

ANALISIS PENGARUH KINERJA LOGISTIK PEMASOK TERHADAP KINERJA
BISNIS

(Studi Pada Bengkel AHASS di Kota Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

BIMO HARYOTEJO

NIM. 12010111130053

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2015

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Bimo Haryotejo
Nomor Induk Mahasiswa : 12010111130053
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen
Judul Penelitian Skripsi : ANALISIS PENGARUH KINERJA LOGISTIK
PEMASOK TERHADAP KINERJA BISNIS (Studi
Pada bengkel AHASS di Kota Semarang)
Dosen Pembimbing : Dra. Amie Kusumawardhani, MSc.,PhD.

Semarang, 19 Mei 2015

Dosen Pembimbing,

(Dra. Amie Kusumawardhani, MSc.,PhD.)

NIP. 196205111987032001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : BIMO HARYOTEJO
Nomor Induk Mahasiswa : 12010111130053
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen
Judul Penelitian Skripsi : ANALISIS PENGARUH KINERJA LOGISTIK PEMASOK TERHADAP KINERJA BISNIS (Studi Pada bengkel AHASS di Kota Semarang)

Tim Penguji :

1. Dra. Amie Kusumawardhani, MSc.,PhD. (.....)
2. Drs. Budi Sudaryanto, MT. (.....)
3. Drs. Bambang Munas Dwiyanto, Dipl. Comm, MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Bimo Haryotejo, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: ANALISIS PENGARUH KINERJA LOGISTIK PEMASOK TERHADAP KINERJA BISNIS (Studi Pada bengkel AHASS di Kota Semarang) adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan dari orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal di atas, baik sengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 19 Mei 2015

Yang membuat pernyataan,

Bimo Haryotejo

NIM. 12010111130053

MOTTO

*“ Hal-hal sulit mendatangkan pengalaman dan pengalaman mendatangkan kebijaksanaan”
(Gita Wirjawan)*

“Setiap masalah ada jalan keluarnya, setiap konflik ada solusinya, setiap krisis mengandung peluang” (Susilo Bambang Yudhoyono)

“Ingat masa lalu, hidup hari ini, cipta masa depan” (Bonita and The Husband)

“Creating something is all about problem-solving” (Phillip Seymour Hoffman)

“The best way of learning about anything is by doing” (Richard Branson)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua dan kedua kakak saya.

Saya merasa bangga dan bahagia dapat terlahir di keluarga yang kuat dan selalu bersama-sama dalam menghadapi susah dan senang di dalam kehidupan.

Semoga saya selalu dapat membuat keluarga saya bangga dengan apa yang saya lakukan

Dan semoga Ayah saya juga dapat melihat dan merasakan pencapaian-pencapaian yang telah dan akan saya capai dalam hidup dari surga sana.

Amin.

ABSTRACT

Logistics so far is the science which should be able to special attention. Because good logistics will support a business performance of the effectiveness and efficiency.

This study aims to analyze the influence of suppliers logistics performance to business performance , case studies at AHASS workshop in Semarang. Suppliers Logistics performance in this research represented by transportation , distribution center location , and inventory variable.

the results of the analysis shows that the transportation and inventory have a positive and significant influence to business performance. While the distribution center location have not significant influence to business performance.

Keywords: Logistics, Transportation, Distribution center location, Inventory , Business Performance.

ABSTRAK

Logistik dalam perkembangannya hingga kini sudah merupakan ilmu yang harus dapat perhatian khusus. Karena logistik yang baik tentunya akan mendukung sebuah efektifitas dan efisiensi sebuah kinerja bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja logistik pemasok terhadap kinerja bisnis, studi kasus pada bengkel AHASS di Kota Semarang. Kinerja logistik pemasok dalam penelitian ini diwakilkan oleh variabel transportasi, lokasi pusat distribusi, dan ketersediaan produk.

Hasil analisis dengan menunjukkan bahwa transportasi dan ketersediaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Sedangkan lokasi pusat distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Kata Kunci : Logistik, transportasi, lokasi pusat distribusi, ketersediaan produk, kinerja bisnis

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan berkah serta rahmat-Nya serta sholawat serta salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KINERJA LOGISTIK PEMASOK TERHADAP KINERJA BISNIS (Studi Pada Bengkel AHASS di Kota Semarang)”

Dalam penulisan skripsi, banyak sekali pihak yang memberi dukungan serta masukan kepada penulis. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Soegiarto dan Erna Puspita Sasi atas doa restu, kasih sayang, motivasi, dan dukungan yang telah diberikan sehingga studi dan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Ibu Dra. Amie Kusumawardhani Msc., PhD. selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu serta perhatian dan segala bimbingan serta arahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Drs.H.Mudji Rahardja, SU. yang telah meluangkan waktu serta perhatian sebagai dosen wali.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membagi ilmu pengetahuan yang berguna bagi penulis, serta seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
6. Kedua kakak, Hanindyo Baskoro dan Aridita Kusuma Windaru yang telah memberikan dukungan dan semangat sehingga studi dan skripsi ini terselesaikan dengan baik.
7. Eyang kakung dan eyang putri tersayang, Kartono Soerjaatmadja dan Rossa Sukantini yang telah mengajarkan banyak hal kepada saya.
8. Keponakan tercinta, Syeinendra Ikrabhinaya Baskoro yang telah menjadi salah satu pemacu semangat saya dalam mengerjakan skripsi.
9. Anggi Yulviana Putri yang selalu memberikan semangat serta dukungan dari awal hingga penulisan skripsi terselesaikan.

10. Aditya Dharmawan dan Angga Primasandi K. yang telah membuat saya mendapatkan banyak pengalaman kreatif dalam berkompetisi.
11. Panitia KKL Manajemen 2011 yang telah bersama sama dalam melewati masa sulit dan senang saat menyusun dan melaksanakan program KKL.
12. Bayu, Ricki, Raras, Astrid, Farrah, Dwiki, Yeni, Fika, Belgis, Putri, Mila, Raffi, Dipo, Ligya, dan seluruh mahasiswa manajemen angkatan 2011, terima kasih atas pertemanan pertemanan dan kebersamaannya.
13. Seluruh keluarga manajemen operasional angkatan 2011 yang tetap solid walaupun sebagai minoritas pada angkatan 2011.
14. Gara, Uning, dan Rio, sukses terus untuk kita semua.
15. Ridwan, Aufariza, Viras, Billy, Anwar, Bagus, Rainer, Abram, Saiko, Immanuel, Chandra, Eros, dan Aldi yang telah menemani masa hidup saya di Semarang.
16. Rekan- rekan MOZSCO, terima kasih atas kebersamaan yang diberikan.
17. Teman-teman KKN tim II Desa Podosoko, terimakasih atas kebersamaan serta kekeluargaan yang diberikan.
18. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk berkerjasama dalam mengisi kuisisioner penelitian.
19. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan dukungan dan doa sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini dan memberikan manfaat bagi penulis, pembaca dan peneliti selanjutnya.

Semarang, 19 Mei 2015

Penulis

Bimo Haryotejo

12010111130053

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Masalah	10
1.4 Tujuan Masalah.....	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.4 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Supply Chain Management.....	12
2.2 Logistik	13
2.2.1 Logistik Terpadu	14
2.2.2 Manajemen Distribusi Fisik.....	14

2.2.3	Koordinasi Logistik.....	15
2.2.4	Sistem Logistik	15
2.2.5	Peran Logistik Dalam Ekonomi.....	19
2.2.6.	Peran Logistik Di Perusahaan	19
2.2.7	Aktivitas-Aktivitas Dalam Logistik.....	21
2.3	Transportasi	24
2.3.1	Moda Transportasi Dan Cirinya.....	24
2.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Biaya Transportasi...	25
2.3.3	Pemilihan Jasa Transportasi	27
2.4	Lokasi Pusat Distribusi	27
2.4.1	Strategi Penentuan Lokasi.....	27
2.5	Persediaan	29
2.5.1	Tipe-Tipe Persediaan	30
2.5.2	Risiko Persediaan.....	31
2.5.3	Tujuan Persediaan.....	31
2.6	Kinerja Bisnis	32
2.7	Hubungan Antara Transportasi Dengan Kinerja Bisnis	32
2.8	Hubungan Antara Lokasi Pusat Distribusi Dengan Kinerja Bisnis	33
2.9	Hubungan Antara Ketersediaan Produk Dengan Kinerja Bisnis	34
2.10	Kerangka Pemikiran.....	36
2.11	Penelitian Terdahulu.....	37
BAB III	METODE PENELITIAN	38
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
3.1.1.	Variabel Penelitian	38
3.1.2.	Definisi Operasional	39
3.2	Skala Pengukuran Variabel	40

3.3. Populasi dan Sampel	41
3.3.1. Populasi	41
3.3.2. Sampel	42
3.4 Jenis dan Sumber Data	42
3.5 Metode Pengumpulan Data	42
3.6 Metode Analisis Data	43
3.6.1. Analisis Kuantitatif	43
3.6.1.1 Uji Instrumen.....	44
3.6.1.2 Uji Asumsi klasik	45
3.6.1.3 Uji <i>Goodness of Fit</i>	46
3.6.1.4 Analisis Regresi linear berganda.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	50
4.2. Deskriptif Responden	50
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.2 Deskripsi Berdasarkan Pendidikan	52
4.2.3 Deskripsi Berdasarkan Lama Kerja	52
4.3. Analisis Data	53
4.3.1. Analisis Angka Indeks	53
4.3.1.1 Kinerja Bisnis (Y).....	54
4.3.1.2. Transportasi (X1).....	55
4.3.1.3 Lokasi Pusat Distribusi (X2).....	56
4.3.1.4 Ketersediaan Produk.....	57
4.4. Uji Instrumen.....	58
4.4.1 Uji Reliabilitas.....	58
4.4.2 Uji Validitas	59
4.4.3 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik.....	61
4.4.3.1 Uji Multikolinearitas.....	61

