

TESIS

**PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI
SEBAGAI SARANA PEMBELIAN DAN BERBAGI
INFORMASI TERHADAP KINERJA MANAJEMEN RANTAI
PASOKAN PADA TOKO BAHAN BANGUNAN
DI KOTA MAKASSAR**

*The Influence Of The Use Of Information Technology As A
Tool Of Purchase And Sharing Information On The
Performance Of Supply Chain Management At Building
Material Stores In The City Of Makassar*

YOGI CHANDRA



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

TESIS

**PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI
SEBAGAI SARANA PEMBELIAN DAN BERBAGI
INFORMASI TERHADAP KINERJA MANAJEMEN RANTAI
PASOKAN PADA TOKO BAHAN BANGUNAN
DI KOTA MAKASSAR**

*The Influence Of The Use Of Information Technology As A
Tool Of Purchase And Sharing Information On The
Performance Of Supply Chain Management At Building
Material Stores In The City Of Makassar*

sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister

disusun dan diajukan oleh

YOGI CHANDRA

A012201058



kepada

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI SARANA PEMBELIAN DAN BERBAGI INFORMASI TERHADAP KINERJA MANAJEMEN RANTAI PASOKAN PADA TOKO BAHAN BANGUNAN DI KOTA MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh :


**YOGI CHANDRA
A012201058**

telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin pada tanggal **18 JANUARI 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,


Pembimbing Pendamping



Prof. Dr. H. Muh. Asdar, SE., M.Si
Nip. 19611031 198910 1 001


Dr. Hj. Jumidah Maming, SE., M.Si
Nip. 19660401 199103 2 001

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Hasanuddin


Prof. Dr. H. Syamsu Alam, SE., M. Si., CIPM
Nip. 19600703 199203 1 001


Prof. Dr. H. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si., CIPM
Nip. 19640205 198810 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Yogi Chandra
Nim : A012201058
Program studi : Magister Manajemen
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa Tesis dengan Judul **Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Sebagai Sarana Pembelian dan Berbagi Informasi Terhadap Kinerja Manajemen Rantai Pasokan Pada Toko Bahan Bangunan Di Kota Makassar**

Adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak cipta pihak lain. Apabila di kemudian hari Tesis karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi

Makassar, 28 Januari 2022

Yang Menyatakan,



Yogi Chandra

ABSTRAK

YOGI CHANDRA. *Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi sebagai Sarana Pembelian dan Berbagi Informasi terhadap Kinerja Manajemen Rantai Pasokan pada Toko Bahan Bangunan di Kota Makassar (dibimbing oleh Muh. Asdar dan Djumidah Maming).*

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan teknologi informasi sebagai sarana pembelian dan berbagi informasi terhadap kinerja manajemen rantai pasokan pada toko bahan bangunan di Kota Makassar.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel sebanyak 150 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan beberapa analisis regresi linier dengan mediasi (analisis jalur), pengujian hipotesis, dan berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan mediasi (*path analysis*). Penggunaan teknologi informasi sebagai variabel independen, keputusan pembelian dan berbagi informasi sebagai variabel intervening, dan kinerja manajemen rantai pasokan sebagai variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan untuk setiap variabel juga melalui variabel intervening.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penggunaan teknologi informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel berbagi informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajemen rantai pasokan, dan keputusan pembelian tidak berpengaruh terhadap berbagi informasi. Namun, penggunaan teknologi informasi berpengaruh terhadap berbagi informasi, keputusan pembelian berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasokan, dan penggunaan teknologi informasi berpengaruh langsung terhadap kinerja manajemen rantai pasokan. Pengujian hipotesis melalui variabel mediasi menunjukkan bahwa penggunaan teknologi informasi terhadap kinerja manajemen rantai pasokan melalui keputusan pembelian tidak dapat memediasi. Penggunaan teknologi informasi terhadap kinerja manajemen rantai pasokan melalui *sharing* informasi juga tidak dapat memediasi.

Kata kunci: teknologi informasi, keputusan pembelian, berbagi informasi, kinerja manajemen rantai pasokan, manajemen rantai pasokan



ABSTRACT

YOGI CHANDRA. *The Influence of The Use of Information Technology as A Tool of Purchase and Sharing Information on The Performance of Supply Chain Management at Building Material Stores in The City of Makassar* (Supervised by **Muh. Asdar and Djumidah Maming**)

This study aims to determine and analyze the effect of the use of information technology as a means of purchase and sharing information on the performance of supply chain management at building material stores in the city of Makassar.

This writing used purposive sampling technique. The sample was 150 respondents. To apply these goals, data collection techniques were used through questionnaires, with several linear regression analysis with mediation (path analysis), and hypothesis testing based on the results of multiple linear regression analysis with mediation (path analysis). The use of information technology was as an independent variable, purchasing decisions and information sharing were as an intervening variable, and supply chain management performance was as a dependent variable. Hypothesis tests were carried out for each variable and also test hypotheses through intervening variables.

The testing of each variable shows that the variable use of information technology does not have a significant effect on purchasing decisions, sharing information do not affect performance of supply chain management, and purchasing decisions do not affect information sharing. But the use of information technology has an effect on sharing information, purchasing decisions affect the performance of supply chain management, and the use of information technology directly affects the performance of supply chain management. Hypothesis testing through mediation variables shows that the use of information technology on the performance of supply chain management through purchasing decisions cannot mediate. While the use of information technology on the performance of supply chain management through sharing information also cannot mediate.

Keywords: information technology, purchase decision, information sharing, supply Chain management performance, supply chain management



KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmatNya, sehingga saya dapat menyelesaikan dan menyusun Tesis yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Sebagai Sarana Pembelian Dan Berbagi Informasi Terhadap Kinerja Manajemen Rantai Pasokan Pada Toko Bahan Bangunan Di Kota Makassar”.

Tesis ini dibuat dalam rangka memperoleh gelar Magister S2 pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Tesis ini khusus saya dedikasikan kepada kedua orang tua saya dan istri saya yang selalu mendukung saya untuk dapat menyelesaikan tesis ini. Mereka selalu memberi dukungan baik secara moral dan moril sehingga penelitian ini dapat selesai dengan baik.

Saya menyadari bahwa selama menyelesaikan tesis ini tidak terlepas dari segala hambatan dan rintangan serta keterbatasan saya sebagai manusia, akan tetapi dengan pertolongan Tuhan yang datang lewat dukungan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga seluruhnya dapat teratasi dengan baik. Untuk itu melalui kesempatan ini saya ingin menghaturkan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Asdar, SE., M.Si selaku Ketua Komisi Penasehat yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan serta dedikasi yang tinggi kepada peneliti
2. Ibu Dr. Hj. Djumidah Maming, SE., M.Si. selaku Sekretaris Komisi Penasehat yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk

memberikan bimbingan, arahan, semangat, dan motivasi supaya penulis dapat menyelesaikan dengan baik serta dedikasi yang tinggi kepada penulis.

3. Bapak Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., MSi., CIMP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin dan para wakil dekan yang telah memberikan kemudahan dalam rangka penyusunan tesis ini.
4. Bapak Prof. Dr. H. Syamsu Alam, SE., M.Si, CIPM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah memberikan kemudahan dalam rangka penyusunan tesis ini.
5. Kepada Bapak Prof Dr. Maat Pono, SE., M.Si., Bapak Dr. H. Muhammad Toaha, SE., MBA, Bapak Dr. Abdul Razak Munir, SE., M.Si., M.Mktg sebagai para penguji yang telah memberikan arahan dan saran yang sangat berharga dalam penyusunan tesis ini.
6. Ibu Lia selaku bagian administrasi serta para staf lainnya di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah mendukung dan membantu dalam hal administrasi.
7. Saya ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya Bapak Ferry Chandra dan Ibu Merry Wongso yang telah merawat saya dan mendukung saya baik secara moral dan moril dalam mengambil jenjang S2 di Universitas Hasanuddin.
8. Saya juga ucapkan terima kasih kepada istri saya Desy Kartikasari dalam menemani hari-hari saya dalam menempuh dan menyelesaikan studi S2 saya.

