

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KAPABILITAS INOVASI,  
STRATEGI RANTAI PASOKAN, DAN KINERJA BISNIS  
(STUDI KASUS PADA INDUSTRI KOPI DI PROVINSI  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)**

**Eli Suherli<sup>1</sup>, Farika Candrasari<sup>2</sup>, Indharto Kumoro Aji<sup>3</sup>**

Universitas Cendekia Mitra Indonesia

[elisuherli@unicimi.ac.id](mailto:elisuherli@unicimi.ac.id)

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze how the influence of Innovation Capability, Supply Chain Strategy, and Business Performance. The population used in this study is a coffee shop located in the Special Region of Yogyakarta. The number of samples used in this study was 96 respondents. Research data was collected by distributing questionnaires by visiting the coffee shop directly and through an online survey system using Google Form. The analysis method in this study uses multiple linear regression and moderated regression analysis with the SPSS 25 application tool. The results of the study indicate that Core Innovation Capability and Additional Innovation Capability have a significant effect on Business Performance. This study also shows that both Lean Supply Chain Strategy and Agile Supply Chain Strategy are able to strengthen the relationship between Core Innovation Capability and Additional Innovation Capability with Business Performance.*

*Keywords: Lean Supply Chain Strategy, Agile Supply Chain Strategy, Core Innovation Capability, Incremental Innovation Capability, Business Performance*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh antara Kapabilitas Inovasi, Strategi Rantai Pasokan, dan Kinerja Bisnis. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *coffee shop* yang berlokasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden. Data penelitian dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan mengunjungi langsung *coffee shop* dan melalui sistem *online survey* menggunakan *Google Form*. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dan analisis regresi moderasi dengan alat bantu aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kapabilitas Inovasi Inti dan Kapabilitas Inovasi Tambahan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa baik Strategi Rantai Pasokan Ramping maupun Strategi Rantai Pasokan Tangkas mampu memperkuat hubungan antara Kapabilitas Inovasi Inti serta Kapabilitas Inovasi Tambahan dengan Kinerja Bisnis.

Kata kunci: Strategi Rantai Pasokan Ramping, Strategi Rantai Pasokan Tangkas, Kapabilitas Inovasi Inti, Kapabilitas Inovasi Tambahan, Kinerja Bisnis

## PENDAHULUAN

Memasuki abad ke-21, perkembangan zaman dinilai sangat cepat diiringi dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat. Hal tersebut menghadirkan ketidakpastian lingkungan dan tingkat persaingan yang cukup tinggi. Terlebih, serangan virus yang mendominasi secara global pada tahun 2020 silam, menciptakan era pandemi yang berkepanjangan hingga saat ini dan sulit diprediksi titik akhirnya. Berbagai macam perubahan lingkungan ditimbulkan dan pastinya mengandung banyak risiko yang harus dihadapi oleh para pelaku bisnis.

Keunggulan bersaing dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan dengan sangat baik dan tidak dapat dilakukan oleh perusahaan pesaing (David, 2011). Keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dapat didapatkan melalui serangkaian manajemen strategi yang sistematis, dimulai dari tahap formulasi strategi, implementasi strategi, sampai evaluasi strategi. Selain rangkaian perencanaan yang sistematis, manajemen strategi tersebut juga menyediakan perencanaan yang logis serta rasional. Selain itu, keputusan yang dibentuk dalam formulasi strategi mengikat perusahaan pada produk, pasar, sumber daya, dan teknologi tertentu dalam suatu periode dengan jangka waktu yang panjang (David, 2011).