4.4.3.2. Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.4.3.3. Uji Normalitas.....	62
4.4.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	66
4.4.4.1. Uji F.....	66
4.4.4.2. Uji t.....	66
4.4.4.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.4.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
4.5 Pembahasan.....	70
4.5.1 Pengaruh Transportasi Terhadap Kinerja Bisnis.....	70
4.5.2 Pengaruh Lokasi Pusat Distribusi Terhadap Kinerja Bisnis.....	70
4.5.3 Pengaruh Ketersediaan Produk Terhadap Kinerja Bisnis.....	71
 BAB V PENUTUP	 73
5.1. Kesimpulan	73
5.2 Keterbatasan Penelitian	74
5.3 Saran	75
 DAFTAR PUSTAKA.....	 76
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	 79

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia	5
Tabel 1.2	Pangsa Pasar Sepeda Motor di Indonesia	6
Tabel 1.3	Data Keterlambatan Pengiriman Suku Cadang Resmi Honda	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 4.1.	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2.	Data Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 4.3.	Data Responden Berdasarkan Lama Kerja	52
Tabel 4.4.	Deskripsi Variabel Kinerja Bisnis.....	54
Tabel 4.5.	Deskripsi Variabel Transortasi.....	55
Tabel 4.6.	Deskripsi Variabel Lokasi Pusat Distribusi.....	56
Tabel 4.7.	Deskripsi Variabel Ketersediaan Produk.....	57
Tabel 4.8.	Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.9.	Uji Validitas Kinerja Bisnis.....	59
Tabel 4.10.	Uji Validitas Transportasi.....	59
Tabel 4.11.	Uji Validitas Lokasi Pusat Distribusi	60
Tabel 4.12.	Uji Validitas Ketersediaan Produk	60
Tabel 4.13.	Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.14.	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	65
Tabel 4.15.	Hasil Uji f	66
Tabel 4.16.	Hasil Uji t.....	67
Tabel 4.17.	Koefisien Determnasi R^2	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Supply chain management flow diagram	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Uji Heteroskedasitas	62
Gambar 4.2 Grafik Histogram	63
Gambar 4.3 Grafik P-Plot.....	64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

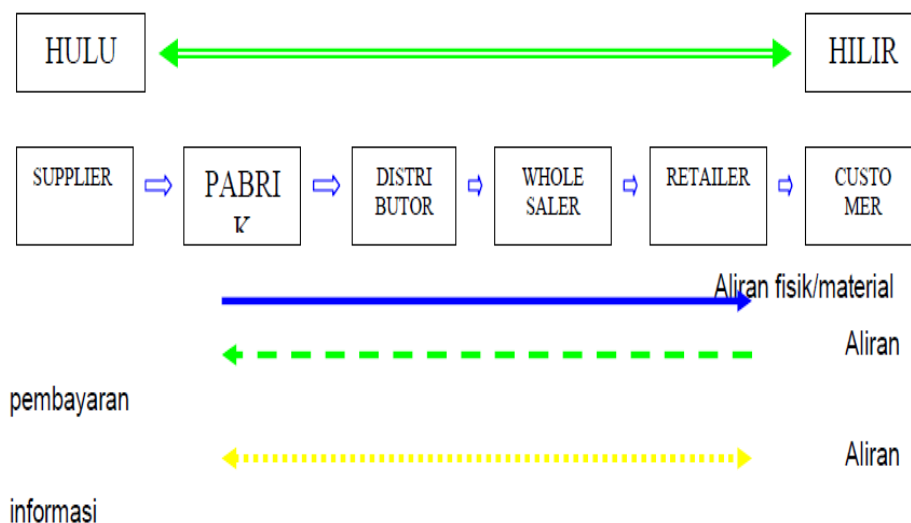
Dalam persaingan industri seperti saat ini, sebuah perusahaan dituntut untuk melakukan efisiensi, efektivitas kerja, dan risiko yang harus dikurangi dan dikelola. Perusahaan juga dituntut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang meningkat. Tentunya manajemen perusahaan diharapkan mampu meningkatkan pangsa pasar dan berujung pada meningkatnya profitabilitas perusahaan. Untuk itu manajemen dituntut untuk dapat mengintegrasikan jaringan perusahaan dengan cara yang saling menguntungkan. Manajemen juga harus melaksanakan rantai pasok (*supply chain*) dengan baik.

Manajemen rantai pasok (*supply chain management*) sendiri adalah jaringan rekanan yang secara kolektif mengubah dari bahan baku menjadi barang jadi yang bernilai untuk konsumen akhir. *Supply chain management* berkaitan dengan siklus lengkap bahan baku dari pemasok, ke produksi, ke gudang, ke distribusi, dan ke konsumen (Heizer, 2001). *Supply chain management* melibatkan perencanaan dan pengendalian semua proses - dari pelanggan akhir sampai pemasok bahan baku – yang bersama-sama dengan mitra dalam supply chain untuk melayani kebutuhan pelanggan akhir (Van Hoek, 2008).

Supply Chain Management melibatkan koordinasi aktif, integrasi dari pengelolaan permintaan dan proses pasokan, kegiatan distribusi, informasi dan hubungan sedemikian rupa yang mengoptimalkan hubungan antar organisasi sehingga menciptakan *customer value* dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan secara keseluruhan.

Gambar 1.1

Supply chain management flow diagram



Sumber : Jurnal Analisis Strategi SCM pada Proses Manufaktur (2008)

Dalam *supply chain management* terdapat *material flow* dan *information flow*. Tujuan dalam *supply chain management* harus menjaga bahan mengalir dari sumber ke konsumen akhir. Pada arus informasi, teknologi informasi memungkinkan data permintaan dan penawaran cepat didapat dan dapat meningkatkan tingkat detail sebuah produk (Van Hoek, 2008).

Supply chain management mengurangi biaya, tetapi mungkin yang terpenting, *supply chain management* dapat memberikan keunggulan kompetitif dengan tanggap terhadap konsumen yang lebih menuntut dan lebih kritis. *Supply chain management* sebagai sebuah konsep sekarang sudah dianggap mapan, dan telah diadopsi banyak perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. (Christopher, 2011)

Pada saat ini perusahaan harus melayani pelanggan yang tepat, menemukan pemasok yang tepat, dan membina kepercayaan dengan mitra yang tepat. Karena hal tersebut memiliki dampak yang besar pada saat ini serta kinerja bisnis masa depan. Untuk mencapai tujuan multi-kriteria ini, telah menjadi keharusan bagi organisasi atau perusahaan, di seluruh dunia, untuk memanfaatkan konsep *supply chain management*. (Sahay, 2000 dalam Mohan, 2003).

Dapat dikatakan bahwa *supply chain management* merupakan suatu konsep yang menyangkut pola-pola pendistribusian produk secara optimal. Pola baru ini menyangkut aktivitas pendistribusian, jadwal produksi, dan logistik. (Candra, 2013). Esensi dari *supply chain management* adalah sebagai senjata strategis untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan mengurangi investasi tanpa mengorbankan kepuasan pelanggan (Mohan, 2003).

Dalam *supply chain management* dikenal sebuah kegiatan, yaitu logistik. Logistik meliputi kegiatan seperti pergudangan (*warehouse*), distribusi barang (*distribution*), transportasi barang (*freight transportation*), dan pengelolaan pesanan (*sales order processing*). Berbagai perusahaan menerapkan *supply chain management* untuk meningkatkan efisiensi pada proses logistik (van hoek, 2008).

Logistik dalam perkembangannya hingga kini sudah merupakan ilmu yang harus dapat perhatian khusus mengingat sejarah pertumbuhan ekonomi yang semakin kompleks seperti produktivitas barang-barang yang dihasilkan pabrik atau perusahaan, bagaimana penyalurannya dan penyimpanannya serta pengelolaan hasil produk secara menyeluruh memerlukan penanganan khusus dan serius (Candra, 2013).

Distribusi logistik diibaratkan terdiri dari satu set fasilitas, yang masing-masing terdiri dari satu pabrik produksi dengan sebuah gudang yang terhubung, dan satu set pelanggan. Tujuan dari logistik adalah menyampaikan barang jadi dan bermacam-macam material dalam jumlah yang tepat pada waktu yang dibutuhkan, dan dalam keadaan yang dapat dipakai, ke lokasi di mana ia dibutuhkan, dan dengan total biaya yang terendah (Bowersox, 2002). Kegunaan tersebut merupakan aspek penting dari operasi perusahaan dan juga pemerintah. Semua bentuk perilaku yang terorganisir membutuhkan sokongan logistik (Bowersox,2002)

Sasaran penyelenggaraan logistik adalah mencapai level sokongan manufakturing-pemasaran yang telah ditentukan sebelumnya dengan total biaya serendah mungkin. Tanggung jawab utama manajer logistik adalah merencanakan dan mengelola suatu sistem operasi yang mampu mencapai sasaran ini. Dalam tanggung jawab perencanaan dan pengelolaan yang luas ini terdapat banyak masalah yang kompleks dan mendetil. Ciri-ciri utama logistik adalah integrasi berbagai dimensi dan tuntutan terhadap pemindahan (movement) dan penyimpanan (storage) yang strategis (Bowersox,2002).

