

PENGARUH KINERJA OPERASIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Rumah Potong Ayam PT. Ciomas Adisatwa, Tbk)

Muhammad Natsir *)
Dosen Tetap Yayasan pada PPS STIE Amkop Makassar

***Abstract :** This study aims to determine the influence of variables there any operational performance of the RPA customer satisfaction PT. Ciomas both simultaneously and partially, and to know which is more influential among variables operational performance of consumer satisfaction RPA PT. Ciomas. This study was carried out to customers RPA PT Ciomas which has transact more than one year. This study is a qualitative research method and an explanatory research design (explanatory research). Total sample of 37 customers RPA PT. Ciomas. Data were analyzed using univariate and bivariate analysis. The results showed there was a significant relationship between the variables operational performance to customer satisfaction ($p < 0.01$), with the flexibility variables (X_1) which affect very effective in improving the level of customer satisfaction.*

***Keywords:** Operational Performance, Customer Satisfaction*

***Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh antara variabel kinerja operasional terhadap kepuasan pelanggan RPA PT. Ciomas baik secara simultan dan parsial, dan untuk mengetahui manakah yang lebih berpengaruh diantara variabel kinerja operasional terhadap kepuasan konsumen RPA PT. Ciomas. Penelitian ini dilaksanakan terhadap pelanggan RPA PT Ciomas yang telah bertransaksi lebih dari satu tahun. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode rancangan penelitian dan eksplanatif (explanatory research). Jumlah sampel penelitian 37 pelanggan RPA PT. Ciomas. Analisa data menggunakan analisis univariat dan bivariat. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan bermakna antara variabel kinerja operasional terhadap kepuasan pelanggan ($p < 0,01$), dengan variabel flexibility(X_1) yang berpengaruh sangat efektif meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.*

***Kata kunci :** Kinerja Operasional, Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Perkembangan perusahaan khususnya dibidang industri manufaktur, diikuti dengan semakin kompleks dan luasnya aktivitas logistik dan persediaannya serta permasalahan lain terkait kepuasan pelanggan yang dihadapi sehingga dibutuhkan sebuah sistem informasi manajemen untuk memecahkan masalah tersebut. Manajemen Operasional merupakan sistem yang sangat bertanggung jawab terhadap hal tersebut. Dimana Manajemen Operasional merupakan kegiatan manajemen yang berhubungan dengan penciptaan atau pembuatan barang atau jasa, kegiatan-

kegiatan produksi seperti ini terdapat di berbagai organisasi baik perusahaan manufaktur maupun organisasi-organisasi lain yang bergerak dibidang jasa.

Dalam pelaksanaannya secara luar, manajemen operasional adalah salah satu bagian yang tak terpisahkan dari aktivitas atau fungsi rantai pasokan (*supply chain*) yakni untuk mengelola aliran produk terpenuhi (logistik dan pasokan) untuk sebuah komoditi baik itu jasa maupun non jasa hingga dapat sampai ke tangan pelanggan. Akktivitas operasional dalam manajemen rantai pasokan meliputi: Perencanaan permintaan dan

prediksi, mengkoordinasikan prediksi permintaan dari semua konsumen dan membagi prediksi dengan semua pemasok; Perencanaan pengadaan, termasuk inventaris yang ada sekarang dan prediksi permintaan, dalam kolaborasi dengan semua pemasok; Operasi inbound, termasuk transportasi dari pemasok dan inventaris yang diterima; operasi produksi, termasuk konsumsi material dan aliran barang jadi (*finished goods*); operasi *outbound*, termasuk semua aktivitas pemenuhan dan transportasi ke pelanggan.

Rantai pasokan merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian yang lebih efektif dan efisien dari struktur jaringan rantai pasokan itu sendiri seperti *supplier*, *manufacturer*, *distributor*, *retailer*, dan *customer*. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai *cost* dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai *service level* yang diinginkan oleh pelanggan, bahkan lebih. Pada suatu supply chain biasanya ada 3 macam aliran yang harus dikelola. Pertama adalah aliran produk yang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Contohnya adalah bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik. Setelah produk selesai diproduksi, dikirim ke distributor, lalu ke pengecer atau ritel, kemudian ke pemakai akhir. Kedua adalah aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu. Ketiga adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir ataupun sebaliknya. Dimana pada intinya ada dua manfaat penerapan manajemen rantai pasokan menurut Simchi-Levi, *et. all.*, (2003), yaitu untuk memenuhi kepentingan dalam pemenuhan persediaan barang dan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan terhadap pilihan barang sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa *Supply chain management* adalah koordinasi dari material, informasi dan

arus keuangan diantara perusahaan yang berpartisipasi.

Salah satu faktor kunci untuk mengoptimalkan *supply chain* adalah dengan menciptakan alur informasi yang bergerak secara mudah dan akurat diantara jaringan atau mata rantai tersebut, dan pergerakan barang yang efektif dan efisien yang menghasilkan kepuasan maksimal pada para pelanggan (Indrajit dan Djokopranoto, 2002). Dengan tercapainya koordinasi dari rantai supply perusahaan, maka tiap channel dari rantai supply perusahaan tidak akan mengalami kekurangan barang juga tidak kelebihan barang terlalu banyak.

Peningkatan kinerja pada RPA PT. Ciomas ditekankan pada pemenuhan keinginan pelanggan, yaitu dengan menyediakan pesanan ayam potong dengan waktu yang cepat, jumlah yang tepat, dan dengan kualitas yang baik dan dengan harga yang sesuai. Semakin tinggi tingkat kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, pelanggan tentu akan semakin puas. Kepuasan menjadi indikasi pertama dalam pengambilan keputusan untuk membeli kembali produk dari produsen sehingga pelanggan itu sendiri menjadi loyal. Pelanggan yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Dan mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada (Kotler, *et. all.* 2002). Jadi mempertahankan pelanggan sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Selain itu penelitian pada perusahaan agribisnis khususnya yang telah menerapkan konsep manajemen rantai pasok seperti pada RPA PT. Ciomas Adisatwa, Tbk. sangat sedikit, dan hanya memberikan perhatian pada pengukuran variabel-

variabel kinerja operasional perusahaan itu sendiri, belum banyak yang meneliti hingga kepada tingkat kepuasan konsumen yang secara langsung akan menyebabkan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan. Seperti yang telah dilakukan oleh Cohen and Lee (1989) mengenai biaya, biaya dan aktivitas waktu oleh Arntzen, *et al.*, (1995), Biaya dan responsif pelanggan oleh Newhart, Stoot dan Vasko (1993), rentang respon dan fleksibilitas oleh Voudouris (1996).

