

Analisis Faktor *Relationship Satisfaction* pada Kerjasama Antar UMKM Berbasis Logam di Waru, Sidoarjo

Ary Tri Wibowo, Syarifa Hanoum, dan Effi Latiffianti

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

Jl. Arief Rahman Hakim, Surabaya 60111

E-mail: syarifa@ie.its.ac.id

Abstrak-- Industri berskala mikro, kecil, dan menengah memiliki peranan yang penting di dalam perekonomian Indonesia. Jawa Timur sebagai penyumbang Produk Regional Domestik Bruto terbesar kedua pada tahun 2010 memiliki andil di dalam perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Salah satu industri berskala UMKM di Jawa Timur yang sedang berkembang adalah industri berbasis logam di Waru, Sidoarjo. Seiring dengan berjalannya waktu agar dapat bersaing dengan UMKM sejenis dari daerah lain dan produk impor, maka industri berbasis logam harus menguatkan kerjasama di dalam kegiatan industrinya. Untuk menguatkan kerjasama antar UMKM, maka tiap UMKM harus memperhatikan kepuasan di dalam hubungan kerjasamanya (*relationship satisfaction*). Hasil studi literatur dan observasi awal menunjukkan bahwa faktor *benevolence*, *credibility*, *opportunism*, *relationship commitment*, dan *mutual cooperation* berpengaruh terhadap *relationship satisfaction*. Sehingga pada penelitian ini akan dianalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *relationship satisfaction* pada kerjasama antar UMKM di Waru, Sidoarjo dengan menggunakan metode *Structural Equation Modelling*. Faktor *relationship satisfaction* sebagai konstruk endogen dan faktor *benevolence*, *credibility*, *opportunism*, *relationship commitment*, dan *mutual cooperation* sebagai konstruk endogen. Masing-masing konstruk tersebut kemudian dilakukan uji *confirmatory factor analysis* (CFA) untuk mengetahui bahwa faktor tersebut berada pada kondisi unidimensionalitas. Setelah uji CFA, maka kedua konstruk dikorelasikan untuk diuji *full model structural equation modelling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *benevolence*, *credibility*, dan *mutual cooperation* memiliki pengaruh signifikan sedangkan *opportunism* dan *relationship commitment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *relationship satisfaction* pada kerjasama antar UMKM di Waru, Sidoarjo.

Kata Kunci: *Confirmatory Factor Analysis*, *Relationship Satisfaction*, *Structural Equation Modelling*, *UMKM*.

I. PENDAHULUAN

DI dalam perekonomian Indonesia, industri berskala kecil dan menengah memiliki peran yang sangat vital. Hasil laporan Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa kontribusi industri berskala kecil dan menengah terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional yaitu sebesar 57,12% pada tahun 2010 dengan rincian usaha mikro 33,81%, usaha kecil 9,85% dan usaha menengah 13,46%. Sedangkan untuk penyerapan jumlah tenaga kerja, industri berskala kecil dan menengah menyerap sebesar 99 juta tenaga kerja dengan

rincian penyerapan tenaga kerja skala mikro sebesar 90,98%, skala kecil 3,55% dan skala menengah sebesar 2,78% [1].

Jawa Timur sebagai penyumbang Produk Regional Domestik Bruto terbesar kedua pada tahun 2010 yaitu sebesar Rp 778,4 miliar memiliki andil di dalam perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Saat ini, Jawa Timur menjadi barometer Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia karena memiliki potensi UMKM yang cukup besar sebagai penggerak perekonomian masyarakat [2]. Salah satu industri berskala UMKM di Jawa Timur yang sedang berkembang adalah industri berbasis logam di Waru, Sidoarjo. Hasil produk dari industri berbasis logam ini antara lain komponen telepon, komponen konstruksi bangunan/jembatan/irigasi, komponen kendaraan bermotor, alat-alat pertanian, dan alat-alat rumah tangga.

Selain itu, penguatan kerjasama antar UMKM juga merupakan salah satu kebijakan yang dicanangkan oleh pemerintah dalam Undang-undang RI No. 20 Tahun 2008. Identifikasi awal pada UMKM berbasis logam di Waru, Sidoarjo serta studi literatur yang dilakukan oleh penulis didapatkan bahwa kerjasama antar UMKM dapat berupa kerjasama pemenuhan bahan baku, pemasaran, pelatihan perbaikan mutu produk, pengerjaan pesanan bersama, dan penggunaan teknologi/mesin bersama.

