

The Role of Strategic Purchasing, Internal Integration, Information Sharing, and Supplier Development on Firm Performance: A Case Study of SMEs in Traditional Markets

Ikhwansyah Syakur Ma'mun¹, Muhammad Izzat Firdausi²

¹Universitas Islam Indonesia, ²UIN K.H. Abdurrahman Wahid pekalongan²
Email: 17911031@students.uui.ac.id¹, Muhammad.izzatfirdausi@uingusdur.ac.id²

<https://doi.org/10.28918/sahmiyya.v5i1.07>

Received: 23 May 2026; Revised: 30 May 2026; Accepted: 31 May 2026

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Strategic Purchasing* (Pembelian Strategis), *Internal Integration* (Integrasi Internal), *Information Sharing* (Berbagi Informasi), dan *Supplier Development* (Pengembangan Pemasok) terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di pasar tradisional Kabupaten Sleman. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian adalah UMKM di pasar tradisional yang dikelola oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman yang terdiri atas 42 pasar dalam 5 Unit Pelaksana Teknis (UPT). Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 200 responden UMKM. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 melalui pengujian validitas, reliabilitas, serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Strategic Purchasing* dan *Internal Integration* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kinerja UMKM, yang mengindikasikan perlunya variabel mediasi seperti integrasi pemasok; (2) *Supplier Development* merupakan faktor yang paling dominan dan kritis dalam meningkatkan kinerja UMKM; serta (3) *Information Sharing* menunjukkan arah pengaruh negatif meskipun tidak signifikan, yang menjadi perhatian penting bagi UMKM dalam praktik berbagi informasi. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan hubungan jangka panjang dengan pemasok melalui pelatihan, evaluasi formal, dan komunikasi berkelanjutan merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kinerja UMKM. Selain itu, UMKM perlu menerapkan pengelolaan informasi yang lebih hati-hati dengan memperhatikan keamanan data dan meminimalkan risiko kebocoran informasi.

Kata Kunci: Pembelian Strategis; Integrasi Internal; Berbagi Informasi; Pengembangan Pemasok; Kinerja UMKM; Pasar Tradisional

ABSTRACT: This study aims to analyze the influence of *Strategic Purchasing*, *Internal Integration*, *Information Sharing*, and *Supplier Development* on the performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in traditional markets in Sleman Regency. This study is a quantitative study with a survey approach. The research population is MSMEs in traditional markets managed by the Sleman Regency Industry and Trade Office, consisting of 42 markets in 5 Technical Implementation Units (UPT). The research sample was determined using a purposive sampling technique with a total of 200 MSME respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires measured using a five-point Likert scale, ranging from strongly disagree to strongly agree. The data obtained were analyzed using SPSS version 25 software through validity and reliability testing, as well as multiple linear regression analysis. The results of the study indicate that: (1) *Strategic Purchasing* and *Internal Integration* do not have a direct significant effect on MSME performance, which indicates the need for mediating variables such as supplier integration; (2) *Supplier Development* is the most dominant and critical factor in improving MSME performance; and (3) *Information Sharing* shows a negative influence, although not significant, which is an important concern for MSMEs in information sharing practices. These findings indicate that developing long-term relationships with suppliers through training, formal evaluation, and ongoing communication is an effective strategy for improving MSME performance. In addition, MSMEs need to implement more careful information management by paying attention to data security and minimizing the risk of information leaks.

Keywords: *Strategic Purchasing; Internal Integration; Information Sharing; Supplier Development; MSME Performance; Traditional Markets*

1. PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor bisnis yang tahan terhadap krisis ekonomi. Hal tersebut dapat terjadi karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu bergantung pada modal besar, pinjaman dari luar negeri, maupun penggunaan mata uang asing yang paling berpotensi terdampak krisis. Hingga saat ini, UMKM memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Peran ini sesuai dengan tujuan UMKM yang ada dalam UU Pasal 3 No. 20 tahun 2008, bahwa “Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan” (Republik Indonesia., 2008). Pada tahun 2018, jumlah pelaku UMKM di Indonesia diprediksi mencapai 58,97 juta berdasarkan data dari Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Badan Pusat Statistik, dan *United Nations Population Fund* (Smartlegal.id., 2019).

Supply Chain Management (SCM) memiliki tujuan utama untuk menyelaraskan permintaan dan penawaran secara efisien. Guna mengetahui efektivitas SCM terhadap peningkatan kinerja organisasi, SCM diukur oleh empat konsep: pengembangan pemasok, manajemen kontrak, manajemen hubungan pemasok, dan keterlibatan pemasok awal (ESI) (Chepng'etich, Waiganjo, & Karani, 2016). Menurut Suresh (2006), *Strategic Purchasing* didefinisikan sebagai demonstrasi dari peran strategis pembelian dalam perencanaan jangka panjang perusahaan. *Internal Integration* dengan yang departemen lain ditemukan lebih sering ditemukan pada perusahaan ketika manajer pembelian mengambil peran yang proaktif (Giménez Thomsen, 2005) Integrasi internal ini juga terbukti dapat meningkatkan kinerja bisnis (Koufteros, 2005).

Teori *Supply Chain Integration* menjelaskan bahwa kinerja organisasi dapat ditingkatkan melalui integrasi yang efektif baik di dalam perusahaan maupun dengan mitra eksternal dalam rantai pasok. Semakin tinggi tingkat integrasi rantai pasok yang tercipta, semakin besar peluang perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kinerja bisnis. Dalam penelitian ini, *internal integration* didefinisikan sebagai koordinasi, kolaborasi, dan penyelarasan informasi antarbagian dalam perusahaan untuk mendukung efektivitas proses supply chain. *Information sharing with suppliers* atau berbagi informasi dengan pemasok merupakan bentuk komunikasi yang efektif antara perusahaan dan pemasok. Praktik ini penting untuk mempertahankan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan, sehingga dapat meningkatkan kinerja *supply chain* (Paulraj, 2008). *Supplier* merujuk pada praktik pengembangan pemasok yang bertujuan untuk memperkuat hubungan dengan pemasok utama dan membatasi risiko perilaku oportunistik. Menurut Dyer (1998), ketika perusahaan berinvestasi pada aset dan melakukan berbagi pengetahuan dengan pemasok, risiko oportunistik dapat berkurang. Hubungan semacam ini pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan sekaligus mengurangi ketidakpastian dalam *supply chain*.