Peningkatan kinerja operasional dalam satu perusahaan sangat berkaitan dengan proses internal dan proses eksternal pada perusahaan tersebut, akan tetapi pada penelitian ini, peneliti hanya akan mengukur sejauh mana peningkatan kinerja operasional perusahaan yang berkaitan dengan proses eksternal perusahaan, yaitu proses yang melibatkan hubungan perusahaan dengan *stage* yang berada diluar perusahaan, yaitu pemasok dan pelanggan. Oleh karenanya pada penelitian ini kami memakai konsep pendekatan kinerja supply chain untuk menyelesaikan rumusan masalah karena pada penelitian ini hanya menyangkut aliran produk dan bukan aliran uang dan informasi seperti lazimnya pada pengukuran kinerja rantai pasok.

Berdasarkan uraian dan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai Kinerja operasional dengan pendekatan supply chain dengan judul “*Pengaruh Kinerja Operasional terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Rumah Potong Ayam PT. Ciomas Adisatwa, Tbk)*”

gar penelitian ini lebih terfokus, maka konsep permasalahan pada penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh variabel kinerja operasional (*flexisibility, responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen RPA PT. Ciomas baik secara simultan maupun parsial?
2. Apakah variabel kinerja operasional *flexisibility* berpengaruh dominan

terhadap kepuasan konsumen RPA PT. Ciomas?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian *Supply Chain Management*

Raturi dan Evans *dalam* Irmawati (2007), menyatakan rantai pasokan adalah sebuah jaringan yang menggambarkan aliran bahan baku dari pemasok yang diubah menjadi produk untuk disampaikan ke pusat distributor dan akhirnya sampai ke konsumen akhir.

Menurut Pujawan (2005), rantai pasokan adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan akhir. Perusahaan-perusahaan tersebut biasanya termasuk pemasok, pabrik, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik. Sedangkan Manajemen Rantai Pasokan (*supply chain management*) adalah metode, alat, atau pendekatan untuk pengelolaan rantai pasokan. Manajemen Rantai Pasokan mencakup pengembangan produk (*product development*), bagian pembelian (*procurement*), perencanaan dan pengendalian (*planning and control*), operasi atau produksi, dan pengiriman atau distribusi.

Faktor Pendorong *Supply chain Management*

Perspektif SCM hampir sama dengan saluran pemasaran yang teradministrasi atau terkontrak dimana pendekatan-pendekatan ini membutuhkan kerjasama sukarela ataupun kerjasama berdasarkan kontrak dari anggota-anggota saluran untuk mencapai tujuan umum. Menurut Eltram (1991), pendekatan SCM berbeda dengan perspektif saluran pemasaran tradisional dalam dua hal. Pertama, SCM mempunyai tujuan yang lebih luas yaitu mengelola *inventory* dan hubungan untuk mencapai pelayan konsumen tingkat tinggi daripada pencapaian tujuan-tujuan pemasaran

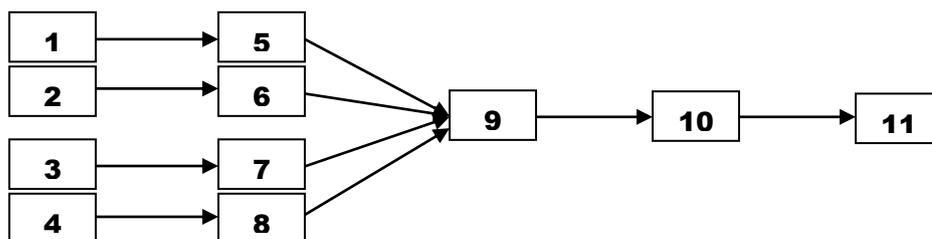
spesifik. Kedua, pendekatan SCM mencoba untuk mengelola baik aktivitas hulu maupun aktivitas hilir dalam rantai persediaan. Saluran pemasaran cenderung untuk fokus pada aktivitas hilir.

Menurut Cahyono (2010), keunggulan kompetitif dari *supply chain management* adalah bagaimana ia mampu mengelola aliran barang atau produk dalam suatu rantai pasokan *supply chain management*, atau dengan kata lain bagaimana jaringan kegiatan produksi dan distribusi dari suatu perusahaan dapat bekerjasama untuk memenuhi tuntutan konsumen.

Kegiatan *Supply chain Management*

Ada 3 macam hal yang harus dikelola dalam *supply chain* yaitu

pertama, aliran barang dari hulu ke hilir contohnya bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik, setelah produksi selesai dikirim ke distributor, pengecer, kemudian ke pemakai akhir. *Yang kedua*, aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu dan *ketiga* adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya. contoh sebuah produk sederhana yaitu biskuit kaleng. Pihak yang terlibat dalam *supply chain* biskuit kaleng tersebut adalah 1. penghasil gandum 2. penghasil tebu 3. penghasil garam 4. penghasil aluminium 5. pabrik tepung terigu 6. pabrik gula 7. distributor garam 8. pabrik kaleng 9. pabrik biskuit 10. distributor biskuit 11. Supermarket.



Gambar 1. Alur Skema SCM Perusahaan Biskuit kaleng (Chopra dan Miendl, 2001).