Seiring dengan berjalannya waktu agar dapat bersaing dengan UMKM sejenis dari daerah lain dan produk-produk impor, maka industri berbasis logam semakin menguatkan kerjasama di dalam kegiatan industrinya. Dengan terjalannya kerjasama antar UMKM, diharapkan usaha mereka akan meningkat sehingga usaha yang dijalankan semakin berkembang dan berkesinambungan dalam jangka panjang [3]. Supaya kerjasama di dalam suatu hubungan dapat terjaga dengan baik dan berkesinambungan, maka UMKM harus memperhatikan kepuasan di dalam hubungan kerjasama mereka. Abdul-Muhmin menyatakan bahwa kepuasan di dalam hubungan kerjasama memiliki peran yang penting untuk kerjasama jangka panjang [4]. Ketidakpuasan di dalam hubungan kerjasama pada kerjasama UMKM berbasis logam di Waru, Sidoarjo dapat menyebabkan pasokan bahan baku terganggu, proses produksi menjadi terlambat sehingga pesanan akan terganggu juga, hingga menurunnya pendapatan UMKM tersebut.

Beberapa peneliti telah melakukan riset mengenai kepuasan

di dalam hubungan kerjasama atau lebih dikenal dengan dengan *relationship satisfaction*. Siguaw et al menyatakan bahwa *trust* memiliki pengaruh terhadap *relationship satisfaction*[5]. Abdul-Muhmin menyatakan bahwa elemen-elemen yang menyusun faktor *trust* itu sendiri adalah *benevolence*, *credibility*, dan *opportunism*. Beberapa penelitian lain berpendapat bahwa *relationship commitment* berpengaruh terhadap *relationship satisfaction* [6]. Selain itu, Mehta et al., (2006)[8] menyatakan bahwa *mutual cooperation* memiliki hubungan positif dengan *relationship satisfaction*.

Dari penjabaran teori diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan di dalam hubungan kerjasama (*relationship satisfaction*) UMKM di industri berbasis logam di Waru, Sidoarjo sehingga didapatkan rekomendasi peningkatan kerjasama. Faktor-faktor yang dipertimbangkan antara lain *benevolence*, *credibility*, *opportunism*, *relationship commitment*, dan *mutual cooperation*. Sedangkan dalam mengolah data, penelitian ini menggunakan metode statistik yaitu *structural equation modeling*.

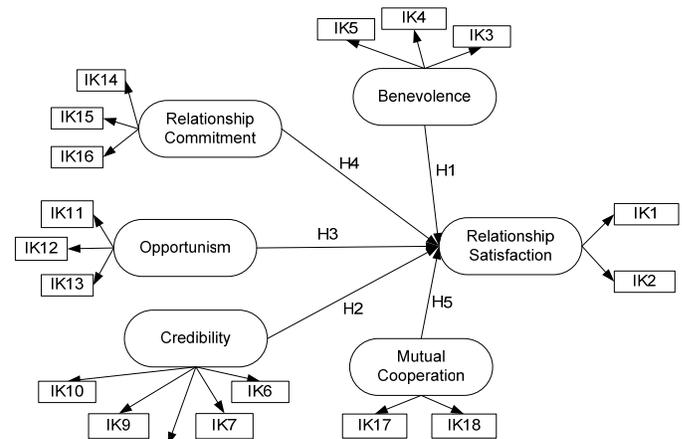
II. METODOLOGI PENELITIAN

A. Tinjauan Pustaka

Kepuasan di dalam hubungan kerjasama atau yang lebih sering disebut *relationship satisfaction* didefinisikan sebagai kondisi positif hasil dari penilaian dari semua aspek di dalam hubungan kerjasama perusahaan dengan perusahaan lain[7]. *Benevolence* merupakan keinginan suatu pihak untuk bermanfaat bagi kepentingan kedua belah pihak yang saling bekerjasama. *Credibility* atau kredibilitas merupakan suatu karakteristik dari suatu pihak yang dapat dipercaya atau diandalkan dalam hubungan kerjasama. *Opportunism* adalah usaha untuk memenuhi kepentingan yang dilakukan suatu pihak seperti mencuri, menipu, pelanggaran kontrak, ketidakjujuran, mengancam, janji palsu, dan lain sebagainya. Adapun definisi *relationship commitment* adalah keinginan suatu pihak untuk membangun hubungan yang stabil demi mengelola sebuah kepercayaan di dalam kerjasama. *Mutual cooperation* adalah suatu tindakan koordinasi dari beberapa pihak yang saling melengkapi di dalam hubungan kerjasama untuk meraih hasil yang saling menguntungkan

