

**Analisis *Global Value Chain* Dalam Meningkatkan Komoditas Ekspor**

**Kerajinan Kulit di Manding Kab. Bantul**

**JURNAL PENELITIAN**



**Oleh:**

**Nama : Laili Hidayati**

**Nomor Mahasiswa : 17313045**

**Program Studi : Ilmu Ekonomi**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2019**

## **Analisis *Global Value Chain* Dalam Meningkatkan Komoditas Ekspor**

### **Kerajinan Kulit di Manding Kab. Bantul**

**Universitas Islam Indonesia**

E-mail : [lailihidayati96@gmail.com](mailto:lailihidayati96@gmail.com)

#### **Abstrak**

Dalam menghadapi tingkat persaingan internasional, industri dituntut untuk mampu bersaing dalam pasar global. Daya saing yang tinggi diperlukan bagi setiap industri agar menghasilkan produk yang bernilai jual tinggi. Produktivitas industri dalam bersaing untuk meraih kinerja perdagangan internasional yang optimal salah satunya dipengaruhi oleh aktivitas rantai nilai (*value chain*) yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan aktivitas dalam rantai nilai (*value chain*) untuk mendukung kegiatan ekspor kerajinan kulit di Manding Kabupaten Bantul. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara dan kuesioner dengan jenis data yang diteliti yakni data primer. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif kuantitatif menggunakan regresi linier berganda dan uji asumsi klasik untuk melihat variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam mendukung kegiatan ekspor. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat 7 variabel yang berpengaruh positif dan signifikan dalam mendukung kegiatan ekspor yaitu inbound logistics, outbound logistics, marketing and sales, service, firm infrastructure, human resource management dan technology

development. Terdapat 2 variabel yang tidak berpengaruh dan mendukung kegiatan ekspor kerajinan kulit yaitu variabel operations dan procurement.

Kata Kunci : Ekspor, *Global Value Chain*, Industri

## **Abstract**

*In facing the level of international competition, the industry is required to be able to compete in the global market. High competitiveness is needed for each industry to produce high-value-selling products. The productivity of the industry in competing for optimal international trade performance is influenced by effective value chain activities. This study aims to determine the activities in the value chain to support the export of leather craft activities in Manding, Bantul Regency. Data collection methods used in this study are by interview and questionnaire with the type of data studied is primary data. The analytical method used is quantitative descriptive analysis using multiple linear regression and classical assumption tests to see variables that have a positive and significant influence in supporting export activities. The results of the study indicate that there are 7 variables that have a positive and significant effect in supporting export activities, namely inbound logistics, outbound logistics, marketing and sales, service, firm infrastructure, human resource management and technology development. There are 2 variables that have no effect and support the leather craft export activities, namely operations and procurement variables.*

*Keywords : Export, Global Value Chain, Industry*

## 1. PENDAHULUAN

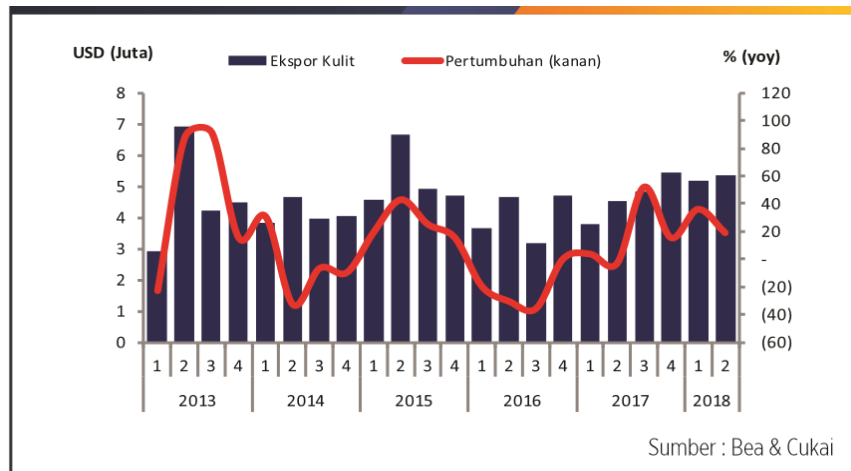
Semakin berkembangnya pengetahuan dan teknologi pada dunia konstruksi, perusahaan dan industri harus lebih memperhatikan standar mutu dan juga produktivitas. Hal ini dilakukan agar produk yang dihasilkan mampu bersaing dalam pasar global. Dalam mencapai kinerja perdagangan internasional yang optimal salah satunya dipengaruhi oleh rantai nilai (*value chain*) yang efektif. Konsep analisis rantai nilai (*value chain*) menekankan pada sekumpulan aktivitas yang dikerjakan untuk mendesain, memasarkan, mengirimkan serta memberikan pelayanan atas produk yang dihasilkan. Untuk menghadapi persaingan yang ketat diperlukan kualitas kinerja dalam mengendalikan faktor-faktor yang berpengaruh dalam mencapai kesuksesan industri.

