

**PENGARUH *ABSORPTIVE CAPACITY* TERHADAP *STRATEGIC AGILITY* DAN
EFEKTIVITAS KINERJA UKM INDUSTRI MAKANAN DI KABUPATEN SLEMAN
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1
di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.



Disusun Oleh :

Nama : Hartyastyo Hadhi Nugroho
Nomor Mahasiswa : 16311196
Program studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
YOGYAKARTA**

2020

**PENGARUH *ABSORPTIVE CAPACITY* TERHADAP *STRATEGIC AGILITY* DAN
EFEKTIVITAS KINERJA UKM INDUSTRI MAKANAN DI KABUPATEN SLEMAN
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Hartyastyo Hadhi Nugroho

Nomor Mahasiswa : 16311196

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
YOGYAKARTA**

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta,

Penulis,



Hartyastyo Hadhi Nugroho

**PENGARUH *ABSORPTIVE CAPACITY* TERHADAP *STRATEGIC AGILITY* DAN
EFEKTIVITAS KINERJA UKM INDUSTRI MAKANAN DI KABUPATEN SLEMAN
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Oleh :

Nama : Hartyastyo Hadhi Nugroho
Nomor Mahasiswa : 16311196
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasi

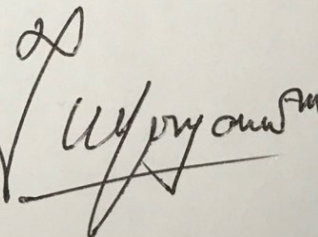
Yogyakarta,

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Ace
utk diujikan

19
12 19



Zulian Yamit, Drs., M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran dan kesehatan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Mama, papa dan kakak-kakak yang selalu memberikan semangat serta doa yang tidak ada henti-hentinya.
3. Bapak Zulian Yamit, Drs., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar dalam membimbing dan mau meluangkan waktunya untuk membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
4. Sahabat saya dari SMA sampai saat ini yang selalu menemani baik itu suka maupun duka Dela Anggraeni.
5. Teman-teman yang selalu memberikan semangat dan dukungannya kepada saya Anggara, Oktavindo, Aditya, dan Riki.
6. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis baik itu doa maupun dukungannya. Semoga kita semua selalu diberikan perlindungan dan rahmatnya dari Allah SWT.

**PENGARUH *ABSORPTIVE CAPACITY* TERHADAP *STRATEGIC AGILITY* DAN
EFEKTIVITAS KINERJA UKM INDUSTRI MAKANAN DI KABUPATEN SLEMAN
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *absorptive capacity* terhadap *strategic agility* dan efektivitas kinerja UMKM industri makanan di Kabupaten Sleman daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yaitu *absorptive capacity*, *strategic agility* dan kinerja perusahaan. Sampel pada penelitian ini berjumlah 64 UMKM makanan di Kabupaten Sleman daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *convenience sampling* sedangkan datanya dikumpulkan dengan kuesioner.

Kata Kunci : *Absorptive Capacity*, *Strategic Agility* dan kinerja perusahaan.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Allah SWT atas yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya yang telah memberikan petunjuk, kemudahan, kelancaran dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman, yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang seperti yang saat ini kita rasakan.

Skripsi ini disusun sebagai syarat mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 program studi Manajemen dengan judul “Pengaruh *Absorptive Capacity* terhadap *Strategic Agility* dan efektivitas kinerja UMKM industri makanan di Kabupaten Sleman daerah Istimewa Yogyakarta”, dan pada akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Namun penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak dalam menyelesaikannya. Oleh karena itu penulis berterima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran dan kesehatan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Mama, papa dan kakak-kakak yang selalu memberikan semangat serta doa yang tidak ada henti-hentinya.
3. Bapak Zulian Yamit, Drs., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar dalam membimbing dan mau meluangkan waktunya untuk membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
4. Sahabat saya dari SMA sampai saat ini yang selalu menemani baik itu suka maupun duka Dela Anggraeni.

5. Teman-teman yang selalu memberikan semangat dan dukungannya kepada saya Anggara dan Aditya
6. Bapak/ibu yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis baik itu doa maupun dukungannya. Semoga kita semua selalu diberikan perlindungan dan rahmatnya dari Allah SWT.

Penulis menyadari penelitian ini jauh dari kata baik dan sempurna, oleh karena itu saran dan kritik dari semua pihak sangat penulis harapkan demi keberlanjutan penelitian yang lebih baik. Besar harapan penulis bahwa karya ini dapat bermanfaat bagi pelaku bisnis makanan, akademisi dan seluruh pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb



DAFTAR ISI

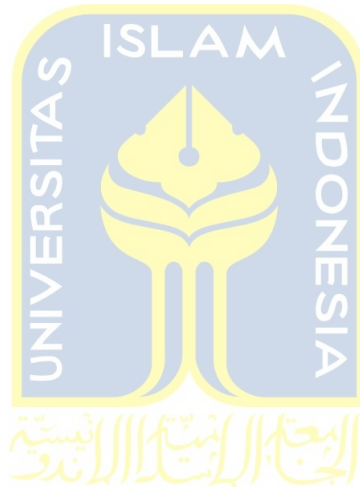
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
2.1. Kajian Pustaka	6
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. Strategi	9
2.2.2. <i>Absorptive</i>	9
2.2.3. <i>Capacity</i>	10
2.2.4. <i>Agility</i>	10



2.2.5. <i>Firm</i>	10
2.2.6. <i>Performance</i>	11
2.2.7. <i>Absorptive Capacity</i>	11
2.2.8. <i>Firm Performance</i>	12
2.2.9. <i>Strategic Agility</i>	12
2.3. Rumusan Hipotesis	13
2.3.1 : Pengaruh <i>absorptive capacity</i> terhadap <i>firm performance</i>	13
2.3.2 : Pengaruh <i>absorptive capacity</i> terhadap <i>strategic agility</i>	14
2.3.3 : Pengaruh <i>strategic agility</i> terhadap <i>firm performance</i>	16
2.3.4 : <i>Strategic agility</i> memediasi <i>absorptive capacity</i> dan <i>firm performance</i>	18
2.4. Hipotesis.....	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	20
3.1. Metode Penelitian	20
3.2. Populasi dan Sampel	20
3.2.1. Populasi	20
3.2.2. Sampel	20
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel	21
3.3. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	22
3.4. Variabel Penelitian	23
3.5. Definisi Operasional Variabel	23
3.5.1. <i>Absorptive Capacity</i>	23
3.5.2. Kinerja perusahaan	24
3.5.3. <i>Strategic Agility</i>	24

3.6. Uji Validitas	25
3.7. Uji Reliabilitas	26
3.8. Uji Normalitas	26
3.9. Uji Multikolinearitas	27
3.10. Uji Heteroskedastisitas	27
3.11 .Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	27
3.12. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	28
3.13 Alat Analisis Data	28
3.13.1. Uji Regresi Linear Berganda	28
3.13.2. Uji Regresi Bertahap (Analsis Jalur/Path)	29
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Analisis Deskriptif Responden	30
4.1.1 Analisis Deskriptif	31
4.2 Uji Validitas	36
4.3 Uji Reabilitas	38
4.4 Uji Normalitas	39
4.5 Uji Multikolinearitas	39
4.6 Uji Heteroskedastisitas	40
4.7 Uji Regresi Berganda	41
4.8 Analisis Jalur/Path	42
4.9 Uji F	43
4.10 Uji T	44
4.11 Pembahasan	44

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Keterbatasan dan Saran Penelitian	50
5.2.1 Keterbatasan Penelitian	50
5.2.2 Saran Penelitian	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	56

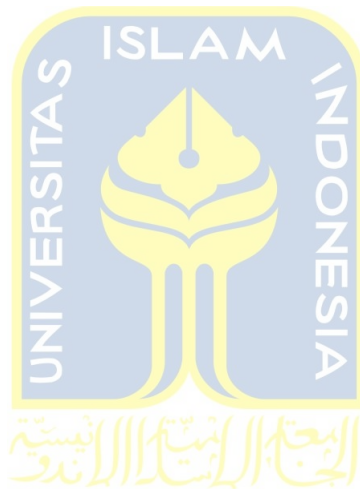


DAFTAR TABEL

TABEL 4.1. JENIS KELAMIN RESPONDEN	30
TABEL 4.2. JABATAN RESPONDEN	31
TABEL 4.3. UJI FREKUENSI KINERJA PERUSAHAAN	33
TABEL 4.4. UJI FREKUENSI <i>STRATEGIC AGILITY</i>	34
TABEL 4.5. UJI FREKUENSI <i>ABSORPTIVE CAPACITY</i>	35
TABEL 4.6. UJI VALIDITAS <i>ABSORPTIVE CAPACITY</i>	36
TABEL 4.7. UJI VALIDITAS <i>STRATEGIC AGILITY</i>	37
TABEL 4.8. UJI VALIDITAS KINERJA PERUSAHAAN	37
TABEL 4.9. UJI REABILITAS	38
TABEL 4.10 UJI NORMALITAS	39
TABEL 4.11 UJI MULTIKOLINEARITAS	40
TABEL 4.12 UJI REGRESI BERGANDA MODEL 1	41
TABEL 4.13 UJI REGERESI BERGANDA MODEL 2	41
TABEL 4.14. UJI F	43
TABEL 4.15 UJI T	44

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1. KERANGKA PIKIR	18
GAMBAR 4.1. UJI HETEROSKEDASTISITAS	40
GAMBAR 4.2. ANALISIS JALUR/ <i>PATH</i>	42



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Penting bagi manajemen untuk menggunakan sumber informasi eksternal untuk merespon dengan baik kompleksitas dari lingkungan yang sering berubah dengan cepat dan untuk bertahan hidup (Lane dan Lubatkin, 1998; O'Connor, 2008). Dalam literatur, perlunya memperoleh dan mengelola pengetahuan yang telah ditekankan untuk meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan dan untuk menciptakan keunggulan kompetitif (e.g Adams dan Lamont, 2003; Darroch, 2005; Marqués dan Simón, 2006).