Manfaat Strategis *Supply chain*

Setiawan (2003), menyatakan suatu rantai pasokan yang efisien mempunyai dua manfaat untuk pelanggan yaitu:

- 1) Untuk memenuhi kepentingan dalam pemenuhan persediaan barang dagangan yang mempunyai sifat cepat habis,
- 2) Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan terhadap pilihan barang dagangan sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan, serta dimana mereka menginginkannya.

Pengukuran Kinerja *Supply chain*

Pengukuran kinerja dari suatu sistem sangatlah penting demi terus berlangsungnya proses improvement kearah yang lebih baik. Pengukuran kinerja ini dilakukan untuk mengetahui

apakah tujuan dari sistem yakni bisnis, perusahaan maupun lembaga-lembaga lainnya seperti pemerintahan sudah sesuai dengan target/hasil yang diinginkan. Mengingat pentingnya pengukuran kinerja, kini banyak pihak-pihak yang telah mencetuskan beberapa metode mengenai pengukuran kinerja ini seperti Balanced Scorecard, Prism, Imps dan lain-lain. Namun demikian, metode pengukuran kinerja ini hanya berfokus pada aktivitas-aktivitas dari internal suatu bisnis, lembaga atau perusahaan saja. Jika melihat secara keseluruhan dalam kacamata *supply chain* dimana ultimate goal dari pengukuran kinerja bukanlah hanya kesuksesan dari satu internal business saja melainkan kesuksesan keseluruhan rantai pasoknya (*supply chain*).

Manajemen Operasional

Manajemen produksi/operasi merupakan kegiatan manajemen yang berhubungan dengan penciptaan atau pembuatan barang atau jasa, kegiatan-kegiatan produksi seperti ini terdapat di berbagai organisasi baik perusahaan manufaktur maupun organisasi-organisasi lain yang bergerak dibidang jasa.

Pengertian manajemen operasi menurut Render dan Heizer (2001), mengemukakan bahwa: “*Manajemen operasi adalah Serangkaian kegiatan yang membuat barang dan jasa melalui perubahan dari masukan menjadi keluaran*”. Sedangkan menurut Schoederer (1996), mengemukakan bahwa: “*Manajemen operasi mengambil keputusan yang berkenaan dengan suatu fungsi operasi dan sistem transformasi dalam kajian pengambilan keputusan dari suatu fungsi operasi*”.

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa manajemen operasi merupakan usaha-usaha pengelolaan secara optimal penggunaan sumber gaya-sumberdaya (faktor proses produksi) dalam proses transformasi bahan mentah dan tenaga kerja menjadi berbagai produk atau jasa yang berguna sebagai usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi.

Ruang Lingkup Manajemen Operasi

Proses produksi adalah proses transformasi masukan (*input*) sumber daya yang dapat berbentuk macam-macam dalam operasi manufaktur, masukan ini berupa bahan baku, energi tenaga kerja, mesin informasi, dan teknologi, sedangkan *output* nya bisa muncul dalam bentuk produk, barang kimiawi dan lain sebagainya. Proses transformasi itu sendiri tidak hanya melibatkan penerapan teknologi tetapi juga dari berbagai variabel yang dapat dikendalikan.

Manajemen operasi berhubungan dengan pengendalian kualitas dalam proses pembuatan rancangan dan

pengawasan produksi yang semuanya ditujukan untuk menambah nilai guna akan barang dan jasa yang dihasilkan. Dalam memenuhi keinginan konsumen akan kebutuhan barang dan jasa, para manajer produksi dan operasi mengarahkan berbagai masukan (*input*) agar dapat memproduksi berbagai keluaran (*output*) dalam jumlah, kualitas, harga, waktu dan tempat yang sesuai dengan permintaan konsumen. Mengingat konsumen pada saat ini berpandangan kritis terhadap suatu produk, maka produk yang berkualitaslah yang dapat menarik minat konsumen untuk mengkonsumsinya.

KERANGKA KONSEPTUAL

Rumah Potong Hewan (RPA) merupakan salah satu dari struktur jaringan yang paling utama dalam manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) karena RPA selain akan berinteraksi secara langsung dengan konsumen akhir, RPA juga menghubungkan pengguna akhir dengan ritel yang menyediakan barang dagangan untuk pelanggan. Pencapaian aspirasi pelanggan akan suatu produk akan menjadikan konsumen tersebut loyal terhadap produk tersebut.

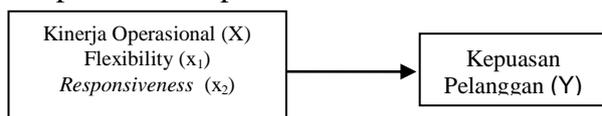
Gigler, *et. al.* (2002), menyatakan bahwa manajemen operasional agroindustri daging hanya melibatkan rangkaian kegiatan pasokan, pemrosesan, persediaan dan pengiriman daging kepada pelanggan dimana pelanggan menginginkan kuantitas pasokan daging sesuai rencana kebutuhan, tingkat kualitas yang baik dan jadwal pengiriman sesuai rencana. Fluktuasi permintaan dan penurunan kualitas merupakan faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam manajemen rantai pasok daging. Rangkaian variabel manajemen operasional yang dibentuk dari komponen transportasi, produksi, persediaan dan distribusi direncanakan dengan memperhatikan faktor-faktor kunci yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Sehingga terbantu berbagai dimensi untuk pengukuran kinerja

berdasarkan SCOR, yang secara umum antara lain *Reliability*, *Responsiveness*, *Flexibility*, *Costs*, dan *Asset*. Sedangkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Stevanof and Tuire (2008), terdapat hubungan yang bermakna antara peningkatan kinerja rantai pasok terhadap kepuasan pelanggan. Dan variabel kinerja rantai pasok yang berpengaruh sangat besar terhadap kepuasan pelanggan adalah *reponsiveness*.