Porter (1994) mengatakan bahwa rantai nilai (*value chain*) yang efektif merupakan kunci keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang dapat menghasilkan nilai tambah (*value added*) bagi suatu industri. Rantai nilai (*value chain*) dapat digambarkan sebagai keseluruhan aktivitas dalam membawa barang dan jasa melalui fase produksi yang beragam kemudian dikirimkan kepada konsumen akhir melalui pemasaran.

Sentra industri kerajinan kulit di Manding merupakan salah satu penghasil berbagai produk berbahan dasar kulit hewan di Kabupaten Bantul yang menjadi sub sektor dan berpotensi untuk dikembangkan dengan mempertimbangkan ketersediaan bahan baku, sarana dan prasarana serta transportasi yang memadai.

Tabel 1.

Jumlah usaha di sektor industri kecil menurut sub sektor



Sumber: KEKR BI DIY

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dilihat perkembangan ekspor kerajinan kulit dari tahun 2013-2018. Pergerakan yang fluktuatif membuat daya saing ekspor produk kulit hampir tergantikan oleh produk pada sektor lain. Kurangnya kemampuan pekerja dalam menguasai pengetahuan dan teknologi serta minimnya modal yang dimiliki perusahaan membuat pergerakan ekspor produk kulit belum mampu menjadi sektor unggulan di DIY. Selain itu dalam proses pembuatan kerajinan kulit di Manding ini masih mengandalkan cuaca dan musim yang tidak dapat diperkirakan perubahannya.

### 1.1 Rumusan Masalah

1. Apakah variabel *Inbound Logistics* dalam aktivitas utama rantai nilai (*value chain*) mampu meningkatkan ekspor kerajinan kulit?

2. Apakah variabel *Operations* dalam aktivitas utama rantai nilai (*value chain*) mampu meningkatkan ekspor kerajinan kulit?
3. Apakah variabel *Outbound Logistics* dalam aktivitas utama rantai nilai (*value chain*) mampu meningkatkan ekspor kerajinan kulit?
4. Apakah variabel *Marketing and Sales* dalam aktivitas utama rantai nilai (*value chain*) mampu meningkatkan ekspor kerajinan kulit?
5. Apakah variabel *Service* dalam aktivitas utama rantai nilai (*value chain*) mampu meningkatkan ekspor kerajinan kulit?
6. Apakah variabel *Firm Infrastructure* dalam aktivitas utama rantai nilai (*value chain*) mampu meningkatkan ekspor kerajinan kulit?
7. Apakah variabel *Human Resources Development* dalam aktivitas utama rantai nilai (*value chain*) mampu meningkatkan ekspor kerajinan kulit?
8. Apakah variabel *Technology Development* dalam aktivitas utama rantai nilai (*value chain*) mampu meningkatkan ekspor kerajinan kulit?
9. Apakah variabel *Procurement* dalam aktivitas utama rantai nilai (*value chain*) mampu meningkatkan ekspor kerajinan kulit?