Tingkat perekonomian indonesia semakin kompetitif sejalan dengan pertumbuhan ekonomi yang dicapai Indonesia. Terlihat dari tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia yang selalu positif sejak tahun 2011. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pada tahun 2011 mencapai 6,5%, 2012 6,23%, dan 2013 mencapai 5,78 % . Pertumbuhan tersebut berpengaruh pada semakin meningkatnya dunia bisnis di Indonesia, termasuk pada Industri otomotif. Terbukti dari jumlah kendaraan bermotor di Indonesia yang tinggi menurut BPS. Berikut adalah data jumlah dari kendaraan bermotor di Indonesia tahun 2011 -2013 :

Tabel 1.1

Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia

Tahun	Mobil Penumpang	Bis	Truk	Sepeda Motor	Jumlah
2011	9 548 866	2 254 406	4 958 738	68 839 341	85 601 351
2012	10 432 259	2 273 821	5 286 061	76 381 183	94 373 324
2013	11 484 514	2 286 309	5 615 494	84 732 652	104 118 969

Sumber : Badan Pusat Statistik

Dari data tersebut terlihat bahwa sepeda motor mendominasi jumlah kendaraan bermotor di Indonesia.

Didasarkan hal tersebut maka persaingan industri otomotif tentunya dikatakan semakin meningkat, khususnya pada industri otomotif roda dua atau sepeda motor. Hal tersebut membuat banyak perusahaan sepeda motor di Indonesia yang berlomba-lomba mengambil pasar konsumen sepeda motor di Indonesia. Contohnya saja seperti Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, Bajaj, TVS, dan banyak perusahaan lainnya. Dari banyaknya perusahaan tersebut menurut data resmi PT. Astra Honda Motor, tahun 2013 Honda memiliki market share mencapai 62%, Yamaha 30%, Suzuki 5%, dan sisanya adalah perusahaan-perusahaan lain seperti Kymco, Kawasaki, Piaggio, dan lain-lain. Untuk data lengkapnya dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

Tabel 1.2
Pangsa Pasar Sepeda Motor di Indonesia

	2010	2011	2012	2013
Honda	46 %	53 %	58 %	62 %
Yamaha	45 %	39 %	34 %	30 %
Suzuki	7 %	6 %	6 %	5 %
Lainnya	2%	2%	2%	3%

Sumber : PT. Astra Honda Motor (untuk data tahun 2010 – 2012)

Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (untuk data tahun 2013)

Untuk meningkatkan pangsa pasar ataupun mempertahankannya, seluruh produsen sepeda motor di Indonesia berusaha untuk memaksimalkan pelayanan pasca jual. Ini terlihat dari banyaknya bengkel resmi dan gerai resmi penjual suku cadang perusahaan sepeda motor tersebut, tanpa terkecuali PT. Astra Honda Motor (PT. AHM) sebagai pemegang resmi merek sepeda motor Honda di Indonesia. PT. AHM memiliki 1200 bengkel resmi yang dikenal dengan nama bengkel AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) dan 2.000 gerai resmi penjual suku cadang asli Honda yang dikenal dengan nama AGP (Astra Genuine Parts)

dengan kode gerai H3. Tentunya dengan banyaknya gerai pelayanan pasca jual tersebut, PT. AHM ingin meningkatkan terus pangsa pasarnya di Indonesia.

Untuk memaksimalkan pelayanan pasca jual tersebut akan sangat berhubungan dengan kinerja manajemen logistik, khususnya pada logistik pengantaran suku cadang resmi Honda. PT. AHM mengantarkan produknya ke pelanggan menggunakan jaringan distribusi logistik. Sebuah jaringan distribusi terdiri atas aliran produk dari produsen ke konsumen melalui titik-titik pemindahan, pusat distribusi (gudang), dan penjual (bengkel AHASS). Peranan jaringan distribusi dan manajemennya merupakan hal yang sangat penting bagi PT. AHM untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan. Sistem dari AHASS sendiri adalah bisnis kemitraan, dimana setiap AHASS dimiliki oleh individu masyarakat yang diberikan lisensi oleh PT. Astra Honda Motor untuk khusus melayani sepeda motor Honda dan hanya menggunakan suku cadang resmi Honda.

Bowersox (2002) berpendapat bahwa ada 5 (lima) komponen yang bergabung untuk membentuk sistem logistik yaitu, struktur lokasi fasilitas, transportasi, persediaan, komunikasi, dan penanganan dan penyimpanan. Namun dari data pra-survey yang telah dilakukan untuk keperluan studi ini, dari 3 bengkel AHASS yang ada di kota Semarang, diketahui adanya keterlambatan pengiriman suku cadang resmi Honda. Dan faktor penyebabnya termasuk kedalam 5 komponen pembentuk sistem logistik tersebut. Faktor penyebab keterlambatan suku cadang dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 1.3

Data keterlambatan pengiriman suku cadang resmi Honda

Alamat bengkel	Lama pengiriman suku cadang	Penyebab
BRAHMA MOTOR	3-20 hari	-kosongnya persediaan pada pusat distribusi -transportasi
AHASS SAHABAT	3-30 hari	-kosongnya persediaan

SEJATI		pada pusat distribusi - transportasi -lokasi
NAGA SAKTI	3-30 hari	kosongnya persediaan pada pusat distribusi - transportasi -lokasi

Sumber : Data Primer Hasil Wawancara

Dari data di atas dapat dilihat terjadi permasalahan pada logistik suku cadang resmi honda yang tentunya akan berpengaruh pada kinerja bisnis di bengkel-bengkel AHASS. Dari hasil wawancara kepada 3 kepala bengkel pada 3 bengkel di atas saat pra-survey, dikatakan bahwa keterlambatan pemasokan suku cadang mempengaruhi kosongnya persediaan suku cadang di bengkel mereka. Hal ini berakibat pada kinerja bisnisnya. Suku cadang yang sering mengalami keterlambatan didominasi oleh *slow moving parts* (produk yang lakunya lama) , walaupun tetap ada keterlambatan pengiriman pada *fast moving parts* (produk yang lakunya cepat). Kinerja bisnis adalah istilah yang mencakup aspek ekonomi dan aspek operasional, kinerja bisnis juga merupakan payung untuk semua konsep yang berpengaruh terhadap keberhasilan suatu perusahaan dan kegiatannya (Prakash *et al*, 2015) .Atas dasar hal tersebut maka dalam studi ini akan diteliti “ pengaruh kinerja logistik pemasok terhadap kinerja bisnis (studi pada bengkel AHASS di Kota Semarang)“.

1.2 Perumusan Masalah

Di Semarang terdapat 56 gerai AHASS dan hanya menjalin hubungan dengan satu pemasok, yaitu PT. AHM.. Dengan begitu banyaknya bengkel AHASS yang ada dan hanya didukung oleh satu pusat distribusi tentu terdapat banyak permasalahan yang akan terjadi dalam menyuplai produk ke bengkel AHASS. Dari beberapa kasus yang dialami bengkel AHASS, antara lain adalah keterlambatan produk suku cadang resmi Honda sampai ke bengkel tujuan dengan waktu tunggu yang lama. Hal tersebut tentu berpengaruh terhadap

kinerja bengkel dalam memenuhi kebutuhan pelanggan karena kosongnya persediaan suku cadang di dalam bengkel AHASS.

Kegiatan logistik dilakukan untuk mendukung dan membantu perusahaan dalam meminimalisir segala bentuk resiko dan masalah yang sedang terjadi atau yang akan dihadapi oleh perusahaan. Perusahaan juga harus menjadikan logistik sebagai teknologi tepat guna. Untuk itu diperlukan penerapan distribusi logistik terencana dan terorganisir dengan baik agar kinerja bisnis pada bengkel AHASS semakin membaik.

Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah pengaruh transportasi, lokasi pusat distribusi, dan ketersediaan produk pada kinerja bisnis di bengkel AHASS.

1.3 Pertanyaan Masalah

1. Apakah transportasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis ?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis ?
3. Apakah ketersediaan produk berpengaruh terhadap kinerja bisnis ?

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh transportasi terhadap kinerja bisnis.
2. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap kinerja bisnis.
3. Menganalisis pengaruh ketersediaan produk terhadap kinerja bisnis.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis dalam melakukan penelitian terhadap suatu masalah.
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengidentifikasi permasalahan yang memerlukan tindakan korektif sehingga dapat dilakukan pencegahan dan pemecahan terhadap masalah tersebut.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang operasional dan sebagai referensi bila diadakan penelitian lebih lanjut.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan. Dalam bab ini dibahas tentang latar belakang permasalahan yang ada, dan tujuan diadakannya penelitian.

