

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES BISNIS
INTERNAL**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: Monica Claudia

NPM : 125140036

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2018

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MONICA CLAUDIA
NO. MAHASISWA : 125140036
PROGRAM/ JURUSAN : S1/ AKUNTANSI
BIDANG KONSENTRASI : AKUNTANSI MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PROSES BISNIS
INTERNAL

Jakarta, 13 Desember 2017

Pembimbing



(Hendro Lukman, S.E., M.M., Ak., CA.,
CPMA., CPA (Aust.))

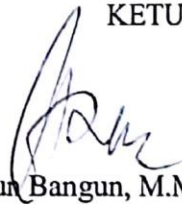
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
SETELAH LULUS UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI**

NAMA : Monica Claudia
NO. MAHASISWA : 125140036
PROGRAM/ JURUSAN : SI/ AKUNTANSI
BIDANG KONSENTRASI : AKUNTANSI MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : **FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PROSES BISNIS
INTERNAL**

TANGGAL : 11 Januari 2018

KETUA PENGUJI



(Dra. Nurainun Bangun, M.M., Ak., CA.)

TANGGAL : 11 Januari 2018

ANGGOTA PENGUJI



(Hendro Lukman, S.E., M.M., Ak., CA., CPMA., CPA (Aust.))

TANGGAL : 11 Januari 2018

ANGGOTA PENGUJI



(Susanto Salim, S.E., M.M., Ak., CPA., CPMA., CA.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES BISNIS
INTERNAL**

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *e-Procurement*, *TQM* dan *e-CRM* terhadap proses bisnis internal perusahaan manufaktur di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner. Dari kuesioner yang disebar hanya 61 kuesioner yang dapat memenuhi syarat sebagai sampel. Hipotesis penelitian diuji menggunakan analisis regresi berganda dengan *IBM SPSS 22.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-Procurement* dan *e-CRM* berpengaruh positif terhadap proses bisnis internal, namun tidak untuk *TQM*. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak, jenis industri yang sama dengan skala ukuran perusahaan yang sama agar dapat fokus untuk peningkatan efisiensi dan efektivitas industri tertentu di Indonesia.

Kata kunci: *E-Procurement*, *TQM*, *E-CRM*, Proses Bisnis Internal, *Balanced Scorecard*.

The aim of this research is to get the empirical evidence about the influence of e-Procurement, TQM and e-CRM to internal business process in Indonesia's manufacturing industry. This study used purposive sampling method and collected data with questionnaire. Out of all questionnaires that have been distributed, only 61 questionnaires that qualified to be the sample. The hypothesis was tested using multiple regression analysis by IBM SPSS 22.0. The results of this study showed that e-Procurement and e-CRM has positive influence towards internal business process, however, indicate there is no significant influence of TQM towards internal business process. Further researches are expected to use more sample, similar type of industry with equal company size so it could focus on how to enhance efficiency and effectiveness of certain industry in Indonesia.

Key words: *E-Procurement*, *TQM*, *E-CRM*, Internal Business Process, *Balanced Scorecard*.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, bimbingan dan karunia-Nya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar sarjana ekonomi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa arahan, bimbingan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan yang berbahagia ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Hendro Lukman, S.E., M.M., Ak., CA., CPMA., CPA (Aust.) selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan saran serta masukan dan juga dukungan moral kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini, menjadi teman diskusi dan penyemangat serta selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan pengetahuan, arahan, motivasi, dan kesempatan kepada penulis untuk penyusunan skripsi ini.
2. Para dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah berjuang untuk mendidik, membimbing serta memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan yang luas selama 7 (tujuh) semester perkuliahan ini.
3. Papi dan Mami tercinta yang telah memberikan semangat dan kasih sayang, membesarkan, serta mendukung penulis dari kecil hingga dewasa sehingga dapat menyelesaikan pendidikan tinggi di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Saudara kandung tersayang Irene Rafaelia yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.