9. Kawan-kawan seperjuangan Magister Manajemen Universitas Hasanuddin angkatan 48, semoga Tuhan memberikan kesempatan untuk bertemu dan berkumpul kembali serta memberikan kesuksesan untuk kita semua.
10. Serta saya ucapkan terima kasih juga kepada seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan tesis ini saya sebagai penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak untuk kesempurnaan tesis ini. Harapan penulis adalah semoga tesis ini mempunyai banyak manfaat bagi semua pihak terutama bagi penyusun dalam pengembangan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Makassar, 25 Januari 2022

Peneliti

Yogi Chandra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Tinjauan Teori dan Konsep.....	12
2.1.1. Pengertian Teknologi Informasi.....	12
2.1.2. Pengertian Pembelian.....	16
2.1.3. Pengertian Berbagi Informasi.....	21
2.1.4. Kinerja Manajemen Rantai Pasokan (<i>Supply Chain Management (SCM)</i>).....	22
2.2. Tinjauan Empiris.....	26
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....	39
3.1. Kerangka Konseptual.....	39

	3.2. Kerangka Hipotesis	41
BAB IV	METODE PENELITIAN.....	43
	4.1. Rancangan Penelitian	43
	4.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	44
	4.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	44
	4.4. Jenis dan Sumber Data	44
	4.5. Teknik Pengumpulan Data.....	45
	4.6. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	46
	4.7. Instrumen Penelitian	47
	4.8. Teknik Analisis Data.....	48
BAB V	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	54
	5.1. DESKRIPSI KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	54
	5.2. DESKRIPSI VARIABEL PENELITIAN.....	56
	5.3. UJI INSTRUMEN PENELITIAN.....	63
	5.3.1. Uji Validitas.....	63
	5.3.2. Uji Realibilitas.....	65
	5.4. UJI ASUMSI KLASIK	66
	5.5. ANALISIS JALUR (<i>PATH ANALYSIS</i>)	70
	5.6. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	79
BAB VI	PENUTUP	87
	6.1. KESIMPULAN.....	87
	6.2. SARAN.....	90
	DAFTAR PUSTAKA	91
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
1.1	Banyaknya Perusahaan Konstruksi di Indonesia	1
2.1	Penelitian Terdahulu.....	27
4.1	Variabel dan Definisi Operasional.....	46
5.1	Karakteristik Responden menurut Umur, Jenis Kelamin, Pendidikan Terakhir, Lama Berdirinya Toko.....	54
5.2	Deskripsi Responden mengenai penggunaan teknologi informasi.....	56
5.3	Deskripsi Responden mengenai keputusan pembelian.....	58
5.4	Deskripsi Responden mengenai berbagi informasi.....	60
5.5	Deskripsi mengenai Kinerja Manajemen Rantai Pasokan..	62
5.6	Uji Validitas Butir Pernyataan dari Masing-Masing Variabel Penelitian.....	64
5.7	Hasil Uji Realibilitas	66
5.8	Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	67
5.9	Hasil Uji Multikolinieritas	68
5.10	Hasil Analisis Regresi Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi	70
5.11	Hasil Uji Sobel Pengaruh Penggunaan Teknologi Terhadap Kinerja Manajemen Rantai Pasokan Melalui Keputusan Pembelian.....	76
5.12	Hasil Uji Sobel Pengaruh Penggunaan Teknologi Terhadap Kinerja Manajemen Rantai Pasokan Melalui Berbagi Informasi.....	78
5.13	Tabel Hipotesis.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Teks	Halaman
3.1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	41
5.1	Uji Heterokedastisitas.....	69
5.2	Uji Jalur.....	75

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Persaingan di dunia usaha sangat kompleks dimana para pelaku usaha selalu berinovasi untuk mempertahankan loyalitas dari pelanggan mereka. Persaingan ini terjadi tidak hanya di perusahaan skala menengah dan besar, namun juga dihadapi oleh perusahaan skala kecil/sector retail. Sektor retail adalah sektor yang paling krusial karena langsung berhadapan dengan pelanggan akhir (*end user*). Sehingga manajemen operasional (khususnya pada poin manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) sangat perlu dikembangkan lebih baik lagi daripada sebelumnya dan disesuaikan dengan kemajuan jaman yang ada. Perkembangan sektor industri bahan bangunan yang saat ini diketahui berkembang pesat diakibatkan oleh munculnya berbagai proyek infrastruktur dari pihak pemerintah maupun swasta. Perkembangan ini sejalan dengan pertumbuhan infrastruktur serta fasilitas fisik daerah yang turut meramaikan industri bahan bangunan (Kempa & Janitra, 2019). Data berikut menunjukkan banyaknya perusahaan konstruksi yang ada di Indonesia dari tahun 2015 hingga 2020:

Tabel 1.1 Banyaknya Perusahaan Konstruksi di Indonesia

Provinsi	Banyaknya Perusahaan Konstruksi					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Sulawesi Utara	2 522	2 694	2 636	2 539	2 574	1 995
Sulawesi Tengah	2 800	2 864	3 691	3 545	3 496	3 088
Sulawesi Selatan	7 311	7 366	7 850	10 416	11 221	11 017
Sulawesi Tenggara	2 678	3 480	3 483	3 391	3 548	3 287

Provinsi	Banyaknya Perusahaan Konstruksi					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Gorontalo	1 207	1 221	1 122	864	799	721
Sulawesi Barat	1 459	1 458	1 377	1 318	1 245	1 198
Indonesia	134 029	142 852	155 833	160 576	168 868	159 308

Sumber: (Statistik, 2021)

Dari data yang ada dapat dilihat bahwa perusahaan konstruksi selalu bertambah dari tahun 2015 ke 2019 dan mengalami peningkatan sebesar 25.99 %. Namun pada tahun 2020 mengalami penurunan karena pandemi, namun penurunannya hanya sebesar 5.66%. Sehingga jika dilihat secara keseluruhan prospek industri konstruksi di Indonesia masih sangat baik karena persentase kenaikan jumlah perusahaan konstruksi masih lebih besar dibandingkan penurunannya dalam kurun waktu 2015 hingga 2020.

Dengan semakin banyak perusahaan konstruksi yang ada di Indonesia maka hal ini juga mendorong pertumbuhan sektor lainnya industri besi, industri kayu, industri mebel, industri cat, industri beton, dan lain sebagainya (Blog Konstruksi, 2018). Pertumbuhan industri tersebut sejalan dengan pertumbuhan toko bahan bangunan karena produk dari industri tersebut bisa didapatkan salah satunya melalui toko bahan bangunan. Sehingga dapat dikatakan bahwa Toko Bahan Bangunan sebagai salah satu sektor retail yang mendukung dalam distribusi produk bangunan. (Credibook, 2020).

Pada ruang lingkup toko bahan bangunan ini terdapat 3 bagian yang saling berkaitan yaitu pemasok, penjual, dan pelanggan. Pemasok dapat berupa pabrik ataupun distributor, sedangkan penjual dapat berupa toko atau supermarket. Penulis memilih Toko Bahan Bangunan sebagai obyek penelitian dan pemilik sebagai subyeknya dikarenakan masyarakat senang berbelanja secara langsung karena jika memesan secara daring maka akan

ada ongkos kirim yang dibebankan kepada pembeli dan juga lamanya proses pengiriman (Syarizka, 2018). Selain itu pembeli juga menikmati pengalaman langsung ketika membeli secara langsung dan merasakan kenyamanan yang diberikan oleh toko (Embu, 2017). Sehingga keberadaan Toko Bahan Bangunan masih sangat diminati oleh masyarakat. Tingginya peminat untuk membeli melalui Toko Bahan Bangunan membuat setidaknya harus ada stok yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pembeli. Ketersediaan stok merupakan salah satu syarat penting yang harus dimiliki oleh Toko Bahan Bangunan supaya pelanggan mereka puas dan setia. Pelanggan Toko Bahan Bangunan merasa senang apabila ketika mereka berbelanja, semua yang mereka butuhkan dapat dipenuhi oleh toko bahan bangunan tersebut sehingga dapat menghemat waktu mereka tanpa harus mencari lagi di tempat lain (Handojo, 2021).