Bab II Telaah Pustaka

Berisi dasar-dasar dan landasan teori yang berhubungan dengan penelitian serta hasil penelitian terdahulu dengan topik permasalahan yang sama. Dalam bab ini dimuat kerangka pemikiran yang menggambarkan pola pikir dan sistematika pelaksanaan penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Berisi penjelasan mengenai bagaimana penelitian ini akan dilaksanakan disertai penjelasan mengenai variabel penelitian, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Berisi hasil analisis data yang dilakukan dan pembahasan tentang hasil analisis tersebut.

Bab V Penutup

Berisi Kesimpulan tentang hasil analisis yang telah dilakukan beserta pembahasannya, dan saran yang dapat diberikan kepada pembaca.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Supply Chain Management

Supply Chain Management (SCM) adalah pendekatan sistem untuk mengelola seluruh aliran informasi, materi, dan jasa dari pemasok bahan baku ke pabrik dan gudang hingga konsumen akhir (Leenders, 1997). SCM mengurangi biaya, tetapi yang terpenting, SCM dapat memberikan keunggulan kompetitif dengan tanggap terhadap konsumen yang lebih menuntut dan lebih kritis (Bowersox, 2002). *Supply chain management* sebagai sebuah konsep sekarang sudah dianggap mapan, dan telah diadopsi banyak perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. (Christopher, 2011).

Tujuan dari SCM adalah untuk mengurangi ketidakpastian dan risiko dalam rantai pasokan, sehingga dengan positif mempengaruhi tingkat persediaan, waktu siklus, proses, dan akhirnya kepada tingkat pelayanan konsumen akhir (Leenders, 1997). Pada saat ini perusahaan harus melayani pelanggan yang tepat, menemukan pemasok yang tepat, dan membina kepercayaan dengan mitra yang tepat. Karena hal tersebut memiliki dampak yang besar pada saat ini serta kinerja bisnis masa depan. Untuk mencapai tujuan multi-kriteria ini, telah menjadi keharusan bagi organisasi atau perusahaan, di seluruh dunia, untuk memanfaatkan konsep *supply chain management*. (Sahay, 2000 dalam Mohan, 2003).

2.2 Logistik

Dalam *supply chain management* dikenal sebuah kegiatan, yaitu logistik. Logistik meliputi kegiatan seperti pergudangan (*warehouse*), distribusi barang

(*distribution*), transportasi barang (*freight transportation*), dan pengelolaan pesanan (*sales order processing*). Berbagai perusahaan menerapkan supply chain management untuk meningkatkan efisiensi pada proses logistik (Van Hoek, 2008).

Menurut Lambert dan Stock (1993) logistik adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian yang efisien, aliran biaya yang efektif dan penyimpanan bahan baku, dalam proses persediaan, barang jadi, dan informasi terkait dari titik asal ke titik konsumsi kepada tujuan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Logistik menurut *Council of Supply Chain Management Professionals* dalam Chandra (2013) adalah bagian dari manajemen rantai pasok (*supply chain*) dalam perencanaan, pengimplementasian, dan pengontrolan aliran dan penyimpanan barang, informasi, dan pelayanan yang efektif dan efisien dari titik asal ke titik tujuan sesuai dengan permintaan konsumen. Untuk mengalirkan barang dari titik asal menuju titik tujuan akan membutuhkan beberapa aktivitas yang dikenal dengan ‘aktivitas kunci dalam logistik diantaranya: 1) *customer service*, 2) *demand forecasting/planning*, 3) *inventory management*, 4) *logistics communications*, 5) *material handling*, 6) *traffic and transportation*, dan 7) *warehousing and storage* (Lambert *et al.*, 1998 dalam Chandra, 2013).

2.2.1 Logistik Terpadu

Konsep logistik terpadu itu sendiri terdiri dari 2 usaha yang berkaitan yaitu operasi logistik dan koordinasi logistik. Operasi logistik adalah mengenai manajemen pemindahan (*movement*) dan penyimpanan material dan produk jadi perusahaan. Jadi, operasi logistik itu dapat dipandang berawal dari pengangkutan material pertama kali atau komponen-komponen dari sumber perolehannya dan berakhir pada penyerahan

produk yang dibuat atau diolah kepada konsumen. Sedangkan koordinasi logistik adalah mengenai identifikasi kebutuhan pergerakan dan penetapan rencana untuk memadukan seluruh operasi logistik (Bowersox, 2002).

2.2.2 Manajemen Distribusi Fisik

Bagian dari logistik adalah distribusi fisik, yang menggambarkan berbagai kegiatan yang terjadi setelah produksi barang dan sebelum mereka mencapai pelanggan atau pengguna akhir. Kegiatan ini meliputi penanganan material, penyimpanan dan pergudangan, kemasan, transportasi dari pabrik untuk depot / pusat distribusi dan kemudian kepada pelanggan atau pengguna akhir (Grewal dan Van Thai, 2005).

2.2.3 Koordinasi Logistik

Koordinasi logistik adalah penentuan kebutuhan dan spesifikasi yang memadukan seluruh operasi logistik. Fungsi koordinasi logistik sendiri adalah untuk memastikan bahwa seluruh pergerakan dan penyimpanan yang ada diselesaikan seefektif dan seefisien mungkin (Bowersox, 2002)

2.2.4 Sistem Logistik

Bowersox (2002) berpendapat bahwa ada 5 (lima) komponen yang bergabung untuk membentuk sistem logistik, yaitu:

1. Struktur Lokasi Fasilitas

Jaringan fasilitas yang dipilih oleh suatu perusahaan adalah fundamental bagi hasil-hasil akhir logistiknya. Jumlah, besar, dan pengaturan geografis dari fasilitas-

fasilitas yang dioperasikan atau digunakan itu mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan pelayanan terhadap nasabah perusahaan dan terhadap biaya logistiknya.

Jaringan fasilitas suatu perusahaan merupakan serangkaian lokasi ke mana dan melalui mana material dan produk-produk diangkut. Untuk tujuan perencanaan, fasilitas-fasilitas tersebut meliputi pabrik, gudang-gudang, dan toko-toko pengecer. Seleksi serangkaian lokasi yang unggul (superior) dapat memberikan banyak keuntungan yang kompetitif. Tingkat efisiensi logistik yang dapat dicapai itu berhubungan langsung dengan dan dibatasi oleh jaringan fasilitas.

2. Transportasi

Pada umumnya, satu perusahaan mempunyai 3 (tiga) alternatif untuk menetapkan kemampuan transportasinya. Pertama, armada peralatan swasta dapat dibeli atau disewa. Kedua, kontrak khusus dapat diatur dengan spesialis transport untuk mendapatkan kontrak jasa-jasa pengangkutan. Ketiga, suatu perusahaan dapat memperoleh jasa-jasa dari suatu perusahaan transport berijin (*legally authorized*) yang menawarkan pengangkutan dari suatu tempat ke tempat lain dengan biaya tertentu.

Ketiga bentuk transport ini dikenal sebagai *private* (swasta), *contract* (kontrak) dan *common carriage* (angkutan umum). Dilihat dari sudut pandang sistem logistik, terdapat 3 (tiga) faktor yang memegang peranan utama dalam menentukan kemampuan pelayanan transport, yaitu: (1) Biaya, (2) Kecepatan, dan (3) Konsistensi.

Dalam merancang suatu sistem logistik, hendaklah dimantapkan suatu keseimbangan yang teliti antara biaya transportasi itu dengan mutu pelayanannya. Mendapatkan keseimbangan transportasi yang tepat merupakan salah satu tujuan utama dari analisa sistem logistik.

Ada 3 (tiga) aspek transportasi yang harus diperhatikan karena berhubungan dengan sistem logistik. Pertama, seleksi fasilitas menetapkan suatu struktur atau jaringan yang membatasi ruang-lingkup alternatif-alternatif transport dan menentukan sifat dari usaha penganangkutan yang hendak diselesaikan. Kedua, biaya dari penganangkutan fisik itu menyangkut lebih daripada ongkos penganangkutan saja diantara 2 lokasi. Ketiga, seluruh usaha untuk mengintegrasikan kemampuan transport ke dalam suatu sistem yang terpadu mungkin akan sia-sia saja jika pelayanan tidak teratur (*sporadic*) dan tidak konsisten.

3. Pengadaan Persediaan

Kebutuhan akan transport di antara berbagai fasilitas itu didasarkan atas kebijaksanaan persediaan yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan. Secara teoritis, suatu perusahaan dapat saja mengadakan persediaan setiap barang yang ada dalam persediaannya pada setiap fasilitas dalam jumlah yang sama. Tujuan dari integrasi persediaan ke dalam sistem logistik adalah untuk mempertahankan jumlah item yang serendah mungkin yang sesuai dengan sasaran pelayanan untuk nasabah.

4. Komunikasi

Komunikasi adalah kegiatan yang seringkali diabaikan dalam sistem logistik. Di jaman lampau mengabaikan ini sebagian disebabkan oleh kurangnya peralatan pengolah data dan peralatan penyampaian data yang dapat menangani arus informasi yang diperlukan. Akan tetapi, sebab yang lebih penting adalah kurangnya pemahaman terhadap dampak dari komunikasi yang cepat dan akurat terhadap prestasi logistik.

