

ANALISIS PENGARUH *SUPPLY CHAIN INTEGRATION* DAN INOVASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Perusahaan Freight Forwarding Di Semarang)

Supriyanto^{1*}, Lisda Rahmasari²
Universitas Maritim AMNI Semarang
Email: supriyanto.amni@yahoo.com
Email: lisdarahmasari272@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to find out the influence of supply chain integration, and innovation on company performance. The research population comprised freight forwarding company in Semarang City. The sample was selected by means of the purposive sampling technique. The sample was 100 companies. The data were collected by a questionnaire, interviews, and documentation. The data analysis technique in the study was multiple regression analysis using the program of SPSS Version 17 for Windows. The results of the study showed that supply chain integration had a significant positive effect on company performance. Innovation had a not significant positive effect on company performance. The coefficient of determination (R²) is 0.72 or 72%, the coefficient shows that 72 % of company performance is affected by supply chain integration, innovation while the remaining 28% is affected by other independent variables not study.

Keywords: Supply chain integration, Innovation, and company performance

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *supply chain integration* dan inovasi terhadap kinerja perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *Freight Forwarding* di Semarang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan adalah 100 perusahaan. Pengumpulan data dilakukan dengan angket, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan program *SPSS for Windows* versi 17. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *Supply chain integration* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan nilai probability $0.00 < 0.05$; 2) Inovasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan nilai probability $0.06 > 0.05$. Dan diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 72 %. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 72% kinerja perusahaan dipengaruhi oleh *supply chain integration* dan inovasi sedangkan sisanya 28 % dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: *Supply chain integration*, inovasi dan kinerja perusahaan.

PENDAHULUAN

Industri logistik merupakan salah satu industri jasa terbesar di Indonesia. *Supply Chain Indonesia* (SCI) memprediksi sektor logistik akan tumbuh sebesar 11.56% dari Rp 797,3 triliun pada 2018 menjadi Rp 889,4 triliun pada 2019. Pada tahun 2018, sektor logistik (yang dalam pengelompokan lapangan usaha Badan Pusat Statistik/BPS sebagai Transportasi dan Pergudangan) berkontribusi sebesar 5,37% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang bernilai Rp 14.837,36 triliun. (Setijadi, 2019). Tingkat pertumbuhan sektor logistik tahun 2019 yang diprediksi sebesar 11,56% tersebut lebih tinggi daripada tahun 2018. ASPERINDO (Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia) memprediksi industri logistik akan meningkat lebih dari 15% dibanding tahun 2017. ALI (Asosiasi Logistik Indonesia)

memprediksi, industri logistik setidaknya akan tumbuh 10% di tahun 2018. Menurut laporan Ken Research yang berjudul "Logistik dan Pergudangan Indonesia Menurut Sektor (Freight Forwarding, Warehousing, VAS), oleh Domestic and International Services–Outlook to 2021", CAGR di pasar Logistik Indonesia diprediksi mencapai 7,9% dalam 5 tahun ke depan hingga 2021. Freight Forwarding menjadi segmen dengan pertumbuhan tercepat dengan perkiraan CAGR sebesar 9.2%. (SWA, 2014).

Salah satu indikator dari penilaian terhadap kesuksesan suatu perusahaan adalah kemampuan dalam mempertahankan eksistensinya. Artinya, perusahaan perlu mempunyai nilai tambah atau keunggulan bersaing dari perusahaan-perusahaan sejenis atau pesaingnya. Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan, keinginan, kebutuhan, pendapatan dan kemauan pengguna jasa. Apabila kondisi persaingan rendah atau bahkan tidak ada persaingan, maka produk tersebut belum dibutuhkan perusahaan. Sebaliknya, apabila tingkat persaingan semakin tinggi, maka produk tersebut menjadi semakin penting di dalam perusahaan. *Supply chain integration* menitikberatkan pada hubungan antara supplier, customer, dan perusahaan itu sendiri, harus dikelola dengan baik. Bagaimana agar supplier ikut bertanggungjawab terhadap kualitas produk, hubungan yang baik dan jangka panjang dengan supplier dan customer, serta agar distribusi produk dari hulu ke hilir tepat pada waktunya sampai ke pengguna akhir. (Lisda, 2011)