Structural Equation Modeling (SEM) adalah metode statistik yang menggabungkan antara analisis faktor (*factor analysis*) dengan model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*). Di dalam SEM dibutuhkan sampel yang sangat besar yaitu 100-200 sampel [8]. Di dalam menilai sebuah model maka diperlukan *Goodnes of Fit Index* seperti yang ditampilkan pada tabel berikut:

Berikut adalah kerangka model teoritis yang nantinya akan diuji dengan hipotesis-hipotesis yang diajukan



Gambar 1. Kerangka Model Teoritis

Model teoritis dibangun berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh penelitian-penelitian sebelumnya. IK1 hingga IK18 menunjukkan indikator-indikator penyusun tiap faktor. Dimana faktor *relationship satisfaction* termasuk konstruk endogen (dependen) dan faktor *benevolence*, *relationship commitment*, *opportunism*, *credibility*, *mutual cooperation* termasuk konstruk eksogen (independen). H1 hingga H5 menunjukkan hipotesis yang nantinya akan diuji dengan SEM.

III. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

A. Responden

Responden dalam penelitian ini adalah UMKM berbasis logam yang telah menjalin mitra dengan Lembaga Pengembangan Bisnis (LPB) Mitra Bersama. LPB merupakan organisasi non profit yang dibentuk salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia untuk mengembangkan bisnis di Waru, Sidoarjo khususnya yang berbasis logam. Penentuan alternatif responden yang didapatkan dari LPB Mitra Bersama ditujukan untuk memudahkan pembatasan wilayah penelitian yang dilakukan yaitu Waru, Sidoarjo.

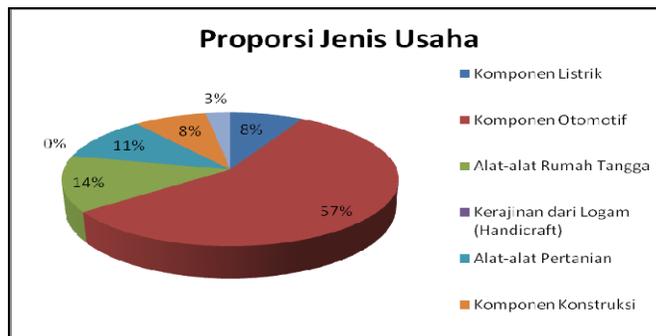
B. Kuesioner

Kuesioner dirancang menjadi 2 bagian yaitu Bagian I mengenai Data Responden dan Bagian II berupa Analisis Faktor. Pada Bagian I, responden diberikan pertanyaan terbuka mengenai posisi responden, lama berdirinya usaha, bentuk kerjasama yang dilakukan dengan UMKM lain, dan lama kerjasama yang dilakukan. Pada Bagian II, responden diminta mengisi dengan nilai 1 jika Sangat Tidak Setuju, nilai 2 jika Tidak Setuju, nilai 3 jika Netral, nilai 4 jika Setuju, dan nilai 5 jika Sangat Setuju dari sebuah pernyataan yang tidak lain adalah indikator penyusun dari tiap faktor. Adapun indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut

Tabel 1.
Indikator Tiap Faktor

Kode	Faktor	Indikator	Sumber
IK1	Relationship Satisfaction	Kepuasan bekerjasama secara keseluruhan dengan UMKM rekanan	Cannon dan Perreault (1999)
IK2		Keinginan untuk tetap bekerjasama kembali dengan UMKM rekanan	Cannon dan Perreault (1999)
IK3	Benevolence	Rasa khawatir tentang keuntungan dan kesejahteraan oleh UMKM rekanan	Ganesan (1994)
IK4		Keinginan untuk membantu di situasi yang sulit oleh UMKM rekanan	Ganesan (1994)
IK5		Tindakan dari UMKM rekanan yang tidak membahayakan	Ganesan (1994)
IK6	Credibility	Peranan jujur dan menghargai kerjasama oleh UMKM rekanan	Ganesan (1994)
IK7		Ketepatan janji oleh UMKM rekanan	Ganesan (1994)
IK8		Keterbukaan UMKM rekanan untuk memberi peringatan ketika ada masalah	Ganesan (1994)
IK9		Kemampuan dalam membantu menyelesaikan masalah oleh UMKM rekanan	Ganesan (1994)
IK10		Tidak pernahnya UMKM rekanan memberikan pernyataan yang tidak benar	Ganesan (1994)
IK11	Opportunism	Rasa hati-hati ketika melakukan perjanjian dengan UMKM rekanan	Dwyer dan Oh (1987)
IK12		Rasa curiga terhadap rekomendasi yang diberikan oleh UMKM rekanan	Dwyer dan Oh (1987)
IK13		Rasa bahwa terkadang UMKM rekanan menyembunyikan informasi penting	Dwyer dan Oh (1987)
IK14	Relationship Commitment	Hubungan kerjasama dengan UMKM rekanan adalah hubungan jangka panjang	Kumar er al (1995)
IK15		Keinginan untuk tidak akan pernah meninggalkan UMKM rekanan di dalam kerjasama	Kumar er al (1995)
IK16		Rasa bangga menjadi rekan kerjasama dengan UMKM rekanan	Kumar er al (1995)
IK17	Mutual Cooperation	Interaksi secara rutin (reguler) dengan UMKM rekanan	Hewett dan Bearden (2001)
IK18		Komunikasi terbuka dengan UMKM rekanan	Hewett dan Bearden (2001)

Dari hasil penyebaran kuesioner didapatkan 110 kerjasama yang dilakukan oleh 37 UMKM responden. Jumlah tersebut sudah memenuhi sampel minimum yang dibutuhkan dalam pengolahan SEM yaitu 100 hingga 200 sampel. Berikut adalah proporsi jenis usaha yang menjadi responden di dalam penelitian



Gambar 2. Proporsi Jenis Usaha

Dari data kuesioner juga didapatkan bahwa posisi responden 97,3% adalah pemilik sekaligus UMKM, sedangkan sisanya hanyalah pengelola UMKM. Posisi responden di dalam UMKM memastikan bahwa responden adalah orang yang benar-benar mengerti kondisi kerjasama pada usaha tersebut. UMKM yang menjadi responden, 97,3% sudah berdiri dari 5 tahun sedangkan 2,7% berdiri kurang dari 5 tahun. Bentuk kerjasama yang dilakukan responden adalah pengerjaan pesanan bersama yaitu sebanyak 88,6%, sisanya 7,6% dalam bentuk pemasaran, dan 3,8% dalam bentuk pemenuhan baku. Dari semua bentuk kerjasama tersebut, sebanyak 82,7% telah bekerjasama selama 5 hingga 10 tahun, 10,9% lebih dari 10 tahun, dan 6,4% bekerjasama kurang dari 5 tahun.

C. Uji Multinormalitas dan Multiokolinearitas

Pada pengolahan SEM, maka data harus dipastikan terlebih dahulu berdistribusi normal secara multivariate. Hasil uji Uji multinormalitas menggunakan statistik d^2 , menunjukkan bahwa 73,63% data dalam penelitian ini mempunyai $d^2 < \chi^2_{Tabel}$ sehingga dapat dipastikan bahwa data penelitian telah berdistribusi multinormal.

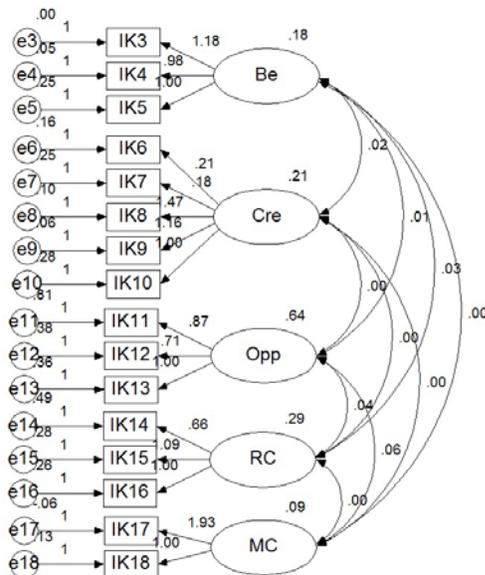
Tabel 2.
Uji Multikolinearitas

	Be	Cre	Opp	MC
Cre	0.094			
Opp	-0.044	0.071		
MC	-0.096	-0.041	0.215	
RC	0.107	0.099	0.091	-0.045

Asumsi lain pada SEM yang harus dipenuhi adalah tidak adanya korelasi sempurna antar faktor di dalam model. Dengan bantuan *software* statistik, hasil uji multikolineritas menunjukkan bahwa semua nilai antar faktor berada di antare rentang -0,7 hingga 0,7 sehingga dapat dipastikan di antara faktor tidak terdapat korelasi yang sempurna dan dapat diolah lebih lanjut.