Penelitian yang dilakukan oleh Kim (2015) menggunakan variabel independen *strategic sourcing* dan *E-procurement*, dan variabel dependen kinerja perusahaan. Hasil penelitian mengkonfirmasi bahwa *Strategic Sourcing* dan pengadaan elektronik memiliki efek positif pada kinerja perusahaan. Sebagai tambahan, *E-procurement* juga ditemukan memiliki dampak positif pada *Strategic Sourcing*. Penelitian yang dilakukan oleh Smeltzer (1999) dengan variabel independen *Branchmarking* dan *Strategic Purchasing* dan Variabel dependen *Firm Performance* menunjukkan bahwa *benchmarking* secara

positif dan signifikan berpengaruh terhadap *Strategic Purchasing* dan kinerja perusahaan.

Sebagian penelitian terdahulu berfokus pada perusahaan berskala besar yang memiliki sistem pengadaan dan rantai pasok yang relatif matang. Penelitian Kim (2015) dan Smeltzer (1999), dilakukan pada perusahaan yang telah menerapkan *strategic sourcing*, *e-procurement*, *benchmarking*, dan *strategic purchasing* dalam lingkungan bisnis yang lebih modern. Kondisi tersebut berbeda dengan UMKM di pasar tradisional yang umumnya memiliki keterbatasan sumber daya, teknologi, dan sistem informasi. Selain itu, hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya inkonsistensi temuan mengenai pengaruh praktik *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan. Beberapa penelitian menemukan pengaruh positif dan signifikan, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa tidak semua praktik tersebut mampu meningkatkan kinerja organisasi secara signifikan. Perbedaan karakteristik organisasi, sektor usaha, dan lingkungan bisnis diduga menjadi penyebab munculnya perbedaan hasil tersebut.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan penelitian baik secara kontekstual maupun empiris. Secara kontekstual, penelitian ini difokuskan pada UMKM yang beroperasi di pasar tradisional Kabupaten Sleman, yang masih relatif jarang menjadi objek kajian dibandingkan perusahaan manufaktur atau perusahaan besar. Penelitian ini berfokus pada *Strategic Purchasing*, *Internal Integration*, *Information Sharing*, dan *Supplier Development* dalam meningkatkan kinerja UMKM di pasar tradisional. penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor *supply chain management* yang berperan dalam meningkatkan kinerja UMKM serta memperkaya literatur mengenai pengelolaan rantai pasok pada sektor usaha kecil dan menengah.

2. TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1 *Strategic Purchasing*

Dalam meningkatnya ketidakpastian dalam lingkungan bisnis akibat globalisasi, praktik *outsourcing*, serta siklus hidup produk yang semakin pendek membuat fungsi pembelian memiliki peran yang semakin strategis. Pembelian tidak lagi hanya dipandang sebagai aktivitas administratif, tetapi juga sebagai fungsi yang mampu menjembatani hubungan antara perusahaan dengan berbagai mitra bisnisnya (Suresh, 2006).

Daoud (2019) menganalisis penerapan *e-procurement* pada UMKM serta hubungannya dengan *top management support*, hambatan teknologi informasi, dan *strategic purchasing*. Penelitian tersebut juga menguji dampaknya terhadap *procurement process performance* dan *business performance*. Data penelitian dikumpulkan dari 199 manajer UMKM manufaktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-procurement* pada UMKM memiliki hubungan yang signifikan dengan *top management support*, hambatan teknologi informasi, dan *strategic purchasing*. Selain itu, *e-procurement* juga memiliki hubungan positif dengan *procurement process performance* dan *business performance*. Penelitian (Daoud, 2019) didukung oleh penelitian (Vaidya, 2016), (Baryannis, 2018) dan (Abualrob, 2018). yang menekankan pentingnya pengelolaan pembelian secara strategis dalam meningkatkan efektivitas proses pengadaan dan kinerja perusahaan. Sejalan dengan teori *Supply Chain Integration* yang menekankan pentingnya integrasi rantai pasok dalam meningkatkan kinerja organisasi serta temuan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan:

H1: *Strategic Purchasing* berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM

2.2 Internal Integration.

Internal integration merupakan kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan aktivitas, informasi, dan koordinasi antarbagian di dalam organisasi. Ketika fungsi pembelian diposisikan sebagai fungsi strategis, komunikasi internal antara bagian pembelian dan departemen lain akan terjadi lebih sering dan lebih mendalam (Krafcik, 1988). Integrasi dengan departemen lain juga lebih banyak ditemukan pada perusahaan ketika manajer pembelian mengambil peran yang proaktif. Kondisi tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan (Giménez Thomsen, 2005; Koufteros, 2005). Birasnav (2019) menjelaskan bahwa internal integration mencerminkan adanya komunikasi lintas fungsi antara bagian pembelian dan fungsi lainnya, serta adanya proses pengambilan keputusan yang terintegrasi. Dengan kata lain, internal integration tidak hanya berkaitan dengan komunikasi, tetapi juga mencakup kolaborasi, koordinasi, dan penyelarasan aktivitas antarbagian dalam perusahaan.