Mengingat ketidakpastian yang diciptakan oleh faktor-faktor eksternal (politik, hukum, ekonomi, sosial-budaya, teknologi, faktor alam, teror dan lain-lain) yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Di sektor pariwisata, terdapat persaingan yang ketat dan perubahan dalam permintaan, pengetahuan eksternal yang signifikan dari kinerja yang berkelanjutan dari bisnis di sektor ini (Shaw dan Williams, 2009; King et al., 2014). Ada literatur yang komprehensif tentang pengetahuan, berbagi pengetahuan dan manajemen pengetahuan dalam pariwisata (mis. Hallin dan Marnburg, 2008; Shaw dan Williams, 2009; Yang, 2010; Kim dan Lee, 2013).

Selain pengetahuan, penggunaan yang tepat dari pengetahuan yang benar diperoleh untuk tujuan bisnis merupakan aspek yang perlu di investasikan dan ditangani untuk bisnis (Tzokas et al., 2015). Untuk alasan ini, bisnis perlu mengembangkan kapasitas asimilasi mereka yang dianggap sebagai sumber keunggulan kompetitif (Cohen dan Levinthal, 1990; Jansen et al., 2005; Tu et al., 2006).

Kapasitas daya serap terkait dengan kemampuan perusahaan untuk mengenali nilai informasi baru, berasimilasi, dan menerapkannya pada tujuan komersial (Cohen dan Levinthal, 1990). Kapasitas daya serap yang memungkinkan perusahaan untuk menentukan, mengumpulkan, menganalisis, memahami, dan secara kreatif menggunakan informasi eksternal (Lane et al., 2006), memberikan kontribusi kepada manajemen dalam penciptaan loyalitas dan kepuasan pelanggan (Tzokas et al., 2015). Beberapa penelitian (Cohen dan Levinthal, 1990; Zahra dan George, 2002; Jansen et al., 2005; Tu et al., 2006) telah menemukan bahwa kapasitas daya serap adalah keterampilan dinamis yang mempengaruhi sifat dan keberlanjutan keunggulan kompetitif perusahaan.

Meskipun beberapa penelitian dalam literatur pariwisata telah membahas kapasitas daya serap (Weidenfeld et al., 2009; Thomas, 2012), sebagian kecil penelitian yang meneliti kapasitas daya serap secara menyeluruh telah ditemukan. Dalam penelitian ini, terlihat bahwa kapasitas daya serap berfokus pada keunggulan kompetitif, inovasi (Thomas dan Wood, 2014, 2015) dan penciptaan nilai (Valentina dan Passiante, 2009). Setiap penelitian yang menyelidiki pengaruh kapasitas daya serap pada kinerja keseluruhan perusahaan tidak ditemui. Dengan penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan dalam literatur. Ketika efek daya serap pada produksi, keuangan, pemasaran, dan hubungan pelanggan (Tzokas et al., 2015).

Masalah lain yang menarik perhatian para peneliti dalam beberapa tahun terakhir dan memiliki tempat yang signifikan bagi keberhasilan bisnis adalah *strategic agility* (Vickery et al., 2010; Tallon dan Pinsonneault, 2011; Inman et al., 2011).

Agility memberi peluang bagi bisnis untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan, fleksibel, dan mengimplementasikan tindakan lain yang mengendalikan risiko dan ketidakpastian pasar (Sambamurthy et al., 2003; Sherehiy et al., 2007). *Strategic agility* adalah

pemeliharaan yang sensitif dan tidak bisa terpisahkan dari fleksibilitas, persepsi, prediksi, dan sensitivitas strategis manajemen terkait dengan lingkungan internal dan eksternal (Kumkale, 2016). Sebuah organisasi yang agile dapat beradaptasi pada budaya organisasi untuk perubahan pasar, belajar tentang perubahan pasar dengan cepat, mendapatkan manfaat dari perubahan, dan membentuk produknya sesuai dengan preferensi pribadi (Desouza, 2007; Braunscheidel dan Suresh, 2009). Pada saat yang sama, perubahan ini dapat diubah menjadi peluang dengan menata ulang sistem dan strateginya secara responsif terhadap perubahan lingkungan (Sharifi dan Zhang, 1999; Shin et al., 2015). Meskipun pentingnya *agility* untuk sektor ini telah difokuskan dalam beberapa penelitian (misalnya Irvine dan Anderson, 2004; Thrassou et al., 2014; Mandal et al., 2017) dalam literatur pariwisata, tampaknya *strategic agility* belum ditemukan dan ditangani secara luas.

Kebutuhan untuk *strategic agility* sangat jelas ketika bersaing di pasar pariwisata lokal, nasional, dan internasional. Efektif memenuhi kebutuhan pelanggan yang berubah-ubah, dalam memperkenalkan produk-produk baru, beradaptasi dengan perubahan politik yang berkembang secara negatif, dalam membangun kemitraan strategis dan dalam menawarkan layanan (Gehani, 1995; Oyedijo, 2012). *Strategic agility* harus terus-menerus mengikuti lingkungan internal dan eksternal, mengumpulkan dan menggunakan informasi dengan cepat, dan menanggapi perubahan pasar dengan cepat (Kumkale, 2016). *Agility* dapat meningkatkan kualitas inventori aktivitas kompetitif perusahaan dan respons yang berlaku terhadap perubahan lingkungan, dengan demikian dapat meningkatkan kinerja organisasi (Tallon dan Pinsonneault, 2011; Sambamurthy et al., 2003).

Dalam penelitian ini dibentuk berdasarkan pendapat yang disebutkan di atas, ini bertujuan untuk mempertanyakan peran mediasi *strategic agility* pada efektivitas kinerja perusahaan dari

daya serap bisnis di Turki. Dalam penelitian sebelumnya, kapasitas daya serap, kinerja perusahaan dan *strategic agility* belum dipelajari bersama. Selain karakteristik pada sektor ini, masalah ini menjadi lebih signifikan bagi negara-negara di mana ketidakpastiannya tinggi dan negara-negara berkembang seperti Turki. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan akomodasi menghadapi resiko tidak dapat melanjutkan kehidupan mereka karena pariwisata di Turki dipengaruhi oleh lingkungan yang tidak menentu di kawasan ini. Lingkungan yang sangat tidak pasti ini menjadikannya lebih penting untuk akomodasi perusahaan untuk memahami perubahan lingkungan, membuat keputusan dengan cepat, dan mengelola risiko.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah *absorptive capacity* berpengaruh terhadap kinerja UKM industri makanan di Kabupaten Sleman ?
2. Apakah *absorptive capacity* berpengaruh terhadap *strategic agility* UKM industri makanan di Kabupaten Sleman ?
3. Apakah *strategic agility* berpengaruh terhadap kinerja UKM industri makanan di Kabupaten Sleman ?
4. Apakah *strategic agility* dapat memediasi hubungan antara *absorptive capacity* dan kinerja UKM industri makanan di Kabupaten Sleman ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *absorptive capacity* berpengaruh terhadap kinerja UKM industri makanan di Kabupaten Sleman.
2. Untuk mengetahui apakah *absorptive capacity* berpengaruh terhadap *strategic agility* UKM industri makanan di Kabupaten Sleman.

3. Untuk mengetahui apakah *strategic agility* berpengaruh terhadap kinerja UKM industri makanan di Kabupaten Sleman.
4. Untuk mengetahui apakah *strategic agility* dapat memediasi hubungan antara *absorptive capacity* dan kinerja UKM industri makanan di Kabupaten Sleman.

1.4. Manfaat Penelitian

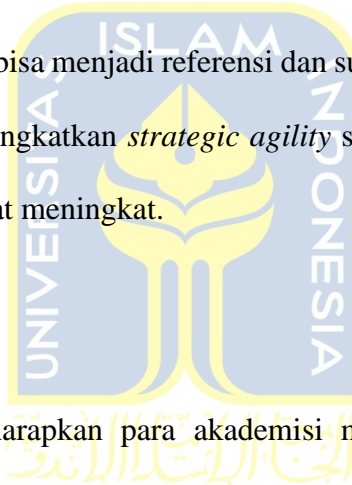
Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Pihak-pihak tersebut di antaranya:

1. Manfaat bagi UKM di industri makanan

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi dan sumber informasi bagi UKM industri makanan untuk terus meningkatkan *strategic agility* sehingga *absorptive capacity* dan kinerja UKM tersebut dapat meningkat.

2. Bagi Akademisi

Melalui penelitian ini diharapkan para akademisi mampu menambah wawasan serta menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh Ali, M., K.A.S., Sarstedt, M., 2016 dengan judul *“Direct and configurational paths of absorptive capacity and organizational innovation to successful organizational performance”*. Studi ini menyelidiki bagaimana perusahaan dapat mencapai tingkat kinerja organisasi yang tinggi di bawah konfigurasi kapasitas daya serap yang berbeda dan inovasi organisasi. Penelitian ini menggunakan pemodelan persamaan struktural terkecil kuadrat (PLS-SEM) dan analisis komparatif kualitatif fuzzy-set (fsQCA) untuk menguji hubungan antara dimensi kapasitas daya serap, inovasi organisasi, dan kinerja organisasi. Hasilnya memberikan dukungan terhadap peran kapasitas penyerapan untuk inovasi dan kinerja organisasi. Selain itu, konfigurasi yang berbeda dari kapasitas daya serap dan kondisi inovasi organisasi mengarah pada kinerja organisasi yang lebih baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Hojung Shin., Jae-Nam Lee., DaeSoo Kim., Hosum Rhim dengan judul *“Strategic agility of korean small and medium enterprises and its influence on operational and firm performance”*. Studi ini mengeksplorasi sifat dan peran kelincahan sebagai strategi dan pengaruhnya terhadap kinerja operasional dan perusahaan. Menggabungkan wawancara lapangan dengan tinjauan literatur, kami mengembangkan koneksi teoritis antara kelincahan strategis usaha kecil dan menengah Korea (UKM) dan dimensi yang mendasarinya (kemampuan teknologi, inovasi kolaboratif, pembelajaran organisasi, dan penyelarasan internal). Kemudian, kami mengusulkan model konseptual

untuk mengamati pengaruh antara kelincahan strategis, kinerja operasional (responsif), dan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan diukur sebagai dua dimensi alternatif retensi pelanggan dan kinerja keuangan. Menggunakan pemodelan persamaan struktural, kami melakukan kelompok analisis konfirmasi untuk menguji asosiasi empiris dihipotesiskan dalam model struktural. Hasil analisis menunjukkan bahwa niat strategis UKM Korea terhadap kelincahan memiliki pengaruh positif pada kinerja operasional dan retensi pelanggan, tetapi tidak pada kinerja keuangan. Implikasi dari hasil dibahas secara rinci bersama dengan kontribusi teoritis dan arah penelitian di masa depan.