## **2. KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

### **2.1 Kajian Pustaka**

Berdasarkan studi penelitian yang telah dilakukan oleh penulis lain mengenai rantai nilai (*value chain*) maka penulis memilih studi analisis yang

dilakukan oleh Annisa (2012) yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu mengenai Analisis Pengaruh Value Chain Dalam Persaingan Mencapai Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Precast Di Indonesia. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik wawancara dan kuesioner. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis uji korelasi statistik dan uji asumsi klasik dengan mencari hubungan antar variabel terikat dan variabel bebas. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu aktivitas utama yang terdiri dari inbound logistics (X1), operations (X2), outbound logistics (X3), marketing and sales (X4) dan Service (X5), sedangkan dalam aktivitas pendukung terdapat aktivitas firm infrastructure (X6), human resources development (X7), technology development (X8) dan Procurement (X9). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat satu aktivitas rantai nilai (*value chain*) yang tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu variabel Service (X5), sedangkan variabel yang lainnya berpengaruh dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

## **2.2 Landasan Teori**

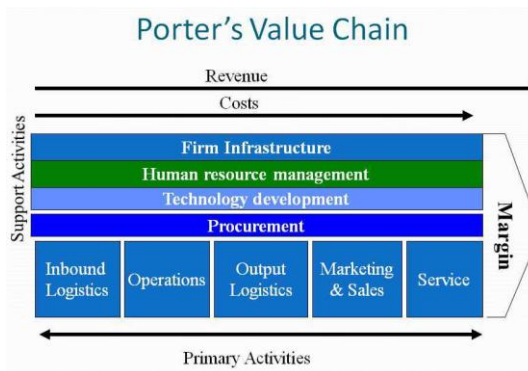
Pearce and Robinso (2008) mendefinisikan rantai nilai merupakan alat yang digunakan aktivitas industri dalam menghasilkan produk. Rantai nilai ini berasal dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan mulai dari bahan baku sampai menghasilkan suatu produk yang akan sampai ke tangan penjual termasuk juga pelayanan purna jual. Dalam aktivitas rantai nilai (*value chain*) menggunakan pendekatan teori Michael Porter (1994) dalam bukunya "*Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance*". Model rantai nilai ini



merupakan alat analisis yang berguna untuk mendefinisikan kompetensi inti perusahaan agar dapat mengejar keunggulan kompetitif.

Gambar 2.

Rantai Nilai (*value chain*) menurut Porter



Sumber : Pearce and Robinson, 2009

Menurut Porter (1994) aktivitas rantai nilai (*value chain*) terbagi atas aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Dalam aktivitas utama rantai nilai terdapat kegiatan *Inbound Logistics* merupakan suatu kegiatan yang mengacu pada proses transportasi, penyimpanan dan pengiriman barang yang masuk ke bisnis. Kemudian aktivitas utama yang terdapat dalam rantai nilai (*value chain*) yaitu *Operations* merupakan kegiatan yang berhubungan dengan perubahan input menjadi output berupa barang atau produk tertentu melalui proses produktivitas dengan mempertimbangkan kelengkapan alat penunjang produksi. Kemudian terdapat aktivitas *Outbound logistics* merupakan suatu kegiatan yang berkaitan dengan penerimaan barang hasil produksi, penyimpanan, dan pendistribusian produk pada konsumen atau pembeli. Selain itu dalam aktivitas utama rantai nilai (*value chain*) terdapat *Marketing and sales* yaitu suatu cara yang digunakan

perusahaan untuk mempengaruhi pasar atau konsumen untuk membeli produknya. Kemudian aktivitas utama rantai nilai (*value chain*) selanjutnya terdapat *Service* yaitu rangkaian kegiatan produksi yang meliputi proses penyediaan layanan untuk mempertahankan sekaligus meningkatkan nilai dari produk yang ditawarkan.