Birasnav (2019) mengkaji hubungan antara kepemimpinan strategis dan integrasi rantai pasok, yang meliputi internal integration dan supplier integration, dalam konteks implementasi teknologi manufaktur canggih. Penelitian tersebut menggunakan data dari 107 perusahaan manufaktur kecil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *transactional leadership* berhubungan positif dengan internal integration dalam perusahaan manufaktur. Sementara itu, *transformational leadership* berhubungan positif dengan integrasi mitra rantai pasok eksternal. Penelitian (Birasnav, 2019) juga didukung penelitian Appiah-Nimo (2018), Ataseven (2017) dan Abousamra (2016) yang menunjukkan bahwa integrasi internal berperan penting dalam memperkuat koordinasi organisasi dan meningkatkan efektivitas rantai pasok.

H2: *Internal Integration* berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM

2.3 Information Sharing With Suppliers

Praktik berbagi informasi dan komunikasi penting untuk mempertahankan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan serta meningkatkan kinerja *supply chain* (Paulraj, 2008). Penelitian Sahin (2002) menjelaskan bahwa kajian mengenai *information sharing* dalam *supply chain* telah banyak dibahas secara komprehensif. Penelitian tersebut menekankan bahwa berbagi informasi dengan pemasok merupakan bagian penting dari koordinasi rantai pasok, karena dapat membantu perusahaan dan pemasok dalam menyelaraskan kebutuhan, perencanaan, serta proses pengambilan keputusan.

Joensuu-Salo (2019) menginvestigasi bagaimana *information sharing* dan *supplier integration* dalam *buyer-supplier relationship* memengaruhi kinerja pemasok pada konteks perusahaan kecil. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan *Bayesian Belief Network* untuk menganalisis pengaruh komitmen, berbagi informasi, dan penggunaan informasi terhadap *supplier performance*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *buyer-supplier relationship integration* dan *information sharing* tidak berasosiasi secara signifikan dengan kinerja finansial pemasok secara keseluruhan. Namun, *buyer-supplier relationship integration* memiliki hubungan positif dengan *non-financial performance* pemasok. Selain itu, *information sharing* dalam perspektif inovasi, baik dalam bentuk pemberian maupun penerimaan informasi, juga menunjukkan hubungan positif dengan *non-financial performance* pemasok. Penelitian Joensuu-Salo (2019) didukung oleh penelitian Hur (2016) dan Ligon (2017), yang menunjukkan bahwa berbagi informasi dengan pemasok dapat memperkuat hubungan kolaboratif dan meningkatkan aspek non-finansial dalam kinerja pemasok. Namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Titah (2016), sehingga menunjukkan adanya perbedaan temuan mengenai pengaruh *information sharing* terhadap kinerja.

H3: *Information Sharing with Suppliers* berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.

2.4 Supplier Development

Praktek pengembangan pemasok ditujukan untuk memperkuat hubungan dengan pemasok utama sehingga risiko perilaku oportunistik terbatas. Dyer (1998) menyatakan bahwa ketika perusahaan berinvestasi pada aset khusus hubungan dan melakukan berbagi pengetahuan dengan pemasok, risiko oportunistik dapat berkurang. Hubungan yang dibangun melalui investasi dan pertukaran pengetahuan tersebut dapat meningkatkan kinerja perusahaan serta mengurangi ketidakpastian dalam rantai pasok.

Dalam penelitian ini, definisi *supplier development* mengacu pada Krause D. R. Krause, (1999) yaitu segala aktivitas yang dilakukan pembeli untuk meningkatkan kinerja pemasok dan/atau kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pasokan jangka pendek atau jangka panjang pembeli.

Bashir Mohamud (2019). mengkaji pengaruh *supplier relationship management* terhadap kinerja finansial organisasi manufaktur. Penelitian tersebut mencakup tiga aspek utama, yaitu *supplier development*, *supplier segmentation*, dan *information sharing*. Data dikumpulkan dari 172 staf organisasi manufaktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *supplier development* memiliki pengaruh sebesar 20,6% terhadap kinerja finansial dan dinyatakan signifikan dengan nilai signifikansi $0,035 < 0,05$. Sementara itu, *supplier segmentation* hanya memiliki pengaruh sebesar 0,8% dan tidak signifikan dengan nilai signifikansi 0,273. Adapun *information sharing* memiliki pengaruh sebesar 5,4% terhadap kinerja finansial dan dinyatakan signifikan dengan nilai signifikansi $0,041 < 0,05$. Penelitian ini didukung oleh penelitian Dalvi (2018) dan Nyaberi (2018), yang menegaskan bahwa pengembangan pemasok merupakan salah satu strategi penting dalam pengelolaan hubungan pemasok.

H4: *Supplier Development* berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.

2.5 Kinerja UMKM

Kinerja merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan referensi pada jumlah standar seperti biaya - biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya (Srimindarti, 2004). UMKM juga memiliki tujuan pemberdayaan yang tepat seperti yang diatur dalam undang-undang pasal 5 No. 20 tahun 2008 yaitu "mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan; menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang Tangguh dan mandiri; dan meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan"(Republik Indonesia., 2008). Srimindarti (2004) menjelaskan bahwa pengukuran kinerja perusahaan tidak hanya berfokus pada hasil akhir (*output*) tetapi juga pada proses, efisiensi, dan akuntabilitas dalam periode tertentu. Dengan demikian penilaian kinerja memiliki fungsi ganda: sebagai alat kontrol untuk menekan perilaku menyimpang dan sebagai alat motivasi untuk mendorong perilaku positif melalui umpan balik dan penghargaan.

3. METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di pasar tradisional serta dikelola oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman. Adapun sampel dari penelitian ini

menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria sampel yang ditetapkan: (1) UMKM yang aktif beroperasi di pasar tradisional Kabupaten Sleman yang dikelola oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan; (2) Pemilik atau pengelola usaha yang memahami aktivitas pembelian, pengadaan barang, dan hubungan dengan pemasok. Jumlah pasar yang dikelola oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sleman adalah 42 pasar yang terbagi dalam 5 UPT yang tersebar di seluruh Sleman. Menurut Hair (2014) penentuan jumlah sampel dalam penelitian kuantitatif dapat mengacu pada jumlah indikator yang digunakan, yaitu sekitar 5 sampai 10 kali jumlah indikator penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 30 indikator, sehingga jumlah sampel yang disarankan berkisar antara 150 sampai 300 responden. Peneliti melakukan wawancara serta menyebarkan Kuesioner dalam mendapatkan data penelitian. Skala Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Skala Linkert dengan Skala 1-5 poin untuk seluruh pertanyaan:

1. = Sangat Tidak Setuju
2. = Tidak Setuju
3. = Netral / Ragu-ragu
4. = Setuju
5. = Sangat Setuju

Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 200 UMKM yang terdapat di pasar tradisional Kabupaten Sleman. Distribusi responden dilakukan secara proporsional berdasarkan jumlah UMKM pada masing-masing wilayah pasar sehingga dapat merepresentasikan karakteristik UMKM di pasar tradisional Kabupaten Sleman. Data dianalisis dengan menggunakan metode SPSS versi 25.

Indicator yang digunakan dalam penelitian ini berupa:

1. Variabel Strategic Purchasing
 - a. Kami menjalin hubungan kerja sama jangka panjang
 - b. Kami melibatkan pemasok dalam proses perencanaan strategis
 - c. Kami menyelesaikan masalah bersama-sama dengan pemasok secara kolaboratif
 - d. Kami memberikan bimbingan atau pelatihan kepada pemasok untuk meningkatkan kualitas produk
 - e. Kami melakukan evaluasi kinerja pemasok secara berkala dan berkelanjutan
 - f. Kami memprioritaskan kualitas barang sebagai kriteria utama dalam memilih pemasok
 - g. Kami mengevaluasi kepatuhan pemasok terhadap waktu pengiriman yang telah disepakati
 - h. Kami mempertimbangkan harga/biaya yang kompetitif
 - i. Kami menilai reputasi dan posisi pasar pemasok sebelum menjalin kerja sama
 - j. Kami mempertimbangkan lokasi geografis pemasok untuk efisiensi distribusi
 - k. Kami meninjau catatan kinerja historis pemasok sebagai bahan evaluasi
 - l. Fungsi pembelian di perusahaan kami terintegrasi dalam proses perencanaan strategis perusahaan
 - m. Keputusan pembelian di perusahaan kami melibatkan manajemen puncak (top management)
 - n. Kami mengklasifikasikan item pembelian berdasarkan nilai dan risiko pasokan
 - o. Kami melakukan penilaian risiko pemasok untuk memastikan profitabilitas perusahaan
2. Integrasi Internal
 - a. Keputusan pasokan dibuat berdasarkan rencana yang disepakati
 - b. Kami memiliki sistem yang mendukung responsivitas terhadap kebutuhan internal
 - c. Kami melakukan integrasi kapasitas sumber daya secara terkoordinasi

- d. Karyawan memiliki komitmen bersama untuk mencapai tujuan perusahaan
 - e. Tim saling mempercayai dalam pelaksanaan tugas sehari-hari.
3. Information Sharing
 - a. Kami memberitahukan mitra usaha terlebih dahulu mengenai perubahan kebutuhan
 - b. Mitra usaha kami menjaga kami tetap terinformasi sepenuhnya tentang isu-isu yang mempengaruhi bisnis kami
 - c. Kami dan mitra usaha saling bertukar informasi yang berguna dalam perencanaan bisnis
 - d. Informasi yang kami terima dari mitra usaha bersifat akurat dan dapat dipercaya
 - e. Kami dan mitra usaha saling menginformasikan perkembangan yang dapat mempengaruhi bisnis satu sama lain
 - f. Mitra kami membagikan informasi kepemilikan (proprietary) kepada kami
 - g. Mitra kami membagikan pengetahuan tentang proses bisnis inti kepada kami
 4. Supplier Development
 - a. Usaha kami sudah lama bermitra dengan pemasok langganan
 - b. Kami biasa berdiskusi dengan pemasok jika ada masalah dagangan
 - c. Pemasok dilibatkan saat kami merencanakan stok barang
 - d. Kami memberi tahu pemasok jika ada kekurangan dalam pengiriman barang
 5. Kinerja UMKM
 - a. Usaha saya mengalami perkembangan yang lebih baik dibandingkan tahun sebelumnya
 - b. Target penjualan yang saya tetapkan dapat tercapai dengan baik
 - c. Laba bersih usaha saya meningkat setiap periode
 - d. Usaha saya mampu mempertahankan pelanggan setia dalam jangka Panjang
 - e. Saya mampu memberikan upah yang layak kepada karyawan

4. HASIL

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Sig. (2-tailed)	Keterangan
<i>Strategic Purchasing</i>	15	0,000	Valid
<i>Internal Integration</i>	5	0,000	Valid
<i>Information Sharing</i>	7	0,000	Valid
<i>Supplier Development</i>	4	0,000	Valid
Kinerja UMKM	5	0,000	Valid

Pengujian dalam penelitian ini dinyatakan valid karena nilai signifikan semua pertanyaan berada di bawah 0,05. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,858 termasuk dalam kategori reliabilitas yang tinggi.

No.	Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>
1.	<i>Strategic Purchasing</i>	0,851
2.	<i>Internal Integration</i>	0,738
3.	<i>Information Sharing With Suppliers</i>	0,780
4.	<i>Supplier Development</i>	0,727
5.	Kinerja UMKM	0,765

Pengujian dalam penelitian ini dinyatakan Realible karena nilai Alpha Cronbach signifikan semua Variabel berada diatas 0,7.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi > 0,05. Sehingga penelitian ini berdistribusi Normal dikarenakan nilai signifikansi 0,200>0,05.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	200
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

b. Uji Multikolinearitas

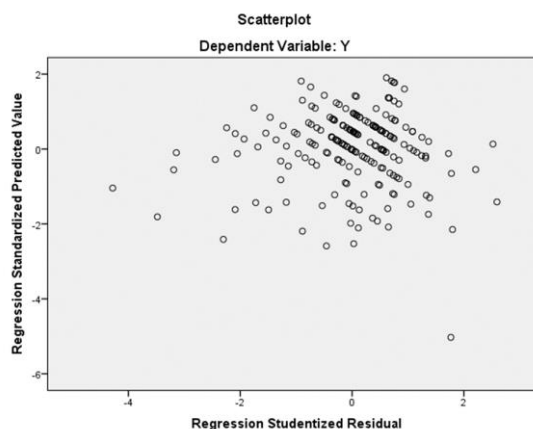
Kriteria Penilaian dengan nilai tolerance > 0,10 dan nilai variance Inflation Factor (VIF) < 10. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dikarenakan Tolerance> 0,10 dan VIF < 10.