Kekurangan dalam mutu informasi dapat menimbulkan banyak sekali masalah. Kekurangan tersebut dapat digolongkan ke dalam 2 (dua) kategori besar. Pertama, informasi yang diterima mungkin tidak betul (*incorrect*) dalam hal penilaian trend dan peristiwa. Oleh karena banyak sekali arus logistik itu merupakan antisipasi

bagi transaksi di masa depan, maka penilaian yang akurat dapat menyebabkan kekurangan persediaan atau komitmen yang berlebihan. Kedua, informasi mungkin kurang akurat dalam hal kebutuhan suatu nasabah tertentu.

Informasi yang tidak betul dapat menimbulkan gangguan terhadap prestasi sistem, dan keterlambatan dalam arus komunikasi dapat memperbesar kesalahan itu sehingga menyebabkan serangkaian kegoncangan dalam sistem tersebut karena koreksi yang berlebihan dan koreksi yang kurang. Komunikasi membuat dinamisnya suatu sistem logistik. Mutu dan informasi yang tepat-waktu merupakan faktor penentu yang utama dari kestabilan sistem.

5. Penanganan dan Penyimpanan

Penanganan dan penyimpanan menembus sistem ini dan langsung berhubungan dengan semua aspek operasi. Menyangkut arus persediaan melalui dan di antara fasilitas-fasilitas engan arus tersebut yang hanya bergerak untuk menanggapi kebutuhan akan suatu produk atau material.

Dalam arti luas, penanganan dan penyimpanan (*handling and storage*) ini meliputi pergerakan (*movement*), pengepakan, dan containerization (pengemasan). *Handling* ini menimbulkan banyak sekali biaya logistik dilihat dari pengeluaran untuk operasi dan pengeluaran modal. Jadi dapat disimpulkan bahwa makin sedikit kalinya produk ditangani dalam keseluruhan proses itu, maka makin terbatas dan makin efisien arus total fisiknya.

Di dalam perusahaan, sistem logistik merupakan hal yang sangat perlu bagi terlaksananya transaksi. Perusahaan yang menikmati efisiensi logistik akan memperoleh keuntungan dalam biaya dan jasa-jasa (*service*) yang sulit diganti. Perusahaan yang telah memiliki jaringan fasilitas terpadu, kemampuan transportasi, penyebaran persediaan (*inventory deployment*), usaha-usaha keuangan, pemasaran

dan produksi dari perusahaan itu akan mendapatkan kedudukan terbaik dalam memperoleh keuntungan jangka panjang di atas para pesaingnya.

2.2.5 Peran Logistik Dalam Ekonomi

Distribusi produk dari titik asal ke titik konsumsi telah menjadi komponen yang sangat besar bagi *Gross National Product (GNP)* sebuah negara industri. Sebagai komponen yang besar kepada *GNP*, logistik mempengaruhi tingkat inflasi, tingkat bunga, produktivitas, biaya energi dan ketersediaan energi, dan aspek lain dalam ekonomi. (Lambert dan Stock, 1993)

2.2.6 Peran Logistik Di Perusahaan

Menurut Lambert dan Stock (1993), manajemen logistik yang efektif meningkatkan upaya pemasaran perusahaan dengan memberikan perpindahan yang efisien sebuah produk kepada pelanggan, waktu dan utilitas tempat untuk produk. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai pengaruh logistik di perusahaan :

- logistik adalah berorientasi pemasaran

Sebagai bagian dari upaya pemasaran, logistik memainkan peran penting dalam memuaskan pelanggan perusahaan dan mencapai keuntungan bagi perusahaan secara keseluruhan. Kepuasan pelanggan termasuk didalamnya memaksimalkan waktu dan utilitas tempat untuk pemasok perusahaan, pelanggan menengah (trade customer), dan pelanggan akhir.

- Logistik menambahkan waktu dan utilitas tempat

Manajemen cukup peduli dengan "nilai tambah" oleh logistik, karena perbaikan di utilitas tempat dan utilitas waktu pada akhirnya tercermin dalam laba perusahaan.

Penghematan biaya dalam bidang logistik atau posisi marketing kuat karena adanya sistem logistik yang meningkat dapat menyebabkan peningkatan kinerja *bottom line*. Utilitas tempat adalah nilai yang dibentuk atau ditambah kepada produk dengan membuatnya tersedia untuk pembelian atau konsumsi di tempat yang tepat. Sedangkan utilitas waktu adalah nilai yang dibentuk dengan membuat sesuatu yang tersedia di waktu yang tepat.

- Logistik memungkinkan perpindahan yang efisien ke konsumen

E. Grosvenor Plowman menyebutkan ada “5 kebenaran” dalam sistem logistik, yaitu memasok produk yang benar, di tempat yang benar, pada waktu yang benar, dan dalam kondisi yang benar untuk sebuah biaya yang benar kepada konsumen untuk mengkonsumsi produk tersebut. 4 kebenaran pertama menganalogikan peruntukan, waktu, tempat, dan utilitas kepemilikan di bentuk oleh pabrikasi dan pemasaran, sedangkan penambahan komponen biaya sangat penting dalam proses logistik.

- Logistik Adalah Aset Kepemilikan

Sistem logistik yang efisien dan ekonomis mirip dengan aset nyata yang ada dalam catatan perusahaan. Dan itu tidak dapat ditiru oleh perusahaan kompetitor. Jika perusahaan dapat menyediakan produk ke konsumen dengan cepat dan berbiaya rendah, ini dapat meningkatkan pangsa pasar di atas kompetitornya. Perusahaan mungkin bisa menjual produk dengan biaya lebih rendah hasil dari efisiensi logistik, atau menyediakan tingkat layanan yang lebih tinggi kepada pelanggan, sehingga menciptakan *goodwill*.

2.2.7 Aktivitas-Aktivitas Yang Termasuk Dalam Manajemen Logistik

Dalam Lambert dan Stock (1993) mengatakan, aktivitas-aktivitas logistik dibawah ini terlibat di dalam alur produk dari titik asal sampai ke titik konsumsi.

Aktivitas – aktivitas tersebut ialah :

- *Customer service*. *Customer service* bertindak sebagai kekuatan mengikat dan menyatukan semua kegiatan manajemen logistik.
- *Order processing*. Komponen-komponen dalam *order processing* dapat dibagi kedalam 3 jenis yaitu
 - (1) elemen operasional. seperti pencatatan pesanan, penjadwalan, persiapan pengiriman pesanan, dan faktur.
 - (2) Elemen komunikasi. Seperti modifikasi pesanan, status pemesanan, pelacakan pesanan, koreksi kesalahan, dan permintaan informasi produk.
 - (3) Elemen kredit dan pemungutan. Termasuk didalamnya adalah pengecekan kredit dan pemungutan piutang
- *Distribution communications* .Komunikasi adalah jaringan yang vital antara proses logistik dan konsumen perusahaan. Komunikasi yang akurat dan cepat adalah landasan kesuksesan manajemen logistik
- *Inventory control*. Kontrol persediaan adalah kegiatan yang kritis karena terdapat kebutuhan keuangan untuk menjaga kecukupan pasokan produk untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan dan kebutuhan manufaktur.
- *Demand Forecasting*. Peramalan permintaan melibatkan penentuan jumlah dan penyertaan layanan yang akan konsumen butuhkan di masa yang akan datang
- *Traffic and transportation*. Aktivitas lalu lintas dan transportasi mengacu kepada pengelolaan perpindahan produk dan termasuk didalamnya aktivitas-aktivitas seperti pemilihan metode pengiriman.
- *Warehousing and storage*. Produk harus tersimpan di gudang untuk penjualan dan Konsumsi selanjutnya, kecuali pelanggan membutuhkan mereka diproduksi secara instan.
- *Plant and warehouse site selection*. Penempatan pabrik dan gudang di dekat pasar perusahaan dapat meningkatkan tingkat pelayanan kepada pelanggan.

- *Material handling*. Penanganan bahan bersangkutan dengan setiap aspek dari perpindahan atau alur bahan baku, persediaan dalam proses, dan barang jadi dalam pabrik atau gudang.
- *Procurement*. Pembelian (procurement) adalah akuisisi atas bahan dan jasa jasa untuk memastikan efektivitas operasional pabrikasi dan proses logistik perusahaan.
- *Parts and service supports*. Tambahan dari perpindahan bahan baku, persediaan dalam proses, dan barang jadi, logistik harus peduli dengan berbagai kegiatan yang terlibat dalam perbaikan dan servis produk. Tanggung jawab logistik tidak berakhir ketika produk telah diantarkan ke konsumen.
- *Packaging*. Dari sudut pandang logistik, *packaging* memiliki dua peran. Pertama, kemasan melindungi produk dari bahaya saat disimpan atau diangkut. Kedua, kemasan dapat membuat produk lebih mudah untuk disimpan dan dipindahkan untuk mengurangi penanganan dan biaya operasional penanganan produk tersebut.
- *Salvage and scrap disposal*. Salah satu *by-product* dari pabrikasi dan proses logistik adalah limbah. Jika limbah ini tidak dapat diproduksi menjadi produk lain, itu harus dibuang dalam beberapa cara. Apapun *by-product*-nya, proses logistik harus menangani secara efektif dan efisien, pengangkutannya dan dalam menyimpannya. Jika *by-product* bersifat *reusable* atau *recycleable*, logistik mengelola transportasinya ke lokasi remanufaktur produk tersebut.
- *Return goods handling*. Penanganan atas barang yang dikembalikan. Sering disebut *reverse logistic*, merupakan bagian penting dari Proses logistik.