Dalam aktivitas pendukung rantai nilai (*value chain*) terdapat aktivitas *Firm infrastructure* terdiri dari departemen-departemen atau fungsi keuangan (akuntansi, keuangan, perencanaan dan sebagainya) yang melayani kebutuhan organisasi dan mengikat bagian-bagiannya menjadi sebuah kesatuan. Selanjutnya terdapat aktivitas *Human resources management* yaitu rangkaian kegiatan dalam proses perekrutan, pelatihan, kompensasi dan budaya kerja. Selain itu terdapat aktivitas *Technology development* ini sebagai alat pengembangan teknologi untuk menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai jual di pasar. Teknologi yang dibutuhkan dalam suatu perusahaan meliputi pengembangan peralatan, software, hardware, prosedur, di dalam transformasi produk dari input menjadi output. Kemudian dalam aktivitas pendukung rantai nilai (*value chain*) yang terakhir terdapat aktivitas *Procurement* yaitu proses pembelian sumber daya material dan input lainnya, yang digunakan dalam proses penciptaan nilai di seluruh aktivitas.

Berdasarkan aktivitas utama dan pendukung yang telah dijelaskan dalam teori Porter (1994), Sudyono (2004) memaparkan tentang nilai tambah (*value added*) merupakan salah satu pengembangan nilai yang terjadi karena adanya input yang diolah pada suatu komoditas barang tertentu. Kegiatan dalam menciptakan nilai tambah ini dapat mempengaruhi siklus jual beli pasar dan akan meningkatkan penjualan dalam negeri maupun ekspor ke luar negeri.

Dalam perdagangan internasional menurut Sukirno (2005), ekspor merupakan kegiatan perdagangan dengan cara mengeluarkan barang dari dalam negeri ke luar negeri dengan syarat ketentuan yang berlaku. Ekspor suatu negara terjadi karena adanya manfaat yang diperoleh akibat transaksi perdagangan luar negeri. Dalam teori yang dijelaskan oleh John Stuart Mill bahwa suatu negara akan menghasilkan dan kemudian mengekspor suatu barang yang memiliki *Comparative Advantage* terbesar dan mengimpor barang yang dimiliki memiliki *Comparative Disadvantage* (suatu barang yang dapat dihasilkan dengan lebih murah dan mengimpor barang yang kalau dihasilkan sendiri membutuhkan biaya/ongkos yang besar).

### **3. METODE PENELITIAN**

Operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel dependen (Y) : Ekspor

b. Variabel independen (X) :

X1 : Inbound Logistics

X6 : Firm Infrastructure

X2 : Operations

X7 : Human Resources Management

X3 : Outbound Logistics

X8 : Technology Development

X4 : Marketing and Sales

X9 : Procurement

X5 : Service

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan kuesioner. Jumlah sampel responden dihitung menggunakan rumus Slovin (Ridwan, 2005) sehingga diperoleh sampel sebanyak 70 orang. Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dan uji asumsi klasik, dimana sebelum menganalisis uji regresi dilakukan uji validitas dan reabilitas untuk menguji keakuratan data yang diperoleh.

#### **4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

##### **4.1 Hasil Analisis**

Berdasarkan uji validitas dalam mengukur tingkat kebenaran data yang diteliti, penulis melibatkan 70 orang responden pelaku bisnis kerajinan kulit yang terdiri dari pemilik usaha, pengrajin dan karyawan toko, diperoleh hasil perhitungan pada **(Lampiran 1)** bahwa seluruh data dinyatakan valid sehingga dapat dilakukan uji analisis pada tahap selanjutnya. Kemudian terdapat uji analisis reabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *CronbachAlpha* dimana harus lebih besar dari 0,6 untuk dapat dinyatakan reliabel. Berdasarkan hasil perhitungan uji reabilitas dapat dilihat seluruh variabel dinyatakan reliabel **(Lampiran 2)**.