Dalam ilmu manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) ketersediaan stok merupakan salah satu poin penting yang harus diperhatikan oleh Toko Bahan Bangunan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (Kho & Budi, 2017). Jika hal tersebut tidak diperhatikan maka pelanggan akan mempertimbangkan membeli produk di tempat lain. Melihat hal tersebut, maka pemilik toko setidaknya memiliki perhatian yang lebih dalam pembelian produk sehingga memiliki stok yang cukup. Pemilik toko bahan bangunan mencukupi kebutuhan stok dengan cara memesan barang kepada pemasok melalui sales yang datang berkunjung atau menghubungi kantor pemasok. Praktek yang paling umum dilakukan adalah menunggu sales yang bersangkutan datang. Pemilik toko biasanya akan mencatat produk apa saja yang habis untuk kemudian memesan kepada sales tersebut. Namun kesulitan yang dihadapi adalah saat toko mereka sedang ramai maka mereka akan lupa untuk

mencatat. Selain itu juga belum tentu sales tersebut datang di hari tersebut sehingga menyebabkan pemilik toko cenderung lupa. Kendala lain terkadang jika pemesanan barang yang mereka lakukan tidak memenuhi syarat tertentu (seperti jumlah minimal pengambilan baik secara kuantitas atau omzet) dari pemasok maka pemasok akan menunggu hingga syarat tertentu tersebut terpenuhi. Terkadang pemilik toko bahan bangunan juga tidak hapal produk apa saja yang dimiliki oleh pemasok satu dengan yang lain. Mereka hanya akan memesan berdasarkan ingatan mereka atau produk yang pernah mereka pesan sebelumnya. Pemasok yang memasok kepada pemilik toko bahan bangunan juga cenderung memiliki barang yang sama antara satu dengan yang lain sehingga dapat membuat pemilik toko bahan bangunan kebingungan memilih pemasok mana yang akan mereka pesan. Secara tidak langsung pemilik toko bahan bangunan seakan dipaksa untuk mengingat dan mengumpulkan semua informasi itu sendiri. Hal tersebut menyebabkan pemilik toko bahan bangunan tidak efisien dalam memesan barang dari pemasok mereka, padahal jika pemilik toko bahan bangunan dapat memesan barang secara efisien maka mereka dapat lebih fokus ke penjualan toko mereka.

Penggunaan teknologi informasi di jaman sekarang sangat membantu kinerja sebuah perusahaan menjadi lebih efisien. Namun di bidang toko bahan bangunan tidak banyak dijumpai penggunaan teknologi informasi oleh para pemasok. Para pemasok beranggapan bahwa sebagian besar pemilik toko bahan bangunan berusia diatas 40 tahun yang tidak fasih dalam menggunakan teknologi informasi. Padahal berdasarkan sensus penduduk 2020 yang diadakan BPS, Indonesia di dominasi oleh generasi Z (generasi yang lahir antara 1997-2012) yang jumlahnya mencapai 75,49 juta jiwa atau

setara dengan 27,94 persen dan generasi milenial (generasi yang lahir antara 1981-1996) mencapai 69,90 juta jiwa atau 25,87 persen (TEMPO, 2021). Sedangkan generasi X (generasi yang lahir antara 1965-1980) berjumlah sebesar 21,88 persen. dari data yang ada dapat diketahui bahwa dalam 10 tahun mendatang para pemilik toko bahan bangunan akan didominasi oleh generasi milenial dan Z yang sangat fasih menggunakan teknologi informasi. Sehingga akan ada tuntutan kepada para pemasok untuk menawarkan teknologi informasi kepada para pemilik toko bahan bangunan tersebut. Hal itu sangat diperlukan oleh para pemasok supaya para pemasok bisa tetap eksis dalam rantai pasokan yang ada dan tidak ketinggalan jaman dan kalah bersaing dengan pendatang baru yang menawarkan hal tersebut.

Sistem informasi sangat penting dalam proses manajemen rantai pasokan karena dapat membantu kelancaran proses pembelian bahan baku yang bertujuan dalam pengadaan persediaan bahan baku bagi sebuah perusahaan (Juwitasary, Martani, & Putra, 2015). Di era digital saat ini perkembangan sistem informasi sangat pesat dan secara kualitas juga meningkat drastis. Keberhasilan sebuah sistem informasi juga dipengaruhi oleh subyek penggunaannya. Untuk mendapatkan hasil kerja yang efisien dan efektif maka perlu dikembangkan sebuah sistem teknologi informasi yang memungkinkan individu tersebut memanfaatkan sistem teknologi tersebut untuk membantu mencapai tujuan mereka (Jogiyanto, 2007). Salah satu elemen penting pada optimalisasi Sistem Informasi adalah user/pengguna/SDM disamping elemen yang lain seperti data dan teknologi informasi sebagai bagian dari dimensi organisasi dalam Sistem Informasi.

Pada beberapa riset dan penelitian sebelumnya terdapat korelasi yang baik antara berbagi informasi (*information sharing*) melalui teknologi informasi dengan pembelian dan kinerja manajemen rantai pasokan. Pada tahun 2007, terdapat penelitian mengenai bagaimana investasi terhadap teknologi informasi mempengaruhi kinerja pembelian di perusahaan (González-Benito, *Information Technology Investment and Operational Performance in Purchasing*, 2007). Dan hasilnya adalah investasi untuk teknologi informasi memberi pengaruh positif terhadap kinerja pembelian. Kemudian peneliti Javier González-Benito pada tahun 2012 bersama Javier Alfonso Rodríguez-Escobar meneliti peran teknologi informasi dalam fungsi pembelian. Hasilnya ternyata juga bahwa teknologi informasi dapat meningkatkan penerapan praktik pembelian (González-Benito & Rodríguez-Escobar, *The Role of Information Technology in Purchasing Function*, 2013).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Honggeng Zhou dan W.C. Benton Jr. terdapat salah satu hasil bahwa berbagi informasi (*information sharing*) yang efektif secara signifikan meningkatkan praktik rantai pasokan yang efektif (Zhou & Jr, 2007). Sebuah penelitian di Turki yang meneliti salah satunya mengenai kolaborasi sistem informasi dan manajemen rantai pasokan pada Usaha Kecil Menengah (UKM) dapat memberikan efek yang positif dan signifikan terhadap operasional (Bayraktar, Demirbag, Koh, Tatoglu, & Zaim, 2009). Penelitian lain mengenai berbagi informasi (*information sharing*) yang dilakukan oleh pemasok kepada pihak tengah/pengecer (*retailer*) baik itu pemasok besar, menengah, dan kecil memiliki pengaruh yang positif terhadap relasi pemasok dan pelanggan (Hamister, 2012). Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara teknologi informasi dengan kinerja manajemen rantai pasokan, dimana semakin

teknologi informasi yang semakin baik dapat mendorong pada semakin meningkatnya kinerja manajemen rantai pasokan (Munizu, 2017).

Penelitian yang memiliki toko bahan bangunan sebagai subyeknya yang berkaitan dengan berbagi informasi (*information sharing*) dilakukan oleh Sesitya Kempa dan Jay Jovial Janitra. Pada penelitian tersebut terdapat salah satu poin yang menarik bahwa sebuah informasi yang dibagi (*information sharing*) berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasokan (Kempa & Janitra, 2019). Sikap seseorang terhadap sistem informasi yang merupakan keinginan seseorang untuk menerima atau menolak suatu sistem tertentu sangat mempengaruhi keputusan orang tersebut untuk meningkatkan niat dalam menggunakan sistem informasi tersebut. Hal tersebut didasari karena mereka merasakan manfaatnya sehingga cenderung menggunakannya (Hartanti, Romadon, Anisah, & Utomo, 2020).

Belum ada penelitian/riset yang menghubungkan secara langsung penggunaan teknologi informasi sebagai sarana untuk berbagi informasi (*information sharing*) dan pembelian terhadap kinerja manajemen rantai pasokan antara pemasok dengan pemilik toko bahan bangunan baik di Indonesia maupun di luar negeri. Penelitian yang mendekati adalah penelitian tentang toko bahan bangunan yang berkaitan dengan berbagi informasi dan kinerja manajemen rantai pasokan (Kempa & Janitra, 2019). Penelitian tentang kaitan penggunaan teknologi informasi dan kinerja manajemen rantai pasokan juga belum ada yang meneliti dengan subyek toko bahan bangunan namun Industri Kecil Menengah (IKM) pengolah buah markisa di Makassar. Dari dua dasar penelitian tersebut, maka penulis ingin mengembangkan lebih luas dengan menambahkan variabel lain supaya mendapatkan model yang lebih baik dari penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, variabel yang akan

diteliti dalam penelitian ini adalah penggunaan teknologi informasi, keputusan pembelian, berbagi informasi (*information sharing*), dan kinerja manajemen rantai pasokan. Sehingga judul yang saya ajukan untuk penelitian ini adalah “Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Sebagai Sarana Pembelian Dan Berbagi Informasi Terhadap Kinerja Manajemen Rantai Pasokan Pada Toko Bahan Bangunan Di Kota Makassar”.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dari penelitian ini antara lain:

1. Apakah penggunaan teknologi informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh pemilik toko bahan bangunan.
2. Apakah penggunaan teknologi informasi berpengaruh terhadap berbagi informasi oleh pemilik toko bahan bangunan.
3. Apakah pembelian berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasokan toko bahan bangunan.
4. Apakah berbagi informasi berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasokan toko bahan bangunan.
5. Apakah keputusan pembelian berpengaruh terhadap berbagi informasi terhadap toko bahan bangunan
6. Apakah penggunaan teknologi berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.
7. Apakah penggunaan teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasokan melalui keputusan pembelian.
8. Apakah penggunaan teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja manajemen rantai pasokan melalui berbagi informasi.