Strategi inovasi adalah faktor yang paling penting dalam kinerja perusahaan. Inovasi digolongkan ke dalam 2 jenis berbeda, yaitu inovasi radikal dan inovasi incremental. Jenis inovasi yang berbeda memerlukan pengetahuan dan keterampilan yang berbeda pula dan mempunyai dampak berbeda pada hubungan antar pelanggan dan kompetitor perusahaan. Inovasi radikal adalah suatu inovasi yang sangat berbeda dan baru sebagai solusi utama dalam sebuah industri. Pada sisi lain, incremental inovasi adalah suatu inovasi yang membuat suatu perubahan-perubahan kecil dan melakukan penyesuaian kedalam praktek ada. Peran inovasi dalam mendorong kinerja usaha meliputi seluruh aspek penting yang bisa memberikan nilai tambah pada daya saing perusahaan: proses, produk, pasar, manajemen, dan sebagainya. Ketakutan organisasi dalam menerapkan inovasi adalah besarnya biaya yang harus diinvestasikan. Ketakutan ini sebenarnya tidak beralasan sebab inovasi tidak harus dimulai dari yang canggih dan berbiaya besar, tetapi yang lebih penting terlembaga, konsisten dan berkelanjutan. Strategi inovasi dapat memberikan layanan yang maksimal, meminimalisir keluhan dan menjalin hubungan jangka panjang kepada pelanggan merupakan inti dalam bisnis jasa freight forwarding dan menjadi tugas perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaannya.

Changkaew et.al dalam penelitian Ella (2015) inovasi layanan adalah bentuk dari layanan baru yang diberikan perusahaan, metode kerja baru yang diterapkan perusahaan serta penggunaan teknologi yang mengikuti perkembangan zaman yang diberikan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan konsumen. Teknologi yang digunakan dengan mengikuti perkembangan akan mempercepat layanan yang diberikan kepada konsumen. Sedangkan menurut Delafrooz et.al (dalam penelitian Ella (2015) inovasi layanan adalah kegiatan baru yang dilakukan perusahaan yang menghasilkan layanan baru prosedur baru atau proses darimeningkatkan nilai tambah bagi jasa yang diberikan perusahaan. Dengan adanya inovasi yang dilakukan perusahaan akan meningkatkan kinerja dari perusahaan. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *supply chain integration* terhadap kinerja perusahaan dan untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan.

1. **Supply Chain Integration**

Supply Chain Management juga bisa diartikan jaringan organisasi yang menyangkut hubungan ke hulu (*upstream*) dan ke hilir (*downstream*), dan menghasilkan nilai dalam bentuk barang/jasa di tangan pelanggan terakhir (*ultimate customer/end user*). (Lisda, 2011). Stevens dalam penelitian Wahyu (2017) mengklasifikasikan integrasi rantai pasok kedalam tiga tingkatan, dari integrasi fungsional, integrasi internal dan integrasi eksternal. Integrasi internal didefinisikan sebagai suatu proses antarfungsional interaksi, kolaborasi, koordinasi, komunikasi dan kerjasama yang membawa bidang fungsional bersama-sama menjadi sebuah organisasi yang kohesif. Selain itu, mitra rantai pasok yang bertukar informasi

secara teratur dapat Perusahaan yang berada dalam *supply chain* pada intinya memuaskan konsumen dengan bekerja sama membuat produk yang murah, mengirimkan tepat waktu dan dengan kualitas yang bagus. Supply chain yang terintegrasi akan meningkatkan keseluruhan nilai yang dihasilkan oleh supply chain tersebut. Perusahaan yang berada dalam supply chain pada intinya memuaskan konsumen dengan bekerja sama membuat produk yang murah, mengirimkan tepat waktu dan dengan kualitas yang bagus. (Lisda, 2011).

