

**PENGARUH *JUST IN TIME* TERHADAP EFISIENSI BIAYA PRODUKSI
(Studi Kasus pada Perusahaan Indogarment Bandung)**

***THE INFLUENCE OF JUST IN TIME ON THE EFFICIENCY OF PRODUCTIONS
COSTS
(Case Studies in Bandung Indogarment Company)***

Nabilah Syidrah Munthoha¹, Leny Suzan²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

Nabilahsyidrah@student.telkomuniversity.ac.id¹, Lenysuzan@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Dalam perusahaan yang bergerak dalam bidang tekstil, kegiatan produksi merupakan kegiatan yang penting dalam keberhasilan perusahaan. Proses efisiensi dapat tercapai jika mengeliminasi beberapa biaya yang tidak memberikan nilai tambah (*non value added activities*). Penggunaan metode *Just In Time* dapat mengurangi biaya produksi yang tidak diperlukan. Metode *Just In Time* difokuskan pada bahan baku dan persediaan. Dengan mengelola bahan baku dan persediaan dengan baik dapat meningkatkan kualitas produksi dan proses produksi yang lancar yang dapat memberikan tingkat efisiensi biaya produksi yang diinginkan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis satu variabel X *Just In Time* dan tiga variabel turunan keekatan komunikasi dengan pemasok, keekatan komunikasi dengan konsumen, dan kereponsifan pada perubahan informasi di perusahaan Indogarment Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan *convenience sampling* dengan jumlah sampel Karyawan Indogarment sebanyak 46 orang. Data penelitian ini menggunakan regresi linier berganda yang terdiri dari hasil uji hipotesis simultan dan uji hipotesis parsial dengan menggunakan *software SPSS 21.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Just In Time*, keekatan komunikasi dengan pemasok, keekatan komunikasi dengan konsumen, kereponsifan pada perubahan informasi memberikan pengaruh simultan terhadap efisiensi biaya produksi. Secara parsial, *Just In Time* dan keekatan komunikasi dengan konsumen berpengaruh positif terhadap efisiensi biaya produksi. Sedangkan keekatan komunikasi dengan pemasok dan kereponsifan pada perubahan informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap efisiensi biaya produksi.

Kata kunci: *Just In Time*, Keekatan Komunikasi Pemasok, Keekatan Komunikasi Konsumen, Keresponsifan Perubahan Informasi, Efisiensi Biaya Produksi

Abstract

In companies engaged in textiles, production activities are important in the success of the company. The efficiency process can be achieved if it eliminates some costs that do not provide added value (non value added activities). The use of the Just In Time method can reduce unnecessary production costs. The Just In Time method is focused on raw materials and supplies. By managing raw materials and inventories properly, it can improve production quality and smooth production processes that can provide the level of production cost efficiency that the company wants. This study aims to analyze one variable X Just In Time and three derivative variables of communication closeness with suppliers, closeness of communication with consumers, and responsiveness to changes in information in Indogarment Bandung company. This study uses quantitative methods with the sampling technique used convenience sampling with a sample of 46 Indogarment employees. The data of this study used multiple linear regression consisting of the results of simultaneous hypothesis testing and partial hypothesis testing using SPSS 21.0 software. The results of this study indicate that Just In Time, closeness of communication with suppliers, closeness of communication with consumers, responsiveness to changes in information have a simultaneous effect on the efficiency of production costs. Partially, Just In Time and close communication with consumers have a positive effect on the efficiency of production costs. Meanwhile, closeness of communication with suppliers and responsiveness to information changes do not have a significant effect on the efficiency of production costs.

Keywords: *Closeness of communication with suppliers, Closeness of communication with consumers, Just in time, Responsiveness to changes in information.*

1. Pendahuluan

Negara. Perusahaan membutuhkan sebuah sistem atas permintaan pasar yang tepat untuk menjamin efisiensi sebuah usaha yang mencapai tujuannya sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan. *Just In Time* merupakan sebuah metode untuk mengelola persediaan secara efektif dan efisien^[1]. Metode ini bersifat konstan untuk menghilangkan pemborosan dalam setiap aspek biaya dalam perusahaan. Sasaran dalam metode ini ialah kualitas, biaya yang rendah, fleksibilitas yang tinggi dan responsif yang tanggap. Dengan demikian hal ini akan mencegah terjadinya pemborosan dan dapat meningkatkan daya saing perusahaan dipasar persaingan. *Just In Time* manajemen biaya yang dibuat untuk mengantisipasi perubahan yang terjadi karena kemajuan teknologi dalam lingkungan pekerjaan. Eliminasi biaya dilakukan dengan mengeliminasi jumlah persediaan (persediaan = 0). Eliminasi jumlah persediaan ini secara otomatis memangkas biaya penyimpanan dan transportasi serta menurunkan tingkat kesalahan produk