Penelitian yang dilakukan oleh Camison, C, Fores, B., 2010 dengan judul “*Knowledge absorptive capacity: New insights for its conceptualization and measurement*”. Proses untuk menyerap pengetahuan eksternal menjadi elemen penting untuk inovasi di perusahaan dan dalam beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan yang kompetitif. Tujuan dari jurnal ini adalah untuk berkontribusi pada literatur tentang kapasitas daya serap melalui pembuatan dan validasi dua skala, dengan analisis literatur yang menyeluruh, untuk mengukur komponen kunci dari konstruk kapasitas daya serap: potensi dan kapasitas daya serap yang direalisasikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Cegarra-Navarro. J.G., Soto-Acosta, P., Wansley, A.K., 2016 dengan judul “*structured knowledge processes and firm performance: the role of organizational agility*”. Kelincahan organisasi dalam pencarian pengetahuan yang relevan dan memungkinkan bisnis untuk menerapkan pengetahuan ini untuk mengembangkan layanan dan produk berkualitas tinggi atau bereaksi terhadap munculnya pesaing baru. Jurnal ini mengembangkan model penelitian yang mengeksplorasi hubungan antara struktur manajemen, kelincahan organisasi, dan kinerja perusahaan. Studi empiris

menguji hubungan ini menggunakan pemodelan persamaan struktural kuadrat terkecil parsial pada dataset dari 112 perusahaan besar Spanyol. Hasil dari pemodelan ini mendukung efektivitas set dan urutan proses manajemen pengetahuan dan mengkonfirmasi tidak hanya efek langsung dari aplikasi pengetahuan pada kinerja organisasi, tetapi juga efek mediasi terhadap kelincahan organisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Bolivar-ramos, M.T., Garcia-Morales, V.J., Martin-Rojas,R., 2013 dengan judul “*The effects of information technology on absorptive capacity and organizational performance*”. Teknologi Informasi (TI) menawarkan banyak peluang bagi perusahaan untuk berhasil. Tujuan dari jurnal ini adalah untuk menyajikan model untuk mencerminkan bagaimana keterampilan TI teknis dan penggunaan TI dalam tugas-tugas yang saling terikat dapat mempengaruhi pengembangan kapasitas penyerapan organisasi, baik potensial dan direalisasikan, yang juga mempengaruhi kinerja organisasi. Karena pengetahuan merupakan salah satu sumber daya utama bagi organisasi untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan membantu perusahaan untuk meningkatkan kinerja organisasi mereka, kapasitas daya serap merupakan faktor kunci dalam kesuksesan.

Penelitian yang dilakukan oleh Chan, Alan T.L., Eric W.T Ngai., Moon, Karen K.L., 2017 dengan judul “*the effects of strategic and manufacturing flexibilities and supply chain agility on firm performance in the fashion industry*”. Ketanggaan terhadap pelanggan dan pasar merupakan persyaratan yang sangat diperlukan untuk semua industri. Penelitian ini mencoba untuk mengatasi masalah dengan menggunakan perspektif berbasis sumber daya untuk mengeksplorasi dari kelincahan rantai pasokan di tingkat strategis dan operasional. Berdasarkan ulasan literatur yang ada, kami berpendapat bahwa dua faktor fleksibilitas organisasi, fleksibilitas strategis dan fleksibilitas manufaktur adalah hal yang

sangat penting untuk kelincahan rantai pasokan. Selain itu, kelincahan rantai pasokan, fleksibilitas strategis, dan fleksibilitas manufaktur adalah semua faktor signifikan dalam kinerja perusahaan. Kerangka konseptual untuk argumen dikembangkan dan diuji melalui studi empiris praktisi industri. Data dari sampel 141 produsen garmen dianalisis menggunakan pemodelan persamaan struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fleksibilitas strategis dan fleksibilitas manufaktur secara positif mempengaruhi kelincahan rantai pasokan. Namun, fleksibilitas strategis memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap kinerja perusahaan sedangkan fleksibilitas manufaktur tidak. Selain itu, kelincahan rantai pasokan memainkan peran penting dalam memediasi efek dari fleksibilitas strategis dan manufaktur pada kinerja perusahaan. Temuan dari penelitian ini menambah pemahaman tentang manajemen rantai pasokan, dengan fokus pada kelincahan rantai pasokan di industri manufaktur fashion.

2.2. Landasan teori

2.2.1. Strategi

Menurut (John A. Pearce II, Richard B. Robinson Jr) istilah strategi (*strategy*), oleh manajer diartikan rencana skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.2.2. Absorptive

Konsep daya serap diciptakan oleh Cohen dan Levinthal (1989). Cohen dan Levinthal (1989) berpendapat bahwa pusat R&D meningkatkan kapasitas perusahaan

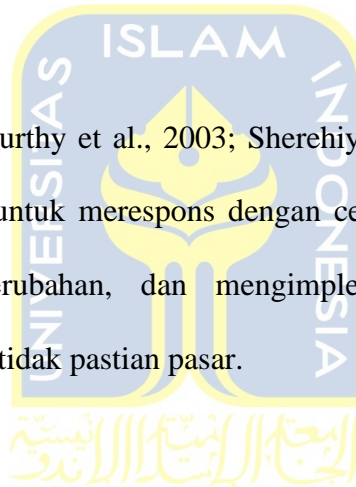
untuk mengidentifikasi, mengasimilasi, dan mengeksploitasi pengetahuan baru yang dikumpulkan dari lingkungannya (lingkungan internal dan lingkungan eksternal)

2.2.3. *Capacity*

Menurut (Zahra dan George., 2002, p.186) mendefinisikan "sebagai satu set rutinitas organisasi dan proses dimana perusahaan mengakuisisi, berasimilasi, mengubah, dan mengeksploitasi pengetahuan untuk menghasilkan kemampuan organisasi yang dinamis".

2.2.4. *Agility*

Menurut (Sambamurthy et al., 2003; Sherehiy et al., 2007). *Agility* adalah suatu peluang bagi unit bisnis untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan, fleksibel, beradaptasi terhadap perubahan, dan mengimplementasikan tindakan lain yang mengendalikan risiko dan tidak pastian pasar.



2.2.5. *Firm*

Menurut (Sobirin Achmad, 2007) organisasi adalah unit sosial atau entitas sosial yang didirikan oleh manusia untuk jangka waktu yang relatif lama, beranggotakan sekelompok manusia minimal dua orang, mempunyai kegiatan yang terkoordinir, teratur dan terstruktur, didirikan untuk mencapai tujuan tertentu dan mempunyai identitas diri yang membedakan satu entitas dengan entitas lainnya.

2.2.6. *Performance*

Inman et al. (2011) menemukan beberapa kinerja yang terdapat di dalam organisasi yaitu kinerja keuangan, kinerja pemasaran, dan kinerja operasional. Lichtenthaler (2016) menemukan hubungan berbentuk U terbalik antara daya serap dan kinerja keuangan perusahaan. Artinya, daya serap meningkatkan kinerja keuangan perusahaan sampai batas tertentu, tetapi setelah titik tertentu, itu memiliki efek negatif pada kinerja keuangan.

2.2.7. *Absorptive Capacity*

Konsep daya serap diciptakan oleh Cohen dan Levinthal (1989). Cohen dan Levinthal (1989) berpendapat bahwa pusat R&D meningkatkan kapasitas perusahaan untuk mengidentifikasi, mengasimilasi, dan mengeksploitasi pengetahuan baru yang dikumpulkan dari lingkungannya. Dengan demikian, mereka menilai daya serap sebagai konsep tiga dimensi. Zahra dan George (2002, p.186) mendefinisikan "sebagai satu set rutinitas organisasi dan proses dimana perusahaan mengakuisisi, berasimilasi, mengubah, dan mengeksploitasi pengetahuan untuk menghasilkan kemampuan organisasi yang dinamis". Kapasitas daya serap mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mengenali nilai informasi baru, mengasimilasinya, dan menerapkannya pada tujuan komersial (Flatten et al., 2011). Kapasitas daya serap melibatkan penggunaan informasi secara eksternal melalui pembelajaran eksplorasi perusahaan, pembelajaran transformatif, dan proses pembelajaran eksploitatif (Lane et al., 2006).

2.2.8. Firm Performance

Menurut (Stock dkk., 2001) kapasitas daya serap dan kinerja pengembangan produk baru berhubungan positif, tetapi hanya pada tingkat tertentu saja. Demikian pula menurut Lichtenthaler (2016) menemukan hubungan berbentuk U terbalik antara daya serap dan kinerja keuangan perusahaan. Artinya, daya serap meningkatkan kinerja keuangan perusahaan sampai batas tertentu, tetapi setelah titik tertentu, itu memiliki efek negatif pada kinerja keuangan. Kotabe et al. (2011) menyimpulkan bahwa kapasitas penyerapan aktual berinteraksi dengan perolehan informasi dan meningkatkan kinerja pasar produk baru.