Dalam beberapa tahun belakangan ini, literatur manajemen strategi banyak menggunakan landasan teoritis berupa *Resource-Based View* (RBV), dan telah diterapkan pada manajemen operasi khususnya pada manajemen rantai pasokan. Melalui sudut pandang RBV, sumber daya dan kemampuan perusahaan merupakan sumber utama dalam keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Menguc et al., 2014). Selain itu, (Zimmermann et al., 2020) juga berpendapat bahwa RBV memandang kemampuan serta aset perusahaan sebagai determinan fundamental untuk kinerja perusahaan. RBV sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana hubungan yang dikelola secara strategis dengan pemasok berkontribusi dalam meraih keunggulan bersaing (Zimmermann et al., 2020). Lawson & Samson (2001) mengemukakan bahwa sudut pandang berbasis sumber daya tersebut mengasumsikan perbedaan kinerja antar perusahaan disebabkan karena adanya perbedaan dari sumber daya dan kemampuan perusahaan yang menghasilkan keuntungan dan karakteristik perusahaan yang tidak dapat ditiru maupun diganti. Dengan demikian, dapat dikatakan fokus RBV ialah pada karakteristik internal perusahaan yang mempengaruhi kinerja sehingga mendukung gagasan bahwa strategi kemampuan bersaing dan rantai pasokan merupakan atribut strategi yang mempengaruhi hasil utama, seperti kinerja bisnis (Zimmermann et al., 2020).

Kinerja bisnis adalah kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan bisnis, disertai dengan perubahan lingkungan pasar yang meliputi pelanggan, pesaing dan kekuatan lain yang dapat mengubah cara kerja bisnis (Rekarti & Doktoralina, 2017). Kinerja bisnis menjadi pilar untuk perusahaan tetap bertahan dalam industri dengan tingkat persaingan yang tinggi. Menurut Hartini (2012), salah satu faktor yang menentukan kinerja bisnis organisasi adalah inovasi yang dipicu oleh kemajuan teknologi dan tingginya tingkat persaingan. Adapun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Haryono & Marniyati (2017) yang menyatakan bahwa kinerja bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Saunila (2019) berpendapat bahwa perusahaan dalam setiap industri mengembangkan inovasi untuk menjamin kesuksesan mereka. Menurut

Zimmermann dkk. (2020), inovasi merupakan sumber penting untuk keunggulan bersaing dan memiliki potensi untuk meningkatkan kinerja.

Guan & Ma (2003) membagi dimensi kapabilitas inovasi menjadi tujuh dimensi yang faktor penentu inovasi sebagai keunggulan bersaing, yaitu riset & pengembangan, pemasaran, manufaktur, pembelajaran, organisasional, pemanfaatan sumber daya, dan perencanaan strategis. Strategi rantai pasokan menggambarkan bagaimana perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing melalui kemampuan rantai pasokannya (Qi et al., 2011). Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yusuf & Gunasekaran (2010) terdapat dua strategi rantai pasokan yang dapat berkontribusi pada keunggulan bersaing: strategi rantai pasokan ramping (lean SCS) dan strategi rantai pasokan gesit (agile SCS).

Indonesia yang masih memegang status sebagai negara berkembang menunjukkan pertumbuhan ekonomi khususnya pada triwulan ketiga tahun 2021 sebesar 1,55% terhadap triwulan sebelumnya (Berita Resmi Statistik, 2021). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Industri *coffee shop* dapat dilihat perkembangannya dari beberapa tahun ke belakang. Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, konsumsi kopi di Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi mengalami pertumbuhan rata-rata 8,22% per tahun. Hal ini menunjukkan peningkatan minat masyarakat Indonesia terhadap kopi yang memicu pertumbuhan industri kopi di Indonesia. Berdasarkan sensus kedai kopi yang dilakukan oleh Toffin, terdapat lebih dari 2.950 gerai kedai kopi di Indonesia pada tahun 2019 dimana angka ini merupakan peningkatan dari tahun sebelumnya, yaitu 2016 dimana hanya terdapat 1.000 gerai.