Dasar Teori dan Metode Penelitian

Dasar Teori

Teori Market Based View

Teori ini menyatakan bahwa setiap kinerja perusahaan ditentukan pada posisi strategik perusahaan dalam sebuah persaingan pasar^[2]. Teori ini juga menekankan betapa pentingnya suatu pasar yang kompetitif sebagai acuan kinerja perusahaan. Market based view menyatakan bahwa pengaruh strategik perusahaan pada kinerja perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh lingkungan eksternal saja, namun dipengaruhi juga dengan lingkungan internal.

Efisiensi Biaya

Efisiensi biaya merupakan rasio yang terdapat diantara nilai input pada output atau dapat dilihat dari jumlah input per unit dibandingkan dengan output per unit. Biaya produksi biasanya dapat diartikan juga dengan jumlah yang telah dikeluarkan untuk biaya produksi untuk memproduksi sebuah barang atau jasa diperusahaan tersebut. Untuk mengukur Efisiensi Biaya Produksi menggunakan indikator^[3]: (1) Ketepatan melaksanakan jadwal, (2) Kemampuan menekan biaya.

Just In Time

Just In Time merupakan suatu metode yang mendukung manajemen dalam mengantisipasi suatu perubahan yang terjadi di lingkungan industri akibat dari kemajuan teknologi. metode *Just In Time* merupakan sistem yang dilakukan berdasarkan sebuah penarikan permintaan yang membutuhkan barang untuk ditarik melalui sistem yang telah tersedia, dan tidak didorong ke dalam suatu sistem permintaan pada waktu tertentu yang telah diantisipasi. Selain itu prinsip yang dipakai ialah yang tidak memiliki persediaan atau *Safety Stock* dengan tujuan perusahaan dapat menghemat biaya persediaan. : Lingkungan *Just In Time* (X), Sebuah kemampuan dalam pembinaan suatu sistem terhadap pihak eksternal perusahaan yang berkaitan dengan tingkat persediaan. Indikator variabel ini ialah Keeratan komunikasi dengan pemasok (1), Keeratan komunikasi dengan konsumen (2), Keresponsifan pada perubahan informasi (3). Semakin baik *Just In Time* dikelola oleh suatu perusahaan maka semakin baik pengendalian penyimpanan bahan baku dan meningkatkan laba perusahaan dengan mengurangi biaya-biaya yang tidak memberikan nilai tambah^[4]. Penelitian ini juga dilakukan oleh^[5] yang menyatakan bahwa metode *Just In Time* berpengaruh dan cocok untuk diterapkan pada perusahaan.

H₁. Metode Just In Time berpengaruh terhadap efisiensi biaya produksi di Perusahaan Indogarment

Keeratan Komunikasi dengan Pemasok

Penggunaan metode *Just In Time* untuk menekan pengeluaran biaya dapat dilihat melalui hubungan antara perusahaan dengan pemasok. Keeratan hubungan dan baiknya komunikasi antara keduanya dapat memberikan dukungan teknik manajemen, meningkatkan kualitas melalui inspeksi secara berkala dan peningkatan kualitas bahan yang diproduksi. Sasaran dari point ini merupakan reduksi biaya. *Just In Time* dapat dipandang sebagai sesuatu yang lebih luas sebagai salah satu pengendalian persediaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh ^[6] dan ^[7] menunjukkan bahwa keeratan komunikasi dengan pemasok memiliki pengaruh positif terhadap efisiensi biaya produksi hal ini dapat dilihat baiknya sistem pengadaan yang dilakukan perusahaan dengan menjalin komunikasi yang baik dengan pemasok.