1.3. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisa pengaruh penggunaan teknologi informasi terhadap keputusan pembelian oleh pemilik toko bahan bangunan.
2. Untuk menganalisa pengaruh penggunaan teknologi informasi terhadap berbagi informasi oleh pemilik toko bahan bangunan.
3. Untuk menganalisa pengaruh keputusan pembelian terhadap kinerja manajemen rantai pasokan toko bahan bangunan.
4. Untuk menganalisa pengaruh berbagi informasi terhadap kinerja manajemen rantai pasokan toko bahan bangunan.
5. Untuk menganalisa pengaruh keputusan pembelian terhadap berbagi informasi pada toko bahan bangunan.
6. Untuk menganalisa pengaruh penggunaan teknologi terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.
7. Untuk menganalisa pengaruh penggunaan teknologi informasi terhadap kinerja manajemen rantai pasokan melalui keputusan pembelian.
8. Untuk menganalisa pengaruh penggunaan teknologi informasi terhadap kinerja manajemen rantai pasokan melalui berbagi informasi.

1.4. KEGUNAAN PENELITIAN

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman peneliti terhadap pengaruh penggunaan teknologi informasi sebagai sarana pembelian dan berbagi informasi terhadap kinerja manajemen rantai pasokan pada toko bahan bangunan di kota Makassar.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi peneliti sebagai perbandingan antara teori dan praktek yang sesungguhnya didaoatkan di bangku kuliah dengan praktek sebenarnya.
3. Sebagai salah satu syarat akademik untuk menyelesaikan studi pada Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan pemasok terutama yang berhubungan dengan penggunaan teknologi informasi sebagai sarana pembelian dan berbagi informasi terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.
2. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan bagi pemasok untuk beralih menggunakan teknologi dibandingkan cara tradisional

1.5. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama merupakan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua berisi tinjauan teori dan konsep yang menjelaskan beberapa teori serta tinjauan empiris.

BAB III KERANGKA PERMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Bab ketiga terdiri dari kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB IV METODE PENELITIAN

Bab keempat berisikan rancangan penelitian, situs, dan waktu penelitian, populasi, sample, dan teknik oengambilan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan defisini operasional, instrument penelitian serta teknik analisis data.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab kelima berisikan gambaran umum obyek penelitian, deskripsi karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, pengujian instrument penelitian (uji validitas dan realibilitas), analisis regresi berganda, pengujain asumsi klasik, pengujian hipotesis (uji t dan f), serta pembahasan.

BAB VI PENUTUP

Pada bab terakhir dipaparkan kesimpulan hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap pemilik toko bangunan yang dijadikan obyek penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1. Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi Informasi sangat penting berperan sebagai perantara di manajemen rantai pasokan yang efektif. Dimana teknologi ini dapat meneruskan informasi dari pemasok hingga ke pembeli akhir. Tujuan digunakannya teknologi informasi dalam manajemen rantai pasokan adalah:

- dapat mengumpulkan informasi tentang setiap produk mulai dari produksi hingga pengiriman atau titik pembelian, dan berikan visibilitas lengkap untuk semua pihak yang terlibat.
- dapat mengakses data apa pun dalam sistem dari satu titik kontak.
- dapat menganalisis, merencanakan kegiatan, dan membuat kompromi berdasarkan informasi dari seluruh rantai pasokan.
- dapat berkolaborasi dengan mitra rantai pasokan.

Electronic commerce (e-commerce) mengacu pada penggantian proses fisik dengan yang elektronik dan penciptaan model baru untuk kolaborasi dengan pelanggan dan pemasok. *E-Commerce* dapat digunakan untuk memfasilitasi interaksi antara perusahaan yang berbeda serta interaksi individu dalam perusahaan. Contohnya termasuk pembelian melalui Internet, pertukaran, pelacakan pesanan, dan email. Terdapat empat tingkat e-commerce berdasarkan jenis pertukaran dan berbagi data dan proses.

- Level 1: Komunikasi Satu Arah (*One Way Communication*)
Level ini hanya memiliki komunikasi satu arah—pihak lain tidak perlu merespons, seperti dalam kasus email, transfer file, atau penjelajahan Web, atau setidaknya tidak perlu merespons secara real time. Browser atau data file biasanya untuk penggunaan umum, melalui tautan hypertext, dan tidak dapat diakses berdasarkan data input apa pun.
- Tingkat 2: Akses Basis Data (*Database Access*)
Pada tingkat ini pengguna e-commerce mengakses database untuk informasi pribadi atau disesuaikan dengan memasukkan data melalui formulir entri data. Selain itu, pengguna dapat membuat permintaan dan pesanan yang dipersonalisasi, seperti pertanyaan status dan pembelian melalui Internet. Tingkat akses database juga mencakup pencarian di basis pengetahuan perusahaan untuk pesan kesalahan yang tidak jelas dan laporan masalah, serta penggunaan katalog vendor. Pembelian individu dapat dilakukan di Internet menggunakan kartu kredit. Ini telah menimbulkan beberapa masalah keamanan, tetapi tidak kalah amannya dengan melakukan pembelian toko dengan kartu kredit. Pembelian bisnis biasanya lebih kompleks karena ada batasan mengenai siapa yang dapat memesan dan konfigurasi apa yang dapat diterima.
- Tingkat 3: Pertukaran Data (*Data Exchange*)
Tingkat ini berlaku terutama untuk transaksi bisnis ke bisnis (B2B) dan memerlukan komputer di kedua ujungnya untuk bertukar informasi yang biasanya menggunakan pertukaran data elektronik (*Electronic Data Interchange - EDI*) dan proses berbasis XML yang

lebih baru. Bentuk lain dari pertukaran data adalah *clearinghouse* otomatis, yang memungkinkan industri untuk mengkonsolidasikan data dan memungkinkan pertanyaan oleh semua pihak. Pendekatan ini digunakan dalam industri perbankan, misalnya, untuk memproses pinjaman mahasiswa dan dalam perawatan kesehatan untuk memproses klaim.

- Level 4: Proses Berbagi

Tingkat terakhir terjadi ketika entitas yang berbeda berbagi proses, bukan hanya data, secara elektronik. Agar hal ini terjadi, standar perlu disepakati sehingga aplikasi yang berbeda dapat berkomunikasi satu sama lain. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan telah mulai berinvestasi dalam sistem yang memungkinkan kolaborasi dengan mitra rantai pasokan. Dua jenis sistem telah dikembangkan—aplikasi manajemen hubungan pemasok (*Supplier Relationship Management* - SRM) dan aplikasi manajemen hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management* - CRM). Aplikasi ini dapat menjangkau berbagai bentuk, termasuk akses, transfer data, pertukaran perdagangan, dan usaha kolaboratif seperti desain dan perencanaan produk.

Teknologi informasi telah menghasilkan banyak manfaat berharga bagi pelanggan dan bisnis. Berikut adalah 3 keuntungan dari Teknologi Informasi:

1. *Customer Benefits* (Manfaat pelanggan).

Layanan pelanggan telah berubah karena berbagai alasan. Salah satu yang paling dramatis adalah pembukaan database perusahaan, pemerintah, dan pendidikan kepada pelanggan. Ini dimulai dengan kios dan pesan suara dan telah dipercepat secara

signifikan dengan alat akses data yang seragam di Internet. Inovasi ini memiliki efek meningkatkan nilai pelanggan sekaligus mengurangi biaya bagi pemasok informasi. Pesan suara pada awalnya dicemooh sebagai tidak manusiawi, mencegah interaksi dengan orang langsung, tetapi sebenarnya memungkinkan akses tanpa perantara ke akun pengguna kapan saja sepanjang hari dari hampir di mana saja. Internet telah memperluas kemampuan ini dan memungkinkan pengguna untuk mengakses akun mereka dan melakukan transaksi dari lokasi mana pun kapan saja. Pembukaan batas informasi antara pelanggan dan perusahaan ini merupakan bagian dari persamaan nilai pelanggan baru, di mana informasi adalah bagian dari produk.