Kepuasan adalah langkah yang penting dalam pembentukan loyalitas tetapi menjadi kurang signifikan ketika loyalitas mulai timbul melalui mekanisme-mekanisme lainnya. Mekanisme lainnya itu dapat berbentuk kebulatan tekad dan ikatan sosial. Loyalitas memiliki dimensi yang berbeda dengan kepuasan. Kepuasan menunjukkan bagaimana suatu produk memenuhi tujuan pelanggan. Kepuasan pelanggan senantiasa merupakan penyebab utama timbulnya loyalitas (Oliver, 1999).

Kerangka Konsep

Dari pemaparan diatas maka dapat dibuat model kerangka konseptual penelitian dapat dilihat seperti di bawah ini:



Gambar 7. Kerangka Konseptual

Kinerja Operasional merupakan variabel independent (X) yang terdiri dari, *Flexibility* (X_1), *Responsiveness* (X_2). Yang akan mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

Dari model ini diharapkan adanya korelasi positif antara kinerja rantai pasok dengan kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan.

Hipotesis

Setelah peneliti mengadakan penelaahan terhadap berbagai sumber untuk menentukan angapan dasar, maka selanjutnya akan

dirumuskan hipotesis penelitian. Adapun hipotesis yang dapat dinyatakan dalam penelitian ini adalah:

H_a : Bahwa ada pengaruh antara kinerja rantai pasok (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) RPA PT. Ciomas.

H_a : Bahwa variabel *flexibility* memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan RPA PT. Ciomas.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode rancangan penelitian dan eksplanatif (*explanatory research*). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan sampel dan hipotesis penelitian yang digunakan untuk mengukur dan menguji pengaruh sesuatu terhadap sesuatu yang lain dengan menggunakan analisis statistik inferensial (induktif).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Prosesnya berawal dari teori, selanjutnya diturunkan menjadi hipotesis penelitian yang disertai pengukuran dan operasional konsep, kemudian generalisasi empiris yang bersandar pada statistik, sehingga dapat disimpulkan sebagai temuan penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Data yang akan diambil dalam penelitian ini antara lain:

1. Data Primer
Yaitu data yang diperoleh langsung dari responden terpilih pada lokasi penelitian. Data primer tersebut diperoleh dengan memberikan kuisisioner kepada para responden penelitian yang terdiri dari para konsumen RPA PT Ciomas.
2. Data Sekunder
Yaitu data terkait yang diperoleh dari berbagai sumber yang mendukung

penelitian ini. Data-data sekunder ini diperoleh dari:

- a. PT. Ciomas Adisatwa, Tbk. Cabang Makassar.
Data yang berupa informasi pendirian perusahaan, letak, *market share*, pesaing, sarana dan prasarana RPA.
- b. Badan Pusat Statistik Kotamadya Makassar.
Data berupa kondisi dan iklim usaha khususnya di bidang usaha peternakan ayam potong di Makassar.

Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen RPA PT. Ciomas berjumlah 152 pelanggan dan terbagi atas 12 supermarket besar, 30 mini market, 20 pasar, 63 perusahaan catering, 23 restoran siap saji (*fast food*) dan 4 rumah sakit.

2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Mengingat ukuran populasi konsumen RPA PT. Ciomas yang telah bertransaksi lebih dari satu tahun itu berjumlah lebih dari 40 pelanggan, maka teknik pengambilan sampel yang sesuai untuk digunakan adalah teknik *purposive sampling*, yaitu mengambil sejumlah responden yang memiliki kriteria tertentu. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi Konsumen RPA PT. Ciomas yang berjumlah 152 pelanggan dapat digunakan rumus:

$$n = \frac{\sum a^2 r^2}{d^2}$$

$$n = \frac{\sum 1.5^2 152^2}{5^2} = 37$$

Keterangan :

- n : jumlah sampel
 r : varians populasi
 \sum : harga standar normal (tergantung)
 d : penyimpangan yang ditolerir

Instrumen Pengumpulan Data

1. Prosedur Penyusunan Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Observasi adalah Mengadakan kunjungan ke lokasi penelitian dan melakukan pengamatan secara langsung terhadap kondisi fisik dan non fisik terkait dengan aktivitas kegiatan yang ada di RPA PT. Ciomas.
- b. Metode Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada responden yaitu konsumen RPA PT Ciomas.
- c. Dokumentasi, dilakukan untuk merekam kondisi fisik dan kegiatan RPA PT. Ciomas.

2. Pemberian Skor

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, alat ukur tersebut akan menghasilkan data kuantitatif.

Data diolah menggunakan skala berdasarkan teori likert dengan jawaban atas pertanyaan yaitu skala 1-5 (sangat tidak Setuju-Sangat Setuju). Data yang telah diolah selanjutnya dianalisis untuk mengetahui skala presentase dan disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi yang disertai dengan penjelasan dengan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan

P = Persentasi kasus

f = Jumlah skor variabel penelitian

n = Jumlah skor dari nilai tertinggi sampel (Budiarto, 2004).

Uji Validitas dan Uji Realibilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang akan diukur. Dengan kata lain, suatu tes atau instrumen pengukur dapat

dikatakan mempunyai validitas yang tinggi jika alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut.

Butir-butir instrumen dianggap valid apabila koefisien korelasi (r hitung) $> r$ kritis (0,30) (Sugiyono dan Wibowo, 2004). Dengan penilaian :

1. Nilai $r = +1$ atau mendekati 1, maka korelasi antara X dan Y dikatakan positif dan sangat kuat sekali.
2. Nilai $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antara X dan Y dikatakan kuat dan negatif.
3. Nilai $r = 0$ atau mendekati 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian dilakukan dengan program SPSS 16.0. Butir pertanyaan yang sudah dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2005), atau nilai Cronbach Alpha $> 0,80$ (Kuncoro, 2003), maka pertanyaan tersebut dinyatakan *reliable*.
2. Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,60$ (Ghozali, 2005), atau nilai Cronbach Alpha $< 0,80$ (Kuncoro, 2003), maka pertanyaan tersebut dinyatakan *tidakreliable*.