H₂. Keeratan Komunikasi dengan Pemasok berpengaruh positif secara parsial terhadap efisiensi biaya produksi

Keeratan Komunikasi dengan Konsumen

Dalam situasi persaingan pasar global yang sangat kompetitif sekarang dimana pasar memiliki kendali dalam penetapan sebuah harga. Produsen mengikuti harga pasar yang berlaku dan konsumen membeli sebuah produk dengan kualitas yang diinginkan. Produk yang memiliki kualitas yang baik harus mempertimbangkan bahan baku dan waktu

produksi yang tepat. Metode Just In Time perusahaan hanya memproduksi produk ketika permintaan dari konsumen didapatkan, produksi tidak dapat terjadi sebelum ada komunikasi antara pelanggan dan perusahaan yang akurat untuk kelanjutan sebuah produksi. Hal ini dapat menumbuhkan prioritas dalam pengerjaan produk dan mendatangkan kepuasan konsumen terhadap perusahaan serta meningkatkan arus perputaran balik modal (*Capital Turnover Ratio*). Hasil penelitian yang dilakukan oleh ^[8] dan ^[9] menunjukkan keeratan komunikasi dengan pelanggan berpengaruh positif terhadap efisiensi biaya produksi. Hal ini dapat dilihat ketika perusahaan dapat memenuhi kepuasan dari konsumen dengan cara keeratan komunikasi yang dilakukan.

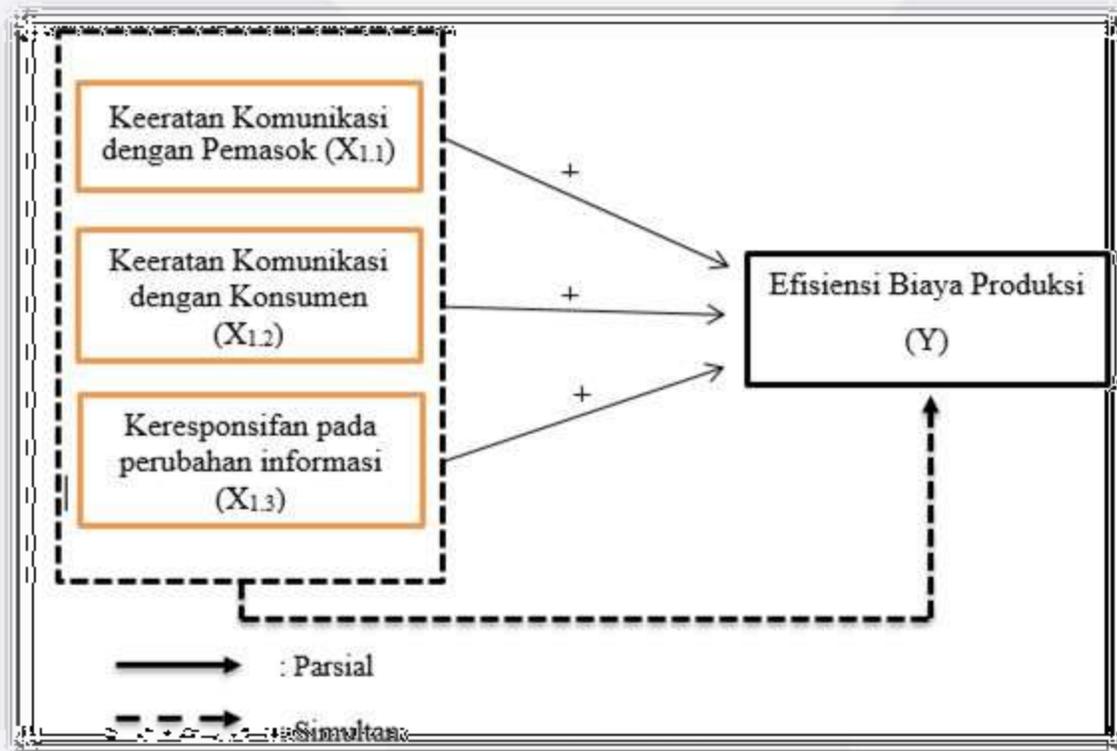
H3: Keeratan Komunikasi dengan Konsumen berpengaruh positif terhadap efisiensi biaya produksi

2.1.6. Pengaruh Keresponsifan Pada Perubahan Informasi terhadap Efisiensi Biaya Produksi

Mempertahankan komitmen tinggi untuk bekerjasama dengan pemasok dan konsumen merupakan sebuah tantangan tersendiri oleh perusahaan. Menghasilkan produk sesuai dengan keinginan pelanggan dan memastikan ketepatan waktu kedatangan bahan baku dari pemasok menjadi fokus dalam penggunaan metode *Just In Time*. Perusahaan harus responsif terhadap perubahan informasi dari dua elemen agar terpenuhi integritas dan pengoptimuman setiap langkah manufacturing. Hasil penelitian yang dilakukan oleh ^[10] dan ^[11] menunjukkan keresponsifan pada perubahan informasi berpengaruh positif terhadap efisiensi biaya produksi. Hal ini dapat terlihat apabila perusahaan koreksi yang baik pada dua elemen yaitu pemasok dan konsumen.