2.3 Transportasi

Transportasi memindahkan produk-produk perusahaan ke pasar, yang sering kali secara geografis terpisah oleh jarak yang jauh (Lambert dan Stock,1993). Transportasi memberikan manfaat geografis pada sistem logistik dengan menghubungkan fasilitas-fasilitas dengan pasar (Bowersox,2002). Maka dari itu, transportasi dianggap elemen yang penting dalam kesuksesan logistik dan rantai pasok (Tracey,2004). Sistem transportasi yang efisien dan murah berkontribusi untuk kompetisi yang lebih besar di dalam pasar, skala ekonomi yang lebih besar di dalam produksi, dan mengurangi harga untuk barang (Ballou,2005).

2.3.1 Moda Transportasi dan Cirinya

Menurut Bowersox (2002), istilah moda digunakan untuk menunjukkan cara utama transportasi. Lima cara utama dalam transportasi adalah kereta api, jalan raya (darat), jalan air (perairan), saluran pipa dan jalur udara (penerbangan). Berikut penjelasan lebih rinci mengenai moda transportasi tersebut :

- *Kereta api.*

Kemampuan kereta api untuk mengangkut tonase yang sangat besar secara efisien untuk jarak-jarak yang jauh merupakan alasan utama mengapa kereta api dapat terus memperoleh tonase dan penghasilan atas pengangkutan antar kota yang cukup besar.

- *Jalan raya (Darat).*

Cara transportasi ini mengalami pertumbuhan pesat, sebagian besar disebabkan oleh meningkatnya fleksibilitas operasi door-to-door (pintu ke pintu) dan operasinya yang lebih cepat dibanding kereta api.

- *Jalan air (perairan).*

Keuntungan utama yang didapat dari transportasi air adalah kemampuannya untuk membawa barang dalam jumlah yang sangat besar.

Saluran pipa. Komoditi yang paling sering diangkut dengan saluran pipa adalah minyak-bumi. Sifat dasar dari saluran pipa ini adalah unik jika dibandingkan dengan semua moda transportasi yang lain. Saluran pipa dapat beroperasi 24 jam sehari, 7 hari seminggu dan hanya dibatasi oleh keperluan untuk merubah komoditi atau untuk pemeliharaan darurat dan preventif.

- *Jalur udara (penerbangan).*

Moda transportasi ini adalah yang paling baru, paling banyak, dan sampai sekarang merupakan cara yang paling sedikit penggunaannya. Daya tarik moda ini adalah terletak pada kecepatannya.

2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Biaya Transportasi

Menurut Lambert dan Stock (1993). Terdapat 2 faktor yang mempengaruhi biaya transportasi. Faktor-faktor tersebut adalah :

1. *Product-related factors.* Sebuah perusahaan dapat menggunakan faktor-faktor ini untuk menentukan klasifikasi produk untuk keperluan tingkat pembuatan. mereka dapat dikelompokkan ke dalam kategori berikut :

- Masa jenis (*density*). Mengacu pada berat-volume produk
- Bentuk (*stowability*). Adalah sejauh mana suatu produk dapat mengisi ruang yang tersedia dalam kendaraan transportasi
- Penanganan (*handling*). Terkait dengan *stowability* adalah kemudahan atau kesulitan menangani produk. item yang tidak mudah ditangani lebih mahal untuk transportasi.
- Kewajiban (*Liability*) . Kewajiban adalah hal yang penting. Produk dengan nilai yang tinggi, mereka yang mudah rusak dan mudah dicuri membutuhkan biaya yang lebih untuk transportasi. Dalam kasus dimana armada transportasi mengasumsikan

kewajiban yang lebih besar, biaya yang lebih tinggi akan dikenakan dalam transportasi produk tersebut.

2. *Market-related factors*. Selain karakteristik produk, *market-related factors* penting dan juga mempengaruhi biaya transportasi. Yang paling signifikan adalah (1) Derajat kompetisi intamoda dan antarmoda ; (2) Lokasi pasar;(3) Sifat dan luas dari peraturan pemerintah mengenai armada transportasi ; (4) Keseimbangan atau ketidak seimbangan lalu lintas barang di suatu wilayah ; (5) Musiman perpindahan produk; (6). Apakah produk di transportsikan secara domestik atau internasional.

2.3.3 Pemilihan Jasa Transportasi

Pemilihan moda transportasi atau menawarkan layanan jasa moda transportasi tergantung pada berbagai karakteristik layanan. McGinnis dalam Ballou (2005) meenemukan 6 variabel yang menjadi kunci peilihan jasa transportasi: (1) tarif angkutan, (2) keandalan atau *reliability*,(3) waktu transit, (4) kerugian, kerusakan, proses klaim, dan pelacakan, (5) pertimbangan pasar pengirim, (6) pertimbangan armada pengangkut.

2.4 Lokasi Pusat Distribusi (Gudang)

Jika tugas pemasaran adalah untuk menciptakan permintaan pelanggan, maka tujuan dari distribusi fisik adalah untuk memuaskan mereka. Sebagian besar kegiatan ini berlangsung di gudang / pusat distribusi, dan karena itu rasionalisasi tidak hanya dalam hal kuantitas, ukuran, tingkat otomatisasi, peralatan dan teknik penanganan yang digunakan tetapi juga lokasi yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. (Grewal,2005). Keputusan pemilihan lokasi ini dapat di lihat melalui perspektif mikro dan makro. Perspektif makro meneliti masalah di mana menemukan gudang yang secara geografis dapat meningkatkan sumber bahan dan penawaran pasar perusahaan.

Perspektif mikro meneliti faktor-faktor yang menentukan lokasi yang spesifik di dalam are geografis yang lebih besar. (Lambert dan Stock, 1993).

2.4.1 Strategi penentuan lokasi

Dalam Lambert dan Stock (1993), ada 3 strategi dalam penentuan lokasi dengan pendekatan Makro, yaitu :

- *Product warehouse strategy*. Perusahaan hanya menempatkan satu jenis produk atau pengelompokan satu jenis produk didalam gudang. Strategi ini biasanya digunakan pada industri peralatan pertanian, tekstil, elektronik , dll
- *Market area warehouse strategy*. Masing-masing fasilitas menyimpan produk-produk perusahaan dimana konsumen dapat menerima secara komplit pesannya dalam satu gudang. Strategi ini biasanya digunakan oleh perusahaan makanan, kertas, kaca, kimia, dan perabotan.
- *General Purpose warehouse strategy*. Di setiap gudang melayani semua pasar dalam pasar geografis. produsen barang dalam kemasan sering menggunakan strategi ini.

Dalam perspektif mikro, ada banyak faktor yang menentukan. Jika perusahaan menginginkan pergudangan pribadi, maka berikut faktor-faktornya :

- Kualitas dan variasi transportasi yang melayani sebuah gudang
- Kualitas dan kuantitas tenaga kerja yang tersedia
- Tarif tenaga kerja
- Biaya dan kualitas lahan industri
- Potensi ekspansi
- Struktur pajak
- Kode bangunan
- Sifat dari lingkungan masyarakat

- Biaya konstruksi
- Biaya dan ketersediaan utilitas
- Biaya dari uang setempat
- Pajak pemerintah daerah yang diberlakukan

Jika perusahaan menginginkan untuk menggunakan pergudangan publik, maka hal-hal ini harus dipertimbangkan :

- Karakteristik fasilitas
- Jasa pergudangan yang tersedia
- Ketersediaan dan kedekatan dari terminal armada transportasi
- Ketersediaan angkutan lokal
- Perusahaan lain menggunakan fasilitas tersebut
- Ketersediaan jasa komputer dan komunikasi
- Tipe dan frekuensi laporan persediaan

2.5 Persediaan (*inventory*)

Persediaan merupakan salah satu daerah yang paling riskan dalam manajemen logistik. Perencanaan persediaan juga sangat menentukan bagi operasional pembuatan produk. Kekurangan persediaan dapat mengganggu rencana pemasaran dan pabrikasi, kelebihan persediaan pun dapat menimbulkan masalah. (Bowersox,2002).

Keputusan atas persediaan bersangkutan dengan tingkat total persediaan di dalam sistem, lokasi persediaan, dan tingkat siklus persediaan di berbagai lokasi (Jayaraman,1998). Persediaan menyediakan tingkat ketersediaan layanan dan produk yang ketika berada di dekat pelanggan, dapat memenuhi harapan pelanggan yang tinggi untuk ketersediaan produk tersebut (Ballou, 2005).

2.5.1 Tipe-Tipe Persediaan

Dalam Lambert dan Stock (1993), persediaan dapat dikategorikan ke dalam beberapa tipe. Tipe-tipe tersebut ialah :

- *Cycle stock*. Persediaan tipe ini adalah persediaan yang dihasilkan dari proses pengisian kembali dan dibutuhkan dalam hal untuk memenuhi permintaan dibawah kondisi kepastian.
- *In-transit inventories*. Persediaan atas barang-barang yang memerlukan perjalanan satu lokasi ke lokasi lain.
- *Safety or buffer stock*. Persediaan karena tidak adanya kepastian atas permintaan dan waktu tunggu.
- *Speculative stock*. Persediaan yang diadakan karena alasan-alasan di luar memenuhi permintaan yang ada.
- *Seasonal stock*. Persediaan ini adalah bentuk dari *speculative stock* yang melibatkan akumulasi atas persediaan sebelum musim dimulai dalam rangka untuk mempertahankan tenaga kerja dan jalannya produksi agar stabil
- *Dead stock*. Persediaan ini adalah set barang-barang untuk permintaan yang belum diketahui dalam beberapa periode waktu yang ditentukan.