Setelah melakukan uji validitas dan reabilitas maka tahap selanjutnya melakukan uji regresi yang dapat dilihat pada **(Lampiran 3)** dapat disimpulkan bahwa terdapat 2 variabel yang tidak berhubungan dan signifikan yakni operations

(X2) dan procurement (X9) sedangkan variabel yang lainnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor (Y). Dalam uji F dapat dilihat dalam (**Lampiran 4**) nilai F-Hitung sebesar 6,562 dan F-tabel sebesar 2,36. Artinya seluruh variabel X secara serentak dan bersama-sama berpengaruh terhadap ekspor. Dalam hasil analisis uji t diperoleh 2 variabel yang tidak signifikan dan memiliki hubungan terhadap ekspor yaitu operations (X2) dan procurement (X9) sedangkan variabel lainnya signifikan dan memiliki hubungan terhadap ekspor. Selanjutnya dalam perhitungan uji R-Squared (**Lampiran 5**) dapat dilihat nilai yang diperoleh sebesar 0,496 atau 49,6% artinya variabel ekspor (Y) dipengaruhi oleh variabel X sebesar 49,6% sedangkan sisanya 50,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Tahap perhitungan selanjutnya yaitu melakukan uji asumsi klasik yang dimulai dengan uji normalitas (**Lampiran 6**) diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,893 > \alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual telah berdistribusi normal. Dalam uji multikolinieritas (**Lampiran 7**) diperoleh seluruh variabel  $X < VIF (10,0)$  artinya tidak terjadi multikolinieritas. Selanjutnya dilakukan uji heteroskedastisitas (**Lampiran 8**) dapat dilihat seluruh variabel  $X > \alpha = 0,05$  artinya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

## 4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel inbound logistics terhadap peningkatan ekspor kerajinan kulit di Manding Kabupaten Bantul. Dalam aktivitas

inbound logistics mengacu pada kerja sama dengan supplier bahan baku, proses penyimpanan dan kelancaran distribusi pengiriman bahan baku serta pemilihan bahan baku yang berkualitas menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan berlangsungnya produktivitas. Hal ini akan berdampak pada output kerajinan kulit yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil pengujian data dalam aktivitas variabel operations tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kegiatan ekspor kerajinan kulit. Berdasarkan hasil studi lapangan yang dilakukan oleh penulis, para pengrajin yang bekerja dalam pembuatan kerajinan kulit kurang inovatif dalam menciptakan produk baru yang lebih mengikuti trend pasar, sehingga produk yang dihasilkan tidak mengalami perkembangan.

Hasil pengujian data pada variabel outbound logistics memberikan kontribusi yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kegiatan ekspor kerajinan kulit. Dalam aktivitas outbound logistics, secara spesifik dilakukan oleh pengrajin diantaranya yaitu penanganan dan perawatan bahan baku yang tepat selama proses penyimpanan sebelum barang dipasarkan dan dikirimkan kepada konsumen untuk meminimalisir kerusakan, melakukan pengawasan dalam pendistribusian barang sehingga konsumen merasa puas dan kualitas produk dapat terjaga.

Berdasarkan hasil pengujian data dalam variabel marketing and sales bernilai positif dan signifikan. Artinya secara keseluruhan rangkaian aktivitas yang terdapat dalam variabel marketing and sales mampu berkontribusi dalam

meningkatkan kegiatan ekspor kerajinan kulit di Manding. Aktivitas yang terdapat dalam variabel marketing and sales ini diantaranya yaitu menjaga dan memelihara loyalitas pelanggan dalam meningkatkan daya beli atas produk kerajinan kulit.

Dalam hasil pengujian data pada variabel service mampu memberikan kontribusi yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kegiatan ekspor kerajinan kulit yang berada di Manding Kabupaten Bantul. Kegiatan dalam aktivitas service ini berkaitan dalam hal sistem informasi dan manajemen industri yaitu mengenai penanganan pembuatan produk menggunakan alat dan mesin modern yang dapat menunjang proses kinerja pembuatan kerajinan kulit sehingga dapat menghasilkan produk dengan kuantitas yang lebih banyak, kualitas yang lebih bagus serta efektivitas dan efisiensi pengaturan waktu yang maksimal sehingga dapat menekan terjadinya kerugian dalam kegiatan penjualan.