H4 : Keresponsifan Pada Perubahan Informasi berpengaruh positif terhadap efisiensi biaya produksi

Berdasarkan penjelasan hipotesis di atas, maka penulis membuat kerangka pemikiran yang dapat dilihat pada:



Gambar 1 Kerangka Penelitian

Sumber: Data Diolah Penulis, 2021

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam tipe penelitian kuantitatif yang merupakan jenis data yang dapat dihitung atau diukur secara langsung, data tersebut berisikan sebuah informasi atau penjelasan yang dinyatakan kedalam bentuk sebuah bilangan atau angka Tipe penelitian ini adalah kausal untuk mengungkapkan sebab dan akibat dari faktor-faktor

yang diteliti^[12]. Waktu pelaksanaan dilakukan dengan jenis *time-series*. Populasi dalam penelitian ini yaitu pegawai perusahaan Indogarment Bandung. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jenis *covience*. Karyawan yang dapat mengisi kuisisioner dalam penelitian ini ialah : 1) Karyawan dengan status kepegawaian tetap, dan 2) Masa waktu bekerja selama lebih dari satu tahun. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel yang akan diteliti yaitu sebanyak 40 karyawan dari total 46 pegawai yang bekerja di Indogarment Bandung. Penelitian ini tidak melakukan intervensi dengan data yang tersedia.

Data identitas para pegawai yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilampirkan. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis regresi linear berganda. Analisis yang dilakukan diantaranya : 1) Analisis statistik deskriptif, 2) Uji Asumsi Klasik, 3) Uji Hipotesis Simultan, 4) Uji hipotesis parsial dan 5) Uji Koefisien Determinasi

2. Pembahasan

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis sebuah data dengan menggunakan cara mendeskripsikan data yang sudah terkumpul sebagaimana yang ada tanpa bermaksud untuk mengeneralisasikan atau yang berlaku umum^[13]. Berikut merupakan hasil dari analisis statistik deskriptif :

Tabel 1 Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Nilai Indeks Maksimum	Total Skor	Presentase	Kategori
<i>Just In Time</i>	2000	1878	93,9%	Sangat Setuju
Keeratan Komunikasi dengan Pemasok	1000	940	47%	Tidak Setuju
Keeratan Komunikasi dengan Konsumen	800	745	37%	Tidak Setuju
Keresponsifan pada perubahan informasi	1200	1138	57%	Cukup Setuju
Efisiensi Biaya Produksi	2000	1964	98%	Sangat Setuju

Sumber : Data yang telah diolah 2021

**Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas**

Tabel 2 Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.54850824
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.072
	Negative	-.126
Test Statistic		.126
Asymp. Sig. (2-tailed)		.111 ^c

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data yang telah diolah 2021

Berdasarkan hasil perhitungan diatas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,111 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Just in time*, Keeratan komunikasi dengan pemasok, keeratan komunikasi dengan konsumen, keresponsifan pada perubahan informasi dinyatakan terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3 Hasil Pengujian Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	51.819	12.343		4.198	.000		
	Just In Time	.511	.187	.652	2.726	.010	.397	2.517
	Keeratan Komunikasi Dengan Pemasok	-.155	.289	-.091	-.537	.594	.788	1.269
	Keeratan Komunikasi Dengan Konsumen	-.614	.298	-.369	-2.061	.047	.707	1.415
	Keresponsifan Pada Perubahan Informasi	-.454	.367	-.292	-1.236	.225	.407	2.457

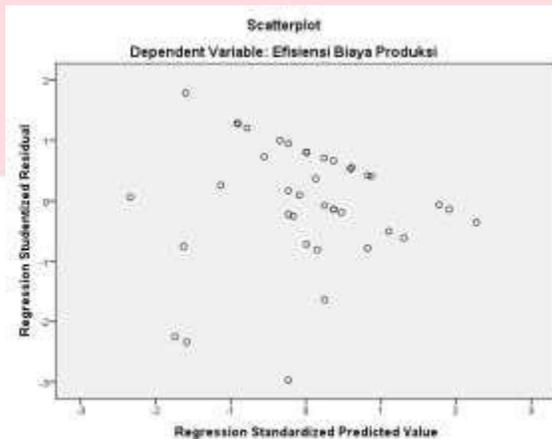
a. Dependent Variable: Efisiensi Biaya Produksi