Menurut (Mahdyantoro, 2019) masih banyak kedai kopi yang kurang memperhatikan keunggulan bersaing yang dapat diterapkan dalam operasional perusahaan, terutama dalam hal manajemen rantai pasokan. Dengan memahami serta menerapkan inovasi dalam menghadapi perubahan dunia bisnis yang dinamis, pelaku usaha perlu terus maju dengan kekayaan ide-ide inovatifnya yang kemudian dapat dirubah menjadi produk yang kompetitif (Rashin & Ghina, 2018). Menurut Zimmerman et al (2020), kesesuaian antara kemampuan manufaktur sebagai salah satu indikator kapabilitas inovasi dengan strategi rantai pasokan dapat mendukung pemanfaatan aktivitas inovasi, karena keduanya dapat berfokus pada peningkatan bertahap untuk produk dan proses yang ada dan pada akhirnya menghasilkan pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnis. Didasarkan pada masalah tersebut, maka diperlukan kajian terkait sejauh mana strategi rantai pasokan dapat mendukung pengembangan inovasi yang pada akhirnya dapat berpengaruh pada kinerja bisnis *coffee shop*. Dengan demikian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Strategi Rantai Pasokan dalam Memediasi Pengaruh Kapabilitas Inovasi dan Kinerja Bisnis (Studi pada Industri Kedai Kopi di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta).”

## KAJIAN PUSTAKA

Zimmerman, Ferrira, dan moreira (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “*How supply chain strategies moderate the relationship between innovation capabilities and business performance*” dengan menggunakan metode analisis regresi linear dan hirarki menemukan bahwa strategi rantai pasokan mampu memoderasi hubungan antara kemampuan inovasi dan kinerja bisnis. Analisis juga menunjukkan bahwa kombinasi strategi SC yang gesit dan kemampuan inovasi

tambahan menawarkan peluang terbesar untuk meningkatkan kinerja bisnis. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 329 perusahaan dari Portugal dan Brazil.

Qi, Huo, Wang, dan Yeung (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “*The impact of Operations and Supply Chain Strategies on Integration and Performance*” dengan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) menemukan bahwa rantai pasokan yang ramping (*lean supply chain strategy*) cocok untuk perusahaan yang menempatkan prioritas lebih tinggi pada strategi biaya, kualitas, dan pengiriman, sedangkan rantai pasokan yang gesit (*Agile supply chain strategy*) cocok untuk perusahaan yang bersaing dalam strategi fleksibilitas. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan responden sebanyak 604 pabrikan di China.

Saunila, Pekkola, dan Ukko (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “*The relationship between innovation capability and performance The moderating effect of measurement*” dengan menggunakan metode statistik deskriptif menemukan bahwa pengukuran (*measurements*) sebagian memoderasi hubungan antara kapabilitas inovasi dan kinerja. Perusahaan yang mengukur faktor-faktor penentu kemampuan inovasi, terutama melalui eksploitasi pengetahuan eksternal akan cenderung mengalami peningkatan dalam kemampuan inovasi sehingga akan berdampak positif terhadap kinerja. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 311 perusahaan.

Exposito dan Sanchis-Llopis (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “*Innovation and Business Performance for Spanish SMEs: New Evidence from a Multi-dimensional Approach*” dengan menggunakan metode analisis bivariat menemukan bahwa inovasi berkontribusi pada penciptaan nilai bagi pengusaha UKM khususnya dalam hal kinerja bisnis yang lebih baik. Selain itu, hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa hubungan antara pilihan inovasi di UKM dan kinerja bisnis harus dianalisis melalui pendekatan multi-dimensi.

Sabahi dan Parast (2019) dalam penelitiannya yang berjudul *Firm Innovation and Supply Chain Resilience: A Dynamic Capability Perspective* dengan menggunakan metode tinjauan literatur yang sistematis menemukan bahwa inovasi dapat meningkatkan kemampuan fleksibilitas dalam perusahaan, dan kemampuan ini pada gilirannya memiliki dampak signifikan pada peningkatan ketahanan. Dengan demikian, didapatkan bahwa inovasi memiliki peran penting dalam meningkatkan ketahanan perusahaan terhadap gangguan rantai pasokan.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Objek Penelitian**

Penelitian ini menganalisis hubungan antara kapabilitas inovasi, strategi rantai pasokan, dan kinerja bisnis. Penelitian ini terdiri dari lima variabel, yaitu kapabilitas inovasi inti, kapabilitas inovasi tambahan, strategi rantai pasokan ramping, strategi rantai pasokan tangkas, dan kinerja bisnis. Objek yang dijadikan fokus pada penelitian ini adalah kedai kopi yang tersebar di Daerah Istimewa Yogyakarta.