Uji validitas dan reliabilitas akan dilakukan pada 37 orang konsumen RPA PT. Ciomas.

Metode Analisis Data

Untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang efisien dan tidak bias atau BLUE (*Best Linear Unbias Estimator*) dari satu persamaan regresi berganda dengan metode kuadrat terkecil (*least square*), maka perlu dilakukan pengujian untuk mengetahui model regresi yang dihasilkan memenuhi persyaratan asumsi klasik. Disini uji yang akan peneliti gunakan adalah uji yang umum, antara lain:

1. Suksesiv Interval, yaitu konversi data dari data ordinal menjadi data interval. Dalam konversi data ordinal menjadi data interval, peneliti menggunakan metode suksesif interval dengan bantuan software MSI yaitu STAT97.XLA.
2. Uji Normalitas Data.
Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data tersebut menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov test*, dengan syarat jika $\text{asympt sig (2-tailed)} > 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya jika $\text{asympt sig (2-tailed)} < 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal. Dan ini dilakukan melalui media komputer dengan menggunakan SPSS 16.0 for Windows.
3. Uji Multikolinieritas
Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (Ghozali, 2007). Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, dapat dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 10 , terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika VIF < 10 , tidak terjadi multikolinearitas (Wijaya, 2009).
4. Uji Heteroskedastisitas
Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah variabel pengganggu mempunyai varian yang sama atau tidak. Heteroskedastisitas mempunyai suatu keadaan bahwa varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan

dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi- Y sesungguhnya) yang telah distudentized. Dasar analisisnya adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya (Santosa & Ashari, 2005). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- b. Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negative

6. Analisa Regresi Berganda.

Rumus perhitungan persamaan regresi bergandanya adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

- Y : Kepuasan Konsumen
- X1 : Flexibility
- X2 : Responsivness
- b₀ : Nilai intercept (konstanta)
- b₁ b₂: Koefisien arah regresi

e : Standar error

7. Pengujian Koefisien Persamaan Regresi

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan bermakna atau tidak maka digunakan perhitungan uji statistik sebagai berikut:

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan merupakan uji statistik untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk uji F adalah jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, ini berarti tidak terdapat pengaruh simultan oleh variabel X dan Y, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima ini berarti terdapat pengaruh simultan oleh variabel X dan Y. Penentuan nilai kritis yang menentukan level of signifikan $\alpha = 5\%$. Nilai kritis F didapat dari tabel distribusi F dengan menggunakan tingkat signifikansi $5\% (\alpha = 0,05)$.

b. Uji Parsial (Uji t)

Langkah-langkah yang digunakan untuk uji t (uji parsial) adalah: Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, ini berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti ada pengaruh antara variabel X dan Y. Penentuan nilai kritis yang menentukan level of signifikan $\alpha = 5\%$. Nilai kritis t didapat dari tabel distribusi t dengan menggunakan tingkat signifikansi $5\% (\alpha = 0,05)$.

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi R² digunakan untuk mengetahui berapa persen Variasi Variabel

Dependent dapat dijelaskan oleh variasi variabel independent. Nilai R^2 initerletak antara 0 dan 1. Bila nilai R^2 mendekati 0, berarti sedikit sekali variasi variable dependen yang diterangkan oleh variable independen. Jika nilai R^2 bergerak mendekati 1 berarti semakin besar variasi variable dependent yang dapat diterangkan oleh variable Independen jika ternyata dalam perhitungan nilai R^2 sama dengan 0 maka ini menunjukkan bahwa variable dependent tidak bisa dijelaskan oleh variable independent.

Definisi Operasional

Data primer yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang bersifat kualitatif (data ordinal) sehingga untuk menghindari kesalahan dalam menggunakan variabel yang diukur, maka setiap variabel terlebih dahulu dioperasionalisasikan ke dalam konsep, indikator, tolok ukur dan skalanya sebagai berikut:

Kinerja *Operasional* (X), meliputi:

Fleksibilitas/*Flexibility*(X1), merupakan kemampuan RPA PT. Ciomas untuk beradaptasi dengan lingkungan pasar yang berubah, misalnya perubahan waktu permintaan dan jumlah atau kuantitas permintaan

daging ayam. Dimensi-dimensi pengukuran fleksibilitas antara lain:

- a) *Responsetime*, hal ini mengacu pada seberapa cepat RPA PT. Ciomas merespons perubahan permintaan pelanggan.
- b) *Production flexibility*, hal ini mengacu pada kemampuan RPA PT. Ciomas melayani perubahan permintaan pelanggan.

Responsivness(X2), berkaitan dengan kecepatan waktu respon RPA PT. Ciomas setiap perubahan. Dimensi pengukuran *responsivness* adalah:

- a) *Order fulfillment lead time*, hal ini mengacu pada kemampuan RPA PT. Ciomas untuk dapat melayani kebutuhan pelanggan melebihi waktu yang telah ditentukan.

Kepuasan Pelanggan (Y) adalah Kepuasan yang dirasakan oleh para pelanggan RPA PT. Ciomas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Pengujian terhadap pernyataan yang terdapat didalam kuesioner dilakukan melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian dilakukan dengan penyebarankuesioner tahap awal terhadap 30 orang responden yang merupakan pelanggan RPA PT. Ciomas di luar sampel.

Uji Validitas

Tabel 1. Rekapitulasi Uji Validitas Item-item Variabel penelitian

Variabel	Item	Korelasi Pearson Moment (r hitung)	Probabilitas	Keterangan
Kinerja Operasional (X)	X1.1	0,890	0,000	Valid
	X1.2	0,933	0,000	Valid
	X2.1	0,916	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,937	0,000	Valid
	Y2	0,901	0,000	Valid
	Y3	0,937	0,000	Valid
	Y4	0,935	0,000	Valid
	Y5	0,842	0,000	Valid
	Y6	0,929	0,000	Valid

Sumber; Data Primer yang diolah, 2013.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Rekapitulasi Uji Realibilitas Item-item Variabel penelitian

Variabel	Item	Nilai Alpha	Keterangan
Kinerja Operasional	X	0,899	Realibel
Kepuasan	Y	0,942	Realibel

Sumber; Data Primer yang diolah, 2013.