Sumber: Data yang telah diolah 2021

Berdasarkan hasil perhitungan diatas menunjukkan nilai *tolerance* dan VIF masing-masing variabel sebesar, variabel *just in time* (X_1) *tolerance* 0,397 dan VIF 2.517, variabel keeratan komunikasi dengan pemasok ($X_{1.1}$) *tolerance* 0,788 dan VIF 1,269, variabel keeratan komunikasi dengan konsumen ($X_{1.2}$) *tolerance* 0,707 dan VIF 1,415 dan keresponsifan pada perubahan informasi ($X_{1.3}$) *tolerance* 0,407 dan VIF sebesar 2,457. Maka dapat dipastikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas di data dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2 Hasil Pengujian Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data yang telah diolah 2021

Berdasarkan hasil perhitungan diatas menunjukkan data dalam grafik *scatterplot* tidak memiliki pola yang teratur, penyebaran titik menyebar diatas, dibawah serta disekitar 0. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan sebuah pengujian untuk melihat apakah model regresi linear ada atau tidak terjadi korelasi antara kesalahan variabel penegganggu periode t dengan kesalahan variabel penegganggu periode t-1(sebelumnya)^[14].

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.452 ^a	.204	.113	2.690	2.094

- a. Predictors: (Constant), Keresponsifan Pada Perubahan Informasi, Keeratan Komunikasi Dengan Konsumen, Keeratan Komunikasi Dengan Pemasok, Just In Time
- b. Dependent Variable: Efisiensi Biaya Produksi

Gambar 2 Hasil Pengujian Uji Autokorelasi

Sumber: Data yang telah diolah 2021

Berdasarkan hasil perhitungan diatas menjelaskan hasil uji autokorelasi untuk nilai DW sebesar 2,094. Pada table statistic Durbin Watson dengan tingkat signifikansi 0,05, nilai (n) sebesar 40, dan jumlah variabel independen sebanyak 4 (K=4), diperoleh hasil dU sebesar 1,7209 dan hasil dL 1,2848 sehingga nilai $(4-dU) = 4 - 1,7209 = 2.2791$. hal ini menunjukkan bahwa nilai $DU < DW < 4-DU$ dengan demikian variabel yang diteliti tidak terdapat autokorelasi

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.452 ^a	.204	.113	2.690

- a. Predictors: (Constant), Keresponsifan Pada Perubahan Informasi, Keeratan Komunikasi Dengan Konsumen, Keeratan Komunikasi Dengan Pemasok, Just In Time
- b. Dependent Variable: Efisiensi Biaya Produksi

Sumber: Data yang telah diolah 2021

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh nilai *Adjusted R Aquare* sebesar 0,113 atau 11,3% yang memiliki arti korelasi yang sangat lemah. Nilai *Adjusted R Aquare* sebesar 11,3% menunjukkan bahwa *just in time* , keeratan komunikasi dengan pemasok, keeratan komunikasi dengan konsumen dan keresponsifan pada perubahan informasi memberikan pengaruh secara simultan sebesar 11.3% sedangkan 88,7% merupakan kontribusi dari faktor selain *just in time* (X_1), keeratan komunikasi dengan pemasok ($X_{1,1}$), keeratan komunikasi dengan konsumen ($X_{1,2}$), dan keresponsifan pada perubahan informasi ($X_{1,3}$) yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Gambar 4 Hasil Pengujian Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65.074	4	16.269	2.248	.084 ^b
	Residual	253.301	35	7.237		
	Total	318.375	39			

- a. Dependent Variable: Efisiensi Biaya Produksi
- b. Predictors: (Constant), Keresponsifan Pada Perubahan Informasi, Keeratan Komunikasi Dengan Konsumen, Keeratan Komunikasi Dengan Pemasok, Just In Time

Sumber: Data yang telah diolah 2021

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi yaitu $0,084 < 0,1$, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulan pada penelitian ini yaitu *just in time*, keeratan komunikasi dengan pemasok, keeratan komunikasi dengan konsumen, keresponsifan pada perubahan informasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap efisiensi biaya produksi pada perusahaan Indogarment.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Gambar 5 Hasil Pengujian Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	51.819	12.343		4.198	.000
	Just In Time	.511	.187	.652	2.726	.010
	Keeratan Komunikasi Dengan Pemasok	-.155	.289	-.091	-.537	.594
	Keeratan Komunikasi Dengan Konsumen	-.614	.298	-.369	-2.061	.047