2.5.2 Risiko Persediaan

Bowersox (2002), mengelompokkan terdapat 3 jenis risiko persediaan. Risiko tersebut ialah :

- Risiko persediaan toko eceran. Bagi pengecer, manajemen persediaan itu pada dasarnya adalah proses membeli dan menjual. Pengecer membeli berbagai produk dan menanggung risiko besar dalam proses pemasarannya.

- Risiko persediaan grosir. Risiko grosir itu lebih semit, tetapi jauh lebih dalam dan lebih laa daripada risiko yang dialami pengecer. Risiko terbesar dari gorsir adalah perluasan *product line* sampai mencaai titik dimana keluasan risiko persediaannya mendekati risiko pengecer, sedangkan kedalaman dan lamanya risiko tetap sebagai risiko grosir.
- Risiko persediaan pengusaha. Komitmen persediaan pengusaha berawal pada bahan mentah dan suku cadang komponen, termasuk barang yang sedang dikerjakan, dan berakhir pada barang jadi. Disamping itu, barang jadi tersebut seringkali harus ditransfer ke gudang-gudang yang dekat dangan grosir dan pengecer sebelum penjualannya dilakukan.

2.5.3 Tujuan Persediaan

Dalam Sumayang (2003), terdapat 3 tujuan dalam persediaan. 3 tujuan tersebut ialah :

- Menghilangkan pengaruh ketidakpastian.
- Memberi waktu luang untuk pengelolaan produksi dan pembelian.
- Untuk mengantisipasi perubahan pada permintaan dan penawaran.

2.6 Kinerja Bisnis

Kinerja usaha merujuk pada seberapa banyak perusahaan berorientasi pada pasar serta tujuan keuntungan (Rahadi,2002 dalam Ariani,2013). Sedangkan kinerja bisnis adalah istilah yang mencakup aspek ekonomi dan aspek operasional (Prakash *et al*, 2015). dapat disimpulkan bahwa kinerja suatu bisnis merupakan segala sesuatu yang diinginkan oleh konsumen dalam produk ataupun jasa dengan memaksimalkan kualitas hasil yang nantinya diterima konsumen (Jati,2014). Selain itu, kinerja bisnis harus

dipahami sebagai payung untuk semua konsep yang berpengaruh terhadap keberhasilan suatu perusahaan dan kegiatannya (Prakash *et al*, 2015).

2.7 Hubungan Antara Transportasi Dengan Kinerja Bisnis

Dalam suatu jaringan fasilitas, transportasi merupakan suatu mata-rantai penghubung. Dalam merancang suatu sistem logistik, hendaklah dimantapkan suatu keseimbangan yang teiti antara biaya transportasi dengan mutu pelayanannya (Bowersox,2002). Transportasi, bersama dengan pergudangan, menambah utilitas waktu dan tempat untuk produk. Hal itu juga banyak mempengaruhi pembuatan keputusan (decission-making area), termasuk produk, area pasar, pembelian, lokasi, dan harga (Lambert dan Stock, 2002).

Maka dari itu, transportasi dianggap elemen yang penting dalam kesuksesan logistik dan rantai pasok (Tracey,2004). Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, perusahaan manufaktur dibutuhkan untuk fokus dalam kepuasan pelanggan melalui pembangunan kapabilitas spesifik seperti jasa pengantaran (transportasi) (Tracey,2004). Atas dasar itulah transportasi memiliki hubungan yang erat dengan logistik. Karena jika pilihan transportasi menjadi kenyataan, mereka akan memiliki implikasi luas bagi manajer logistik (Rogers,2006).

Dalam jurnal *The impact of supply-chain management capabilities on business performance* oleh Michael Tracey dijelaskan bahwa terdapat pengaruh positif antara transportasi dengan kinerja bisnis. Atas dasar hal tersebut maka hipotesis dari hubungan antar variabel transportasi dan kinerja bisnis adalah :

H1 :Transportasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

2.8 Hubungan Lokasi Pusat Distribusi Dengan Kinerja Bisnis

Kita dapat melihat hubungan lokasi pusat distribusi dengan kinerja logistik dengan cara melihat orientasinya. Jika lokasi pabrik seringkali diorientasikan pada faktor yang dominan, seperti sumber bahan baku atau bahkan pilihan pribadi pemiliknya. Maka lokasi gudang atau pusat distribusi adalah untuk memperoleh biaya distribusi yang minimum (Wiley, 1990).

Lalu dalam kaitannya dengan logistik, perusahaan juga membutuhkan pengetahuan atas metode-metode yang dapat meningkatkan kinerja pusat distribusi (gudang) dan strategi untuk menempatkan pusat distribusi ke lokasi yang paling optimal (Lambert dan Stock, 1993). Tentunya pandangan-pandangan tersebut sejalan dengan salah satu tujuan dari manajemen logistik, yaitu memperoleh biaya distribusi yang minimum dan berujung pada terciptanya keuntungan untuk perusahaan dan kepuasan untuk pelanggan. Lokasi merupakan bagian dari 5 komponen yang membentuk sebuah sistem logistik (Bowersox, 2002).

Dalam jurnal *The role of logistics in linking operations and marketing and influences on business performance* oleh Bulent Sezen tahun 2005 dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara operasional logistik dengan kinerja bisnis.

Atas dasar hal tersebut maka hipotesis hubungan antar variabel lokasi pusat distribusi dengan kinerja bisnis adalah :

H2 : Strategi lokasi pusat distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis

2.9 Hubungan Ketersediaan Produk Dengan Kinerja Bisnis

Persediaan (*inventory*) meliputi persediaan atas stok bahan baku, bahan, komponen, barang dalam proses, dan barang jadi yang muncul di berbagai titik di seluruh produksi perusahaan dan saluran logistik (Ballou, 2005). Persediaan merupakan salah satu daerah yang paling riskan dalam manajemen logistik.

Perencanaan persediaan juga sangat menentukan bagi operasional pembuatan produk. Kekurangan persediaan dapat mengganggu rencana pemasaran dan pabrikasi, kelebihan persediaan pun dapat menimbulkan masalah. (Bowersox,2002).

Persediaan memberikan tingkat produk atau ketersediaan layanan yang ketika berada di dekat pelanggan, dapat memenuhi harapan pelanggan yang tinggi untuk ketersediaan produk (Ballou,2005). Dapat dikatakan bahwa persediaan berpengaruh langsung pada kinerja manajemen logistik yang memiliki tujuan menyampaikan produk kepada konsumen akhir dengan efektif dan dengan biaya serendah mungkin.

Dalam Ballou (2005) dan Bowersox (2002), persediaan merupakan aspek yang dibahas dalam logistik. Pada jurnal *The role of logistics in linking operations and marketing and influences on business performance* oleh Bulent Sezen tahun 2005 dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara operasional logistik dengan kinerja bisnis.

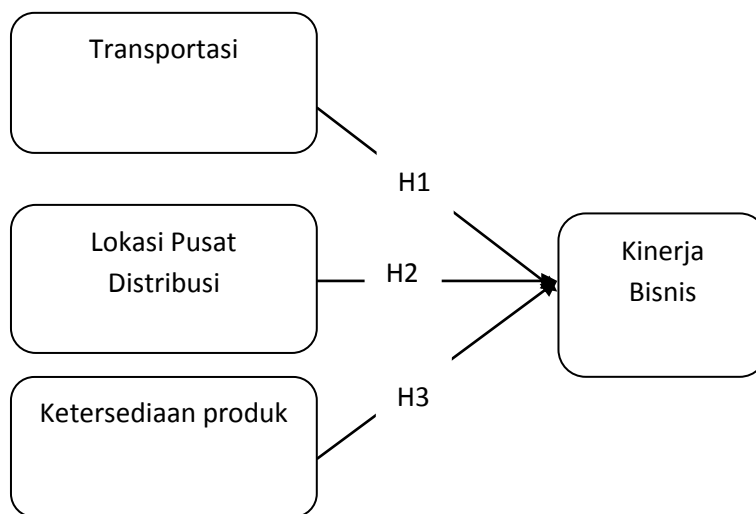
Atas dasar hal tersebut maka hipotesis hubungan antar variabel ketersediaan produk dengan kinerja Bisnis adalah :

H3 : Ketersedian produk di pusat distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

2.10 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian terdahulu, dalam hal ini penelitian yang digunakan sebagai acuan adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Afridel Candra (2013) dan Bulent Sezen (2005), maka alur kerangka pemikiran operasional yang digunakan adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.11 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu yang saya jadikan acuan untuk melakukan penelitian ini .

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metodologi Penelitian	Hasil
1.	Bulent Sezen (2005)	The role of logistics linking operations and marketing and influences on business performance	Analisis regresi	Terdapat hubungan yang positif antara operasional logistik dengan kinerja bisnis
2.	Michael Tracey, Jeen-Su Lim ,dan Mark A. Vonderembse (2005)	The impact of supply-chain management capabilities on business performance	Model kausal	Terdapat hubungan positif antara <i>inside-out capabilities</i> dengan kinerja bisnis
3.	Afridel Candra (2013)	Analisis Kinerja <i>Supply Chain Management</i> pada pasokan barang dari pusat distribusi ke gerai Indomaret Di Kota Semarang	Analisis regresi	Transportasi, lokasi pusat distribusi dan ketersediaan produk memiliki pengaruh positif terhadap kinerja <i>SCM</i>

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan usaha penyelidikan yang sistematis dan terorganisasi (Supomo dan Indriantoro, 1999). Metode penelitian berisi pengetahuan yang mengkaji ketentuan mengenai metode-metode yang digunakan dalam penelitian.