Dalam hasil pengujian data pada variabel firm infrastructure mampu memberikan kontribusi yang positif dan signifikan terhadap kegiatan peningkatan ekspor kerajinan kulit. Kegiatan ini merupakan aktivitas pendukung yang menunjang produktivitas pembuatan kerajinan kulit seperti dalam hal pengelolaan modal, keuangan, pencatatan transaksi pembelian bahan baku maupun hasil penjualan serta perencanaan usaha jangka panjang selanjutnya.

Selanjutnya dalam perhitungan variabel human resources management memiliki kontribusi yang positif dan signifikan dalam membantu meningkatkan kegiatan ekspor kerajinan kulit. Aktivitas kegiatan dalam variabel ini berkaitan

dengan pemilihan karyawan yang tepat berdasarkan kategori usia maupun skill yang dimiliki agar menunjang proses produksi sehingga dapat mempertahankan kegiatan ekspor.

Dalam perhitungan variabel *technology development* mampu berkontribusi secara positif dan signifikan dalam meningkatkan kegiatan ekspor kerajinan kulit. Hal ini berkaitan dengan sosialisasi yang diberikan oleh pemilik usaha kepada karyawan bagian produksi dalam menghasilkan barang jadi dengan kemampuan menguasai teknologi.

Aktivitas dalam variabel *procurement* ini tidak mampu berkontribusi dalam mendorong peningkatan kegiatan ekspor kerajinan kulit. Kegiatan dalam aktivitas ini sebelumnya sudah dilakukan dalam kegiatan *inbound logistics* dimana rangkaian kegiatannya sama yaitu berkaitan dengan pemilihan bahan baku dan menjaga kepercayaan pada supplier yang berbeda. Hal ini tidak perlu dilakukan karena menurut wawancara yang telah dilakukan bahwa pemilik usaha hanya bekerja sama pada supplier langganan dan akan berpindah ke supplier lain apabila terjadi kelangkaan bahan baku.

## **5. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis regresi rantai nilai (*value chain*) terhadap industri kerajinan kulit di Manding, terdapat 7 aktivitas yang mendukung dan berpengaruh positif terhadap kegiatan ekspor yaitu:

- a. *Inbound Logistics* (X1)



- b. Outbound Logistics (X3)
- c. Marketing and Sales (X4)
- d. Service (X5)
- e. Firm Infrastructure (X6)
- f. Human Resources Development (X7)
- g. Technology Development (X8)

Serta 2 aktivitas yang tidak mendukung dan berpengaruh terhadap kegiatan ekspor yaitu:

- a. Operations (X2)
- b. Procurement (X9)

## **5.2 Implikasi**

1. Bagi Pemerintah Kabupaten Bantul agar lebih memperhatikan pengembangan sektor industri mikro kecil menengah dengan membentuk *cluster industry* agar memudahkan dalam memberikan bantuan dan juga pengawasan pelaksanaan industri sehingga mampu menjadikan kerajinan kulit sebagai sektor unggulan yang mampu terus mempertahankan nilai jual ekspornya ke pasar internasional.
2. Bagi pemilik usaha sebaiknya lebih memperketat pengawasan selama proses pembuatan produk kerajinan kulit untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan oleh pengrajin dan memperhitungkan kesediaan modal untuk menunjang kegiatan produksi.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih. S. (1999). “Ekonomi Mikro dan Ekonomi Pembangunan”.  
Yogyakarta: Yogyakarta : BPFE
- Ahmad, S. (2004). “Customer Retention: A Potentially Ptent Marketing  
Management Startegy” *Journal Of Strategic Marketing*, Vol. 9 No.2
- Ahman, (2004). “Ekonomi Pembangunan. Bandung” : Grafindo Media Pratama
- Ashri, P. W. (2014). “Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*) Komoditas Ikan  
Bandeng Di Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati” Skripsi Sarjana  
(Dipublikasikan) Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas  
Diponegoro, Semarang
- Annisa, L. (2012). “Analisis Pengaruh *Value Chain* Terhadap Persaingan Dalam  
Mencapai Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Precast Di  
Indonesia” Skripsi Sarjana (Dipublikasikan Fakultas Ekonomi,  
Universitas Indonesia, Depok
- Iriyanto, T. (2017). “Peranan Industri Kerajinan Kulit Terhadap Pendapatan  
Rumah Tangga Di Sabdodadi Kecamatan Bantul” *Jurnal Pendidikan  
Ekonomi*, Vol. 6, No. 2 Hal: 552-564
- Pearce, R. (2008). “Managing Customer Value One Stage At A Time” Singapore :  
World Scientific Publishing, Terjemahan
- Porter, E. M. (1994). “Keunggulan Bersaing (Binarupa Aksara, Penerjemah)”  
Jakarta : Binarupa Aksara