D. Confirmatory Factor Analysis

Confirmatory Factor Analysis (CFA) bertujuan untuk menguji apakah indikator-indikator tersebut merupakan indikator yang valid sebagai pengukur konstruk laten (unidimensional). Pada proses ini maka tiap faktor akan dikorelasikan satu dengan yang lain dan dilakukan untuk masing-masing konstruk eksogen maupun endogen. Berikut hasil CFA konstruk eksogen



Gambar 3 CFA Konstruk Eksogen

Proses selanjutnya yang dilakukan setelah membangun model CFA konstruk eksogen adalah melihat hasil *Goodness of Fit Index*. Berikut adalah hasil model CFA konstruk eksogen

Tabel 3. *Goodness of Fit Index* CFA Konstruk Eksogen

<i>Goodness of Fit Index</i>	Cut Off	Hasil Model	Keterangan
<i>Chi-Square</i> (df=95)	≤764	101	Fit
<i>Probability Chi-Square</i>	≥0.05	0.301	Fit
RMSEA	≤0.08	0.025	Fit
CFI	≥0.90	0.990	Fit
GFI	≥0.90	0.902	Fit
AGFI	≥0.90	0.860	Marginal

Dari semua kriteria dapat diketahui bahwa model sudah fit dengan *cut-off* yang menjadi batas minimum. Setelah dipastikan bahwa model sudah fit, maka langkah selanjutnya adalah melihat nilai *standardized loading* untuk mengetahui tingkat kevalidan sebuah indikator (unidimensional). Nilai *cut-off* untuk indikator dapat dikatakan valid adalah minimum 0,5. Berikut adalah tabel *standardized loading* hasil CFA

Tabel 4. *Standardized Loading* CFA Konstruk Eksogen

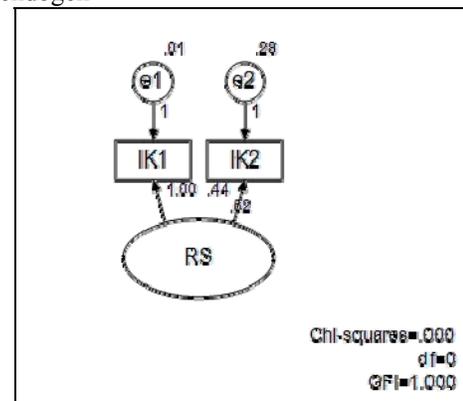
			CR	<i>Standardized Loading</i>
IK3	<--	Be	8.992	0.990
IK4	<--	Be	8.317	0.897
IK5	<--	Be		0.659
IK6	<--	Cre	2.056	0.213
IK7	<--	Cre	1.397	0.141
IK8	<--	Cre	7.395	0.894
IK9	<--	Cre	7.657	0.950
IK10	<--	Cre		0.652
IK11	<--	Opp	5.029	0.616
IK12	<--	Opp	4.696	0.686
IK13	<--	Opp		0.791
IK14	<--	RC	3.535	0.454
IK15	<--	RC	3.808	0.748
IK16	<--	RC		0.730
IK17	<--	MC	9.856	0.990
IK18	<--	MC		0.693

Tabel di atas menunjukkan bahwa IK7 dan IK6 memiliki nilai di bawah *cut off* minimum yaitu 0,4. Maka dari itu kedua indikator tersebut harus dihilangkan dari model. Langkah selanjutnya adalah menghitung *construct reliability* dari masing-masing faktor. Minimum *cut off* untuk *construct reliability* adalah 0,7. Berikut adalah hasil perhitungannya.