2.2.9. Strategic Agility

Konsep *agility* pertama kali muncul dalam survei Iacocca Institute di Amerika Serikat pada tahun 1991 dan berfokus pada produksi berbasis kemampuan, fleksibel dan agile untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berubah dengan cepat (Iacocca Institute, 1991). *Agility* dipandang sebagai transformasi situasi pelanggan yang terus berubah dan tidak dapat diprediksi menjadi kemampuan yang menguntungkan dalam lingkungan yang kompetitif (Goldman dan Nagel, 1993), berkembang dan bertahan dalam lingkungan yang variabel dan tidak terduga (Gunasekeran, 1999; Dove, 2001)

Agility adalah penerapan fungsi seperti kualitas tinggi, waktu pengiriman yang singkat, fleksibilitas, menanggapi inovasi, adaptasi terhadap perubahan, dan biaya rendah untuk memiliki keunggulan dalam lingkungan yang kompetitif (Sherehiy et al., 2007; İleri dan Soyulu, 2010; Ustasüleyman, 2008). Menurut (Yamit Zulian, 2011) kualitas adalah

keseluruhan ciri dan karakteristik produk/jasa yang kemampuannya dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

2.3. Kerangka Pemikiran

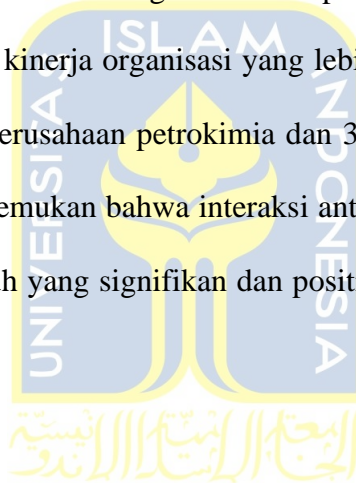
2.3.1 : Pengaruh *absorptive capacity* terhadap *firm performance* :

Banyak penelitian dalam literatur telah menunjukkan efek positif dari kapasitas daya serap pada kinerja bisnis dan inovasi. Stock dkk. (2001) meneliti hubungan antara daya serap dan kinerja pengembangan produk baru. Menurut karya penulis, kapasitas daya serap dan kinerja pengembangan produk baru berhubungan positif, tetapi hanya pada tingkat tertentu. Di luar titik balik ini, daya serap yang lebih tinggi dikaitkan dengan tingkat yang lebih rendah dari kinerja pengembangan produk baru. Demikian pula, Lichtenthaler (2016) menemukan hubungan berbentuk U terbalik antara daya serap dan kinerja keuangan perusahaan. Artinya, daya serap meningkatkan kinerja keuangan perusahaan sampai batas tertentu, tetapi setelah titik tertentu, itu memiliki efek negatif pada kinerja keuangan. Kotabe et al. (2011) menyimpulkan bahwa kapasitas penyerapan aktual berinteraksi dengan perolehan informasi dan meningkatkan kinerja pasar produk baru.

Fosfuri dan Tribo', (2008) mencatat bahwa potensi daya serap merupakan sumber keunggulan kompetitif dalam inovasi, terutama dengan adanya aliran informasi internal yang efisien yang membantu mengurangi jarak antara potensi dan kapasitas yang direalisasikan. Harvey et al. (2010) mengembangkan model di mana kondisi internal dan eksternal secara bersama-sama mempengaruhi kapasitas daya serap, dan, akibatnya, daya serap meningkatkan kinerja perusahaan. Beberapa penelitian tentang UKM juga menemukan bahwa daya serap meningkatkan kinerja perusahaan (Thérin, 2007; Flatten et

al., 2011; Tzokas et al., 2015) Menurut Bolivar-Ramos et al. (2013), kapasitas daya serap potensial terkait dengan kapasitas daya serap yang direalisasi, dan kapasitas daya serap yang direalisasikan terkait dengan kinerja organisasi.

García-Morales et al. (2007) mencatat bahwa kapasitas daya serap teknologi dalam perusahaan teknologi secara positif mempengaruhi pembelajaran dan inovasi organisasi, dan mendorong kapasitas daya serap teknologi dalam suatu organisasi mengarahkan karyawan untuk mencari dan mempelajari ide-ide baru. Menurut penelitian mereka, pembelajaran organisasi dan inovasi organisasi juga meningkatkan kinerja organisasi. Ali et al. (2016) menemukan bahwa berbagai bentuk kapasitas daya serap dan kondisi inovasi organisasi mengarah pada kinerja organisasi yang lebih baik. Sebuah penelitian terhadap 24 unit bisnis di sebuah perusahaan petrokimia dan 36 unit bisnis di sebuah perusahaan manufaktur makanan menemukan bahwa interaksi antara kapasitas daya serap dan lokasi jaringan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap inovasi dan kinerja unit bisnis (Tsai, 2001).



2.3.2 : Pengaruh *absorptive capacity* terhadap *strategic agility* :

Perspektif yang terintegrasi diperlukan untuk memahami *agility* dengan lebih baik. Menurut Lu dan Ramamurthy (2011); selain *agility* yang berhubungan dengan pasar, *agility* penyesuaian operasional juga penting untuk pembentukan *agility* organisasi. Kemitraan strategis juga efektif dalam memastikan *agility*. Kidd (1994) menekankan bahwa ini adalah sintesis yang dibangun beberapa perusahaan, masing-masing dengan keterampilan dan kompetensi dasar yang berbeda, agar dapat menanggapi kebutuhan pelanggan ia mengusulkan bahwa elemen dasar yang dapat memberikan keunggulan dalam

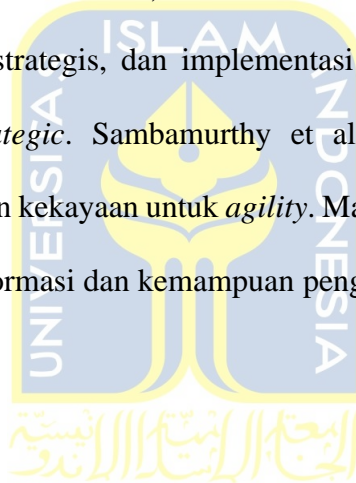
persaingan, seperti orang, organisasi, dan teknologi, harus diintegrasikan untuk mencapai *agility*. Gehani (1995) menggaris bawahi fungsi-fungsi tertentu dari bisnis yang cepat: memenuhi harapan pelanggan dengan cepat, memperkenalkan produk-produk baru secara tepat waktu dan masuk dan keluar dari kemitraan strategis dengan cepat.

Agility adalah penerapan fungsi seperti kualitas tinggi, waktu pengiriman yang singkat, fleksibilitas, menanggapi inovasi, adaptasi terhadap perubahan, dan biaya rendah untuk memiliki keunggulan dalam lingkungan yang kompetitif (Sherehiy et al., 2007; İleri dan Soylu, 2010; Ustasüleyman, 2008). Kebutuhan untuk *agility strategic* jelas ketika bersaing di pasar pariwisata lokal, nasional, dan internasional, secara efektif memenuhi perubahan kebutuhan pelanggan oleh karena itu perusahaan juga harus memiliki kemampuan daya serap yang baik agar perusahaan mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dipasar (Gehani, 1995; Oyedijo, 2012).

Agility strategic berarti kemampuan untuk, secara dinamis, meninjau atau menemukan kembali perusahaan dan strateginya dengan perubahan dalam lingkungan bisnis (Doz dan Kosonen, 2008; Lengnick-Hall dan Beck, 2009). *Agility strategic* dan strategi jangka panjang telah meninggalkan tempatnya untuk memilih yang tepat di antara strategi alternatif dengan orientasi strategis. Kemampuan untuk menjadi cepat secara langsung berkaitan dengan kinerja manusia, proses dan teknologi organisasi (Al-Azzam et al., 2017). Menurut Doz dan Kosonen (2010); *agility strategic* dapat diterapkan melalui kehadiran tiga keterampilan (kepekaan strategis, kesatuan kepemimpinan dan fluiditas sumber daya) yang akan membuat organisasi lebih cepat. Selain itu, *agility strategic* mensyaratkan bahwa prediksi tentang lingkungan internal dan eksternal dari bisnis, persepsi, fleksibilitas dan sensitivitas strategis harus dipertahankan lebih sensitif dan tanpa

kehilangan *agility* (Kumkale, 2016). *Agility strategic* bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang perubahan yang terjadi di pasar melalui kerjasama antar perusahaan. *Agility strategic* berbasis pengetahuan dan proaktif, yang menyimpang dari berbasis reaktivitas *agility* produksi (Ojha, 2008).

Tinjauan pustaka ini telah mengungkapkan kurangnya penelitian yang berhubungan dengan hubungan antara daya serap dan *agility strategic*. Namun, beberapa penelitian memberikan dukungan tidak langsung untuk hubungan ini. Idris dan Al-Rubaie (2013) menemukan bahwa dimensi pembelajaran strategis, yang meliputi perolehan pengetahuan, interpretasi, diseminasi, dan aktivasi (penciptaan pengetahuan strategis, interpretasi pengetahuan strategis, dan implementasi pengetahuan strategis), semuanya terkait untuk *agility strategic*. Sambamurthy et al. (2003) menekankan pentingnya jangkauan pengetahuan dan kekayaan untuk *agility*. Mao et al. (2013) menunjukkan bahwa kemampuan teknologi informasi dan kemampuan pengetahuan memiliki efek positif pada *agility* organisasi.



2.3.3 : Pengaruh *strategic agility* terhadap *firm performance* :

Banyak penelitian yang menyelidiki efek *agility* dan *agility strategic* pada kinerja perusahaan yang umumnya dilakukan di bidang produksi dan teknologi informasi. Menurut Swafford et al. (2006), *agility* rantai nilai mempengaruhi kinerja bisnis. Ojha (2008) menemukan bahwa kemampuan untuk memahami perubahan pasar adalah penentu penting dari *agility strategic*, yang mana *agility strategic* tidak memiliki dampak langsung pada kinerja keuangan akan tetapi *agility strategic* bermanfaat dalam lingkungan yang agak ambigu. Dalam penelitian mereka di perusahaan manufaktur, Vickery et al. (2010)