### **2. Populasi**

Populasi adalah suatu bidang yang digeneralisasikan yang terdiri dari objek-objek atau subjek-subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang dimanipulasi oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda dan benda alam lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek atau subjek yang diteliti, tetapi mencakup semua ciri atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau subjek yang diteliti (Sugiyono, 2013). Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu kedai kopi yang berada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan ciri-ciri suatu populasi. Menurut Sugiyono (2013), Jika populasinya besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan anggaran, manusia dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dalam populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya dapat diterapkan pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *convenience* sampling. Menurut Galloway (2005), *convenience* sampling merujuk pada responden yang mudah dilibatkan oleh peneliti sehingga tidak ada kriteria atau pola apa pun dalam memperoleh responden tersebut. Pada tahun 2022, jumlah populasi kedai kopi yang tersebar di Provinsi DIY tidak diketahui secara pasti. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel sebagaimana yang dijelaskan oleh Arikunto (2005).

4. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data yang diberikan secara langsung kepada pengumpul data atau peneliti (Sugiyono, 2013). Dengan demikian, sumber data primer diperoleh langsung dari sumber asli. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada responden sebagai sampel dari penelitian. Kuesioner yang disebarikan kepada para responden berisi pertanyaan-pertanyaan sebagai indikator penilaian kapabilitas inovasi, strategi rantai pasokan, dan kinerja bisnis.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menjadi salah satu dari dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian (Sugiyono, 2013). Dalam rangka mendapatkan data yang berkaitan dengan objek penelitian dan diharapkan dapat mendukung penelitian, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada reponden untuk mendapatkan jawaban (Sugiyono, 2013). Penyusunan kuesioner berupa pertanyaan atau pernyataan tertulis yang akan disebarikan kepada pemilik atau pengelola kedai kopi di Provinsi DIY.

6. Operasional Variabel

Operasional variabel adalah merupakan rumusan mengenai variabel yang akan dicari dengan tujuan dapat ditemukan dalam penelitian di dunia nyata atau di lapangan (Sigit, 1999 dalam Mahdyantoro, 2019). Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Kapabilitas Inovasi Inti (X1)

Kapabilitas inovasi inti merupakan kemampuan perusahaan dalam mentransformasi ide-ide inovatif yang didasari dari riset dan pengembangan

ke proses manufaktur dan pemasaran (Guan & Ma, 2003). Menurut Teece (1986) kapabilitas inovasi inti berkaitan dengan kekayaan intelektual perusahaan. Adapun menurut Swink (2006), kapabilitas inovasi inti merupakan pengelolaan pengetahuan serta wawasan perusahaan.