Beberapa karakteristik kunci yang dapat digunakan untuk mendeskripsikan rantai pasok. Pertama, rantai pasok terbentuk dan hanya dapat dibentuk jika ada lebih dari satu aktor (individu atau perusahaan) yang terlibat, Kedua, perusahaan yang ikut berpartisipasi dalam rantai pasok biasanya tidak termasuk bisnis yang sama kepemilikan, dan karenanya ada kebebasan di antara kedua perusahaan yang berpartisipasi. Ketiga, perusahaan yang ikut berpartisipasi ini saling terhubung pada komitmen bersama untuk menambah nilai dari aliran material yang berjalan melalui rantai pasok. Keempat, rantai pasok hanya sepanjang dari pemasok bahan baku hingga ke pengecer, dan konsumen tidak termasuk aktor dari rantai pasok. Indikator dari *Supply Chain Integration*, meliputi:

1. Integrasi Internal
2. Integrasi Pelanggan
3. Integrasi Pemasok

2. Inovasi

Inovasi secara konvensional diartikan sebagai suatu terobosan yang berhubungan dengan produk baru. Inovasi adalah konsep yang lebih luas yang menjelaskan tentang penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru. Inovasi juga sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran baru, gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan (Kusumo, 2006). Inovasi merupakan pengenalan sesuatu hal yang baru sebagai wujud keberhasilan suatu hal yang baru tersebut yang menjadikan sesuatu menjadi lebih baik. Inovasi juga dapat dinyatakan sebagai perwujudan, kombinasi, atau sintesis ilmu pengetahuan yang asli, relevan, produk yang bernilai baru, sebuah proses, atau jasa. Inovasi biasanya melibatkan kreativitas, namun keduanya tidak identik. Inovasi melibatkan tindakan atau ide-ide kreatif untuk membuat beberapa perbedaan secara spesifik dan nyata dalam domain dimana inovasi dibuat. Inovasi juga memuat transformasi suatu ilmu pengetahuan menjadi produk yang baru, yang bisa diproses juga dalam bentuk jasa guna memenuhi kebutuhan dari pelanggan. Inovasi juga meliputi proses teknis, fisik, dan pengetahuan yang bertujuan utama untuk mengembangkan produk. Sedangkan inovasi bermanfaat dalam perusahaan untuk menciptakan nilai proposisi baru melalui rangkaian kegiatan seperti menawarkan produk atau jasa baru, mengadopsi praktek organisasi dan operasional baru, memberi solusi terhadap teknologi atau menciptakan keterampilan baru dan kompetensi, inovasi juga dapat mendorong keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk secara efektif mewujudkan, menguasai dan meningkatkan teknologi yang sudah ada, dan untuk menciptakan sesuatu yang baru (Kusumo, 2006).

Inovasi merupakan proses menciptakan produk komersial dari suatu penemuan. Manfaat dari suatu inovasi yang paling khas adalah memberikan pengetahuan, membangun suatu merek, membangun suatu wadah baru dalam bentuk komunitas yang baru, dan membuat suatu budaya baru. Alasan beberapa perusahaan melakukan inovasi adalah karena dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan, inovasi yang menghasilkan produk atau jasa dengan biaya rendah atau inovasi yang memberikan diferensiasi pada produk sehingga memberikan harga yang lebih untuk tambahan biaya diferensiasi tersebut. Keberhasilan inovasi terjadi jika produk diterima dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan proses inovasi dapat dilihat ketika rangkaian adopsi dari suatu hal yang sudah ada kemudian dilakukan diferensiasi sehingga tercipta hal yang lebih baru yang nilai dan manfaatnya dirasakan lebih. Dengan demikian, inovasi dapat dijadikan sebagai sumber dari keunggulan bersaing perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

3. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan gambaran mengenai tingkat penyesuaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mencapai sasaran, tujuan, misi dan visi perusahaan yang tertuang dalam perencanaan strategi suatu perusahaan (Regina dan Devie, 2013). Kinerja perusahaan dapat diukur dari *profitability*, tingkat pengembalian investasi (ROI), pencapaian utama perusahaan, pertumbuhan, inovasi, dan tingkat pengembalian asset (ROA/ROE). Dalam hal ini kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA/ROE adalah sebagai ukuran kinerja operasional perusahaan (Regina dan Devie, 2013). Sedangkan profitabilitas dimaksudkan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan untuk mengetahui seberapa jauh perusahaan dikelola secara efisien dan efektif. Jika dilihat dari persepsi manajer mengenai profitabilitas perusahaan dapat dijadikan sebagai pengukur kinerja yang baik (Regina dan Devie, 2013). Penilaian kinerja perusahaan mempunyai tujuan untuk menentukan efektivitas operasional perusahaan.