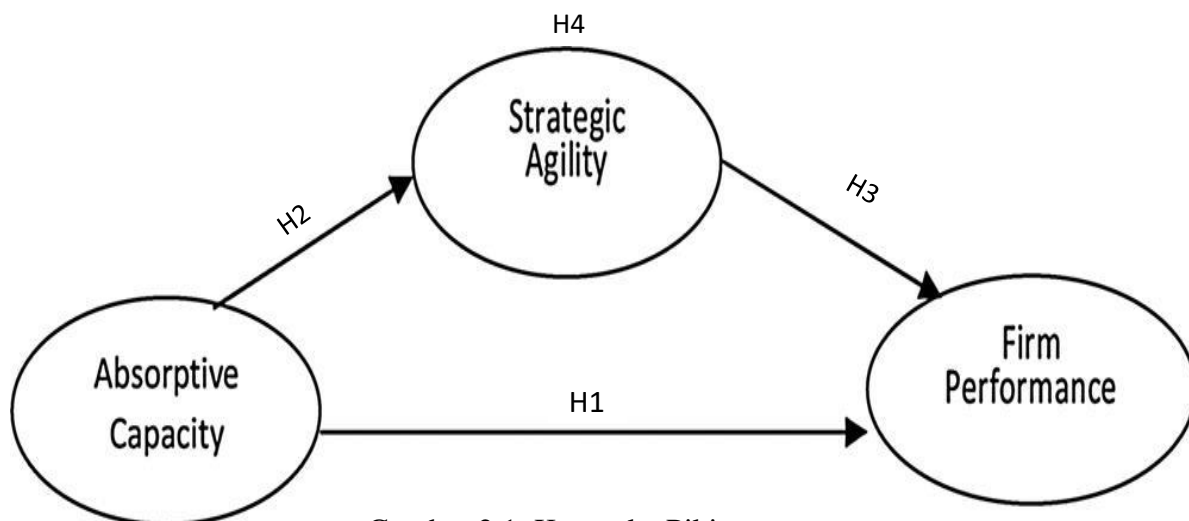
menunjukkan dampak positif *agility* pada kinerja perusahaan. Tallon dan Pinsonneault (2011) menemukan hubungan positif dan jelas antara *agility* dan kinerja perusahaan. Inman et al. (2011) melaporkan hubungan positif antara manufaktur agile dan kinerja keuangan, kinerja pemasaran, dan kinerja operasional. Roberts dan Grover (2012) menguji hubungan antara *agility* (penginderaan pelanggan dan kemampuan menanggapi) dan kinerja perusahaan. Mereka menemukan bahwa, sementara kemampuan merasakan pelanggan memiliki dampak positif pada kinerja perusahaan, kemampuan menanggapi pelanggan tidak. Shin et al. (2015), dalam penelitian mereka pada usaha kecil dan menengah Korea, menemukan bahwa *agility strategic* memiliki efek positif pada kinerja operasional dan retensi pelanggan, tetapi tidak mempengaruhi kinerja keuangan. Teoh et al. (2017) menunjukkan bahwa *agility strategic* adalah mediator penting antara praktik manajemen risiko perusahaan dan kinerja perusahaan.

Dinyatakan dalam beberapa penelitian bahwa *agility strategic* meningkatkan kinerja perusahaan dengan menciptakan keunggulan kompetitif. Kumkale (2016) menganggap *agility strategic* sebagai sarana untuk memberikan keunggulan kompetitif. Dia juga mengklaim bahwa, untuk memastikan *agility strategic*, lingkungan internal dan eksternal harus terus diperiksa, informasi harus dikumpulkan dan digunakan dengan cepat, dan perubahan pasar harus ditanggapi dengan cepat. Dia menyatakan bahwa ketika bisnis menjadi agile secara strategis, mereka dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja mereka. Ofoegbu dan Akanbi (2012) dan Yang dan Liu (2012) menemukan bahwa *agility strategic* memiliki dampak signifikan pada kinerja bisnis dan merupakan sumber daya penting bagi bisnis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

2.3.4 : *Strategic agility* memediasi *absorptive capacity* dan *firm performance* :

Selain dampak langsung dari kapasitas daya serap pada *agility strategic* dan *agility strategic* pada kinerja perusahaan, *agility strategic* dapat memediasi dampak kapasitas serap pada kinerja perusahaan. Dalam literatur, ada sejumlah penelitian yang meneliti peran mediasi *agility strategic*. Dalam sampel penelitian mereka, 112 perusahaan besar Spanyol, Cegarra-Navarro et al. (2016) mengungkapkan peran mediasi *agility* organisasi dalam dampak aplikasi pengetahuan pada kinerja organisasi. Tallon dan Pinsonneault (2011) menemukan peran mediasi *agility* perusahaan dalam dampak penyelarasan teknologi informasi strategis pada kinerja perusahaan. Dalam penelitian lain, peran mediasi *agility* rantai pasokan dikonfirmasi dalam hubungan antara daya serap dan kinerja perusahaan (Martinez-Sanchez dan Lahoz-Leo, 2018). Mempertimbangkan penelitian sebelumnya, *agility strategic* mungkin memiliki peran dalam dampak daya serap pada kinerja perusahaan.

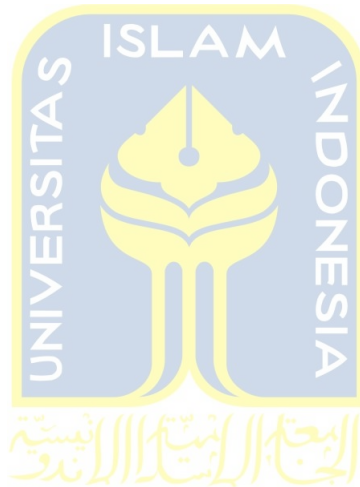
Jadi dari uraian diatas kerangka pikir dapat disimpulkan seperti gambar dibawah ini :



Gambar 2.1. Kerangka Pikir

2.4 Hipotesis

- H1: *Absorptive capacity* berpengaruh positif terhadap *firm performance*
- H2: *Absorptive capacity* berpengaruh positif terhadap *strategic agility*
- H3: *Strategic agility* berpengaruh positif terhadap *firm performance*
- H4: *Strategic agility* memediasi hubungan antara *absortive capacity* dan *firm performance*



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam metode penelitian kuantitatif ini peneliti merumuskan masalah yang ada dengan mengidentifikasikannya melalui hipotesis terhadap rumusan masalah pada penelitian terdahulu.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Buku (Donald R Cooper, 1976) Populasi adalah total kumpulan elemen-elemen dimana kita akan mengambil sejumlah kesimpulan untuk dijadikan sampel. Maka, populasi dalam penelitian ini adalah UKM industri makanan di kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.

Menurut data yang diperoleh dari dinas perindustrian perdagangan dan koperasi kabupaten Sleman tahun 2017 UKM industri makanan yang terdaftar tersebut khususnya di kabupaten Sleman sebanyak 230 UKM.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah sebagian populasi yang diambil atau ditentukan berdasarkan karakteristik tertentu dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi (Donald R Cooper, 1976). Pada penelitian ini yang menjadi sampel adalah UKM industri makanan di kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penentuan jumlah sampel dari suatu populasi, maka digunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(d^2) + 1}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Tingkat populasi

d : Batas *miss accouration*

Penulis menggunakan tingkat kesalahan sebesar 9%, sebagai acuan dalam menentukan kesalahan minimum. Jumlah populasi sebagai dasar perhitungan yang digunakan adalah 230, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{230}{230(0,09^2) + 1} = 64,03$$

Jadi jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 64 sampel dari 230 populasi UMKM industri makanan yang ada di kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *nonprobablity sampling*, yaitu *convenience sampling method*. Informasi akan dikumpulkan dari anggota populasi yang dapat ditemui dengan mudah untuk memberikan informasi tersebut (Donald R Cooper, 1976). Pemilihan metode sampling ini merupakan cara yang paling sering digunakan dalam penelitian karena cukup mudah untuk mendapatkan objek yang ditentukan menjadi sampel.

3.3. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok, internet juga dapat menjadi sumber data primer jika kuesioner disebarakan melalui internet. Kemudian untuk mengubah variable itu menjadi sebuah penghitungan data dapat dilakukan dengan menggunakan skala likert.

Skala likert menurut buku (Donald R Cooper, 1976) adalah variasi yang paling sering digunakan dari skala penilaian yang dijumlahkan yang terdiri atas pernyataan yang mengekspresikan setuju atau tidak setuju yang di tandai dengan skor angka 1 sampai 5. Cara memberikan jawaban yaitu dengan cara memberikan tanda centang pada setiap pertanyaan yang diberikan. Sedangkan di dalam kuesioner terdapat beberapa identitas yang harus di isi oleh responden, seperti nama, jabatan, jenis kelamin dan usia

Setiap jawaban pada kuesioner ditentukan dengan menggunakan skala linkert. Sekaran (2006) skala linkert didesain untuk menterjemahkan seberapa kuat responden setuju dengan pernyataan tersebut. Berikut adalah bentuk penilaiannya:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5= Sangat Setuju

3.4. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian (Suharsimi Arikunto, 2010). Macam-macam variabel :

1) Variabel independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (variabel dependen). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah *absorptive capacity*.

2) Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah *strategic agility* dan *firm performance*.

3) Variabel intervening

Variabel intervening adalah variabel yang memberikan jeda antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel bebas tidak langsung mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel interveningnya adalah *strategic gility*.