Tabel 5. *Construct Reliability* Konstruk Eksogen

Faktor	<i>Construct Reliability</i>	Keterangan
<i>Benevolence</i>	0.957	Reliabel
<i>Credibility</i>	0.932	Reliabel
<i>Opportunism</i>	0.738	Reliabel
<i>Relationship Commitment</i>	0.816	Reliabel
<i>Mutual Cooperation</i>	0.959	Reliabel

Pada tabel di atas dapat ditunjukkan bahwa semua faktor sudah reliabel. Hal tersebut menandakan bahwa semua indikator handal dan konsisten dalam membentuk sebuah konstruk. Setelah memastikan faktor di konstruk eksogen reliabel, maka langkah selanjutnya adalah melakukan CFA pada konstruk endogen. Berikut adalah model CFA pada konstruk endogen

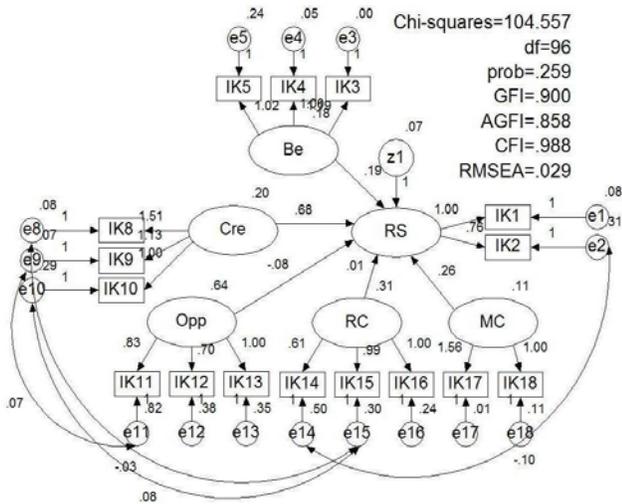


Gambar 4. CFA Konstruk Endogen.

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa model *just identified*. Hal ini dikarenakan nilai *degree of freedom* (df) bernilai 0 sehingga dapat dipastikan bahwa tiap indikator mampu menerangkan faktor *relationship satisfaction* dengan baik (valid). Setelah memastikan indikator valid, maka langkah selanjutnya adalah menilai *construct reliability*. Hasil *construct reliability* konstruk endogen sebesar 0,886. Dengan *cut off* minimum 0,7, maka faktor *relationship satisfaction* dapat dikatakan reliabel

E. Full Model Structural Equation Modelling

Proses selanjutnya setelah melakukan *confirmatory factor analysis* untuk konstruk eksogen dan konstruk endogen adalah melakukan pengolahan *full model structural equation modelling*. Pada *full model structural equation modelling*, tiap faktor dihubungkan seperti pada kerangka model teoritis yang dijelaskan pada bab 3. Berikut adalah hasil pengolahan *full model structural equation modelling* yang sudah dilakukan modifikasi karena kriteria *goodness of fit* nya belum baik.



Gambar 5. Full Model Structural Equation Modelling

Berikut adalah hasil *goodness of fit* dari *full model structural equation modelling* hasil modifikasi.

Tabel 6.

Goodness of Fit Full Model SEM

Goodness of Fit Index	Cut Off	Hasil Model	Keterangan
Chi-Square (df=95)	≤810	104	Fit
Probability Chi-Square	≥0.05	0.259	Fit
RMSEA	≤0.08	0.029	Fit
CFI	≥0.90	0.988	Fit
GFI	≥0.90	0.900	Fit
AGFI	≥0.90	0.858	Marginal

Dari hasil tabel di atas, maka diketahui bahwa seluruh kriteria model sudah fit sehingga model dapat dikatakan dapat diterima. Langkah selanjutnya adalah melakukan estimasi parameter untuk mengetahui pengaruh antar faktor yang dihipotesiskan. Berikut adalah hasil estimasi parameter

Tabel 6.

Estimasi Parameter

	Estimate	CR	P	Keterangan
RS <-- Be	0.194	2.141	0.032	Signifikan
RS <-- Cre	0.682	5.827	0.000	Signifikan
RS <-- Opp	-0.076	-1.362	0.173	Tidak Signifikan
RS <-- RC	0.014	0.174	0.862	Tidak Signifikan
RS <-- MC	0.258	2.057	0.040	Signifikan

Keterangan signifikansi berdasarkan nilai CR dan *P-value*. Apabila CR lebih dari 1.96 untuk tingkat signifikansi 5%, maka faktor tersebut signifikan. Kemudian, apabila *P-value* kurang dari 0.05 maka faktor tersebut signifikan pula. Berdasarkan nilai-nilai *estimate* pada tabel di atas maka dapat diketahui persamaan struktural sebagai berikut

$$Relationship\ Satisfaction = 0.194\ Benevolence + 0.682\ Credibility + 0.258\ Mutual\ Cooperation$$

