakrisna N. 2013. *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. Mitra Wacana Media.
- Swan JE. Bowers MR. Grover R. 2002. Customer Involvement In The Selection Of Service Specifications. *Journal Of Services Marketing*. 16 (1). 88-103.
- Womack JP. Jones DT. 1997. Lean Thinking, Banish Waste And Create Wealth In Your Corporation. *Journal Of the Operational Research Society*. 48 (11). 1148-1148.