3.5. Definisi Operasional Variabel

3.5.1. *Absorptive Capacity* (X)

Zahra dan George (2002) berpendapat bahwa model reconseptualisasi yang menghubungkan antara sumber pengetahuan, *absorptive capacity* dan kemampuan perusahaan yang menghasilkan keunggulan bersaing. Sedangkan menurut Flatten et al (2011) dalam penelitiannya tentang pengaruh *absorptive capacity* terhadap kinerja organisasi pada UMKM menyatakan bahwa kemampuan *absorptive capacity* perusahaan

akan mempengaruhi besar kecilnya kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja organisasi merupakan gambaran bagaimana *absorptive capacity* yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Menurut Cohen dan Levinthal (1989) ada tiga indikator *absorptive capacity* yaitu :

- Mengidentifikasi lingkungan bisnis internal
- Mengidentifikasi lingkungan bisnis eksternal

3.5.2. Kinerja Perusahaan (Y)

Kinerja perusahaan merupakan tingkat pencapaian hasil yang diraih perusahaan (Yongki, 2015). Kinerja perusahaan adalah suatu hasil yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan di mana hasil tersebut dapat meningkatkan nilai dari perusahaan itu sendiri. Setiap perusahaan memiliki tujuan yang akan dicapai ditentukan oleh standar yang harus dicapainya, yang di mana kinerja akan selalu dievaluasi setiap periode, apakah tujuan perusahaan sudah tercapai dengan kinerja yang sudah dilakukan oleh perusahaan tersebut. kinerja organisasi memiliki indikator yaitu :

- Kinerja Operasional
- Kinerja Keuangan

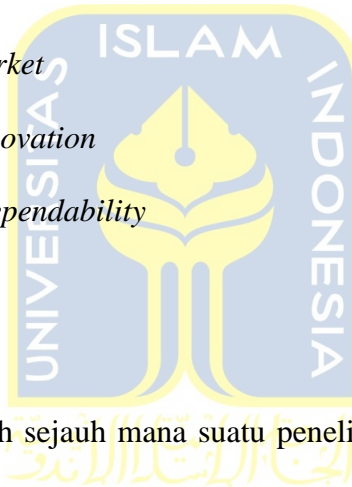
3.5.3. *Strategic Agility* (Z)

Konsep *agility* pertama kali muncul dalam survei Iacocca Institute di Amerika Serikat pada tahun 1991 dan berfokus pada produksi berbasis kemampuan, fleksibel dan agile untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berubah dengan cepat (Iacocca Institute, 1991). *Agility* dipandang sebagai transformasi situasi pelanggan yang terus berubah dan

tidak dapat diprediksi menjadi kemampuan yang menguntungkan dalam lingkungan yang kompetitif (Goldman dan Nagel, 1993), berkembang dan bertahan dalam lingkungan yang variabel dan tidak terduga (Gunasekeran, 1999; Dove, 2001)

Agility adalah penerapan fungsi seperti kualitas tinggi, waktu pengiriman yang singkat, fleksibilitas, menanggapi inovasi, adaptasi terhadap perubahan, dan biaya rendah untuk memiliki keunggulan dalam lingkungan yang kompetitif (Sherehiy et al., 2007; İleri dan Soylu, 2010; Ustasüleyman, 2008). *Strategic Agility* memiliki lima indikator yaitu:

- *Price*
- *Quality*
- *Time to Market*
- *Product Innovation*
- *Delivery Dependability*



3.6. Uji Validitas

Uji Validitas adalah sejauh mana suatu penelitian mengukur suatu kevalitan apa yang sebenarnya ingin di ukur. Apabila dapat diukur dengan apa yang di inginkan maka data itu baru bisa dianggap valid. Salah satu klasifikasi validitas yang dapat diterima secara luas terdiri dari 3 bentuk yaitu validitas konten, validitas terkait kriteria, dan validitas gagasan (Donald R Cooper, 1976).

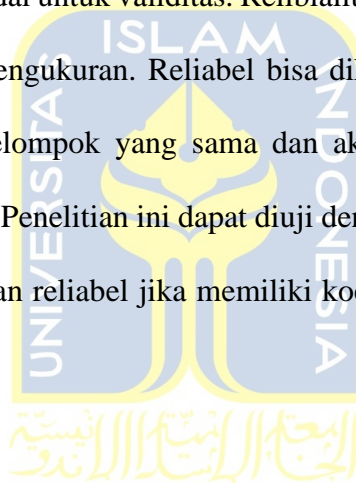
$$r_{xy} = \frac{\Sigma_{xy} - (\Sigma_x)(\Sigma_y)}{\{\sqrt{N\Sigma_{x^2} - (\Sigma x)_2}\}\{N\Sigma_{y^2} - (\Sigma y)_2\}}$$

Keterangan :

- r_{xy} : Koefisien Korelasi Item Soal
- N : Banyaknya responden/peserta
- x : Jumlah Skor Item
- Y : Jumlah Skor Total

3.7. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah kontributor yang dibutuhkan untuk validitas, tetapi bukan kondisi yang cukup memadai untuk validitas. Reliabilitas berkaitan dengan keakuratan dan ketepatan dari prosedur pengukuran. Reliabel bisa dikatakan apabila data dicoba secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama dan akan menghasilkan data yang sama (Donald R Cooper, 1976). Penelitian ini dapat diuji dengan menggunakan alpha cronbach. Suatu instrument di katakan reliabel jika memiliki koefisien keandalan (reliabel) sebesar 0.60 atau lebih.



3.8. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2006) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik adalah data distribusi mendekati normal yaitu dengan tingkat signifikan lebih besar dari 0.05.

3.9. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2012), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat kolerasi antara variabel independen. Model regresi yang baik itu tidak terjadi kolerasi antara variabel independen. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika ada lebih dari 10% atau VIF kurang dari 10 maka dikatakan tidak ada multikolonieritas.

3.10. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2006) uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi tidak variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

- Apa bila ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar lalu menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.11. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Imam Ghozali (2013) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk mengujinya menggunakan uji statistik F :

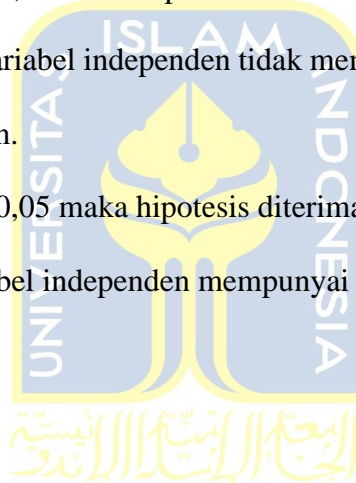
- Quick Look, Jika nilai F lebih besar dari pada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%.

- Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Apabila nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.12. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Menurut Imam Ghozali (2013) uji statistik T menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan kriteria: 0,05 ($\alpha=5\%$). Diterima atau ditolak hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.



3.13. Alat Analisis Data

3.13.1. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Sekaran (2006), analisis regresi berganda dilakukan untuk menguji pengaruh simultan dari variabel bebas terhadap satu variabel terikat berskala internal. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan pengaruh yang ditimbulkan oleh indikator variabel bebas terhadap variabel terikat. Hubungan yang terdapat di keduanya menyatakan hubungan variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

$$Y = a + \beta_1 X + \beta_2 Z$$

Keterangan:

Y : Kinerja Perusahaan

a : Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien Regresi

X : *Absorptive Capacity*

Z : *Strategic Agility*

3.13.2. Uji Regresi Bertahap (Analisis Jalur/*Path*)

Untuk melihat pengaruh tidak langsung *absorptive capacity* terhadap kinerja perusahaan melalui *strategic agility*, oleh karena itu digunakan analisis jalur. Analisis jalur adalah perluasan dari analisis regresi berganda untuk menaksir hubungan antar variabel (Ghozali, 2011). Variabel *absorptive capacity* (X) merupakan variabel independen, *strategic agility* (Z) yang merupakan variabel mediasi/intervening dan kinerja perusahaan (Y) merupakan variabel dependen.

Pengaruh langsung X ke Y

Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z

Jika hasilnya tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung maka *strategic agility* berperan sebagai mediasi dalam mempengaruhi *absorptive capacity* terhadap kinerja perusahaan.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai hasil analisis data “pengaruh *absorptive capacity* terhadap *strategic agility* dan efektivitas kinerja UKM industri makanan di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.

Responden dalam penelitian ini yaitu UKM yang bergerak pada industri makanan di kabupaten Sleman. Sedangkan analisis yang digunakan meliputi analisis validitas, analisis rentabilitas, analisis normalitas, analisis deskriptif, analisis linear berganda, dan analisis jalur/*path*.

Jumlah responden yang mengisi kuesioner sebanyak 64 responden, berikutnya data atau hasil dari kuesioner tersebut akan di analisis menggunakan SPSS 21.

4.1 Analisis Deskriptif Responden

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat profil para responden dan penilaian para responden terhadap setiap item pertanyaan yang tersedia di kuesioner.

A. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Keterangan	<i>Frequency</i> (banyak)	<i>Percent</i> (%)
Perempuan	31	48.4%
Laki-laki	33	51.6%
Total	64	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah responden UKM makanan wanita berjumlah 31 orang dengan persenan 48.4% sedangkan responden laki-laki berjumlah 33 orang dengan persenan 51.6% dengan jumlah keseluruhan responden sebanyak 64 orang. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini responden terbanyak berjenis kelamin laki-laki.

B. Jabatan Responden

Tabel 4.2 Jabatan Responden

Keterangan	<i>Frequency</i> (banyak)	<i>Percent</i> (%)
Pemilik	33	51.6%
Karyawan	31	48.4%
Total	64	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah responden UKM makanan dengan jabatan pemilik sebanyak 33 orang dengan persenan 51.6% sedangkan responden dengan jabatan karyawan sebanyak 31 orang dengan persenan 48.4%. jadi dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini responden terbanyak dengan jabatan pemilik.

4.1.1 Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini menjabarkan mengenai deskripsi penilaian yang telah diberikan oleh para responden terhadap variabel-variabel yang terdiri dari *absorptive capacity* terhadap *strategic agility* dan kinerja UKM di industri makanan di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk mengukur setiap variabel di penelitian ini

menggunakan skala linkert dengan nilai terendah 1 (sangat tidak setuju/sangat tidak baik) 2 (Tidak Setuju/tidak baik) 3 (Netral) 4 (Setuju/baik) hingga yang tertinggi dengan nilai 5 (sangat setuju/sangat baik).