Keresponsifan Pada Perubahan Informasi	-0.454	0.367	-0.292	-1.236	0.225
--	--------	-------	--------	--------	-------

a. Dependent Variable: Efisiensi Biaya Produksi

Sumber: Data yang telah diolah 2020

Menurut hasil perhitungan untuk hipotesis pertama yaitu variabel *Just In Time* (X_1) diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,010 lebih kecil dari $\alpha = 0,1$ atau $0,010 < 0,1$. Maka dari itu, H_0 ditolak yang berarti secara parsial variabel *just in time* berpengaruh signifikan terhadap efisiensi biaya produksi perusahaan Indogarment Bandung

Menurut hasil perhitungan untuk hipotesis kedua yaitu keeratan komunikasi dengan pemasok ($X_{1.1}$) diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,594 lebih besar dari $\alpha = 0,1$ atau $0,594 > 0,1$. Sehingga H_0 diterima artinya secara parsial keeratan komunikasi dengan pemasok tidak memiliki pengaruh dengan efisiensi biaya produksi.

Menurut hasil perhitungan untuk hipotesis kedua yaitu keeratan komunikasi dengan konsumen ($X_{1.2}$) diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,047 lebih besar $\alpha = 0,1$ atau $0,047 < 0,1$. Sehingga H_0 ditolak artinya secara parsial keeratan komunikasi dengan konsumen memiliki pengaruh dengan efisiensi biaya produksi.

Menurut hasil perhitungan untuk hipotesis ketiga yaitu keeresponsifan pada perubahan informasi ($X_{1.3}$) diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,225 dengan $\alpha = 0,1$ atau $0,225 > 0,1$ dengan demikian H_0 diterima yaitu secara parsial keeresponsifan pada perubahan informasi tidak memiliki pengaruh terhadap efisiensi biaya produksi

3. Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh *Just In Time* Terhadap Efisiensi Biaya Produksi

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial seperti yang ditunjukkan pada gambar 5 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,010 atau lebih kecil dari 0,1 sehingga H_0 ditolak. Hal ini berarti, secara parsial variabel *just in time* berpengaruh signifikan terhadap efisiensi biaya produksi perusahaan Indogarment Bandung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *just in time* berpengaruh signifikan terhadap efisiensi biaya produksi, yang berarti jika semakin baik *just in time* dilakukan dengan sebaik mungkin maka semakin baik pula efisiensi biaya produksi

Hal ini didukung oleh pengujian statistik deskriptif mengenai tanggapan responden terkait variabel *just in time* memiliki skor rata-rata 93,9%. Dengan demikian responden setuju bahwa variabel *just in time* dapat mempengaruhi efisiensi biaya produksi pada perusahaan Indogarment Bandung. Hasil penelitian ini didukung oleh ^[15] dan ^[16] yang menyatakan bahwa *just in time* berpengaruh secara signifikan terhadap efisiensi biaya produksi.

Pengaruh Keeratan Komunikasi Dengan Pemasok Terhadap Efisiensi Biaya Produksi

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial yang telah dilakukan seperti yang tertera pada gambar 5 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,594 lebih besar dari 0,1 sehingga H_0 diterima yaitu keeratan komunikasi dengan pemasok tidak memiliki pengaruh terhadap efisiensi biaya produksi.

Hal ini didukung oleh data statistik deskriptif yang memiliki skor rata-rata 47% yang memiliki arti para responden tidak setuju. Peneliti memberikan pertanyaan yang lebih sedikit dibandingkan variabel X_1 sebelumnya hal ini dapat memungkinkan skor rata-rata statistik deskriptif lebih rendah dari pada variabel X_1 . Namun demikian, nilai signifikansi membuktikan bahwa nilai yang dihasilkan tidak dapat memberikan hasil yang diinginkan peneliti. Hasil pengujian bertentangan oleh penelitian yang dilakukan oleh ^[17] dan ^[18] yang menyatakan bahwa keeratan komunikasi dengan pemasok berpengaruh dengan efisiensi biaya produksi.