Kinerja non-keuangan adalah mengukur kinerja dengan menggunakan satuan pengukuran non-keuangan. Informasi yang digunakan dalam mengukur kinerja keuangan adalah informasi keuangan, akuntansi manajemen informasi, dan informasi akuntansi keuangan seperti laba sebelum pajak, laba atas investasi, dan sebagainya. Indikator dari kinerja perusahaan antara lain produktivitas, profitabilitas dan pertumbuhan pangsa pasar.

4. Hipotesis

Berdasarkan telaah pustaka dan model pemikiran teoritis, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: *Supply chain integration* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

H2: Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan

METODE PENELITIAN

1. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, dilakukan menggunakan teknik:

- a. Wawancara bebas yaitu teknik untuk memperoleh informasi dengan melengkapi data melalui wawancara kepada pihak-pihak terkait, baik itu pihak pemerintah, swasta, dan masyarakat.
- b. Observasi yaitu teknik yang digunakan untuk melengkapi data dengan melihat dan mencermati secara langsung obyek yang akan diteliti.
- c. Metode dokumentasi yaitu teknik dengan menelaah dokumen dan laporan yang berasal dari data sekunder yang berhubungan dengan tujuan penelitian.
- d. Kuisioner merupakan teknik mengumpulkan data dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada setiap responden berdasarkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah Perusahaan *Freight Forwarding* di Semarang. Sedangkan sampel yang akan diambil dalam penelitian ini hanyalah 100 perusahaan yang dianggap telah mewakili dari keseluruhan populasi.

3. Definisi Operasional Variabel

a. *Supply Chain Integration*

Wahyu (2017) mengklasifikasikan integrasi rantai pasok kedalam tiga tingkatan, dari integrasi fungsional, integrasi internal dan integrasi eksternal. Integrasi internal didefinisikan sebagai suatu proses antar fungsional interaksi, kolaborasi, koordinasi, komunikasi dan kerjasama yang membawa bidang fungsional bersama-sama menjadi sebuah organisasi yang kohesif. Adapun indikatornya antara lain:

- 1) Integrasi Internal
- 2) Integrasi Pelanggan
- 3) Integrasi Pemasok

b. Inovasi

Inovasi secara konvensional diartikan sebagai suatu terobosan yang berhubungan dengan produk baru. Inovasi didefinisikan bahwa inovasi adalah konsep yang lebih luas yang menjelaskan tentang penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru. Adapun indikatornya antara lain:

- 1) Penggunaan teknologi
- 2) Interaksi dengan konsumen
- 3) Pengembangan layanan baru

c. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan gambaran mengenai tingkat penyesuaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi perusahaan yang tertuang dalam perencanaan strategi suatu perusahaan (Regina dan Devie, 2013). Adapun indikatornya antara lain:

- 1) Produktivitas
- 2) Profitabilitas
- 3) Pertumbuhan pangsa pasar.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melihat tabel histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian dengan hanya melihat histogram hal ini bisa menyesatkan khususnya untuk jumlah sample yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. (Ghozali, 2001).

5. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti menunjukkan adanya hubungan linear yang “sempurna” atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Menurut Ghozali (2001) multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *Tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan diregresi terhadap variabel bebas lainnya/tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya. Menurut Santoso (2001) jika $VIF > 5$, maka variabel tersebut mempunyai persoalan dengan variabel lainnya.

6. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2001) juga berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi adanya Heteroskedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik, di mana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized* (Santoso, 2000). Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas atau yang terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Cara menganalisis asumsi heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot dimana:

- a. Jika penyebaran data pada *scatterplot* teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem heteroskedastisitas.

- b. Jika penyebaran data pada scatterplot tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem heterosdastisitas.

7. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t - 1). Secara sederhana adalah analisis regresi bertujuan melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Model regresi pada penelitian di Bursa Efek Indonesia di mana periodenya lebih dari satu tahun biasanya memerlukan uji autokorelasi. Beberapa uji statistik yang sering dipergunakan adalah uji Durbin-Watson, uji dengan Run Test dan jika data observasi di atas 100 data sebaiknya menggunakan uji Lagrange Multiplier. Beberapa cara untuk menanggulangi masalah autokorelasi adalah dengan mentransformasikan data atau bisa juga dengan mengubah model regresi ke dalam bentuk persamaan beda umum (*generalized difference equation*). Selain itu juga dapat dilakukan dengan memasukkan variabel lag dari variabel terikatnya menjadi salah satu variabel bebas, sehingga data observasi menjadi berkurang 1.

8. Analisis Regresi Linear Berganda

Alat uji hipotesis yang digunakan adalah regresi berganda (*multiple regression*) untuk mengetahui pengaruh *supply chain intergration*, penerapan teknologi informasi dan inovasi dengan variabel keunggulan bersaing dan variabel kinerja perusahaan. Dalam penelitian ini, signifikansi yang ditetapkan sebesar 5% ($\alpha = 0.05$).

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Kinerja perusahaan
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi
- X₁ = *Supply Chain Intergration*
- X₂ = Inovasi
- e = Variabel pengganggu (*Disturbance error*)

9. Pengujian Secara Parsial (Uji t-test)

Uji t-test adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Langkah-langkah pengujiannya:

- a. Menentukan formulasi Ho dan Ha
 - Ho : tidak ada pengaruh antara variabel *supply chain intergration* dan inovasi dengan variabel kinerja perusahaan
 - Ha : ada pengaruh antara variabel *supply chain intergration* dan inovasi dengan variabel kinerja perusahaan
- b. Level of signifikan ($\alpha = 0,05$)
Sampel n = jumlah sampel
t tabel = t ($\alpha / 2, n-k$)
- c. Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis.
 - a. Jika nilai sig < 0,05 dan nilai $\beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$ maka H₁, H₂, H₃ diterima.
 - b. Jika nilai sig $\geq 0,05$ dan nilai $\beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$ maka H₁, H₂, H₃ ditolak.

10. Pengujian Secara Simultan (Uji F-test)

Uji F-test dilakukan untuk menguji hubungan antara satu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Uji F-test dilakukan sebelum uji hipotesis agar model regresi fit sehingga dapat digunakan untuk melakukan pengujian yang dibutuhkan dan hasilnya mampu menjelaskan hal-hal yang sedang diteliti. Suatu model disebut fit jika nilai sig. $F < \alpha$ (0.05).

11. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran kesesuaian regresi berganda terhadap suatu data. Semakin tinggi *Adjusted R²* maka akan semakin baik bagi model regresi karena berarti variabel bebas semakin mampu menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi ditentukan dengan rumus: $KD = Adjusted R^2 \times 100$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Kualitas Data

Berdasarkan metode analisis data yang telah dijelaskan padabagian metode penelitian, pengujian pertama yang dilakukan padapenelitian ini adalah uji kualitas data. Uji kualitas data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

2. Analisa Regresi Berganda

Berdasarkan tabel di atas persamaan regresi diatas dinyatakan dengan *Understanding Coefficients* dengan pertimbangan bahwa ukuran variabel sama, artinya bahwa persepsi responden terhadap variabel dianggap mempunyai ukuran yang sama sehingga yang digunakan *Unstandardized Coefficients* (Ghozali, 2007).

Table 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.504	.858		29.797	.000		
SCI	.558	.078	.501	3.558	.000	.182	5.677
Inovasi Jasa	.200	.098	.469	3.483	.060	.181	5.524

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat dijelaskan melalui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_1 = 15.504 + 0.558 X_1 + 0.440 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas menunjukkan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 15.504 mempunyai arti jika tidak ada supply chain integration, (X_1) Inovasi Jasa (X_2), maka kinerja perusahaan sebesar 15.504
- β_1 (Nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0,558 mempunyai arti koefisien regresi *supply chain integration* (X_1) bernilai positif dan signifikan yang berarti jika semua indikator *supply chain*

integration (X_1) dinaikkan 100%, sedangkan variabel lain tetap, maka akan menaikkan kinerja perusahaan sebesar 56 %.