2. *Business Benefits* (Manfaat bisnis)

Salah satu cara untuk meningkatkan nilai pelanggan adalah dengan menggunakan informasi yang ditangkap dalam rantai pasokan untuk menciptakan penawaran baru bagi pelanggan. Informasi yang sekarang tersedia memungkinkan perusahaan untuk "merasakan dan merespons" keinginan pelanggan daripada sekadar membuat dan menjual produk dan layanan. Proses pembelajaran mengambil banyak bentuk dari metode penambangan data canggih yang digunakan untuk menghubungkan pola pembelian hingga pembelajaran tentang setiap pelanggan individu dengan menyimpan data preferensi dan pembelian yang terperinci. Metode yang diterapkan tergantung pada industri dan model bisnis. Pengecer akan menggunakan metode pertama, sedangkan perusahaan jasa, seperti dalam

contoh berikut, akan lebih cenderung melacak preferensi dan persyaratan pelanggan individu.

3. *Business to Business* (Manfaat bisnis ke bisnis)

Perusahaan dapat menggunakan Internet untuk meningkatkan kolaborasi rantai pasokan dengan menyediakan informasi permintaan dan data produksi kepada pemasoknya. Dengan demikian perkembangan ini memungkinkan untuk mengalihdayakan bagian-bagian penting dari bisnis perusahaan tetapi tetap memegang kendali atas apa yang dihasilkan atau layanannya. Misalnya, kemitraan strategis sangat bergantung pada berbagi informasi dan memungkinkan mitra untuk mencapai efisiensi rantai pasokan.

(Simchi-Levi, Kaminsky, & Simchi-Levi, 2004)

2.1.2 Pengertian Pembelian

Pembelian adalah proses dimana perusahaan (atau organisasi lain) membuat kontrak dengan pihak ketiga untuk mendapatkan barang dan jasa yang diperlukan untuk memenuhi tujuan bisnisnya dengan cara yang paling tepat waktu dan hemat biaya. Istilah pembelian dan pengadaan sering digunakan secara bergantian; namun, mungkin ada perbedaan dalam pembelian yang lebih berkaitan dengan membangun dan mengelola hubungan komersial, sedangkan pengadaan juga berkaitan dengan aspek kontrol pengiriman material atau layanan yang lebih fisik setelah kontrak dibiarkan atau pesanan ditempatkan (Quayle, 2006).

Pengertian pembelian menurut (Rahardjo, 2009) adalah akun yang digunakan untuk mencatat semua pembelian barang dagang dalam satu periode. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pembelian

merupakan kegiatan yang dilakukan untuk pengadaan barang yang dibutuhkan perusahaan dalam menjalankan usahanya dimulai dari pemilihan sumber sampai memperoleh barang.

Sedangkan menurut Sofjan Assauri dalam bukunya *Manajemen Produksi dan Operasi* mengatakan bahwa pembelian merupakan salah satu fungsi yang penting dalam berhasilnya operasi suatu perusahaan (Assauri, 2008). Fungsi ini dibebani tanggung jawab untuk mendapatkan kuantitas dan kualitas bahan-bahan yang tersedia pada waktu dibutuhkan dengan harga yang sesuai dengan harga yang berlaku. Pengawasan perlu dilakukan terhadap pelaksanaan fungsi ini, karena pembelian menyangkut investasi dana dalam persediaan dan kelancaran arus bahan ke dalam pabrik. Definisi tersebut menjelaskan bahwa pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan untuk pengadaan barang yang dibutuhkan perusahaan dalam menjalankan usahanya dimulai dari pemilihan sumber sampai memperoleh barang atau bahan baku. Oleh karena itu, pembelian menjadi faktor yang sangat penting bagi perusahaan untuk dapat bersaing.

Pembelian merupakan kegiatan utama untuk menjamin kelancaran transaksi penjualan yang ada dalam suatu perusahaan. Dengan adanya pembelian maka perusahaan secara mudah menyediakan sumber daya yang diperlukan organisasi secara efisien dan efektif (Rahardjo, 2009). Aspek pembelian harus diperhitungkan jika rencana perusahaan ingin realistis dan efektif. Oleh karena itu, perspektif strategis dari fungsi spesialis ini harus dikembangkan. Kecuali jika sumber daya material yang tepat tersedia pada waktu yang tepat dan harga yang tepat, tidak ada rencana perusahaan yang akan berhasil. Namun, ada beberapa informasi dan keputusan pembelian dasar yang harus dibuat seperti berikut

- Buat atau beli?
- Berapa banyak pemasok yang kita miliki?
- Berapa nilai total pengeluaran kita per tahun?
- Siapa 10 pemasok teratas kami berdasarkan nilai?
- Apa 10 produk teratas berdasarkan pembelanjaan?
- Apa saja item bernilai rendah yang kritis?

Meskipun pembelian akan menjadi bagian dari rencana jangka pendek yang diwakili oleh anggaran tahunan, tetap penting untuk mengembangkan pandangan jangka panjang. Rencana strategis jangka panjang untuk pembelian menyediakan kerangka kerja di mana keputusan operasional dapat dibuat.

Tahap-tahap dalam mengembangkan rencana pembelian dalam sebuah perusahaan:

- Mengumpulkan informasi dan memantau faktor-faktor di pasar pasokan dan lingkungan eksternal organisasi. Penting untuk menyelidiki, misalnya, bahan baru apa yang sedang dikembangkan, perubahan penawaran dan permintaan apa yang dapat diharapkan, dan tren harga apa yang dapat diharapkan.
- Mengumpulkan informasi dan data mengenai permintaan material dan peralatan di dalam perusahaan.
- Mengembangkan rencana jangka panjang yang menetapkan tujuan dan strategi yang akan diadopsi dan yang juga mencakup taktik dan tujuan jangka pendek.
- Merancang sebuah organisasi dan menyusun prosedur dan kebijakan untuk mengimplementasikan rencana tersebut.

- Menyusun rencana tenaga kerja sehingga sumber daya manusia yang dibutuhkan tersedia untuk menjalankan rencana tersebut.
- Memantau kinerja departemen dan staf untuk memastikan bahwa hasilnya sesuai dengan rencana. Mungkin perlu untuk memodifikasi tindakan untuk kembali ke jalur untuk mencapai tujuan dari rencana tersebut.

Permintaan barang dan jasa yang harus dipenuhi oleh departemen pembelian berasal dari permintaan di pasar perusahaan. Rencana perusahaan harus mempertimbangkan strategi pemasaran di sisi output. Rencana produksi untuk mendukung strategi tersebut juga akan disusun untuk menentukan persyaratan input. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk mengembangkan pemahaman tentang implikasi pembelian yang timbul dari strategi produksi dan pemasaran (Quayle, 2006).

Melalui penggunaan koordinasi dan aplikasi *e-purchasing* transaksional dapat secara langsung meningkatkan efisiensi bagi perusahaan (misalnya meningkatkan jumlah dan frekuensi pertukaran informasi antara mitra dagang, mengurangi kesalahan manusia dan meningkatkan kecepatan pemrosesan pesanan pembelian waktu nyata). Kelebihan yang ada seperti pengurangan biaya manajemen rantai pasokan, pengurangan persediaan, peningkatan fleksibilitas rantai pasokan, pengurangan waktu pengiriman, peningkatan visibilitas rantai pasokan, dan pengurangan biaya pembelian. Sebagian besar studi kasus yang dipublikasikan mengungkapkan bahwa organisasi yang mengadopsi solusi *e-purchasing* sudah terlibat dalam hubungan pemasok di kejauhan, seperti penjualan dan layanan berbasis pesanan atau telepon. Organisasi-organisasi ini juga cenderung memiliki pemahaman yang baik tentang sistem berbasis komputer sebelum mereka memulai pengadaan

secara elektronik, dan mereka biasanya tidak memilih perubahan radikal untuk pembelian dan sistem pasokan pelanggan mereka – memang, sistem berbasis kertas sering dipertahankan secara parallel. Biasanya, mereka memodifikasi dan memperluas sistem berbasis komputer yang ada seperti EDI, atau mereka memperluas opsi e-bisnis tetapi mempertahankan sistem nonkomputasi yang lebih lama. Namun demikian, laju perubahan bisnis begitu proses adopsi *e-purchasing* dimulai bisa sangat cepat.

Oleh karena itu, pada dasarnya, sistem dan strategi *e-purchasing* harus efektif. Penelitian ini memberikan bukti penyebaran *e-purchasing* dalam organisasi dan masalah bisnis, yang harus dihadapi dalam lingkungan bisnis saat ini. Namun perlu adanya tinjauan secara menyeluruh terhadap beberapa hal seperti hubungan pelanggan, hubungan pemasok, manajemen orang, dan administrasi untuk menetapkan implikasi yang lebih nyata dari *e-purchasing*. Di pasar saat ini, di mana organisasi didorong untuk meningkatkan laba mereka dengan menemukan cara baru untuk mengurangi biaya dan mendapatkan efisiensi, sistem pembelian yang dioptimalkan sangat penting.