Sehingga dalam menentukan penilaian dari para responden dapat dilakukan dengan interval seperti berikut ini :

Skor penilaian terendah : 1

Skor penilaian tertinggi : 5

Interval : $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Jadi dapat diperoleh penilaian persepsi dari para responden sebagai berikut :

1.0 – 1.79 : Sangat Tidak Setuju/sangat tidak baik

1.8 – 2.59 : Tidak Setuju/tidak baik

2.60 – 3.39 : Netral

3.40 – 4.19 : Setuju/baik

4.20 – 5.00 : Sangat Setuju/sangat baik

Jadi hasil dari analisis deskriptif terdapat semua variabel di penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel berikut ini :

a. Kinerja perusahaan

Pada variabel kinerja perusahaan terdapat 10 item pertanyaan :

Tabel 4.3 Uji Frekuensi Kinerja Perusahaan

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Usaha ini menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen.	3.43	Baik
2	Usaha ini mampu melayani pasar permintaan pasar yang selalu meningkat.	4.04	Baik
3	Usaha ini dapat memenuhi kepuasan konsumen.	3.79	Baik
4	Usaha ini dapat mencapai pangsa pasar yang telah ditargetkan di awal.	3.84	Baik
5	Usaha ini dapat mencapai keuntungan yang telah ditargetkan di awal.	3.95	Baik
6	Usaha ini dapat mencapai tingkat pertumbuhan penjualan yang telah ditargetkan di awal.	3.87	Baik
7	Usaha ini mampu memperkenalkan inovasi pada produk dengan situasi pasar yang telah jenuh.	3.62	Baik
8	Usaha ini dapat mencapai tingkat produktivitas yang telah ditargetkan di awal	3.51	Baik
9	Usaha ini dapat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dipasar (selera konsumen, dll)	3.82	Baik
10	Usaha ini dapat mencapai biaya produksi yang lebih rendah.	3.84	Baik

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis data di atas menunjukkan penilaian tertinggi pada item pertanyaan pada variabel kinerja perusahaan yaitu sebesar 4.04 (setuju). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden UMK makanan di Kabupaten Sleman setuju terhadap variabel kinerja perusahaan yang mengedepankan respons yang cepat terhadap perubahan yang terjadi di pasar.

b. Strategic agility

Pada variabel *strategic agility* terdapat 10 item pertanyaan :

Tabel 4.4 Uji Frekuensi *Strategic Agility*

No.	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Usaha ini menawarkan harga yang lebih bisa bersaing dengan para pesaing.	4.02	Setuju
2	Usaha ini menawarkan harga lebih murah dibandingkan para pesaing.	3.59	Setuju
3	Usaha ini menawarkan produk yang berkualitas dibandingkan para pesaing.	4	Setuju
4	Usaha ini memiliki waktu produksi lebih singkat dibandingkan para pesaing.	3.29	Netral
5	Usaha ini memiliki biaya pengiriman yang lebih murah dibandingkan para pesaing.	3.51	Setuju
6	Usaha ini menyediakan atau membuat produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para konsumen dibandingkan para pesaing.	3.53	Setuju
7	Usaha ini mampu melakukan inovasi sesuai dengan perubahan pasar saat ini dibandingkan para pesaing.	3.65	Setuju
8	Usaha ini menawarkan desain atau bentuk yang lebih terkini dibandingkan para pesaing.	3.14	Netral
9	Usaha ini merupakan pencetus dalam memperkenalkan produk-produk baru.	3.20	Netral
10	Usaha kami sangat cepat dalam merespons perubahan yang terjadi dipasar dibandingkan para pesaing.	3.62	Setuju

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis data di atas menunjukkan penilaian tertinggi pada item pertanyaan pada variabel *strategic agility* yaitu sebesar 4.02 (setuju). Jadi dapat

disimpulkan bahwa responden UMK makanan di Kabupaten Sleman setuju dengan kinerja perusahaan dari pendapatan dan kegiatan operasionalnya.

c. Absorptive Capacity

Pada variabel *absorptive capacity* terdapat 10 item pertanyaan :

Tabel 4.5 Uji Frekuensi Absorptive Capacity

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Usaha ini menawarkan harga yang lebih bisa bersaing dengan para pesaing.	4.46	Sangat Setuju
2	Usaha ini menawarkan harga lebih murah dibandingkan para pesaing.	4.46	Sangat Setuju
3	Usaha ini menawarkan produk yang berkualitas dibandingkan para pesaing.	3.70	Setuju
4	Usaha ini memiliki waktu produksi lebih singkat dibandingkan para pesaing.	4.21	Sangat Setuju
5	Usaha ini memiliki biaya pengiriman yang lebih murah dibandingkan para pesaing.	4.12	Setuju
6	Usaha ini menyediakan atau membuat produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para konsumen dibandingkan para pesaing.	3.95	Setuju
7	Usaha ini mampu melakukan inovasi sesuai dengan perubahan pasar saat ini dibandingkan para pesaing.	3.73	Setuju
8	Usaha ini menawarkan desain atau bentuk yang lebih terkini dibandingkan para pesaing.	3.59	Setuju
9	Usaha ini merupakan pencetus dalam memperkenalkan produk-produk baru.	3.53	Setuju
10	Usaha kami sangat cepat dalam merespon perubahan yang terjadi dipasar dibandingkan para pesaing.	3.98	Setuju

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis data di atas menunjukkan penilaian tertinggi pada item pertanyaan pada variabel *absorptive capacity* yaitu sebesar 4.46 (sangat setuju). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden UMK makanan di Kabupaten Sleman sangat setuju terhadap variabel *absorptive capacity* yang mengedepankan pada keunggulan bersaing baik itu dari segi biaya, produk, kualitas, dan inovasi.

4.2 Uji validitas

Metode yang digunakan pada uji validitas yaitu uji *kolerasi pearson*. Uji validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6 Uji Validitas *Absorptive Capacity*

Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
AC.1	0.491	0.2423	Valid
AC.2	0.511	0.2423	Valid
AC.3	0.530	0.2423	Valid
AC.4	0.689	0.2423	Valid
AC.5	0.551	0.2423	Valid
AC.6	0.707	0.2423	Valid
AC.7	0.542	0.2423	Valid
AC.8	0.476	0.2423	Valid
AC.9	0.569	0.2423	Valid
AC.10	0.511	0.2423	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2019

Jadi dapat disimpulkan dari tabel di atas bahwa variabel *absorptive capacity* dikatakan valid karena Rhitung lebih tinggi dari pada Rtabel sebesar 0.2423

Tabel 4.7 Uji Validitas *Strategic Agility*

Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
SA.1	0.352	0.2423	Valid
SA.2	0.433	0.2423	Valid
SA.3	0.356	0.2423	Valid
SA.4	0.449	0.2423	Valid
SA.5	0.761	0.2423	Valid
SA.6	0.687	0.2423	Valid
SA.7	0.717	0.2423	Valid
SA.8	0.681	0.2423	Valid
SA.9	0.734	0.2423	Valid
SA.10	0.685	0.2423	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2019

Jadi dapat disimpulkan dari tabel di atas bahwa variabel *strategic agility* dikatakan valid karena Rhitung lebih tinggi dari Rtabel sebesar 0.2423.

Tabel 4.8 Uji Validitas Kinerja Perusahaan

Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
KP.1	0.663	0.2423	Valid
KP.2	0.637	0.2423	Valid
KP.3	0.552	0.2423	Valid
KP.4	0.762	0.2423	Valid
KP.5	0.703	0.2423	Valid
KP.6	0.575	0.2423	Valid
KP.7	0.606	0.2423	Valid
KP.8	0.594	0.2423	Valid
KP.9	0.570	0.2423	Valid
KP.10	0.351	0.2423	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2019

Jadi dapat disimpulkan dari tabel di atas bahwa variabel kinerja perusahaan dikatakan valid karena Rhitung lebih tinggi dari Rtabel sebesar 0.2423

4.3 Uji Reabilitas

Uji reabilitas yaitu alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel-variabel yang digunakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan menggunakan *alpha cronbach*, suatu instrument di katakan reliabel jika memiliki koefisien sebesar 0.60 atau lebih.

Tabel 4.9 Uji Reabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Koefisien	keterangan
AC	0.732	0.60	Reliabel
SA	0.800	0.60	Reliabel
KP	0.795	0.60	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah, 2019

Jadi dari hasil uji reliabilitas di atas jika *alpha cronbach* sebesar 0.60 dan di setiap butir pertanyaan yang berhubungan dengan variabel *absorptive capacity*, *strategic agility* dan kinerja perusahaan dikatakan reliabel dikarenakan variabel-variabel pada penelitian ini memiliki nilai >0.60 sehingga pernyataan dalam kuesioner dapat dikatakan reliabel dan dapat dilanjutkan ke analisis yang berikutnya.

4.4 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas yaitu untuk menguji apakah model pada regresi variabel mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik yaitu data dari distribusi mendekati normal atau dengan kata lain tingkat signifikan lebih besar dari 0.05.

Hasil dari uji normalitas pada penelitian ini seperti berikut :

One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test

Tabel 4.10 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,26896976
	Absolute	,089
Most Extreme Differences	Positive	,089
	Negative	-,083
Kolmogorov-Smirnov Z		,709
Asymp. Sig. (2-tailed)		,696

Sumber: Dara primer yang diolah, 2019

Jadi berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, karena nilai sig $0,696 > 0,05$ maka dapat memenuhi asumsi normalitas.

4.5 Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi kolerasi antar variabel independen. Kriteria pengujiannya yaitu apabila nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0.10, maka model regresi tersebut tidak mengandung multikolenearitas.

Hasil dari uji Multikolinearitas pada penelitian ini seperti berikut :

Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,440	,395		1,114	,270		
1 Absorptive Capacity	,325	,143	,269	2,279	,026	,483	2,069
Strategic Agility	,578	,123	,553	4,689	,000	,483	2,069

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

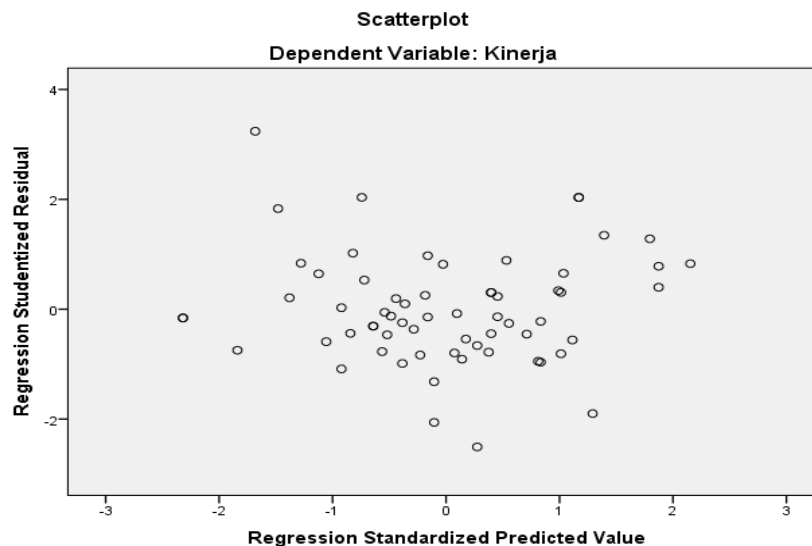
Jadi berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10, oleh karena itu tidak terjadi multikolinearitas, sebab nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10.