- c. B_2 (Nilai koefisien regresi X_3) sebesar 0,440 mempunyai arti koefisien regresi inovasi (X_3) bernilai positif tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan (Y_1).

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengukur sebesar besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen menjadi sangat terbatas. Kelemahan penggunaan R^2 adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu, maka dianjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik (Ghozali, 2011)

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0.56	0.62	0.72

Sumber: Data yang diolah, 2018

Dari hasil uji R^2 , diperoleh nilai adjusted R^2 sebesar 0.72 atau 72%. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat dijelaskan sebesar 72% oleh variabel independen. Sedangkan 28% variasi kinerja perusahaan dijelaskan oleh variabel-variabel diluar variabel independen penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan pembahasan yang di ada pada bab sebelumnya dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Supply Chain Integration* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan sebesar 0.558 dengan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ yang artinya apabila ada peningkatan *Supply Chain Integration* maka keunggulan bersaing akan meningkat. Dengan demikian hipotesis yang mengatakan ada pengaruh penerapan teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing dinyatakan dapat diterima.
2. Inovasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 0.200 dan tingkat signifikansi sebesar $0.06 > 0.05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh inovasi jasa terhadap kinerja perusahaan dinyatakan ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldhilla, Mochamad Ridho, 2014, Pengaruh Point of Purchase Communication Terhadap Impulse Buying (Studi pada Konsumen Hipermarket Lotte Mart Kota Bandung). Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia
- Anisa, 2015, Pengaruh Point Of Purchase, Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Konsumen, <https://media.neliti.com/media/publications/101227>
- Anton, 2018, Perusahaan Ekspedisi Berperan Penting Dorong Pertumbuhan UKM, <https://ekbis.sindonews.com>
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 2000, Manajemen Pemasaran (Analisa. Perilaku Konsumen), Yogyakarta: BPFE UGM

-
- Ella, 2015, Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Layananterhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati Di Kabupaten Kudus, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNIVERSITAS NEGERI Semarang
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Universitas Diponegoro. Habibi, Maksum dan Gunadi.2013.Pengantar Ekonomi dan Bisnis, Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen SMK Kelas X.Jakarta.
- Hatane, Semuel, 2006, Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja sebagai Variabel mediasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 8. No. 2
- Kaisar, 2015, Analisis Pengaruh Teknologi Informasi Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Organisasi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Kusumo, Agung R.W, 2006, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Batik Skala Besar dan Sedang Di Kota dan Kabupaten Pekalongan). Universitas Diponegoro, Semarang Jawa Tengah. (Online), diakses 12 Oktober 2011
- Lisda, 2011, Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja perusahaan dan Keunggulan Bersaing *Majalah Ilmiah Informatika*.
- Mellisa, 2015, Efektivitas Point Of Purchase Dalam Meningkatkan Impulse Buying Pada Peritel Di Surabaya, <http://download.portalgaruda.org>.
- Regina Suharto dan Devie. 2013. “Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan”. *Jurnal Business Accounting Review*.Vol.1, No. 2, (2013)
- Setijadi, 2019. Sektor Logistik Diprediksi Tumbuh 11,56% pada 2019. **Supply Chain Indonesia**, 17 Februari 2019. Diakses tahun 2020 dari <https://supplychainindonesia.com/>
- SWA, 2014, Berebut-Kue-Logistik-Yang-Menggiurkan. Edisi: XXVII. Diakses tahun 2020 dari www.swa.co.id.
- Wahyu, 2017, Integrasi Rantai Pasok Terhadap Kinerja Dan Daya Saing Kakao , *Jurnal Bisnis Darmajaya*, Vol.03. No.02, Juli 2017
- Yas, 2013, Industri Logistik Indonesia Diprediksi Capai Rp 1.63 triliun, www.liputan6.com