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Pengujian Hipotesis 1

Seperti yang tampak pada Tabel 6 bahwa *Benevolence* memiliki nilai CR sebesar 2.141 dan *P-value* sebesar 0.032. Kedua nilai tersebut memenuhi kriteria penerimaan hipotesis yaitu nilai CR lebih dari 1.96 untuk tingkat signifikansi 5% dan

P-value kurang dari 0.05. Sehingga Hipotesis 1 (H1) yang menyatakan bahwa “*Benevolence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Relationship Satisfaction*” dapat diterima. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa keinginan UMKM rekanan untuk berbuat baik dan bermanfaat bagi kepentingan kedua belah pihak (UMKM responden maupun UMKM rekanan itu sendiri) menjadi hal yang penting agar kepuasan UMKM responden tetap terjaga bahkan meningkat.

2. Pengujian Hipotesis 2

Faktor *Credibility* memiliki nilai CR sebesar 5.827 dan *P-value* sebesar 0.000. Kedua nilai tersebut memenuhi kriteria penerimaan hipotesis yaitu nilai CR lebih dari 1.96 untuk tingkat signifikansi 5% sehingga Hipotesis 2 (H2) yang menyatakan bahwa “*Credibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Relationship Satisfaction*” dapat diterima. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa karakteristik sebuah UMKM yang dapat dipercaya dan diandalkan menjadi hal yang penting untuk menjaga bahkan meningkatkan kepuasan di dalam kerjasama antara UMKM di Waru, Sidoarjo. Dengan adanya keterbukaan ketika ada masalah, kemampuan dalam menyelesaikan masalah, dan tidak pernah membuat pernyataan yang tidak benar, maka dapat memberikan dampak positif terhadap kepuasan UMKM berbasis logam di Waru, Sidoarjo dalam melakukan kerjasama.

3. Pengujian Hipotesis 3

Tabel 6 menunjukkan bahwa *Opportunity* memiliki nilai CR sebesar -1.362 dan *P-value* sebesar 0.173. Kedua nilai tersebut tidak memenuhi kriteria penerimaan hipotesis yaitu nilai CR lebih dari 1.96 untuk tingkat signifikansi 5% dan *P-value* kurang dari 0.05 sehingga Hipotesis 3 (H3) yang menyatakan bahwa “*Opportunism* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Relationship Satisfaction*” tidak dapat diterima. Penolakan hipotesis ini menunjukkan bahwa pada kepuasan kerjasama antar UMKM berbasis logam di Waru, Sidoarjo belum terjadi usaha-usaha negatif seperti penipuan, pencurian dan ketidakjujuran.

4. Pengujian Hipotesis 4

Pada Tabel 6 menunjukkan *relationship commitment* memiliki nilai CR sebesar 0.174 dan *P-value* sebesar 0.862. Kedua nilai tersebut tidak memenuhi kriteria penerimaan hipotesis yaitu nilai CR lebih dari 1.96 untuk tingkat signifikansi 5% dan *P-value* kurang dari 0.05. Sehingga Hipotesis 5 (H5) yang menyatakan bahwa “*Credibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Relationship Satisfaction*” tidak dapat diterima. Penolakan hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa komitmen di dalam kerjasama antar UMKM berbasis logam di Waru, Sidoarjo untuk saat ini tidak terlalu diperhatikan sehingga tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan.

5. Pengujian Hipotesis 5

Faktor *Mutual Cooperation* memiliki nilai CR sebesar 2.057 dan *P-value* sebesar 0.040. Kedua nilai tersebut memenuhi kriteria penerimaan hipotesis yaitu nilai CR lebih dari 1.96 untuk tingkat signifikansi 5% dan *P-value* kurang dari 0.05. Sehingga Hipotesis 4 (H4) yang menyatakan bahwa “*Mutual Cooperation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Relationship Satisfaction*” dapat diterima. Hasil uji hipotesis menunjukkan

bahwa UMKM yang melakukan koordinasi dan saling melengkapi di dalam hubungan kerjasamanya akan mendapatkan kepuasan yang lebih baik. Koordinasi yang saling melengkapi tersebut berupa adanya interaksi rutin dan komunikasi terbuka antar kedua belah pihak.