Porter, E. M. (1985). "*Competitive Strategy, Techniques For Analyzing Industries And Competitors*. The McMillan Press Ltd

Putra, R. E. (2012). "Pengaruh Nilai Investasi, Nilai Upah Dan Nilai Produksi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Mebel Di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang" *Economic Development Analysis Journal*, Vol. 1, No. 2

## LAMPIRAN

(Lampiran 1) Uji Validitas

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>r- hitung</b>	<b>r-tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Variabel Ekspor (Y)	Y1	0,374	0,2352	Valid
	Y2	0,435	0,2352	Valid
	Y3	0,376	0,2352	Valid
	Y4	0,435	0,2352	Valid
	Y5	0,395	0,2352	Valid
	Y6	0,316	0,2352	Valid
Variabel Inbound Logistics (X1)	X1.1	0,617	0,2352	Valid
	X1.2	0,432	0,2352	Valid
	X1.3	0,384	0,2352	Valid
	X1.4	0,568	0,2352	Valid
	X1.5	0,598	0,2352	Valid
	X1.6	0,348	0,2352	Valid
Variabel Operations (X2)	X2.1	0,624	0,2352	Valid
	X2.2	0,729	0,2352	Valid
	X2.3	0,462	0,2352	Valid
	X2.4	0,458	0,2352	Valid
	X2.5	0,507	0,2352	Valid
Variabel Outbound Logistics (X3)	X3.1	0,767	0,2352	Valid
	X3.2	0,821	0,2352	Valid
	X3.3	0,736	0,2352	Valid
Variabel Marketing and Sales (X4)	X4.1	0,401	0,2352	Valid
	X4.2	0,465	0,2352	Valid
	X4.3	0,573	0,2352	Valid
	X4.4	0,526	0,2352	Valid
	X4.5	0,515	0,2352	Valid
	X4.6	0,452	0,2352	Valid
	X4.7	0,218	0,2352	Valid
Variabel Service (X5)	X5.1	0,543	0,2352	Valid
	X5.2	0,761	0,2352	Valid
	X5.3	0,659	0,2352	Valid
	X5.4	0,628	0,2352	Valid
	X5.5	0,608	0,2352	Valid

## (Lampiran 2) Uji Reabilitas

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Nilai Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
Ekspor (Y)	Y1	0,854	0,6	Reliabel
	Y2	0,847	0,6	Reliabel
	Y3	0,847	0,6	Reliabel
	Y4	0,857	0,6	Reliabel
	Y5	0,835	0,6	Reliabel
	Y6	0,843	0,6	Reliabel
Inbound Logistics (X1)	X1.1	0,794	0,6	Reliabel
	X1.2	0,818	0,6	Reliabel
	X1.3	0,859	0,6	Reliabel
	X1.4	0,817	0,6	Reliabel
	X1.5	0,817	0,6	Reliabel
	X1.6	0,847	0,6	Reliabel
Operations (X2)	X2.1	0,772	0,6	Reliabel
	X2.2	0,776	0,6	Reliabel
	X2.3	0,788	0,6	Reliabel
	X2.4	0,802	0,6	Reliabel
	X2.5	0,821	0,6	Reliabel
Outbound Logistics (X3)	X3.1	0,889	0,6	Reliabel
	X3.2	0,851	0,6	Reliabel
	X3.3	0,926	0,6	Reliabel
Marketing and Sales (X4)	X4.1	0,797	0,6	Reliabel
	X4.2	0,788	0,6	Reliabel
	X4.3	0,786	0,6	Reliabel
	X4.4	0,791	0,6	Reliabel
	X4.5	0,794	0,6	Reliabel
	X4.6	0,804	0,6	Reliabel
	X4.7	0,794	0,6	Reliabel
Service (X5)	X5.1	0,835	0,6	Reliabel
	X5.2	0,818	0,6	Reliabel
	X5.3	0,863	0,6	Reliabel
	X5.4	0,841	0,6	Reliabel
	X5.5	0,879	0,6	Reliabel
Variabel Firm Infrastructure (X6)	X6.1	0,869	0,6	Reliabel
	X6.2	0,856	0,6	Reliabel
	X6.3	0,804	0,6	Reliabel
Variabel Human Resources Management (X7)	X7.1	0,843	0,6	Reliabel
	X7.2	0,839	0,6	Reliabel
	X7.3	0,884	0,6	Reliabel
	X7.4	0,881	0,6	Reliabel
	X7.5	0,882	0,6	Reliabel