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Strategic Purchasing</i>	,748	1,337
<i>Internal Integration</i>	,837	1,194
<i>Information Sharing With Suppliers</i>	,426	2,349
<i>Supplier Development</i>	,413	2,418

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

c. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji Scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di sekitar angka nol (0) pada sumbu Y serta tidak membentuk pola yang jelas, seperti pola melebar, menyempit, atau bergelombang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi.

3. Uji Hipotesis
a. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,669	1,373		4,129	,000
Strategic Purchasing	-,044	,064	-,104	-,685	,494
Internal Integration	,422	,236	,374	1,792	,075
Information Sharing With Suppliers	-,155	,132	-,181	-1,171	,243
Supplier Development	,806	,062	,699	12,894	,000

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Uji t adalah uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan dari penelitian di atas menunjukkan bahwa:

- a. Nilai koefisien regresi sebesar -0,044 dengan nilai signifikansi 0,494. Koefisien bernilai negatif menunjukkan bahwa *Strategic Purchasing* memiliki hubungan yang berlawanan arah dengan Kinerja UMKM. Apabila nilai *Strategic Purchasing* meningkat sebesar satu satuan, maka nilai Kinerja UMKM akan menurun sebesar 0,044 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap (*ceteris paribus*). Nilai signifikansi 0,494 lebih besar dari 0,05, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM secara parsial, H_0 diterima, H_1 ditolak.
- b. Nilai koefisien regresi sebesar 0,422 dengan nilai signifikansi 0,075. Koefisien bernilai positif menunjukkan bahwa *Internal Integration* memiliki hubungan yang searah dengan Kinerja UMKM. Apabila nilai *Internal Integration* meningkat sebesar satu satuan, maka nilai Kinerja UMKM akan meningkat sebesar 0,422 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap. Nilai signifikansi 0,075 lebih besar dari 0,05, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM secara parsial, H_0 diterima, H_2 ditolak.
- c. Nilai koefisien regresi sebesar -0,155 dengan nilai signifikansi 0,243. Koefisien bernilai negatif menunjukkan bahwa *Information Sharing With Suppliers* memiliki hubungan yang berlawanan arah dengan Kinerja UMKM. Apabila nilai *Information Sharing With Suppliers* meningkat sebesar satu satuan, maka nilai Kinerja UMKM akan menurun sebesar 0,155 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap. Nilai signifikansi 0,243 lebih besar dari 0,05, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM secara parsial, H_0 diterima, H_3 ditolak.
- d. Nilai koefisien regresi sebesar 0,806 dengan nilai signifikansi 0,000. Koefisien bernilai positif menunjukkan bahwa *Supplier Development* memiliki hubungan yang searah dengan Kinerja UMKM. Apabila nilai *Supplier Development* meningkat sebesar satu satuan, maka nilai Kinerja UMKM akan meningkat sebesar 0,806 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap. Nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga

berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM secara parsial. Nilai ini merupakan nilai tertinggi di antara keempat variabel, yang mengindikasikan bahwa *Supplier Development* memiliki kontribusi paling dominan terhadap Kinerja UMKM. Nilai ini sangat besar dibandingkan nilai t-tabel (pada derajat bebas tertentu), yang semakin menguatkan bukti bahwa pengaruh *Supplier Development* terhadap Kinerja UMKM bersifat sangat kuat dan signifikan, H_0 ditolak, H_4 diterima.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	805,696	4	201,424	57,002	,000 ^b
Residual	689,059	195	3,534		
Total	1494,755	199			

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

b. Predictors: (Constant), *Internal Integration*, *Strategic Purchasing*, *Information Sharing With Suppliers*, *Supplier Development*

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 57,002 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini layak digunakan. Dengan demikian, variabel *Strategic Purchasing*, *Internal Integration*, *Information Sharing with Suppliers*, dan *Supplier Development* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM di pasar tradisional Kabupaten Sleman.

c. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji R² atau koefisien determinasi adalah ukuran statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,734 ^a	,539	,530	1,87980

a. Predictors: (Constant), *Internal Integration*, *Strategic Purchasing*, *Information Sharing With Suppliers*, *Supplier Development*

b. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Nilai R sebesar 0,734 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen (*Strategic Purchasing*, *Internal Integration*, *Information Sharing With Suppliers* dan *Supplier Development*) dengan variabel dependen (Kinerja UMKM) bersifat kuat dan searah, mengingat nilai R mendekati angka 1 (yaitu 0,734 dari rentang 0 sampai 1).