5. Nicholas Renaldi Wibawa yang telah mendampingi proses penyusunan skripsi, memberi bantuan dalam hal teknis dan terus memberikan motivasi dalam rangka penyelesaian skripsi.
6. Sahabat-sahabat penulis semasa kuliah antara lain: Agnes Sumita, Michelle Giovanni, Tandri, Sarah Devina, Rosalie, Karina, Aldi Ardian, Gabriella Christie, Alvina, Yunita, Caroline, Velika, Albert Ngatidjan, Yasa Nooril, Hardy Chandra, Leonardo Hadi, Christopher Hartawan, Herman Bunarto dan Vincentcius Kevin yang telah saling memberi bantuan, dukungan, dan motivasi dari sejak awal kuliah hingga proses penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman satu bimbingan yang telah berdiskusi bersama Jesslyn Permatasari, Inggriani Widjaja, Florence dan Thalia.
8. Teman-teman sekelas AY 2014, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah saling mendukung dan kerjasama dari sejak semester 1 hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna, baik dari segi teknik penyusunan maupun penyajian materinya, ibarat pepatah mengatakan “tiada gading yang tak retak”. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun akan diterima dengan senang hati. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 13 Desember 2017

Monica Claudia

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	4
3. Batasan Masalah.....	5
4. Rumusan Masalah	5
B. Tujuan dan Manfaat	6
1. Tujuan.....	6
2. Manfaat.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. Gambaran Umum Teori	7
B. Definisi Konseptual Variabel	10
1. Variabel Dependen	10
2. Variabel Independen	12
a. <i>E-Procurement</i>	12
b. <i>Total Quality Management</i>	13
c. <i>E-CRM</i>	15
C. Kaitan antara Variabel-variabel.....	17

a. <i>E-Procurement</i> & Proses Bisnis Internal	17
b. <i>Total Quality Management</i> & Proses Bisnis Internal	18
c. <i>E-CRM</i> & Proses Bisnis Internal	20
D. Penelitian yang Relevan.....	21
E. Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Desain Penelitian.....	27
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	28
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	29
D. Analisa Validitas dan Reliabilitas	33
E. Analisa Data	37
F. Asumsi Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Deskripsi Subyek Penelitian	44
B. Deskripsi Objek Penelitian.....	48
C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data	49
1. Uji Multikolinieritas	49
2. Uji Heteroskedastisitas	50
3. Uji Normalitas.....	51
D. Hasil Analisis Data.....	52
1. Uji Statistik F	55
2. Uji Statistik t	55
3. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	57
E. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Keterbatasan dan Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	105

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Pertumbuhan Indeks Produksi Industri Besar dan Sedang.....	1
Tabel 2.1. Deskripsi Faktor Kunci Sukses <i>E-Procurement</i>	13
Tabel 2.2. Ringkasan Penelitian Relevan Terdahulu	21
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel <i>E-Procurement</i>	29
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel <i>TQM</i>	30
Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel <i>E-CRM</i>	32
Tabel 3.4. Operasionalisasi Variabel Proses Bisnis Internal	33
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Procurement</i>	34
Tabel 3.6. Hasil Uji Validitas Variabel <i>TQM</i>	35
Tabel 3.7. Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-CRM</i>	36
Tabel 3.8. Hasil Uji Validitas Variabel Proses Bisnis Internal.....	36
Tabel 3.9. Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 3.10. Hasil Statistik deskriptif <i>e-Procurement</i>	38
Tabel 3.11. Hasil Statistik deskriptif <i>TQM</i>	39
Tabel 3.12. Hasil Statistik deskriptif <i>e-CRM</i>	40
Tabel 3.13. Hasil Statistik deskriptif Proses Bisnis Internal.....	40
Tabel 4.1. Kriteria Pemilihan Sampel.....	44
Tabel 4.2. Daftar Perusahaan dan Jenis Industri.....	45
Tabel 4.3. Jenis Industri.....	47
Tabel 4.4. Persentase Proses Manufaktur	47
Tabel 4.5. Persentase Mayoritas Pelanggan.....	47
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Objek Penelitian	48
Tabel 4.7. Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4.8. Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Glejser	51
Tabel 4.9. Hasil Pengujian Normalitas	52
Tabel 4.10. Hasil Analisa Regresi Berganda	53
Tabel 4.11. Hasil Regresi Berganda untuk Uji F	55
Tabel 4.12. Hasil Regresi Berganda untuk Uji t	56

Tabel 4.13. Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi 58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Hipotesis	26
Gambar 4.1. Model Hasil Penelitian.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	74
Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner	79
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	87
Lampiran 4 Hasil Deskripsi Subjek Penelitian	94
Lampiran 5 Hasil Deskripsi Objek Penelitian	95
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Analisis Data	101
Lampiran 7 Hasil Analisis Data	104
Daftar Riwayat Hidup	105

BAB I

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Industri manufaktur memberikan kontribusi terbesar bagi perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat kontribusinya terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan hasil perhitungan Badan Pusat Statistik (BPS, 2017), distribusi PDB pada harga berlaku di Indonesia dari tahun 2014-2016 sebesar 38.96%, 39.16% dan 38.71%. Selain itu, Indonesia pernah dinobatkan oleh Organisasi Pengembangan Industri Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNIDO) sebagai salah satu dari sepuluh negara dengan sektor manufaktur teratas pada tahun 2016 (Indotelko.com).