V. KESIMPULAN/RINGKASAN

Beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *benevolence*, *credibility*, dan *mutual cooperation* memiliki pengaruh signifikan terhadap *relationship satisfaction* pada kerjasama antar UMKM berbasis logam di Waru. Sedangkan untuk faktor *opportunism* dan *relationship commitment* terbukti tidak signifikan berpengaruh terhadap *relationship satisfaction* pada kerjasama antar UMKM berbasis logam di Waru, Sidoarjo.
2. Hasil identifikasi dengan uji *Confirmatory Factor Analysis* baik konstruk endogen maupun konstruk eksogen dapat diketahui indikator-indikator yang mampu mengukur masing-masing faktor yaitu
 - a. *Relation Satisfaction* yaitu IK1 dan IK2
 - b. *Benevolence* yaitu IK3, IK4, dan IK5
 - c. *Credibility* yaitu IK8, IK9, dan IK10
 - d. *Opportunism* yaitu IK11, IK12, dan IK13
 - e. *Relationship Commitment* yaitu IK14, IK15, dan IK16
 - f. *Mutual Cooperation* yaitu IK17 dan IK18
3. Rekomendasi yang dapat diberikan untuk UMKM berbasis logam di Waru, Sidoarjo dari penelitian ini adalah
 - a. Meningkatkan inisiatif kepedulian personel dengan UMKM rekanan ketika bekerjasama seperti meningkatkan frekuensi komunikasi dan *sharing* mengenai kondisi umum usaha yang dialami. Hal ini seharusnya dilakukan dikarenakan hal tersebut terbukti mampu meningkatkan kepuasan di dalam hubungan kerjasama.
 - b. Menjaga kredibilitas masing-masing UMKM dengan selalu menjaga kejujuran dalam berbisnis dan tidak pernah melakukan tindakan negatif dalam bentuk apapun. Dampak “getok tular” atau *word of mouth* merupakan cara penyebaran informasi yang efektif dan berdampak dalam kerjasama antar UMKM di Waru, Sidoarjo.
 - c. Perlu adanya perjanjian tertulis ketika melakukan kerjasama yang dilakukan oleh UMKM. Hal ini dilakukan sebagai langkah antisipatif jika terjadi kesalahpahaman dalam perjanjian secara lisan.
 - d. Memberikan pemahaman lebih dalam kepada UMKM mengenai pentingnya menjaga kerjasama demi terciptanya hubungan jangka panjang yang berkelanjutan dengan cara pembinaan khusus terhadap UMKM yang memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang.
 - e. Memperkuat peran organisasi pengembang UMKM seperti LPB Mitra Bersama dan sebagainya sebagai pemerkuat komitmen kerjasama antar UMKM bahkan antar kelompok sehingga tidak terjadi persaingan yang berlebihan antar kelompok di Waru, Sidoarjo walaupun memiliki pangsa pasar yang sama.

Adapun saran untuk penelitian mendatang adalah melakukan penelitian serupa untuk industri berbasis logam sejenis misalnya di UMKM berbasis logam di Pasuruan agar dapat diketahui secara umum karakteristik kepuasan di dalam kerjasama di Provinsi Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kemenkop dan UKM. 2011. Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2009-2010. <URL: http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_phocadownload&view=sections&Itemid=93>
- [2] Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jatim. 2009. Potensi UMKM Jatim Harus Terus Dikembangkan. <URL: http://www.jatimprov.go.id/index.php?option=com_content&task=view&id=5263&Itemid=1>
- [3] Purwanto. Pamungkas, Cahyo. 2010. Analisis Rantai Nilai UMKM di Jawa Timur: Studi Kasus di Sentra Logam Ngingas Sidoarjo. Departemen Pendidikan Nasional dan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.
- [4] Abdul-Muhmin, Alhassan G. 2005. Instrumental and interpersonal determinants of Relationship Satisfaction and commitment in industrial markets. *Journal of Business Research*, 619-628.
- [5] Siguaw, J. A., Simpson, P. M., Baker, T.L. 1998. Effects of supplier market orientation on distributor market orientation and the channel relationship: The distributor perspective. *Journal of Marketing*, 62(3), 99-111.
- [6] Artz, K. W. 1999. Buyer-seller performance: The role of asset specificity, reciprocal investments, and relational exchange. *British Academy of Management*, 10, 113-126.
- [7] Ganesan, S. 1994. Determinants of long term orientation in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 58(2), 1-19.
- [8] Ghozali, Imam. 2008. Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16.0. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.