Variabel Technology Development (X8)	X8.1	0,823	0,6	Reliabel
	X8.2	0,804	0,6	Reliabel
	X8.3	0,836	0,6	Reliabel
	X8.4	0,827	0,6	Reliabel
	X8.5	0,806	0,6	Reliabel
Variabel Procurement (X9)	X9.1	0,795	0,6	Reliabel
	X9.2	0,804	0,6	Reliabel
	X9.3	0,765	0,6	Reliabel
	X9.4	0,823	0,6	Reliabel

(Lampiran 3) Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,453	,404		6,074	,000					
	X1	,216	,103	,235	2,107	,039	,345	,263	,193	,675	1,481
	X2	,089	,108	,095	,826	,412	,102	,106	,076	,633	1,579
	X3	,160	,077	,252	2,088	,041	,218	,260	,191	,577	1,733
	X4	,326	,142	,344	2,301	,025	,320	,285	,211	,376	2,659
	X5	,190	,090	,291	2,122	,038	,217	,264	,194	,448	2,232
	X6	,176	,086	,231	2,048	,045	,472	,256	,188	,660	1,515
	X7	,280	,104	,324	2,679	,010	,240	,327	,246	,575	1,740
	X8	,310	,115	,359	2,704	,009	,396	,330	,248	,476	2,102
	X9	,050	,107	-,056	,462	,646	,112	,060	,042	,572	1,749

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 4 (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,190	9	,688	6,562	,000 <sup>a</sup>
	Residual	6,289	60	,105		
	Total	12,480	69			

a. Predictors: (Constant), X9, X5, X3, X6, X1, X2, X7, X8, X4

b. Dependent Variable: Y

(Lampiran 5) Uji R-Square

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,704 <sup>a</sup>	,496	,420	,32377

a. Predictors: (Constant), X9, X5, X3, X6, X1, X2, X7, X8, X4

b. Dependent Variable: Y

(Lampiran 6) Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,30191305
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,069
	Negative	-,061
Kolmogorov-Smirnov Z		,577
Asymp. Sig. (2-tailed)		,893

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

(Lampiran 7) Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Inbound_Logistics	,675	1,481
Operations	,633	1,579
Outbound_Logistics	,577	1,733
Marketing_and_Sales	,376	2,659
Service	,448	2,232
Firm_Infrastructure	,660	1,515
Human_Resources_Management	,575	1,740
Technology_Development	,476	2,102
Procurement	,572	1,749

a. Dependent Variable: Ekspor

(Lampiran 8) Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	,182	,228	,801	,426
Inbound_Logistics	-,074	,058	1,276	,207
Operations	,053	,061	,882	,382
Outbound_Logistics	,006	,043	,143	,887
Marketing_and_Sales	,002	,080	,020	,984
Service	,059	,051	1,158	,251
Firm_Infrastructure	,073	,049	1,512	,136
Human_Resources_Management	-,008	,059	-,128	,899
Technology_Development	-,085	,065	1,314	,194
Procurement	-,009	,060	-,156	,877

a. Dependent Variable: RES2