- b. Kapabilitas Inovasi Tambahan (X2)  
Kapabilitas inovasi tambahan didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam mendukung dan mengintegrasikan kapabilitas inovasi inti dalam rangka memainkan peran secara efektif (Guan & Ma, 2003). Kemampuan inovasi tambahan merupakan kunci penentu untuk kinerja perusahaan dalam pasar dimana tingkat hambatan untuk meniru dan masuknya pesaing baru kecil (Teece, 1986).
- c. Strategi Rantai Pasokan Ramping (Z1)  
Strategi rantai pasokan ramping berfokus pada merampingkan rantai pasokan dimana terdapat pengurangan pemborosan dan gangguan saat menyediakan aliran barang atau jasa dari hulu ke hilir (Qi et al., 2017). Dengan demikian, tujuan dari strategi rantai pasokan ramping lebih mengarah pada pemangkasan biaya, peningkatan kualitas produk, dan mempersingkat waktu pengiriman. Strategi rantai pasokan ramping cenderung berkinerja lebih baik dalam volume yang tinggi dan variasi rendah dalam lingkungan yang dapat diprediksi (Zimmerman et al: 2020).
- d. Strategi Rantai Pasokan Tangkas (Z2)  
Strategi rantai pasokan tangkas berfokus pada respon atau tanggapan perusahaan secara komprehensif terhadap tantangan bisnis dalam rangka meraih keuntungan dari lingkungan yang berubah dengan cepat (Qi et al., 2017). Strategi rantai pasokan tangkas berupaya dalam mengembangkan kemampuan untuk responsif dan fleksibel terhadap lingkungan yang berubah-ubah dan tidak dapat diprediksi (Zimmermann et al., 2020).
- e. Kinerja Bisnis (Y)  
Kinerja bisnis didefinisikan sebagai gambaran terkait tingkat pencapaian pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi dalam rangka mewujudkan tujuan atau visi dan misi perusahaan. Menurut Mahdyantoro (2019), makna kinerja tidak hanya terbatas pada sesuatu yang dihasilkan perusahaan, namun juga mencakup bagaimana proses kerja berlangsung. Adapun menurut Susila, (2015), pengukuran kinerja bisnis semakin berkembang dari kinerja ekonomi yang dilihat dari segi keuangan, menjadi lebih luas dengan mencakup kinerja strategis seperti kinerja komersial atau kepuasan konsumen.

## 7. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

*Validitas* merupakan istilah yang membicarakan kesahihan sebuah alat ukur untuk mendapatkan data (Salim & Syahrums, 2012). Uji *Validitas* bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen pengukur secara nyata mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Harahap (2020), sebelum instrumen penelitian digunakan dalam rangka pengumpulan data, maka instrumen tersebut perlu diuji terlebih dahulu *Validitasnya*. Uji *signifikansi* dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel. Pada hasil pengujian *Validitas*, pertanyaan dalam kuesioner akan dikatakan *Valid* jika *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel dan nilai positif (Ghozali, 2005). Pengujian

*Validitas* dilakukan oleh 30 responden. Nilai *r-table* pada derajat bebas  $n-2$  dari 30 adalah sebesar 0,361.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kepercayaan yang berhubungan dengan ketepatan dan konsistensi (Siyoto & Sodik, 2015). Menurut Azwar (2012) dalam Siyoto & Sodik (2015), reliabilitas berhubungan dengan akurasi instrumen dan kecermatan dalam mengukur apa yang diukur. Menurut Ghozali (2012), uji reliabilitas ditentukan oleh nilai *Cronbach Alpha* dengan nilai minimum 0,6.

8. Skala Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan skala *likert* untuk mengukur sikap serta tanggapan dari responden. Menurut Sugiyono (2013), tujuan penggunaan skala *likert* adalah untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Dalam skala *likert*, variabel penelitian diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai pokok kesepakatan untuk menyusun instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2013).

9. Metode Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif atau statistik deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa dibuat kesimpulan secara generalisasi (Sugiyono, 2013). Penyajian data dalam statistik deskriptif diantaranya adalah melalui perhitungan *modus*, *median*, *Mean*, perhitungan penyebaran data dengan perhitungan rata-rata serta standar deviasi, dan perhitungan persentase.

b. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik. Tujuan dari uji asumsi klasik ini adalah memastikan tidak ada penyimpangan asumsi klasik agar tidak timbul masalah dalam penggunaan analisis tersebut (Ghozali, 2011).

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Ghozali (2013) dalam Pangestika (2017) mengemukakan bahwa regresi linear berganda dilakukan untuk menguji pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen).

10. Pengujian Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh yang bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013).

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013).