4. Pembahasan

1. Pengaruh *Strategic Purchasing* (X_1) terhadap Kinerja UMKM

Hasil Penelitian: Tidak berpengaruh signifikan (koefisien -0,044; sig. 0,494). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Strategic Purchasing* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Temuan ini menarik karena bertentangan dengan sebagian besar literatur yang ada. Penelitian oleh Zhao & Xu (2017) menemukan bahwa *Strategic Purchasing* hanya mampu mendorong *Supplier Communication* (komunikasi pemasok), tetapi tidak secara langsung meningkatkan *Supplier Focus* atau *Supplier Involvement*. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh *Strategic Purchasing* terhadap kinerja mungkin tidak bersifat langsung (langsung), melainkan melalui variabel mediasi tertentu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam meningkatnya ketidakpastian dalam lingkungan bisnis akibat globalisasi, praktik outsourcing, serta siklus hidup produk yang semakin pendek membuat fungsi pembelian memiliki peran yang semakin strategis. Pembelian tidak lagi hanya dipandang sebagai aktivitas administratif, tetapi juga sebagai fungsi yang mampu menjembatani hubungan antara perusahaan dengan berbagai mitra bisnisnya (Suresh, 2006). Tanpa faktor-faktor tersebut, *Strategic Purchasing* tidak akan memberikan dampak signifikan terhadap kinerja. Karakteristik UMKM pasar tradisional yang informan, sederhana, dan terbatas dalam hal teknologi menyebabkan *Strategic Purchasing* belum menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kinerja. Diperlukan transformasi digital dan peningkatan kapasitas manajemen terlebih dahulu agar *Strategic Purchasing* dapat berfungsi optimal.

Berbeda dengan penelitian oleh Daoud (2019) yang menyatakan terdapat hubungan signifikan antara *e-procurement* di UMKM dengan *Top Management Support*, hambatan IT dan *Strategic Purchasing* dan *E-Procurement* memiliki hubungan positif dengan *Procurement Process Performance* dan *Business Performance*. Penelitian Daoud (2019) didukung oleh penelitian Vaidya (2016), Baryannis (2018) dan Abualrob (2018). Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa di konteks UMKM, strategi pembelian strategis belum efektif jika tidak didukung oleh praktik lain seperti integrasi internal atau pengembangan pemasok, karena jika dilihat dari perspektif Teori *Supply Chain Integration*, *Strategic Purchasing* merupakan mekanisme integrasi eksternal yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan apabila didukung oleh koordinasi banyak pihak. Namun, pada konteks UMKM pasar tradisional Kabupaten Sleman, fungsi pembelian masih cenderung bersifat transaksional dan berorientasi pada pemenuhan kebutuhan jangka pendek, sehingga belum berkembang menjadi sarana integrasi rantai pasok yang efektif.

2. Pengaruh Internal Integration (X_2) terhadap Kinerja UMKM

Hasil Penelitian: Tidak berpengaruh signifikan (koefisien 0,422; sig. 0,075 - mendekati). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Internal Integration* memiliki arah pengaruh positif terhadap kinerja UMKM, namun secara statistik tidak signifikan pada $\alpha = 0,05$ (nilai signifikansi 0,075 mendekati batas signifikansi). Penelitian oleh Zhao & Xu (2017) menemukan bahwa dukungan manajemen puncak (*Top Management Support*) tidak secara signifikan mempengaruhi *Supplier Involvement*, yang mengindikasikan bahwa integrasi internal tidak selalu memiliki efek langsung yang kuat terhadap kinerja tanpa adanya faktor pendukung lainnya.

Hal ini menunjukkan bahwa integrasi internal berpotensi mempengaruhi kinerja, tetapi memerlukan faktor pendukung lain atau waktu yang lebih lama untuk menunjukkan dampaknya. *Internal integration* merupakan kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan aktivitas, informasi, dan koordinasi

antarbagian di dalam organisasi. Ketika fungsi pembelian diposisikan sebagai fungsi strategis, komunikasi internal antara bagian pembelian dan departemen lain akan terjadi lebih sering dan lebih mendalam (Krafcik, 1988). Dalam konteks UMKM pasar tradisional, kelemahan hasil ini dapat dijelaskan oleh Skala usaha kecil yang belum membutuhkan integrasi internal formal, Keterbatasan sumber daya untuk mengimplementasikan integrasi internal, Sifat komplementer integrasi internal dengan integrasi eksternal dan Waktu implementasi yang lebih panjang untuk menunjukkan dampak.

Nilai signifikansi 0,075 yang mendekati batas signifikansi (0,05) mengindikasikan bahwa *Internal Integration* sebenarnya memiliki pengaruh yang marginal signifikan pada tingkat kepercayaan 90% ($\alpha = 0,10$). Dalam konteks UMKM, integrasi internal mungkin memerlukan waktu lebih lama untuk menunjukkan dampaknya terhadap kinerja, atau mungkin membutuhkan dukungan dari variabel lain seperti *value Congruence* (kesesuaian nilai) antara perusahaan dan pemasok.

Hasil tersebut berbeda dengan penelitian dari Birasnav (2019) bahwa internal integrasi adalah adanya komunikasi lintas fungsional antara pembelian dan fungsi lainnya, dan kegiatan pengambilan keputusan yang terintegrasi. Penelitian ini mengkaji keterkaitan antara kepemimpinan strategis dengan integrasi rantai pasok, termasuk internal integration dan *Supplier Integration*, dalam konteks implementasi teknologi manufaktur canggih. Serta didukung oleh penelitian Appiah-Nimo (2018), Ataseven, (2017) dan Abousamra (2016).

Hasil ini menunjukkan bahwa integrasi internal dan eksternal bersifat komplementer dalam mempengaruhi kinerja dan bahwa perusahaan dengan integrasi internal yang kuat cenderung lebih berhasil dalam mengintegrasikan pemasok pelaku UMKM.

3. Pengaruh Information Sharing (X_3) terhadap Kinerja UMKM

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa tidak berpengaruh signifikan (koefisien -0,155; sig. 0,243). Hasil penelitian ini cukup mengejutkan karena menunjukkan arah pengaruh yang negatif (-0,155) meskipun tidak signifikan secara statistik. Artinya, peningkatan information sharing justru cenderung menurunkan kinerja UMKM (walaupun efeknya tidak signifikan).