Uji reliabilitas dilakukan dengan teknik *alpha cronbach*. Dalam teknik ini instrumen diujicobakan pada 30 responden diluar sampel. Pengolahan teknik *acronbach* menggunakan bantuan software SPSS versi 16.00 *forwindows*.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 5. diatas, diperoleh nilai *acronbach* yang lebihbesar dari 0,60. Hal ini dapat disimpulkan kemungkinan terjadinya kesalahan pengukuran dalam kuesioner cukup rendah sehingga penggunaannya dapat diandalkan dan mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila penulis menyebarkan kuesioner secara berulang kali dalam waktu yang berlainan.

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini kuesioner disebarkan kepada konsumen RPA PT. Ciomas. Jumlah responden adalah sebanyak 37 orang yang terdiri dari kustomer yang rata-rata menjadi pelanggan diatas 2 tahun.

Berdasarkan usia, mayoritas umur sampel adalah berusia diatas 35 tahun yakni sebanyak 34 orang (92%) dan kebanyakan mereka adalah wanita yakni sebanyak 20 orang (54,1%). Sisanya sebanyak 3 orang (8%) berusia dibawah 35 tahun dan yang berjenis kelamin pria sebanyak 17 orang (92%).

Berdasarkan jenis usaha, diketahui bahwa sampel yang berusaha di bidang pengecer sebanyak 18 orang (46,7%),

usaha catering sebanyak 10 orang (27%) dan untuk yang menjadi responden dari penelitian ini mewakili usaha catering adalah pemilik usaha langsung, usaha restoran 7 orang (18,9%) dan yang menjadi responden pada penelitian ini mewakili usaha restoran adalah pemilik atau bagian pemasaran yang ditunjuk, sedangkan pelanggan swalayan ada sebanyak 2 orang (7,4%) dan yang menjadi responden pada penelitian ini mewakili swalayan adalah bagian pemasaran yang berkaitan langsung dengan pembelian barang di PT. Ciomas.

Hasil Analisis Data.

Deskripsi Hasil Penelitian

Dari pernyataan pada kuisioner yang telah diajukan kepada responden diperoleh berbagai macam tanggapan terhadap variabel kinerja operasional (X), kepuasan pelanggan (Y) dan loyalitas (Z). Berbagai tanggapan dari responden tersebut dapat disajikan sebagai berikut:

Variabel Kinerja Operasional (X)

Berdasarkan data yang diperoleh dari pelanggan RPA PT. Ciomas melalui kuesioner yang telah ditentukan, diperoleh deskripsi data mengenai sub variabel kinerja supply chain secara umum sebagai berikut:

a. *Flexibility*/Fleksibilitas

Tabel 3. Penilaian pelanggan terhadap tingkat Fleksibilitas RPA PT. Ciomas Makassar.

No.	Uraian	Skor	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Setuju	5	18	24,32	90
2	Setuju	4	22	29,73	88
3	Ragu-ragu	3	18	24,32	54
4	Tidak Setuju	2	16	21,63	32
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total			74	100	264

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2013

Total skor untuk penilaian pelanggan terhadap indikator fleksibilitas (kecepatan reaksi dalam memenuhi jumlah pesanan/pemintaan ayam) kinerja rantai pasok RPA PT. Ciomas yaitu 264, berada pada skor antara 222-296 yang berada pada kategori flexibel.

Hal ini berarti bahwa penilaian responden terhadap fleksibilitas kinerja operasional RPA PT. Ciomas tinggi, disebabkan karena RPA PT. Ciomas secara cepat mampu menanggapi perubahan permintaan para pelanggan dengan agregat yang berubah-ubah pula.

b. *Responsiveness*

Tabel 4. Penilaian Pelanggan terhadap Tingkat *Responsiveness* RPA PT. Ciomas

No.	Uraian	Skor	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Setuju	5	7	18,91	35
2	Setuju	4	13	35,13	52
3	Ragu-ragu	3	16	43,24	48
4	Tidak Setuju	2	1	2,70	2
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total			37	100	137

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2013

Total skor untuk penilaian pelanggan terhadap tingkat responsif RPA terhadap pelanggan yaitu 137, berada pada skala 111-148 yang berada pada kategori responsif. Dari penilaian tersebut dapat dikatakan bahwa RPA PT. Ciomas memiliki responsifitas terhadap keluhan pelanggan. RPA memang harus memiliki daya tanggap dan kecepatan yang tinggi dalam merespon segala permasalahan dan keluhan pelanggan yang sifatnya

spontan sehingga mampu memberikan umpan positif bagi RPA PT. Ciomas.

1. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
Berdasarkan data yang diperoleh dari pelanggan RPA PT. Ciomas melalui kuesioner yang telah ditentukan, diperoleh deskripsi data penelitian mengenai Kepuasan Pelanggan secara umum sebagai berikut

Tabel 5. Penilaian terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan RPA PT. Ciomas Makassar

No.	Uraian	Skor	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Setuju	5	96	43,24	480
2	Setuju	4	54	24,32	216
3	Ragu-ragu	3	55	24,78	165
4	Tidak Setuju	2	17	7,66	34
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total			222	100	895

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2013.

Variabel kepuasan pelanggan (Y) diukur dengan menggunakan 6 buah pertanyaan, dimana sistem skoring dilakukan dengan menggunakan skala Likert dengan interval skor 1 sampai dengan 5. Data pada Tabel 10. menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan RPA PT. Ciomas secara keseluruhan sudah sangat memuaskan dengan menjawab 96 jawaban atau 43,24% dengan jawaban sangat setuju.

Total skor yaitu 895 untuk penilaian terhadap kepuasan pelanggan terhadap kinerja operasional RPA PT. Ciomas. Skor mengenai kepuasan pelanggan RPA PT. Ciomas berada pada skor 888-1332 dengan kategori memuaskan.

Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik atas karyawan yang berpartisipasi dalam meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Pencapaian kepuasan pelanggan dapat dilihat dari hasil koefisien yang begitu signifikan. Karenanya, hal ini berarti bahwa penilaian responden terhadap kinerja operasional RPA PT. Ciomas secara keseluruhan sudah sangat memuaskan.

Analisa Hipotesa

Pengaruh Kinerja SCM (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model yang bersifat *fit* artinya model dapat menerangkan keragaman dari data yang digunakan untuk model regresi. Uji model *fit* dilakukan dengan menggunakan koefisien determinasi dan uji F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Uji model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang dihasilkan telah *fit* atau tidak. Model yang bersifat *fit* artinya model dapat menerangkan keragaman dari data yang digunakan untuk model regresi. Sedangkan koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam suatu model. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.

Uji F untuk menentukan apakah secara serentak/bersama-sama variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dengan baik atau apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pada tabel Anova dapat dilihat pengaruh variabel independen *flexibility*, *responsiveness* dan *Kualitas* terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan RPA PT. Ciomas secara simultan/bersama. Dimana setelah dilakukan

penganalisaan dengan SPSS 16.0 maka didapat output sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis untuk Uji simultan dengan F-Test ANOVA^b

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	658.809	3	219.603	52.370	.000 ^a
	Residual	138.380	33	4.193		
	Total	797.189	36			

t _{tabel}	= 1,041
R	= 0,609
R-square	= 0,726
Adjusted R-Square	= 0,811
F _{hitung}	= 52,370
Sig. F	= 0,000
F _{tabel}	= 1,401

a. Predictors: (Constant), flexibility (x1), responsiveness (x2),

b. Dependent Variable: Operasional_y

Uji signifikansi simultan/bersama-sama (uji statistik F) berdasarkan tabel 12. diatas menghasilkan nilai f hitung sebesar 52.370, sedangkan nilai f tabel pada taraf kepercayaan signifikansi 0,05 adalah 1,401 dengan demikian f hitung = 52,370 > f tabel = 1,401 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,01$). Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel flexibility (X₁), responsiveness (X₂) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan RPA PT. Ciomas.

Besarnya pengaruh flexibility (X₁), responsiveness (X₂), terhadap kepuasan konsumen dapat diketahui dari hasil perhitungan model Summary, khususnya nilai Adjusted R Square yang besaran nilainya adalah 0,811. Dari nilai ini dapat diartikan bahwa persentase pengaruh yang diberikan oleh variabel

flexibility (X₁), responsiveness (X₂) terhadap tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 81,1%, sedangkan 18,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam model ini.

Nilai F Hitung variabel flexibility (X₁), responsiveness (X₂), terhadap tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 219,603 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian dapat diketahui bahwa t hitung pengaruh flexibility (x1), responsiveness (x2) terhadap tingkat kepuasan pelanggan > t tabel yaitu 219,603 > 52,370. Sedangkan nilai signifikansinya < dari tingkat kesalahan 5% (0,05) yaitu 0,000 < 0,05, dengan demikian dinyatakan bahwa model tersebut layak untuk diuji lebih lanjut.

Tabel 7. Rekapitulasi Regresi Linier Berganda antara Variabel Bebas (X) secara Bersama-sama dengan Variabel Tetap (Y)

Variabel	B	beta	T	Sig.t	Ket	Asymp. Sig. (2-tailed)	VIF	DW
Flexibility (X1)	1,392	0,465	2,742	0,000	Signifikan	.065	1.088	
Responsiveness (X2)	1,705	0,294	1,898	0,000	Signifikan	.071	1.096	1.775
Kepuasan (Y)						.085		

Sumber: Data Primer yang diolah, 2013.

Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas pada tabel 13. diatas diketahui

bahwa nilai asymp sig (2-tailed) pada variabel flexibility (X₁), responsiveness

(X_2), dan kepuasan (Y) masing-masing adalah 0,065, 0,071, dan 0,085. Nilai-nilai tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan uji multikolinieritas pada tabel 13. di atas diketahui bahwa nilai *Value Inflation Factor* (VIF) dari variabel *flexibility* (X_1), *responsiveness* (X_2) masing-masing adalah 1,088, 1,096 dan 1,013 dan nilai ini < 10 , maka dapat dikatakan bahwa variabel independen tidak saling berkorelasi.

Bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan tabel di atas juga diketahui bahwa nilai Durbin-Watson (DW hitung) sebesar 1,775. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan DW hitung berada diantara -2 dan 2, yakni $-2 \leq DW \leq 2$ maka ini berarti tidak terjadi autokorelasi, sehingga kesimpulannya adalah Uji Autokorelasi terpenuhi.

Berdasarkan data pada tabel 13. di atas, dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,643 + 1,392 X_1 + 1,705 X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

- Konstanta sebesar (-) 0,643 menyatakan bahwa jika ada faktor *flexibility* (x_1), *responsiveness* (x_2), maka kepuasan konsumen RPA PT. Ciomas adalah (-) 0,643.
- Koefisien regresi *flexibility* (X_1) adalah 1,392, dimana nilai koefisien berpengaruh positif berarti jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai *flexibility* mengalami kenaikan 1%, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 1,392 poin.
- Koefisien regresi *responsiveness* (X_2) adalah 1,705, dimana nilai koefisien berpengaruh positif berarti jika variabel independen lain

nilainya tetap dan nilai *responsiveness* mengalami kenaikan 1%, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 1,705 poin.

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dimana pada penelitian ini untuk melihat pengaruh *flexibility* (X_1), *responsiveness* (X_2) terhadap kepuasan pelanggan RPA PT. Ciomas secara parsial/individual.