Namun kini kondisi bisnis di industri manufaktur Indonesia memerlukan perhatian serius, terjadi perlambatan pertumbuhan dimana data BPS mencatat industri skala besar dan menengah, mikro dan kecil hanya tumbuh sebesar 2,5% selama kuartal II/2017.

Tabel 1.1

Pertumbuhan Indeks Produksi Industri

Industri Besar dan Sedang					
Tahun	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	Rataan
2014	-0.25	1.97	2.04	1.68	4.76
2015	-0.70	2.16	0.83	2.41	4.76
2016	-1.29	3.02	0.70	-0.30	4.01
2017	0.99	2.57			
Industri Mikro dan Kecil					
Tahun	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	Rataan
2014	4.41	4.07	5.18	6.02	4.91
2015	5.65	4.57	6.87	5.79	5.71
2016	5.91	6.56	5.75	4.88	5.78

2017	6.63	2.5			
------	------	-----	--	--	--

Sumber: BPS (2017)

Tentunya hal ini menjadi sesuatu kekhawatiran yang perlu segera diatasi. Untuk mengembalikan dan menguatkan industri manufaktur dalam mendukung perekonomian Indonesia, Kementrian Perindustrian telah memetakan kekuatan yang dimiliki Indonesia dalam upaya memacu produktivitas nasional di masa depan, yang salah satunya adalah teknologi dan inovasi. (Hartanto, 2017 dalam Antaranews.com).

Penggunaan teknologi dan inovasi dalam perusahaan dapat memperbaiki proses bisnis internal suatu perusahaan. Efisiensi dan efektivitas proses bisnis internal memainkan peran penting dalam menunjang produktivitas dan menentukan keberhasilan ekonomi perusahaan manufaktur. Proses bisnis adalah sekumpulan aktivitas mewujudkan tujuan bisnis mulai dari *input*, menambahkan nilai (*process*) untuk mendapatkan *output* berupa hasil yang diinginkan konsumen.

Terdapat berbagai cara digunakan untuk mengukur keberhasilan proses bisnis internal suatu perusahaan, salah satu metode yang dapat digunakan adalah perspektif proses bisnis internal dalam *Balanced Scorecard* yang ditemukan oleh Kaplan dan Norton. *Balanced Scorecard* menyediakan suatu pengukuran dan perencanaan komprehensif yang dapat menjelaskan lebih dalam apa yang ditekankan dalam proses bisnis internal. Banyak perusahaan yang sudah mengakui manfaat dari pengukuran *Balanced Scorecard* yang komprehensif dan menerapkannya sebagai sistem pengukuran kinerja organisasi (Gumbus & Lyons, 2002 dalam Rotchanakitumnuai, 2013). Keberadaan kata *balanced* menunjukkan sebuah keseimbangan dalam pengelolaan organisasi sehingga tidak hanya mengukur segi finansial yang bersifat jangka pendek tapi juga melihat dari sisi non finansial.

Indikator proses bisnis internal mengidentifikasi berbagai proses penting dalam operasi perusahaan agar dapat dikuasai dengan baik oleh seluruh manajer puncak maupun karyawan. Proses ini memberikan nilai tambah yang akan menarik perhatian pelanggan sehingga dapat mempertahankan pelanggan dalam segmen

pasar, serta pada akhirnya memenuhi harapan keuntungan finansial yang tinggi bagi pemegang saham.

Proses bisnis internal menurut pendekatan *Balanced Scorecard* berbeda dengan pendekatan “tradisional” yang hanya berfokus kepada proses penyampaian produk dan jasa perusahaan kepada pelanggan. Proses bisnis internal dalam *Balanced Scorecard* mengidentifikasi berbagai proses baru yang akan dipelajari dan diterapkan oleh perusahaan dengan memadukan inovasi dan teknologi ke dalam proses bisnis internal agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberi *customer value* yang lebih dengan sumber daya yang sama dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Kaplan dan Norton (1996) membagi proses bisnis internal ke dalam tiga proses yaitu: 1) Proses Inovasi, terdiri atas dua komponen yaitu identifikasi keinginan pelanggan dan melakukan proses perancangan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan; 2) Proses Operasi, mulai dari saat penerimaan order dari pelanggan, produksi sampai produk dikirim ke pelanggan; 3) Pelayanan Purnajual (*post-sales*), dapat berupa garansi, atau penggantian untuk produk yang rusak.