Pengadaan *e-purchasing* secara teoritis setidaknya, solusi lengkap yang membawa kendali tertinggi ke seluruh proses pembelian — memberikan pengembalian investasi (ROI) yang cepat, dramatis, dan terukur. Solusi komprehensif ini menghilangkan kemacetan, pengeluaran berlebihan yang tidak diatur, dan jejak kertas yang memakan waktu terkait dengan proses pengadaan biasa. *E-purchasing* harus memberikan pengaruh dengan pemasok, meningkatkan visibilitas pengeluaran, dan mengurangi waktu siklus pembelian. Dilakukan sebuah penelitian dimana disebarkan acak menggunakan *multistage stratified sampling* dan kuesioner dikirimkan ke kepala eksekutif dari 750 organisasi Eropa dengan omset kurang dari 32 juta

euro perdagangan selama setidaknya 7 tahun, mempekerjakan kurang dari 200 orang. Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah mengenai hubungan pelanggan, hubungan pemasok, manajemen orang, dan administrasi. Secara khusus, penelitian ini mencari wawasan tentang hubungan pelanggan dalam hal:

- peningkatan peluang pasar pasokan
- aktivitas pengembangan pemasok
- perubahan dalam hubungan
- perubahan dalam praktik penetapan harga
- harapan pelanggan
- perubahan portofolio produk
- kontak tatap muka
- apakah bisnis telah meningkat, karena dapat berdagang secara elektronik.

(Quayle, 2006)

2.1.3 Pengertian Berbagi Informasi (*Sharing Information*)

Pada strategi manajemen rantai pasokan salah satu poin yang penting diperhatikan adalah mengenai berbagi informasi (*sharing information*), sehingga hal tersebut merupakan salah satu bahan dalam pengambilan keputusan. Berbagi informasi mengacu pada informasi privasi yang ada pada manajemen rantai pasokan. Beberapa sumber menjelaskan bahwa berbagi informasi sering dikaitkan dengan informasi promosi, potongan harga antara pengecer dan pemasok yang cukup berguna dalam peningkatan keuntungan (Hamister, 2012). Peningkatan permintaan juga dapat dipengaruhi oleh informasi yang berkaitan promosi khususnya pada tingkat ritel. Peran berbagi

informasi dapat meningkatkan permintaan barang pada pabrik dan hal ini membantu pemasok dalam menyalurkan barang guna memenuhi permintaan. Melalui berbagi informasi pihak pemasok dapat mengintegrasikan promosi sebagai perubahan permanen dalam permintaan dan merespons volume produksi serta penjualan guna memenuhi permintaan.

Berbagi informasi ini kemudian sangat menguntungkan berbagai pihak yang ada untuk mendapatkan produk dengan mudah sehingga meningkatkan keuntungan (Hamister, 2012). Peran penting berbagi informasi pada proses kelancaran manajemen rantai pasokan kemudian menuntut berbagai pihak agar mampu memahami serta menganalisis informasi yang diperoleh agar bermanfaat bagi perusahaan. Jika informasi yang dibagikan kurang maka akan berdampak buruk pada kualitas, biaya, dan efisiensi. (Turban, Volonino, & Wood, 2013). Berdasarkan penelitian (Zhou & Jr, 2007), berbagi informasi memiliki keuntungan sebagai berikut:

- meningkatkan kemampuan perencanaan rantai pasokan
- merespons dengan cepat perubahan permintaan dalam rantai pasokan
- meningkatkan kapasitas pemrosesan informasi
- meningkatkan kinerja dari pengiriman

2.1.4 Kinerja Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management – SCM*)

Manajemen rantai pasokan (*supply chain management – SCM*) menggambarkan koordinasi semua aktivitas rantai pasokan, dimulai dengan bahan mentah dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Dengan demikian, rantai pasokan mencakup pemasok; produsen atau penyedia jasa; distributor,

grosir, dan pengecer yang menyerahkan produk atau jasa kepada pelanggan akhir. Tujuan dari manajemen rantai pasokan adalah untuk menyusun rantai pasokan untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif dan manfaatnya bagi konsumen akhir (Heizer, Render, & Manson, 2020). Sebuah manajemen rantai pasokan memerlukan standar sebagai penilaian (disebut metrik) sehingga kinerja manajemen rantai pasokan dapat dievaluasi. Hanya dengan metrik yang efektif maka perusahaan dapat menentukan: (1) seberapa baik kinerja rantai pasokan dan (2) aset yang dikomit ke inventaris.

Supply-Chain Council (SCC) telah mengembangkan 200 elemen proses, 550 metrik, dan 500 praktik terbaik. SCC adalah asosiasi nirlaba dengan 900 anggota untuk peningkatan efektivitas rantai pasokan. SCC telah mengembangkan model lima bagian *Supply-Chain Operations Reference* (SCOR). Lima bagian tersebut adalah:

1. *Plan* (proses memberikan informasi terencana yang dibutuhkan untuk berkomitmen pada pesanan pelanggan)
2. *Source* (proses pengadaan semua bahan dan layanan yang dibutuhkan, melakukan kegiatan operasional pembelian, penjadwalan, penerimaan, pemeriksaan, dan otorisasi pembayaran pemasok)
3. *Make* (proses mengubah sumber daya yang diperoleh dari sumber menjadi barang dan jasa sesuai dengan spesifikasi yang disepakati dan persyaratan peraturan apapun)
4. *Deliver* (proses dimulai dengan penerimaan pesanan pelanggan dan mencakup semua aktivitas yang diperlukan untuk menyelesaikan pesanan itu, mulai dari memberikan penawaran harga hingga mengumpulkan pembayaran dari pelanggan)

5. *Return* (proses memastikan bahwa produk yang dijual sebelumnya didukung, dikumpulkan, dan didisposisikan sesuai dengan kebijakan bisnis dan perjanjian pelanggan dan mencakup semua aktivitas mulai dari otorisasi pengembalian hingga penyelesaian keuangan).

(Cohen & Roussel, 2005)

Perusahaan menggunakan SCOR untuk mengidentifikasi, mengukur, mengatur ulang, dan meningkatkan proses rantai pasokan.

Dengan menggunakan proses ini, keselarasan antara proses dan domain organisasi dapat dibuat untuk menggambarkan di mana proses harus distandarisasi di seluruh entitas. Proses tersebut juga bisa mendorong biaya sistem informasi karena proses yang berbeda di seluruh unit bisnis biasanya melibatkan banyak aplikasi dan biaya implementasi dan pemeliharaan terkait. Selain itu, juga akan menentukan apakah suatu organisasi akan mampu menerapkan praktik bisnis tertentu. Misalnya, apakah proses sumber perlu distandarisasi antara dua unit bisnis atau apakah perbedaan dapat dibenarkan. Jika tujuannya adalah untuk mengkonsolidasikan volume di beberapa unit bisnis untuk mendapatkan pengaruh dengan pemasok, standarisasi bagian yang baik dari proses sumber akan diperlukan. Setelah proses bisnis dan domain organisasi diselaraskan, menetapkan target kinerja untuk area proses utama ini merupakan langkah penting berikutnya. Model SCOR menyediakan kartu skor rantai pasokan untuk menetapkan dan mengelola target kinerja rantai pasokan di seluruh organisasi (Cohen & Roussel, 2005).

Dalam perencanaan sekuensial, setiap tahap rantai pasokan mengoptimalkan keuntungannya tanpa memperhatikan dampak keputusannya pada tahap rantai pasokan lainnya. Sebaliknya, dalam optimasi global, tujuannya adalah untuk mengoordinasikan aktivitas rantai pasokan untuk memaksimalkan kinerja rantai pasokan. Dalam mengukur sebuah kinerja manajemen rantai pasokan diperlukan metrik (*metric*) sebagai alat ukurnya. Rangkaian metrik yang tepat dapat memberi tahu kita seberapa baik kinerja setiap rencana (*plan*), sumber (*source*), pembuatan (*make*), pengiriman (*deliver*), dan pengembalian (*return*) proses rantai pasokan, sorot di mana ada ruang untuk perbaikan, dan membantu perusahaan mendiagnosis masalah dan memutuskan di mana harus memfokuskan upaya peningkatan. Metrik juga dapat menjadi alat manajemen yang kuat dengan memberi tahu orang apa yang diharapkan dari mereka dan memungkinkan perusahaan melacak kemajuan atau kekurangannya dari waktu ke waktu.