Berdasarkan tabel di atas, untuk hasil hipotesis dengan menggunakan t-test atau uji parsial, diperoleh nilai t hitung untuk variabel *flexibility* (X_1) sebesar 2,742 sedangkan t tabel pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5% atau 0,05) sebesar 1,401, dengan demikian $t \text{ hitung} = 2,742 < t \text{ tabel} = 1,401$ dan nilai signifikansi sebesar 0,010 ($p > 0,01$), yang berarti bahwa variabel *flexibility* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) RPA PT. Ciomas sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan H_a diterima, dan hipotesis ini telah teruji secara empiris. Hal ini dikarenakan *flexibility* (X_1), merupakan suatu kemampuan untuk secara efektif meningkatkan atau menurunkan agregat atau jumlah produksi dalam menanggapi permintaan pelanggan. *Fleksibilitas* volume contohnya dapat memerlukan koordinasi erat antara pengolah (RPA PT. Ciomas) dengan pemasok ayam hidup, terutama dalam menghadapi peningkatan permintaan yang secara langsung oleh konsumen yang berdampak pada kinerja operasional dengan mencegah *out-of-stock* kondisi produk yang tiba-tiba dalam permintaan tinggi dengan mencegah tingkat persediaan yang tinggi.

Selanjutnya untuk variabel *responsiveness* (X_2), memperoleh nilai t hitung sebesar 1,898 sedangkan t tabel adalah sebesar 1,401 dengan demikian $t \text{ hitung} = 1,898 > t \text{ tabel} = 1,401$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$).

Berdasarkan analisis di atas disimpulkan bahwa variabel *responsiveness* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan RPA PT. Ciomas, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis ini telah teruji secara empiris. Berdasarkan analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel *responsiveness* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan RPA PT. Ciomas, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis ini telah teruji secara empiris. Dimana diketahui bahwa kinerja operasional (*supply chain performance*) dengan indikator *responsiveness* (X_2) adalah daya tanggap dalam merespon setiap masalah atau keluhan sehingga perusahaan mampu mengatasi setiap permasalahan dengan tepat dan cepat dalam menanggapi kebutuhan pasar atau pelanggan dalam menuntut perubahan untuk meningkatkan atau mempertahankan keunggulan kompetitif. Semakin tinggi responsivitas suatu rantai pasok makan semakin tidak efisien suatu kinerja operasional dan sebaliknya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dibuat kesimpulan sebagai berikut: Ada pengaruh antara variabel kinerja operasional (*flexibility* (X_1), *responsiveness* (X_2)) terhadap kepuasan konsumen RPA PT. Ciomas baik secara simultan maupun parsial.

Variabel *flexibility* (X_1) merupakan variabel yang paling berpengaruh diantara variabel kinerja operasional terhadap kepuasan konsumen RPA PT. Ciomas.

Saran

Mengingat penelitian ini hanya merupakan studi kasus di RPA PT. Ciomas, maka selanjutnya perlu penelitian serupa pada perusahaan pemotongan unggas lainnya.

Semua usaha manajemen RPA PT Ciomas harus diarahkan pada tujuan

utama, yakni terciptanya kepuasan pelanggan dengan melakukan perbaikan pada variabel operasional yang dianggap penting yaitu variabel *flexibility* (x_1), karena kepuasan pelanggan akan berdampak terhadap tingginya loyalitas pelanggan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aghezzaf, E., 2005. *Capacity Planning and Warehouse Location in Supply chains with Uncertain Demand*. Journal of Operational Research Society 56: 453-462
- Brown, J.G., 1994. *Agroindustrial Investment and Operations*. Washinton: The World Bank
- Cahyono, Budhi. 2010. *Peningkatan Performa Perusahaan melalui Integrasi Supply chain pada Industri Kecil di Semarang*. Jurnal Ekonomi Bisnis. Semarang. Fakultas Ekonomi-Universitas Islam Sultan Agung.
- Chopra, S dan P. Meindl. 2001. *Supply chain Management: Strategi, Planning and Operation*. Prentice-Hall, Inc., New Jersey.
- Gigler, J.K., E.M.T. Hendrix, R.A. Heesen, V.G.W. van den Hazelkamp, and G. Meerdink. 2002. *On Optimisation of Agri Chains by Dynamic Programming*. European J. Operational Research 139: 613-625
- Indrajit, RE dan R. Djokopranoto. 2003. *Konsep Manajemen Supply chain : Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang*. PT Grasindo, Jakarta
- Irmawati. 2007. *Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap*

- Kinerja Di PTPN VIII Gunung Mas Bogor.*** Fakultas Ekonomi Dan Manajemen-Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Kotler, P. 2002. ***Manajemen Pemasaran.*** Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2003. ***Dasar-Dasar Pemasaran,*** Edisi Kesembilan. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, dan Chin Tiong Tan. 2000. ***Manajemen Pemasaran Perspektif Asia. Buku I.*** (alihbahasa Fandy Tjiptono). Cetakan Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lestari, Purbasari Indah .2009. ***Kajian Supply chain Management: Relationship Management antara Peternakan Pamulihan Farm dengan Pemasok dan Pelanggannya.*** Fakultas Ekonomi dan Manajemen-Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Nababan, Esther Fibrayanti. 2010. ***Analisis Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan (SCM) terhadap Loyalitas Konsumen Swalayan Maximart Thamrin Plaza Medan.*** Jurnal Majemen Universitas Sumatera Utara.
- Pujawan, I Nyoman .2005. ***Supply chain Management.*** Guna Widya, Surabaya.
- Setiawan, Dodi, 2003. ***Analisis Value Chain dan Keunggulan Kompetitif.*** Majalah Usahawan No. 05 Edisi XXXII.
- Simchi-Levi, D. Kaminsky, P. Simchi-Levi, E. 2003. ***Designing, and Managing The Supply chain : Concepts, Strategies and Case Studies.*** McGraw-Hill, New York.
- Stevanov, Ilia and Tuire Blanco. 2006. ***Supply Chain Strategy As Part of Customer Satisfaction (Case: S-Market Metsakangas).*** Lahti University of Applied Sciences, Finlandia.