Proses bisnis internal yang baik akan memastikan bahwa serangkaian aktivitas perusahaannya berjalan dengan seefisien dan seefektif mungkin. Fokus utama perbaikan dari indikator ini adalah pengurangan biaya secara menyeluruh melalui proses produksi yang efisien dan menghasilkan produk berkualitas bagi pelanggan. Perbaikan dalam proses bisnis internal dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Hal ini didukung oleh pernyataan Porter (1985) bahwa *competitive advantage* adalah hasil dari kemampuan perusahaan untuk beroperasi secara efisien untuk memperoleh biaya yang lebih rendah dari pesaing, mengorganisasikan aktivitas perusahaan secara unik, dan mampu menghasilkan nilai yang terdiferensiasi untuk pelanggan.

Lummus dan Vokurka (1999) menyatakan bahwa perusahaan yang sukses adalah mereka yang mengelola semua titik pada rantai pasokan mulai dari pemasok sampai pelanggan akhir. Selain itu penggunaan teknologi informasi menyediakan peluang bagi perusahaan untuk meninggalkan cara tradisionalnya menjadi lebih modern, MacGregor dan Vrazalic (2005 dalam Harrigan, Boyd, Ramsey &

Ibbotson, 2008) menyatakan bahwa perusahaan yang berhasil mengembangkan dan mengimplementasikan strategi berbasis internet dalam proses bisnisnya, memperoleh tingkat efisiensi yang lebih tinggi baik dalam perusahaan secara internal maupun antar perusahaan secara eksternal.

Pentingnya penguatan industri manufaktur melalui peningkatan efisiensi dan efektivitas proses bisnis internal, mendorong perusahaan manufaktur untuk mendesain ulang dan mengoptimalkan proses yang ada. Hal tersebut dapat dilakukan dengan penerapan *e-Procurement*, *TQM* dan *e-Customer Relationship Management*. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *e-Procurement*, *TQM*, dan *e-CRM* terhadap proses bisnis internal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah **“FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES BISNIS INTERNAL”**.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dilihat bahwa terjadi penurunan laju pertumbuhan perusahaan manufaktur di Indonesia terutama pada triwulan II tahun 2017. Hal ini menjadi suatu kekhawatiran yang perlu segera diatasi. Pemerintah menyatakan bahwa inovasi dan teknologi dalam proses bisnis dapat memacu tingkat produktivitas nasional. Perbaikan proses bisnis yang tepat memungkinkan perusahaan manufaktur untuk bangkit kembali. Terdapat berbagai inovasi dalam proses bisnis internal seperti *e-Procurement*, *TQM* dan *e-CRM*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rotchanakitumnuai (2013) terdapat pengaruh penerapan *e-Procurement* dalam keempat indikator dalam *Balanced Scorecard*, namun dengan menggunakan teknologi baru dalam proses pengadaan masih diperdebatkan apakah benar dapat membantu perusahaan meningkatkan tingkat efisiensi dalam keseluruhan proses pengadaan dan memperoleh kinerja perusahaan yang lebih baik (Lindskog dan Wennberg, 2002 dalam Quesada, González, Mueller & Mueller, 2010).

Hasil penelitian Mehralian, Nazari, Nooriparto dan Rasekh (2017) menemukan bahwa penerapan *TQM* (*Total Quality Management*) berpengaruh positif dan

signifikan pada keempat perspektif dalam *Balanced Scorecard*. Meskipun banyak manfaat yang dapat diperoleh dengan penerapan *TQM* akan tetapi masih banyak manajer yang enggan untuk menerapkan hal tersebut karena beberapa alasan seperti manajer mempunyai pengetahuan lebih baik dibandingkan dengan staf, keinginan pelanggan tidak selalu benar dan melakukan sesuatu sesuai proses tidak selalu benar, terkadang perasaan dan naluri juga harus dilibatkan (Feinberg, 1998).