Temuan ini menunjukkan bahwa information sharing tidak selalu relevan atau bermanfaat dalam konteks UMKM pasar tradisional. Pendekatan yang lebih efektif mungkin adalah penguatan modal sosial dan hubungan langsung antar pelaku usaha. Information sharing tidak otomatis meningkatkan kinerja; efektivitasnya bergantung pada kapasitas organisasi untuk menyerap, memproses, dan memanfaatkan informasi tersebut. Penelitian Sahin (2002) menjelaskan bahwa kajian mengenai information sharing dalam supply chain telah banyak dibahas secara komprehensif. Penelitian tersebut menekankan bahwa berbagi informasi dengan pemasok merupakan bagian penting dari koordinasi rantai pasok, karena dapat membantu perusahaan dan pemasok dalam menyelaraskan kebutuhan, perencanaan, serta proses pengambilan keputusan. Karakteristik UMKM pasar tradisional yang unik menyebabkan information sharing tidak memberikan manfaat signifikan terhadap kinerja.

Sebagian besar literatur justru mendukung hubungan positif antara *information sharing* dan kinerja, seperti Penelitian Joensuu-Salo (2019) menginvestigasi bagaimana *information sharing* dan *Supplier Integration* dalam *Buyer-Supplier Relationship* mempengaruhi kinerja pemasok pada konteks perusahaan kecil. Temuan Utama: *BSR integration* dan *Information Sharing* tidak berasosiasi dengan kinerja finansial pemasok secara keseluruhan, *BSR*

integration menunjukkan asosiasi positif dengan *Non-Financial Performance* pemasok, *Information Sharing* dalam perspektif inovasi (baik memberikan maupun menerima informasi) menunjukkan asosiasi positif dengan *Non-Financial Performance* pemasok. Penelitian Joensuu-Salo (2019) menggunakan pendekatan *Bayesian Belief Network* untuk menganalisis dampak komitmen, *Information Sharing*, dan penggunaan informasi terhadap *Supplier Performance*. Penelitian ini didukung oleh penelitian Hur (2016) dan Ligon (2017) namun hasil berbeda dengan penelitian Titah (2016). Hal ini mengindikasikan bahwa *information sharing* yang tidak dikelola dengan baik, terutama terkait keamanan data, dapat berdampak negative terhadap kinerja UMKM.

4. Pengaruh Supplier Development (X_4) terhadap Kinerja UMKM

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan (koefisien 0,806; sig. 0,000). Hasil ini merupakan temuan paling kuat dalam penelitian ini. *Supplier development* terbukti memiliki pengaruh langsung yang besar (koefisien 0,806) dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Nilai Beta (0,699) menunjukkan bahwa kontribusi variabel ini paling dominan dibandingkan variabel lainnya.

Dalam penelitian ini, definisi supplier development mengacu pada Krause D. R. Krause, (1999) yaitu segala aktivitas yang dilakukan pembeli untuk meningkatkan kinerja pemasok dan/atau kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pasokan jangka pendek atau jangka panjang pembeli. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa pengembangan pemasok merupakan strategi hulu (*upstream strategy*) yang krusial bagi peningkatan kinerja UMKM, karena mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui optimalisasi jaringan pasokan. Dalam konteks bisnis yang dinamis dan kompetitif saat ini, pengembangan pemasok bukan lagi pilihan tetapi keharusan strategis bagi UMKM yang ingin bertahan dan tumbuh. Dalam ekosistem pasar tradisional, hubungan dengan pemasok adalah urat nadi usaha. Semakin baik UMKM mengembangkan hubungan dengan pemasok (dalam hal kualitas, harga, keandalan, dan fleksibilitas), semakin tinggi kinerja yang dapat dicapai.

Penelitian ini serupa dengan hasil penelitian dari Bashir Mohamud (2019) berpengaruh positif dengan mengkaji pengaruh *supplier relationship management* terhadap kinerja finansial organisasi manufaktur, mencakup *Supplier Development*, *Supplier Segmentation*, dan *Information Sharing*. Temuan utama bahwa *Supplier Development* memiliki pengaruh 20,6% terhadap kinerja finansial (Signifikansi $0,035 < 0,05$), *Supplier segmentation* hanya memiliki pengaruh 0,8% (tidak signifikan, sig. 0,273) dan *Information sharing* memiliki pengaruh 5,4% terhadap kinerja finansial (Signifikansi $0,041 < 0,05$). UMKM yang terlibat dalam program pengembangan pemasok dapat meningkatkan standar kualitas dan dianggap sebagai pemasok strategis, yang membuka peluang pasar global. Pengembangan pemasok terbukti menjadi faktor kunci keberhasilan UMKM karena:

- a. Membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan
- b. Meningkatkan kapabilitas teknis dan manajerial UMKM melalui transfer pengetahuan
- c. Menjamin kualitas dan kontinuitas pasokan
- d. Membuka akses ke pasar dan jaringan yang lebih luas

5. KESIMPULAN

Strategic Purchasing (X_1) dan *Internal Integration* (X_2) tidak menunjukkan pengaruh langsung signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam konteks UMKM, kedua

variabel tersebut mungkin membutuhkan variabel mediasi (seperti supplier integration) untuk dapat berdampak pada kinerja. *Supplier Development* (X_4) merupakan faktor yang paling kritis dan dominan dalam meningkatkan kinerja UMKM. Manajer UMKM sebaiknya memfokuskan sumber daya pada pengembangan hubungan jangka panjang dengan pemasok strategis, termasuk pelatihan, evaluasi formal, dan komunikasi berkelanjutan. *Information Sharing* (X_3) yang justru menunjukkan arah negatif (walaupun tidak signifikan) menjadi peringatan penting. UMKM perlu berhati-hati dalam praktik berbagi informasi, memastikan adanya keamanan data, dan menghindari kebocoran informasi strategis.

Penelitian ini membuktikan bahwa Supplier Development adalah faktor paling kritis dalam meningkatkan kinerja UMKM pasar tradisional, melampaui Strategic Purchasing, Internal Integration, maupun Information Sharing. Bagi praktisi, fokus pada pengembangan hubungan jangka panjang dengan pemasok strategis adalah langkah paling tepat. Bagi akademisi, temuan ini membuka peluang penelitian lebih lanjut, terutama tentang mekanisme mediasi yang menjelaskan mengapa Strategic Purchasing dan Internal Integration tidak berpengaruh langsung.