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2011).

d. Uji Variabel Moderasi

Menurut Ghozali (2011) dalam Pangestika (2017) analisis regresi moderasi bertujuan untuk mengetahui apakah variabel moderasi akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai F hitung dengan F tabel. Jika nilai F hitung > F tabel maka dapat diartikan bahwa model regresi yang dirumuskan sudah tepat dan menunjukkan adanya pengaruh secara simultan atau bersama. F tabel =  $f(2;93) = 3,094$  dengan tingkat kesalahan 5%. Uji F yang dilakukan dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1. ANOVA a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1032,228	2	516,114	52,591	.000 <sup>a</sup>
	Residual	912,679	93	9,814		
	Total	1944,906	95			

2. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tujuan dilakukannya uji t adalah untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji ini dilakukan dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing variabel independen dan dibandingkan dengan taraf signifikan 0,05. Hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,881	2,860		1,007	0,316
	Kapabilitas Inovasi Inti	0,356	0,118	0,313	3,020	0,003
	Kapabilitas Inovasi Tambahan	0,332	0,073	0,469	4,524	0,000

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam memerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2011). Dengan pengujian ini, dapat diketahui tingkat keeratan atau keterikatan antar variabel dependen dan variabel independen dari besarnya nilai determinan determinasi (*adjusted R-square*). Rentang nilai R<sup>2</sup> adalah dari nol sampai satu, dimana jika nilai R<sup>2</sup> semakin mendekati satu, maka berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Hasil uji R<sup>2</sup> dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Model *Summery*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 <sup>a</sup>	0,531	0,521	3,13269

## 4. Uji Variabel Moderasi

Hasil pengujian regresi moderasi untuk pembuktian hipotesis ketiga yang berbunyi “strategi rantai pasokan ramping akan memoderasi secara positif hubungan antara kapabilitas inovasi inti dan kinerja bisnis” ditunjukkan pada hasil model regresi sebelum (1) dan sesudah (2) adanya variabel moderasi sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Model Regresi 1 Model *Summery*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 <sup>a</sup>	0,427	0,421	3,44180

**KESIMPULAN**

1. Kapabilitas inovasi inti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Pernyataan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kapabilitas inovasi inti sebuah, maka semakin tinggi pula kinerja bisnis yang dapat diraih.
2. Kapabilitas inovasi tambahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Pernyataan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kapabilitas inovasi tambahan sebuah, maka semakin tinggi pula kinerja bisnis yang dapat diraih.
3. Strategi rantai pasokan ramping merupakan pemoderasi hubungan antara kapabilitas inovasi inti dengan kinerja bisnis. Pernyataan ini menunjukkan bahwa strategi rantai pasokan ramping mampu memperkuat hubungan antara kapabilitas inovasi inti dengan kinerja bisnis.
4. Strategi rantai pasokan ramping merupakan pemoderasi hubungan antara kapabilitas inovasi tambahan dengan kinerja bisnis. Pernyataan ini menunjukkan bahwa strategi rantai pasokan ramping juga mampu memperkuat hubungan antara kapabilitas inovasi tambahan dengan kinerja bisnis.
5. Strategi rantai pasokan tangkas merupakan pemoderasi hubungan antara kapabilitas inovasi inti dengan kinerja bisnis. Pernyataan ini menunjukkan bahwa strategi rantai pasokan tangkas mampu memperkuat hubungan antara kapabilitas inovasi inti dengan kinerja bisnis.
6. Strategi rantai pasokan tangkas merupakan pemoderasi hubungan antara kapabilitas inovasi tambahan dengan kinerja bisnis. Pernyataan ini menunjukkan bahwa strategi rantai pasokan tambahan mampu memperkuat hubungan antara kapabilitas inovasi inti dengan kinerja bisnis.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, S. (2005). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- Berita Resmi Statistik. (2021). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan III-2021*.