Hasil penelitian Kimiloglu dan Zarah (2009) menemukan bahwa perusahaan yang sukses menerapkan *e-Customer Relationship Management* berpengaruh baik terhadap proses bisnis yang lebih efisien dan mengurangi biaya pelayanan pelanggan. Akan tetapi berdasarkan penelitian Boon-itt dan Wong (2011) ditemukan bahwa *customer integration* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

3. Batasan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah di atas, dilakukan pembatasan terhadap subjek penelitian. Subjek penelitian dalam ini hanya perusahaan manufaktur yang berada di Indonesia. Hal ini dikarenakan beberapa alasan yaitu:

- 1) Industri manufaktur memberi kontribusi terbesar dalam PDB Indonesia (BPS, 2017)
- 2) kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini didesain untuk perusahaan manufaktur
- 3) dan sangat umum dalam akuntansi manajemen untuk mempelajari satu sektor, tapi melibatkan beberapa organisasi.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah sebelumnya, maka penelitian dilakukan untuk mengetahui:

- a. Apakah terdapat pengaruh *e-Procurement* terhadap proses bisnis internal perusahaan manufaktur di Indonesia?
- b. Apakah terdapat pengaruh *Total Quality Management* terhadap proses bisnis internal perusahaan manufaktur di Indonesia?
- c. Apakah terdapat pengaruh *e-Customer Relationship Management* terhadap proses bisnis internal perusahaan manufaktur di Indonesia?

B. TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

- a. Pengaruh *e-Procurement* terhadap proses bisnis internal perusahaan manufaktur di Indonesia.
- b. Pengaruh *Total Quality Management* terhadap proses bisnis internal perusahaan manufaktur di Indonesia.
- c. Pengaruh *e-Customer Relationship Management* terhadap proses bisnis internal perusahaan manufaktur di Indonesia.

2. Manfaat

a. Bagi Para Praktisi

Penelitian ini diharapkan berkontribusi bagi para praktisi, mengingat tingkat persaingan bisnis yang tinggi dan perlunya efisiensi di perusahaan manufaktur. Dengan mengetahui pengaruh *e-Procurement*, *Total Quality Management*, *e-Customer Relationship Management* terhadap proses bisnis internal, para manajer dapat menerapkan sistem-sistem tersebut sebagai inovasi bisnis yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnis internal perusahaan. Keuntungan lainnya yaitu dapat mengurangi biaya produksi atau operasi, meningkatkan kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada pelanggan, dan mencapai keunggulan kompetitif.

b. Bagi Para Akademisi

Penelitian ini juga diharapkan berkontribusi bagi para akademisi untuk memberi sumbangan teoritis mengenai pengaruh *e-Procurement*, *Total Quality Management*, *e-Customer Relationship Management* terhadap proses bisnis internal. Dan juga sebagai bahan perbandingan dan masukan bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aledwan, B. (2014). The impact of basic components of intellectual capital on the profitability of Jordanian commercial banks. *Journal of Intellectual Capital*, 10(28), 336-347.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17 (1), 99-120.
- Boon-itt, S. & Wong, C. H. (2011). The moderating effects of technological and demand uncertainties on the relationship between supply chain integration and customer delivery performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41(3), 253 – 276.
- Dess, Gregory G., Lumpkin, G.T. & Taylor, M. L. (2004). *Strategic Management: Text and Cases*. New York: McGraw-Hill.
- Eriksson, H. & Hansson, J. (2002). The Impact of TQM on Financial Performance. *Measuring Business Excellence*, 6(4), 44-54.
- Feinberg, S. (1998). Why managers oppose TQM. *The TQM Magazine*, 10(1), 16-19.
- Feinberg, R. & Kadam, R. (2002). E-CRM Web service attributes as determinants of customer satisfaction with retail Web sites. *International Journal of Service Industry Management*, 13 (5), 432-451.
- Ghozali (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Diponogoro: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Hair, J.F., Black, C., Babin, & Anderson, E. (2013). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. London: Pearson.
- Harrigan, P O., Boyd, M. M., Ramsey, Elaine & Ibbotson, P. (2008). The Development of e-Procurement within the ICT Manufacturing Industry in Ireland. *Management Decision*, 46 (3), 481-500.
- Kaplan, R.S. & Norton, D.P. (1996), *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston: Harvard Business Press.
- Khasawneh, R. & Abu-Shanab, E. (2012). Electronic Customer Relationship Management (e-CRM) in Jordan: The Case of Egyptian Arab Land Bank. *Internationak Journal of Technology Diffusion*, 3(23), 36-46.
- Kimiloglu, H. & Zarah, H. (2009). What signifies success in e-CRM. *Marketing Intelligence & Planning*, 27 (2), 246 – 267.