Metrik rantai pasokan bisa sulit untuk didefinisikan dan bahkan lebih sulit untuk diukur. Pada tingkat tertinggi, operasi rantai pasokan diharapkan dapat berkontribusi pada kinerja keuangan perusahaan. Metrik rantai pasokan, oleh karena itu, memiliki tiga tujuan penting.

1. Metrik tersebut harus menerjemahkan tujuan dan target keuangan ke dalam ukuran kinerja operasional yang efektif.
2. Metrik yang ada harus dapat menerjemahkan kinerja operasional menjadi prediksi pendapatan atau penjualan masa depan yang lebih akurat.
3. Metrik yang digunakan harus mendorong perilaku dalam organisasi

rantai pasokan yang mendukung strategi bisnis secara keseluruhan. (Cohen & Roussel, 2005)

Pengukuran adalah satu-satunya cara untuk memahami apakah kinerja proses meningkat atau memburuk dan apakah tindakan diperlukan. Ukuran dan metrik kinerja sekarang dapat diilustrasikan dengan bantuan kerangka kerja sehingga gambaran yang kohesif dapat dengan mudah diperoleh untuk mengatasi apa yang perlu diukur, dan bagaimana hal itu dapat ditangani. Metrik yang dibahas dalam kerangka kerja ini diklasifikasikan ke dalam tingkat manajemen strategis, taktis dan operasional. Pembagian ini dibagi berdasarkan di mana metrik tersebut dapat ditangani dengan baik oleh tingkat manajemen yang tepat, dan untuk membuat keputusan yang sesuai. Secara keseluruhan, ketiga representasi metrik ini dapat memberikan gambaran yang jelas tentang metrik mana yang harus digunakan untuk studi penilaian kinerja, di mana metrik dapat digunakan, dan siapa yang akan bertanggung jawab untuk itu. Representasi seperti itu selangkah lebih dekat untuk menjembatani kesenjangan antara kebutuhan akan model yang dapat digunakan untuk menilai kinerja rantai pasokan, dan area potensial perbaikan yang dapat diidentifikasi (Gunasekaran, Patel, & Tirtiroglu, 2001).

2.2 Tinjauan Empiris

Hasil penelitian yang terdahulu dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya, meskipun ada perbedaan pada obyek dan tempat yang diteliti, penelitian tersebut dapat digunakan sebagai gambaran dari peneliti. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu dapat dilihat melalui tabel di halaman berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu					
No	Peneliti	Tahun Penelitian	Judul	Variabel Yang Diteliti	Hasil Penelitian
1	Benih Hartanti, Anas Romadon, Nur Anisah, Langgeng Prayitno Utomo	2021	Information Systems Behavior on System Security in the Perspective of "Theory of Reasoned Action"	Variabel tidak terikat: <ul style="list-style-type: none"> - Sikap atas sistem informasi - Norma subyektif atas sistem informasi Variabel Intervensi <ul style="list-style-type: none"> - Minat dalam perilaku sistem informasi Variabel terikat: <ul style="list-style-type: none"> - Perilaku Keamanan Sistem Informasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil yang digambarkan menjelaskan bahwa sikap terhadap sistem informasi yang merupakan keinginan seseorang untuk menerima atau menolak suatu sistem tertentu sangat mempengaruhi keputusan responden untuk meningkatkan niat dalam perilaku keamanan sistem informasi, karena sikap seseorang yang merasa atau menilai suatu sistem informasi menurut mereka dapat merasakan manfaatnya dan cenderung menggunakannya. - Berdasarkan latar belakang pendidikan, responden menyadari bahwa pengetahuan tentang sistem informasi dalam suatu organisasi sangat penting. oleh karena itu mereka merasakan pentingnya suatu sistem informasi dalam suatu organisasi dimana diharapkan organisasi tersebut akan semakin lestari dan berkembang yang selanjutnya menciptakan lingkungan yang

					<p>mendukung untuk bekerja dan menimbulkan kecenderungan mereka dalam mengikuti dan mengimplementasikan sistem informasi tersebut.</p> <ul style="list-style-type: none">- Ketika seseorang merasa suatu sistem berguna, maka perilaku keamanan sistem informasi juga akan meningkat. <i>Administrator/manajer</i> dan <i>supervisor</i> yang merasakan manfaat sistem informasi akan meningkatkan perilaku keamanan sistem informasi di organisasinya.- Meskipun subyek merasa bahwa perilaku sistem informasi itu penting, faktor norma subjektif yang berasal dari saran dari rekan kerja dan otoritas yang lebih tinggi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku mereka dalam menanggapi keamanan sistem informasi.- Penolakan norma subjektif dan berkurangnya dampak sikap secara langsung terhadap perilaku keamanan sistem menunjukkan bahwa ada faktor lain yang bervariasi untuk merangsang perilaku keamanan sistem. Temuan ini juga menunjukkan
--	--	--	--	--	--

					<p>bahwa untuk memiliki niat dan perilaku yang terintegrasi terhadap keamanan sistem informasi, faktor pendukung seperti norma subjektif dan sikap dapat dibentuk dalam pengaturan organisasi. Selain itu, ini juga menunjukkan faktor kuat niat untuk mendukung perilaku dalam keamanan sistem, meskipun pengaturan organisasi adalah kurangnya kebijakan keamanan, standar dan tata kelola TI dan peran yang lebih luas dan melampaui prosedur, standar dan kebijakan yang dinyatakan dalam mendorong peningkatan yang lebih tinggi. sikap dan norma subjektif pengurus koperasi.</p>
2	Sesilya Kempa; Jay Jovial Janitra	2019	Supply Chain Management Performance pada Retailer Bahan Bangunan	<p>Variabel tidak terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kepercayaan (Trust) - komitmen (Commitment) - berbagi informasi (information sharing) - kualitas informasi (information quality) <p>Variabel Terikat:</p>	<p>- terdapat pengaruh signifikan antara variabel <i>trust</i> terhadap kinerja SCM pemilik toko bangunan di Surabaya. Para pemasok menyediakan berbagai informasi mengenai barang maupun penjualan pada para pedagang sehingga keterbukaan informasi tersebut menjadi salah satu pemicu adanya rasa saling percaya.</p>

				<ul style="list-style-type: none"> - Kinerja Manajemen Rantai Pasokan 	<ul style="list-style-type: none"> - komitmen diduga berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja SCM pemilik toko bangunan di Surabaya dapat diterima. Hasil kuesioner pada variabel <i>commitment</i> menunjukkan bahwa para pemasok dinilai siap menerima masukan dari para pedagang mengenai berbagai kendala yang ada di lapangan melakukan atau menerapkan hal tersebut sehingga rasa komitmen antara pedagang dan pemasok berjalan dengan baik agar pedagang bersedia bekerjasama dengan baik bersama para pemasok. - <i>information sharing</i> diduga berpengaruh secara signifikan terhadap SCM <i>performance</i> dari pemilik toko bangunan di Surabaya dapat diterima. Dalam hal ini, keberadaan informasi khususnya proses berbagi informasi sangat diperlukan oleh pihak pemasok maupun pihak pemilik usaha toko bahan bangunan. Sistem informasi yang diadakan oleh pemasok bagi para
--	--	--	--	--	---

					<p>pihak pemilik toko bahan bangunan penting dilakukan agar terjalin komunikasi dua arah sehingga berbagai informasi penting khususnya berkaitan dengan kinerja pasokan dapat diketahui dengan cepat.</p> <ul style="list-style-type: none"> - terdapat pengaruh signifikan antara variabel <i>information quality</i> terhadap kinerja SCM dari toko bahan bangunan di Surabaya. - Hal penting yang berkaitan dengan informasi berperan sangat besar baik bagi pemasok maupun pemilik toko bahan bangunan. Informasi ada yang penting atau berkualitas dan ada informasi yang kurang penting atau tidak berkualitas
3	Musran Munizu	2015	Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Rantai Pasokan	<p>Variabel tidak terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kepercayaan - Teknologi Informasi <p>Variabel terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kinerja Rantai Pasokan <p>Variabel Intervensi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Komitmen 	<ul style="list-style-type: none"> - variabel kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan diterima atau didukung oleh fakta empiris. Arah pengaruh memiliki nilai positif dan signifikan yang berarti bahwa kepercayaan yang semakin tinggi diantara anggota rantai pasokan dapat mendorong pada semakin baiknya kinerja rantai pasokan.