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Kedua variabel penelitian tersebut yaitu:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen (variabel bebas) sering disebut sebagai stimulus, prediktor, *antecedent*. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun negatif (Ferdinand, 2006).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah transportasi, lokasi pusat distribusi, dan ketersediaan produk.

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Menurut Ferdinand (2006) variabel dependen merupakan variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti, nuansa sebuah masalah tercermin dalam variabel dependen.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja bisnis.

3.1.2 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini diteliti 4 variabel, dimana terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Keempat variabel tersebut dapat didefinisikan dan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
1	Kinerja bisnis (Variabel Dependen)	adalah istilah yang mencakup aspek ekonomi dan aspek operasional, kinerja bisnis juga merupakan payung untuk semua konsep yang berpengaruh terhadap keberhasilan suatu perusahaan dan kegiatannya (Prakash <i>et al</i> , 2015)	1. Tingkat keuntungan 2. Daya saing 3. Kepuasan pelanggan (dikembangkan dari Ariani, 2013)
2	Transportasi (Variabel Independen)	Transportasi memindahkan produk-produk perusahaan ke pasar, yang sering kali secara geografis terpisah oleh jarak yang jauh (Lambert dan Stock,1993)	1. Kecepatan 2. Kapabilitas 3. Keandalan (dikembangkan dari Bowersox,2002)
3	Lokasi Pusat Distribusi (Variabel Independen)	rasionalisasi tidak hanya dalam hal kuantitas, ukuran, tingkat otomatisasi, peralatan dan teknik penanganan yang digunakan tetapi juga lokasi yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. (Grewal,2005).	1. Kedekatan dengan konsumen 2. Akses 3. Lalu lintas (dikembangkan dari Gentry dalam Van thai dan Grewal,2005)
4	Ketersediaan produk (Variabel Independen)	Keputusan atas persediaan bersangkutan dengan tingkat total persediaan di dalam sistem, lokasi persediaan, dan tingkat siklus persediaan di berbagai lokasi (Jayaraman,1998)	1. Kemampuan memenuhi pesanan 2. Kelengkapan 3. <i>Lead time</i> (dikembangkan dari Heizer dan Render,2004)

3.2 Skala Pengukuran Variabel

Semua variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* adalah menggunakan lebih dari satu *item* pertanyaan, dimana beberapa pertanyaan digunakan untuk menjelaskan sebuah konstruk, lalu jawabannya dijumlahkan (Ferdinand, 2006). Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2004). Oleh karena itu, peneliti menggunakan kuisioner untuk memperoleh data penelitian.

Dengan skala *Likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan acuan untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2004). Setiap pernyataan maupun pertanyaan diukur dengan skala penilaian *Likert* yang memiliki lima tingkat preferensi jawaban yang masing-masing diberi bobot 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

1. Sangat setuju diberi bobot/ skor 5
2. Setuju diberi bobot/ skor 4
3. Netral diberi bobot/ skor 3
4. Tidak setuju diberi bobot/skor 2
5. Sangat tidak setuju diberi bobot/skor 1

Responden dalam pengisian kuisioner diharuskan memilih salah satu dari kelima pilihan alternatif jawaban yang tersedia. Bobot atau skor akan dijumlahkan menjadi nilai total. Dimana nilai total yang besar menunjukkan pengaruh yang positif terhadap variabel dependen, yaitu kinerja manajemen logistik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2004) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Ferdinand (2006) mendefinisikan populasi sebagai gabungan dari seluruh elemen berupa peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah Kepala bengkel AHASS di kota Semarang yang berjumlah 37 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono,2004). Sampel dalam penelitian ini dildapatkan dengan melakukan sensus terhadap bengkel-bengkel AHASS di Kota Semarang. Dari sensus tersebut didapatkan sampel sebesar 56 kepala bengkel dengan tingkat pengembalian kuesioner sebesar 37 kepala bengkel AHASS di Kota Semarang.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu:

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuisisioner dan wawancara kepada responden mengenai transportasi, lokasi pusat distribusi, dan ketersediaan produk terhadap kinerja bisnis.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui berbagai sumber terpercaya, diantaranya adalah data market share PT. AHM, data jumlah bengkel AHASS di kota Semarang, dan data pengguna kendaraan bermotor oleh BPS.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data (Sugiyono, 2004). Untuk mendapatkan hasil penelitian yang berkualitas, maka peneliti menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu:

1. Kuesioner

Berisi daftar pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti secara tertulis. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat ataupun tatap muka (Ferdinand, 2006).

Kuesioner penelitian ditujukan kepada responden yang telah ditetapkan. Penyebaran kuisisioner ditujukan untuk memperoleh data yang kemudian disimpulkan oleh peneliti. Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan skala 1-5. Kuisisioner yang dibagikan berjumlah 56 dengan tingkat pengembalian sebesar 37 buah.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden mengenai kinerja logistik pemasok terhadap kinerja bisnis. Wawancara dilakukan kepada 3 kepala bengkel untuk mendukung data pra-survey penelitian ini.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan metode analisis penelitian dengan angka – angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari satu perubahan atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik. Menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) for Windows 19, analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang dikemukakan. Pengolahan data analisis kuantitatif melalui beberapa tahap.

3.6.1.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuisioner (Ghozali, 2006). Suatu kuisioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisioner mampu menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. Dimana n adalah jumlah sampel.

Apabila : r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid

r hitung \leq r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuisioner dikatakan reliabel atau handal apabila masing-masing pertanyaan dijawab oleh responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006). Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja, yaitu dengan membandingkan hasil jawaban dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Dengan menggunakan uji statistik

cronbach alpha (α) pada aplikasi program SPSS, suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* (α) $> 0,60$.

3.6.1.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, pengelolaan data dari hasil penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Program SPSS digunakan dalam analisis penelitian. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda. Dalam pelaksanaan metode regresi linear berganda, terdapat tiga uji asumsi klasik, yaitu:

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen (Ghozali, 2006). Suatu data dikatakan normal apabila perbedaan antara nilai prediksi dengan skor sesungguhnya atau *error* terdistribusi secara simetri disekitar nilai *means* sama dengan nol. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan grafik atau uji statistik. Normalitas data dapat terlihat dari plot grafik histogram. Suatu data dinyatakan normal apabila garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ditujukan untuk menguji apakah didalam model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2006). Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya antar sesama variabel bebas lain sama dengan nol. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance inflation factor*

(VIF). Nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas diantara variabel bebasnya.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ditujukan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain di dalam suatu model regresi. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Pendeteksian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED. Terdapatnya pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) menandakan adanya heteroskedastisitas. Sebaliknya, tidak adanya heteroskedastisitas dapat dilihat dari tidak terdapatnya pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2006).

3.6.1.3 Uji *Goodness of Fit*

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of Fit* nya (Ghozali, 2006). Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Ghozali (2006) menyatakan bahwa perhitungan statistik disebut signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel – variabel

independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan R^2 adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan variabel independen ke dalam model, maka R^2 pasti meningkat tanpa peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak. Tidak seperti R^2 , nilai *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila terdapat tambahan variabel independen ke dalam model. Maka dari itu sebaiknya menggunakan nilai *adjusted* R^2 untuk mengevaluasi model regresi terbaik (Ghozali, 2006).

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel dependen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama – sama terhadap variabel independen (Ghozali, 2006).

- Menentukan hipotesis untuk kasus pengujian F-test, adalah :

- $H_0 : b_1 = b_2 = 0$

Artinya tidak ada pengaruh signifikan dari variabel dependen yaitu transportasi (X1), lokasi pusat distribusi (X2), dan ketersediaan produk (X3), terhadap variabel independen yaitu kinerja logistik (Y).

- $H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$

Artinya ada pengaruh signifikan dari variabel dependen yaitu transportasi (X1), lokasi pusat distribusi (X2), dan ketersediaan

produk (X3), terhadap variabel independen yaitu kinerja logistik (Y).

- Membandingkan F tabel dengan F hitung dengan kriteria tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5%, maka :
 - F hitung < F tabel : H_0 ditolak, artinya masing – masing variabel dependen secara bersama – sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen.
 - F hitung > F tabel : H_0 diterima, artinya masing – masing variabel dependen secara bersama – sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen.

3. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh variabel i , independen secara individual menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2006). Hipotesis yang digunakan adalah :

- $H_0 : b_i = 0$, artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- $H_a : b_i \neq 0$, artinya suatu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian dengan signifikansi (α) = 0,05 adalah sebagai berikut :

- t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- t hitung < t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.6.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Ghozali (2006) mendefinisikan analisis regresi sebagai studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen

(bebas). Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda ditujukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen yaitu transportasi, lokasi pusat distribusi dan ketersediaan produk terhadap variabel dependen yaitu, kinerja bisnis.