- Kotorov, R. P. (2002). Ubiquitous organization: organizational design for e-CRM. *Business Process Management Journal*, 8 (3), 218-232.
- Kumra, R (2005). E-CRM vendors: A Contemporary study. *Journal of Aittdvance in Management Research*, 2(2), 70-77.
- Lummus, R. & Vokurka, R. (1999). Defining supply chain management: A Historical Perspective and Practical Guide. *Industrial Management and Data System*, 99, 11-17.
- Mehralian, G., Nazari, J. A., Nooriparto, G. & Rasekh, H. R. (2017). TQM and organizational performance using the balanced scorecard approach. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 66 (1), 111 – 125.
- Miguel, P.L.S. & Brito, L.A.L. (2011). Supply Chain Management measurement and its influence on Operational Performance. *Journal of Operations and Supply Chain Management*, 4(2), 56-70.
- Mora-Monge, C., Azadegan, A., Gonzalez, M.E. (2010). Assessing the impact of web based electronic commerce use on the organizational benefits of a firm. *Benchmarking: An International Journal*, 17 (6), 773 – 790.
- Nurmandi & Kim. (2015). Making e-procurement work in a decentralized procurement system: A comparison of three Indonesian cities. *International Journal of Public Sector Management*, 28 (3), 198-220.
- Panda, D. & Reddy, S. (2016). Resource based view of internationalization: evidence from Indian commercial banks. *Journal of Asia Business Studies*, 10 (1), 41 – 60.
- Perkins, M., Grey, A. & Remmers, H. (2014). What do we really mean by Balanced Scorecard. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 63 (2), 148 – 169.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance with a new introduction*. New York: The Free Press.
- Powel, T.C. (1995). Total Quality Management as Competitive Advantage: A Review and Empirical Study. *Strategic Management Journal*, 16(1), 15-37.
- Presutti, W. D. (2003). Supply management and e-procurement: creating value added in the supply chain. *Industrial marketing management*, 32 (3), 219-226.
- Puschmann, T. & Alt, R. (2005). Successful use of e-procurement in supply chain. *Supply Chain Management: An International Journal*, 10 (2), 122-133.

- Quesada, G., González, M. E., Mueller J., & Mueller, R. (2010). Impact of e-procurement on procurement practices and performance. *Benchmarking: An International Journal*, 17 (4), 516-538.
- Rodriguez, C. S. & Lorente, A. R. M. (2011). Effect of IT and quality management on performance. *Industrial Management & Data System*, 111(6), 830-848.
- Rohmah, D. S. & Riorini, S.V. (2012). Total Quality Management di industri kecil (Studi Kasus Pengusaha Industri Kecil Sepatu Cibaduyut). *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 12(1), 81-90.
- Rotchanakitumnuai, S. (2013). Assessment of e-procurement auction with a balanced scorecard. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 43(1), 39-53.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business*. United Kingdom: Wiley & Sons Ltd.
- Sholihin & Laksmi (2009). TQM, Balanced Scorecard and Performance. *JAAI*, 13(1), 13-28.
- Sujono, S. K. (2016). *Dinamika Penerapan Supply Chain Management*. Jakarta Selatan: Indonesia Book Project.
- Talavera, G. V. (2005). TQM adoption and firm performance in the Philippines. *Philippine Management Review*, 12, 23-44.
- Walker, H. & Harland, C. (2008). E-procurement in the United Nations: influences, issues and impact. *International Journal of Operations & Production Management*, 28 (9), 831-857.
- Weygant, J.J., Kimmel, P.D. & Kieso, D.E. (2015). *Managerial Accounting: Tools for Business Decision Making*. Singapore: John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd.
- Williams, J. R., Haka, S. F., Bettner, M. S., & Carcello, J. V. (2009). *Financing & Managerial Accounting: The Basis for Business Decisions*. New York: McGraw-Hill Education.
- Zeng, Yun E., Wen H. Joseph & Yen, David C. (2003). Customer Relationship Management (CRM) in business-to-business (B2B) E-Commerce. *Information Management & Computer Security*, 11(1), 39-44.

<http://www.indotelko.com/kanal?c=id&it=berpacu-menuju-otomatisasi>

<https://www.antaranews.com/berita/656958/delapan-kekuatan-ri-tingkatkan-produktivitas-industri>

<https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1061>