6. DAFTAR PUSTAKA

- A. Ya'kob, S. A. , S. J. A. N. , & A. B. N. A. (2017). The Development Of An Information Sharing Linkage Scale For Service Sector. . *International Journal Of Business And Society*.
- Abousamra, A. A. A. (2016). Integrated information technology and firm performance: mediating and moderating effects in supply chain management context . *Doctoral Dissertation*.
- Abualrob, A. A. , & A.-O. M. (2018). The impact of e-procurement on supply chain performance in SMEs. . *International Journal of Business Information Systems*, 29(4), 487–504.
- Appiah-Nimo, C. (2018). The role of transactional leadership style of owner/managers in adopting a market oriented culture: A case of manufacturing SME's. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 7(3), 1–12.
- Ataseven, C. , & N. A. (2017). Assessment of supply chain integration and performance relationships: A meta-analytic investigation of the literature. . *International Journal of Production Economics*, 185, 252–265.
- Baryannis, G. , V. S. , D. S. , & A. G. (2018). Supply chain risk management and artificial intelligence: State of the art and future research directions. *International Journal of Production Research*, 56(7), 2589–2602.
- Bashir Mohamud, A. (2019). *Supplier relationship management and financial performance of selected manufacturing organizations in Mogadishu, Somalia* (KIU Institutional Repository, Ed.). Master's thesis, Kampala International University.
- Birasnav, M. , & B. J. (2019). Supply chain integration, advanced manufacturing technology, and strategic leadership: An empirical study. . *Computers & Industrial Engineering*, 130, 142–142–157.
- Dalvi, M. V. , & K. R. (2018). Effect of supplier development activities on performance outcomes: an empirical study. . *Benchmarking: An International Journal*, 25(2), 489–516.

- Daoud, L. M. (2019). Factors affecting electronic procurement usage and their influence to Jordanian firm's performance: the moderating role of top management support . *Doctoral Dissertation, Universiti Utara Malaysia*.
- Dyer, J. H. , & S. H. (1998). The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. . *Academy of Management Review*, 23(4), 660.
- Giménez Thomsen, C. , & V. E. (2005). Logistics-production, logistics-marketing and external integration: Their impact on performance. . *International Journal of Operations and Production Management*, 25(1), 20–38.
- Hair, J. F. , H. G. T. M. , R. C. M. and S. M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Thousand Oaks, CA. .
- Hur, M. H. , H. P. J. , & K. A. S. (2016). Information sharing and integration of buyer-supplier relationship in small suppliers' performance. . *Journal of Business-to-Business Marketing*, 23(1), 1–18.
- Jiwa Husada Tarigan, Z. , S. H. , R. B. S. , & J. F. (2019). Effect of key user empowerment, purchasing strategy, process integration, production system to operational performance. *E3S Web of Conferences*, 130.
- Joensuu-Salo, S. , & S. K. (2019). Information sharing and integration of buyer-supplier relationship in small suppliers' performance. . *Journal of Enterprising Culture*, 27(2), 177–199.
- Kidron, A. , T. S. S. , & M. I. (2016). The genetic code: HRM internal integration scale. . *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 14(3), 298–316.
- Kim, M. , S. N. C. , & K.-H. C. (2015). *A contextual analysis of the impact of strategic sourcing and E-procurement on performance*. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 30(1), 1–16.
- Koufteros, X. , V. M. , & J. J. (2005). Internal and external integration for product development: The contingency effects of uncertainty, equivocality, and platform strategy. . *Decision Sciences*, 36(1), 97–133.
- Krafcik, J. (1988). Triumph of the lean production system. *Sloan Management Review*, 30.
- Krause, D. R. (1999). The antecedents of buying firms' efforts to improve suppliers. . *Journal of Operations Management*, 17(2), 205–224.
- Krause, D. R. , H. R. B. , & T. B. B. (2007). The relationships between supplier development, commitment, social capital accumulation and performance improvement. . *Journal of Operations Management*, 25(2), 528–545.
- Ligon, M. A. , & M. J. K. (2017). Interrogating antecedents to SME supplier performance in a developing country. . *South African Business Review*, 20(1), 1–22.
- Nyaberi, D. N. , I. M. A. , & S. M. (2018). Role of supplier selections on performance of manufacturing firms. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(9), 14–32.
- Paulraj, A. (2008). Supplier management and dyadic performance: The moderating role of information technology and supplier dispersion. *International Journal of Integrated Supply Management*, 4(3/4), 406–425.

- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4866)*. (Pemerintah Republik Indonesia, Ed.).
- Sahin, F. , & R. E. P. (2002). Flow coordination and information sharing in supply chains: Review, implications, and directions for future research. . *Decision Sciences*, 33(4), 505–536.
- Smartlegal.id. (2019). *Peran dan Strategi UMKM dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*. .
- Smeltzer, A. S. (1999). *The Relationship Among Purchasing Benchmarking, Strategic Purchasing, Firm Performance, and Firm Size. The Journal of Supply Chain Management: A Global Review of Purchasing and Supply* Copyright © November 1999, . by the National Association of Purchasing Management, Inc.
- Srimindarti, C. (2004). *Balanced scorecard sebagai alternatif untuk mengukur kinerja*. (Vol. 3). Fokus Ekonomi.
- Suresh, K. d. (2006). Strategic sourcing: an empirical investigation of the concept and its practices in US manufacturing firms. . *Journal of Supply Chain Management*, 42(2), 4-16.
- Titah, R. , S. S. , & R. Y. (2016). Integration breach: Investigating the effect of internal and external information sharing and coordination on firm profit. . *International Journal of Production Economics*, 181, 34–47.
- Vaidya, K. , & C. J. (2016). Multidisciplinary approach to e-procurement research: A critical review of literature. . *Journal of E-Procurement*, 14(2), 45-67.