Pengaruh Keeratan Komunikasi Dengan Konsumen Terhadap Efisiensi Biaya Produksi

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial seperti yang ditunjukkan di gambar 5 diperoleh nilai signifikansi 0,047 atau lebih kecil dari 0,1 sehingga H_0 diterima. Dengan demikian, hal ini memiliki arti bahwa keeratan komunikasi dengan konsumen memiliki arti bahwa keeratan komunikasi dengan konsumen memiliki pengaruh terhadap efisiensi biaya produksi di perusahaan Indogarment Bandung.

Hal ini tidak didukung oleh statistik deskriptif dengan memperoleh hasil skor rata-rata 37% dari 4 item pertanyaan yang diterima dari 6 item awal yang dimasukkan kedalam instrumen pertanyaan dalam variabel keeratan komunikasi dengan konsumen. Hasil statistik deskriptif yang rendah dikarenakan sedikitnya pertanyaan yang diberikan oleh peneliti kepada para responden. Hasil pengujian secara parsial didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh ^[19] dan ^[20] yang menyatakan bahwa keeratan komunikasi dengan konsumen berpengaruh dengan efisiensi biaya produksi.

3.4. Pengaruh Keresponsifan Pada Perubahan Informasi Terhadap Efisiensi Biaya Produksi

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial seperti yang ditunjukkan di gambar 5 diperoleh nilai signifikansi 0,225 lebih besar dari 0,1 sehingga H_0 diterima. Dengan demikian, hal ini memiliki arti bahwa keresponsifan pada perubahan informasi tidak memiliki pengaruh terhadap efisiensi biaya produksi di perusahaan Indogarmen Bandung.

Hal ini didukung oleh hasil statistik deskriptif yang mendapatkan hasil kurang maksimal dengan skor rata-rata 57% sebenarnya angka ini menunjukkan hasil cukup baik. Namun hasil yang ditampilkan dalam tabel t tidak mencapai hasil yang diinginkan oleh peneliti. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh ^[21] dan ^[22] yang meneliti bahwa keresponsifan pada perubahan informasi memiliki pengaruh terhadap efisiensi biaya produksi.

4. Kesimpulan

Kesimpulan

1. Hasil analisa deskriptif mengenai variabel-variabel penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :
 - a. Hasil analisa deskriptif mengenai *Just In Time* (X_1) berdasarkan penilaian responden menunjukkan nilai tanggapan responden sebesar 93,9% dan termasuk dalam kategori sangat baik.
 - b. Hasil analisa deskriptif mengenai Keeratan Komunikasi Dengan Pemasok ($X_{1.1}$) berdasarkan nilai responden menunjukkan nilai tanggapan responden sebesar 47% dengan kategori nilai tidak baik
 - c. Hasil analisa deskriptif mengenai Keeratan Komunikasi Dengan Konsumen ($X_{1.2}$) berdasarkan nilai responden menunjukkan nilai tanggapan responden sebesar 37% dengan kategori nilai tidak baik
 - d. Hasil analisa deskriptif mengenai Keresponsifan Pada Perubahan Informasi ($X_{1.3}$) berdasarkan penilaian responden menunjukkan nilai tanggapan responden sebesar 57% dengan kategori nilai cukup baik.
2. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai sebesar $0,084 < 0,1$ yang berarti bahwa *Just In Time*, Keeratan Komunikasi Dengan Pemasok, Keeratan Komunikasi Dengan Konsumen, Keresponsifan Pada Perubahan Informasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap Efisiensi Biaya Produksi.
3. Hasil uji parsial (Uji t) dapat disimpulkan sebagai berikut :
 - a. Variabel *Just In Time* memiliki pengaruh secara parsial terhadap Efisiensi Biaya Produksi.
 - b. Variabel Keeratan Komunikasi Dengan Pemasok tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Efisiensi Biaya Produksi. Hal ini disebabkan semakin tinggi atau rendahnya keeratan komunikasi dengan pemasok tidak dapat memberikan pengaruh kepada efisiensi biaya produksi di perusahaan Indogarmen.
 - c. Variabel Keeratan Komunikasi Dengan Konsumen memiliki pengaruh secara parsial terhadap Efisiensi Biaya Produksi.
 - d. Variabel Keresponsifan Pada Perubahan Informasi tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Efisiensi Biaya Produksi. Hal ini disebabkan semakin tinggi atau rendahnya keresponsifan pada perubahan informasi tidak akan memberikan pengaruh pada efisiensi biaya produksi terhadap perusahaan Indogarmen