- Borjesson, S., & Elmquist, M. (2011). Developing Innovation Capabilities: A Longitudinal Study of a Project at Volvo Carsc. *Developing Innovation Capabilities*, 20(3), 171–184.
- Choi, S. K., Han, S. Y., & Kwak, K. T. (2021). Innovation Capabilities and the Performance of Start-Ups in Korea: The Role of Government Support Policies. *Sustainability*, 13(11),6009. <https://doi.org/10.3390/su13116009>
- Christopher, M., Harrison, A., & Hoes, R. Van. (2016). Creating the *Agile supply chain*: Issues and Challenges. In *Developments in Logistics and Supply Chain Management* (pp. 61–68). Palgrave Macmillan.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concept and Cases* (13th ed.). Pearson Education.
- Exposito, A., & Sanchis-Llopis, J. A. (2018). Innovation and Business Performance for Spanish SMEs: New Evidence from a Multi-dimensional Approach. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 00(0), 1–21.
- Gao, Y. (Lisa), Mattila, A. S., & Lee, S. (2016). A meta-analysis of behavioral intentions for environment-friendly initiatives in hospitality research. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 107–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.01.010>
- Galloway, Allison. (2005). Non-probability Sampling. In Kempf-Leonard, Kimberly. (Ed.), *Encyclopedia of Social Measurement*. (pp. 859-864). Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/B0-12-369398-5/00382-0>
- Ghozali, I. (2005). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Partial Least Square: Konsep Metode dan Aplikasi Menggunakan Program Worp PLS 2.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 22*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multifariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guan, J., & Ma, N. (2003). Innovative capability and export performance of Chinese firms. *Technovation*, 23, 737–747.
- Guzman, G. M., Reyes, J. A. G., Castro, S. Y. P., & Kumar, V. (2018). Innovation Capabilities and Performance: Are They Truly Linked in SMEs? *International Journal of Innovation Science*, 11(1), 48–62. <https://doi.org/10.1108/IJIS-12-2017-0139>
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (Hasan Sazali (ed.)). Wal Ashri Publishing.

- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 82–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.83-90>
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2017). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 17(2), 51–68.
- Iyer, K. N. ., Srivastava, P., & Srinivasan, M. (2019). Performance Implication of Lean in Supply Chains: Exploring the Role of Learning Orientation and Relational Resources. *International Journal of Product Innovation*, 216(2019), 94–104. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.04.012f1>
- Lawson, B & Samsom, D. (2001). Developing Innovation Capability in Organisations: A Dynamic Capabilities Approach. *International Journal of Innovation Management*, 5(3), 377-400.
- Luczak, C., Mohan-Neill, S., & Hills, G. (2014). A Quantitative Study of Business Owners and Perceived Network Benefits: Collectivist vs. Individualist Based Cultures. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 20(2), 1–18.
- Mahdyantoro, H. H. (2019). *Pengaruh Praktik dan Kapabilitas Manajemen Kualitas Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Operasional dan Inovasi (Studi Empiris Pada Industri Kedai Kopi di Daerah Istimewa Yogyakarta)*.
- Menguc, B., Auh, S., & Yannopoulos, P. (2014). Customer and Supplier Involvement in Design: The Moderating Role of Incremental and Radical Innovation Capability. *Journal Production Innovation Management*, 31(2), 313–328. <https://doi.org/10.1111/jpim.12097>
- Pangestika, W. (2017). *Kemampuan Pertumbuhan Ekonomi Memoderasi Pengaruh Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Dana Alokasi Umum Dan Dana Bagi Hasil Pada Belanja Modal Di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah*.
- Susila, I. (2015). Pendekatan Kualitatif untuk Riset Pemasaran dan Pengukuran Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 12–23.
- Swink, M. (2006). Building Collaborative Innovation Capability. *Research Technology Management*, 49(2), 37–47.
- Teece, D. J. (1986). Profiting from technological innovation: Implications for integration, collaboration, licensing and public policy. *Research Policy*, 15, 285–305.
- Tortella, G. L., Rogerio, M., & Marodin, G. (2017). Lean Supply Chain Management: Empirical Research on Practices, Contexts, and Performance. *International Journal of Production Economics*, 193, 98–112. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2017.07.006>