					<ul style="list-style-type: none">- variabel kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap komitmen diterima atau didukung oleh fakta empiris. Arah pengaruh memiliki nilai positif dan signifikan yang berarti bahwa kepercayaan yang semakin tinggi diantara anggota rantai pasokan dapat mendorong pada semakin kuatnya komitmen.- variabel komitmen mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan diterima atau didukung oleh fakta empiris. Arah pengaruh memiliki nilai positif dan signifikan yang berarti bahwa komitmen yang semakin kuat diantara anggota rantai pasokan dapat mendorong pada semakin baiknya kinerja rantai pasokan.- variabel teknologi informasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan diterima atau didukung oleh fakta empiris. Arah pengaruh memiliki nilai positif dan signifikan yang berarti bahwa penggunaan teknologi informasi yang semakin baik dapat mendorong pada semakin meningkatnya kinerja rantai pasokan
--	--	--	--	--	--

					- variabel kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan melalui komitmen diterima atau didukung oleh fakta empirik. Efek tidak langsung variabel kepercayaan lebih besar dibandingkan efek langsungnya dalam meningkatkan kinerja rantai pasokan
4	Javier Alfonso Rodríguez-Escobar; Javier González-Benito	2013	The role of information technology in purchasing function	<p>Variabel Tidak Terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teknologi Informasi <p>Variabel Intervensi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Praktik Pembelian tingkat lanjut <p>Variabel Terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kinerja Pembelian 	- Hasil kami dengan tegas menetapkan bahwa TI dapat meningkatkan penerapan praktik pembelian lanjutan yang meningkatkan kualitas, biaya, fleksibilitas, atau keandalan pasokan. Secara keseluruhan, kami menunjukkan bahwa investasi TI merupakan prasyarat penting untuk pengembangan fungsi pembelian, dan melalui pengembangan ini, dimungkinkan untuk meningkatkan kinerja fungsi pembelian.
5	James W. Hamister	2011	Supply Chain Management Practices in Small Retails	<p>Variabel tidak terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Praktek SCM (Strategic Supplier partnership; Information Sharing; Information 	- Praktek Manajemen Rantai Pasokan berhubungan positif dengan Kinerja Kategori. Konstruksi Praktek Manajemen Rantai Pasokan menjelaskan variasi dalam Kinerja Kategori pengecer dengan peningkatan level sesuai dengan level kinerja

				<p>Quality; Integration Intensity)</p> <p>Variabel terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Retailer Category Performance - Key Supplier Performance - Minor Supplier Performance 	<p>kategori yang lebih tinggi. Item pengukuran menilai kepuasan keseluruhan dengan kinerja kategori, namun kinerja secara inheren merupakan konstruksi multidimensi.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Praktek Manajemen Rantai Pasokan berhubungan positif dengan Kinerja Kategori Kaptan. Kaptan Kategori adalah pemasok utama untuk kategori produk tertentu. Praktik Manajemen Rantai Pasokan menjelaskan variasi dalam KINERJA KATEGORI KAPTAN. Kinerja diukur dari perspektif pengecer dalam hal fleksibilitas dan kinerja pengiriman. Ukuran kinerja ini dipilih karena ini adalah karakteristik yang harus dapat dinilai dengan adil oleh pengecer. Selain itu, fleksibilitas yang diukur menyiratkan tingkat kelincahan di pihak pemasok dan dengan demikian menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi pemasok. - Praktek Manajemen Rantai Pasokan berhubungan positif dengan KINERJA PEMASOK MINOR. Sementara hubungan berada dalam arah yang
--	--	--	--	---	--

					dihipotesiskan, ukuran efek tidak terlalu besar yang menjelaskan hanya 5 persen variasi dalam KINERJA Pemasok Minor.
6	Erkan Bayraktar; Mehmet Demirbag; S. C. LennyKoh; Ekrem Tatoglu; Halil Zaim	2009	A causal analysis of the impact of information systems and supply chain management practices on operational performance: Evidence from manufacturing SMEs in Turkey	<p>Variabel tidak terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - SCM-IS Inhibitors - SCM-IS enablers <p>Variabel intervensi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - SCM Practices - IS Practices <p>Variabel Terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Operational Performances 	<ul style="list-style-type: none"> - Dengan menggunakan metode PLS, uji hipotesis H1 dan H2 mengungkapkan bahwa praktik SCM dan SI berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional UKM. - Hasil model struktural juga menunjukkan bahwa baik H3a dan H3b terdukung. Artinya, ada hubungan langsung yang negatif dan kuat antara inhibitor terkait SCM-IS dan tingkat implementasi praktik SCM dan IS. - Demikian pula, dukungan kuat ditemukan untuk H4 bahwa inhibitor SCM-IS memiliki efek langsung yang kuat dan negatif pada kinerja operasional UKM. - Temuan ini secara umum menunjukkan kebutuhan untuk secara serius mempertimbangkan efek yang memburuk dari beberapa hambatan potensial untuk penggunaan efektif praktik SCM dan IS dan dampak negatifnya terhadap kinerja operasional UKM. Akhirnya, kami

					menemukan dukungan kuat untuk dampak moderasi dari SCM-IS enabler pada hubungan antara praktik SCM dan kinerja operasional (H5a) serta pada hubungan antara praktik IS dan kinerja operasional (H5b).
7	Honggeng Zhou; W.C. Benton Jr.	2007	Supply chain practice and information sharing	<p>Variabel tidak terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supply Chain Dynanism <p>Variabel Intervensi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Information sharing <p>Variabel terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supply chain practices 	<ul style="list-style-type: none"> - Hasilnya menunjukkan bahwa (1) berbagi informasi yang efektif secara signifikan meningkatkan praktik rantai pasokan yang efektif; (2) dinamisme rantai pasokan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pertukaran informasi yang efektif serta praktik rantai pasokan yang efektif. Dinamisme rantai pasokan lebih berpengaruh pada pembagian informasi daripada praktik rantai pasokan; (3) dan praktik rantai pasokan yang efektif menjadi lebih penting ketika tingkat berbagi informasi meningkat. Temuan menunjukkan bahwa baik berbagi informasi yang efektif dan praktik rantai pasokan yang efektif sangat penting dalam mencapai kinerja rantai pasokan yang baik.
8	Javier González-Benito	2007	Information technology investment and	Variabel Tidak Terikat:	<ul style="list-style-type: none"> - hubungan positif antara investasi TI dan beberapa dimensi kinerja

			operational performance in purchasing	<ul style="list-style-type: none"> - Investasi Teknologi Informasi <p>Variabel Intervensi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Integrasi strategis pembelian - Praktik Pembelian tingkat lanjut <p>Variabel Terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kinerja Pembelian 	<p>operasional dalam fungsi pembelian</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kinerja pembelian berdasarkan pengaruh investasi TI terbukti memiliki pengaruh melalui penerapan praktik pembelian tingkat lanjut. - integrasi strategis pembelian memediasi hubungan antara investasi TI dan praktik pembelian lanjutan
9	A. Gunasekaran; C. Patel; E. Tirtiroglu	2001	Performance measures and metrics in a supply chain environment		<ul style="list-style-type: none"> - Dalam makalah ini, berdasarkan tinjauan literatur, praktik universal terbaik pengukuran kinerja rantai pasokan dibahas, dan kerangka kerja ditawarkan yang akan mencerminkan profesi logistik yang matang sejauh menyangkut pemantauan dan pengendalian tugas kinerja. - Tinjauan tersebut juga menunjukkan bahwa pengukuran kinerja manajemen rantai pasokan berkembang dalam ruang lingkup dan kepentingannya. - Ada pergeseran fokus dari metode akuntansi biaya tradisional ke

					<p>teknik yang memperhitungkan biaya aktivitas dan dampaknya terhadap fungsi lain seperti layanan pelanggan, pemanfaatan aset, produktivitas dan kualitas untuk mencakup dan menekankan kinerja rantai pasokan secara keseluruhan.</p> <ul style="list-style-type: none">- Fokusnya juga pada langkah-langkah yang mengambil perspektif rantai pasokan. Orang-orang dalam suatu organisasi harus bertanggung jawab atas kinerja secara keseluruhan, dan tidak hanya kepada entitas yang menjadi tanggung jawab mereka.- Peran teknologi informasi bergeser dari enabler manajemen pasif melalui database ke pengontrol proses yang sangat canggih yang dapat memantau setiap aktivitas, dan memutuskan jalannya sendiri
--	--	--	--	--	--