REFERENSI

- [1] Aprilianti, A., & Hidayat, Y. R. (2019). Pengaruh Just In Time Terhadap Efisiensi Biaya Produksi pada PT Toyota Boshoku Indonesia. *Jurnal Logistik Indonesia*, 3(2), 125-133.
- [2] Simatupang, B. (2013). Tinjauan Komplementer Pengaruh Teori Market-Based View (MBV) dan Resource-Based View (RBV) Terhadap Strategi dan Kinerja Perusahaan. *Binus Business Review*, 4(1), 323.
- [3] Aprilianti, A., & Hidayat, Y. R. (2019). Pengaruh Just In Time Terhadap Efisiensi Biaya Produksi pada PT Toyota Boshoku Indonesia. *Jurnal Logistik Indonesia*, 3(2), 125-133.
- [4] Rahayu. (2018). Pengaruh Aplikasi Strategi Just In Time Terhadap Efektivitas dan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT Santosa Jaya Abadi Sidoarjo. *Ekuitas*, 9(4)
- [5] Aprilianti, A., & Hidayat, Y. R. (2019). Pengaruh Just In Time Terhadap Efisiensi Biaya Produksi pada PT Toyota Boshoku Indonesia. *Jurnal Logistik Indonesia*, 3(2), 125-133.
- [6] Auliya, N., Sukawati, R., & Rahmatuloh, M. (2019). Aplikasi perhitungan biaya produksi pakaian menggunakan metode Just In Time (Studi kasus : Nilai Konveksi, Padang). *e-Proceeding of Applied Science*, 5(3), 1
- [7] Rahayu. (2018). Pengaruh Aplikasi Strategi Just In Time Terhadap Efektivitas dan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT Santosa Jaya Abadi Sidoarjo. *Ekuitas*, 9(4).
- [8] Suryanata, V. (2003). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi dan efektifitas Aplikasi Just In Time pada PT Santosa Jaya Abadi Sidoarjo. *Program SI Unair*, 9(4), Surabaya
- [9] Rahayu. (2018). Pengaruh Aplikasi Strategi Just In Time Terhadap Efektivitas dan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT Santosa Jaya Abadi Sidoarjo. *Ekuitas*, 9(4).
- [10] Suryanata, V. (2003). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi dan efektifitas Aplikasi Just In Time pada PT Santosa Jaya Abadi Sidoarjo. *Program SI Unair*, 9(4), Surabaya.
- [11] Rahayu. (2018). Pengaruh Aplikasi Strategi Just In Time Terhadap Efektivitas dan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT Santosa Jaya Abadi Sidoarjo. *Ekuitas*, 9(4).
- [12] Suryanata, V. (2003). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi dan efektifitas Aplikasi Just In Time pada PT Santosa Jaya Abadi Sidoarjo. *Program SI Unair*, 9(4), Surabaya
- [13] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- [14] Sugiyono. (2017). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [15] Aprilianti, A., & Hidayat, Y. R. (2019). Pengaruh Just In Time Terhadap Efisiensi Biaya Produksi pada PT Toyota Boshoku Indonesia. *Jurnal Logistik Indonesia*, 3(2), 125-133
- [16] B, E. J., & Nurcaya, I. N. (2019). Penerapan Just In Time Untuk Efisiensi Biaya Persediaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1755-1783.
- [17] Rahayu. (2018). Pengaruh Aplikasi Strategi Just In Time Terhadap Efektivitas dan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT Santosa Jaya Abadi Sidoarjo. *Ekuitas*, 9(4).
- [18] Suryanata, V. (2003). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi dan efektifitas Aplikasi Just In Time pada PT Santosa Jaya Abadi Sidoarjo. *Program SI Unair*, 9(4), Surabaya
- [19] Rahayu. (2018). Pengaruh Aplikasi Strategi Just In Time Terhadap Efektivitas dan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT Santosa Jaya Abadi Sidoarjo. *Ekuitas*, 9(4).
- [20] Suryanata, V. (2003). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi dan efektifitas Aplikasi Just In Time pada PT Santosa Jaya Abadi Sidoarjo. *Program SI Unair*, 9(4), Surabaya
- [21] Rahayu. (2018). Pengaruh Aplikasi Strategi Just In Time Terhadap Efektivitas dan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT Santosa Jaya Abadi Sidoarjo. *Ekuitas*, 9(4)
- [22] Suryanata, V. (2003). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi dan efektifitas Aplikasi Just In Time pada PT Santosa Jaya Abadi Sidoarjo. *Program SI Unair*, 9(4), Surabaya