4.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi tidak variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Pada uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *plot residual*.

Hasil dari uji heteroskedastisitas pada penelitian ini seperti berikut :

Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Jadi berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan titik-titik berada pada kisaran 0. Dapat disimpulkan regresi yang diajukan pada penelitian ini tidak terjadi hereroskedastisitas.

4.7 Uji regresi berganda

Uji regresi berganda dilakukan dengan tujuan menentukan pengaruh yang ditimbulkan oleh indikator variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil dari uji regresi berganda pada penelitian ini seperti berikut :

Tabel 4.12 Uji regresi berganda model 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,283	,405		,699	,487
	Absorptive Capacity	,832	,102	,719	8,141	,000

Jadi berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan koefisien beta sebesar 0,719 dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat di nyatakan bahwa *absorptive capacity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *strategic agilitly*.

Tabel 4.13 Uji regresi berganda model 2

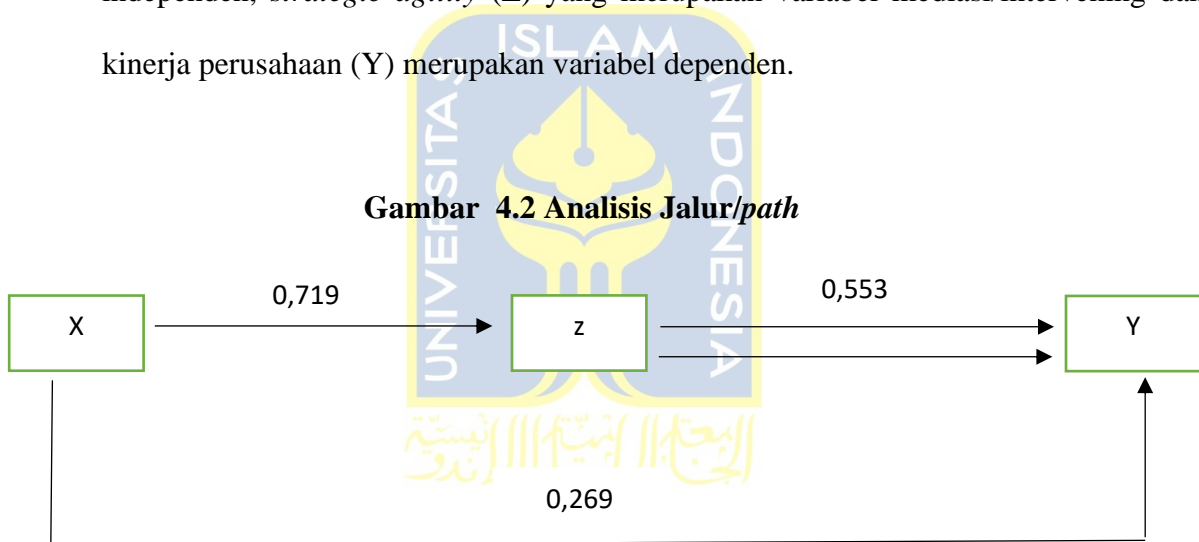
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,769 ^a	,591	,577	,27334

Sumber : Data primer yang dioleh, 2019

Jadi berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan koefisien determinasi sebesar 0.577 yang artinya variabel kinerja telah dijelaskan oleh variabel *absorptive capacity* dan variabel *strategic agility*.

4.8 Analisis jalur/path

Analisis jalur/path digunakan untuk melihat pengaruh tidak langsung *absorptive capacity* terhadap kinerja perusahaan melalui *strategic agility*, oleh karena itu digunakan analisis jalur/path. Variabel *absorptive capacity* (X) merupakan variabel independen, *strategic agility* (Z) yang merupakan variabel mediasi/intervening dan kinerja perusahaan (Y) merupakan variabel dependen.



Jadi dapat disimpulkan dari analisis jalur di atas besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung seperti berikut ini :

- | | |
|--|--------------------------------|
| a) Pengaruh langsung X ke Z | : 0,719 |
| b) Pengaruh langsung Z ke Y | : 0,553 |
| c) Pengaruh tidak langsung X ke Z Ke Y | : $0,719 \times 0,553 = 0,397$ |
| d) Pengaruh langsung X ke Y | : 0,269 |
| e) Total pengaruh | : $0,269 + 0,397 = 0,666$ |

Berdasarkan hasil di atas dapat diketahui bahwa *absorptive capacity* mempunyai pengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja melalui *strategic agility* sebesar 0,397. Pengaruh langsung diperoleh sebesar 0,269 sehingga total pengaruh sebesar $0,397 + 0,269 = 0,666$

Sehingga analisis jalur di atas membuktikan hipotesis yang keempat menyatakan “*Strategic Agility* memediasi hubungan antara *absorptive capacity* dan *firm performance*”

4.9 Uji F

Uji F pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.



Tabel 4.14 : Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,577	2	3,288	44,011	,000 ^b
	Residual	4,558	61	,075		
	Total	11,134	63			

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Jadi berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan uji F di dapatkan dari Fhitung sebesar 44.011 dengan besaran nilai sig. 0.000, sehingga $0.000 < 0.05$. sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *absorptive capacity* dan *strategic agility* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM industri makanan di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.

4.10 Uji T

Uji T pada penelitian ini bertujuan untuk membuktikan penelitian dengan menyatakan masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai sig dengan nilai signifikan 0,05 ($\alpha=5\%$).

Tabel 4.15 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,440	,395		1,114	,270
	Absorptive Capacity	,325	,143	,269	2,279	,026
	Strategic Agility	,578	,123	,553	4,689	,000

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Jadi berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan seperti berikut ini :

1. Hasil dari tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat koefisien beta sebesar 0.269 dengan nilai sig. $0.026 < 0.05$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa *Absorptive Capacity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.
2. Hasil dari tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat koefisien beta sebesar 0.553 dengan nilai sig. $0.000 < 0.05$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa *Strategic Agility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.

4.11 Pembahasan

Berdasarkan data di atas menunjukkan hubungan variabel *absorptive capacity* memiliki koefisien sebesar 0.269 dengan nilai sig. $0.026 < 0.05$ artinya *absorptive*

capacity berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Variabel *strategic agility* memiliki koefisien sebesar 0.553 dengan nilai sig. $0.000 < 0.05$ artinya *strategic agility* berpengaruh signifikan terhadap kinerja. *Absorptive capacity* terhadap *strategic agility* melalui kinerja memiliki nilai sig. 0.000, sehingga $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *absorptive capacity* dan *strategic agility* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

A. *Absorptive capacity* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan

Hasil penelitian ini membuktikan adanya pengaruh antara *absorptive capacity* terhadap kinerja perusahaan pada UKM industri makanan di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Variabel *absorptive capacity* memiliki koefisien sebesar 0.269 dengan nilai sig. $0.026 < 0.05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *absorptive capacity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Lichtenthaler (2016) menemukan hubungan berbentuk U terbalik antara daya serap dan kinerja keuangan perusahaan. Artinya, daya serap meningkatkan kinerja keuangan perusahaan sampai batas tertentu, tetapi setelah titik tertentu, itu memiliki efek negatif pada kinerja keuangan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan Stock dkk. (2001) meneliti hubungan antara daya serap dan kinerja pengembangan produk baru. Menurutnya, kapasitas daya serap dan kinerja pengembangan produk baru berhubungan positif, tetapi hanya pada tingkat tertentu. Di luar titik balik ini, daya serap yang lebih tinggi dikaitkan dengan tingkat yang lebih rendah dari kinerja pengembangan produk baru.

B. *Absorptive capacity* berpengaruh terhadap *strategic agility*

Hasil penelitian ini membuktikan adanya pengaruh antara *absorptive capacity* terhadap *strategic agility* pada UKM industri makanan di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Variabel *absorptive capacity* memiliki koefisien sebesar 0.719 dengan nilai sig. $0.000 < 0.05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *absorptive capacity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *strategic agility*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Lu and Ramamurthy (2011) menurut mereka selain *agility* yang berhubungan dengan pasar, *agility* penyesuaian operasional juga penting untuk pembentukan *agility* organisasi. Sehingga perusahaan memiliki daya serap yang baik. Sedangkan menurut (Sherehiy et al., 2007; İleri dan Soyulu, 2010; Ustasüleyman, 2008) *agility* adalah penerapan fungsi seperti kualitas tinggi, waktu pengiriman yang singkat, fleksibilitas, menanggapi inovasi, adaptasi terhadap perubahan, dan biaya rendah untuk memiliki keunggulan dalam lingkungan yang kompetitif. Kebutuhan untuk *agility strategic* jelas ketika bersaing di pasar pariwisata lokal, nasional, dan internasional, secara efektif memenuhi perubahan kebutuhan pelanggan oleh karena itu perusahaan juga harus memiliki kemampuan daya serap yang baik agar perusahaan mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dipasar (Gehani, 1995; Oyedijo, 2012).

C. *Strategic agility* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan

Hasil penelitian ini membuktikan adanya pengaruh antara *strategic agility* terhadap kinerja perusahaan pada UKM industri makanan di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Variabel *strategic agility* memiliki koefisien sebesar 0.553 dengan nilai sig.

0.000 < 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan *strategic agility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

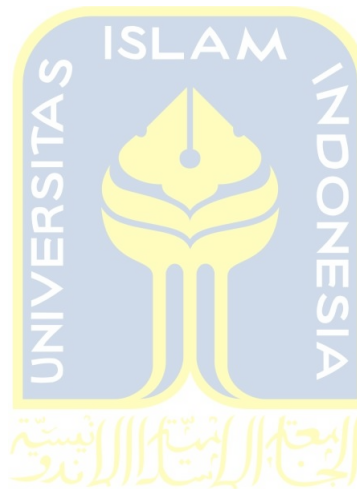
Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Inman et al. (2011) mereka melaporkan hubungan positif antara manufaktur *agile* dan kinerja keuangan, kinerja pemasaran, dan kinerja operasional. Sedangkan penelitian yang dilakukan Roberts dan Grover (2012) menguji hubungan antara *agility* (penginderaan pelanggan dan kemampuan menanggapi) dan kinerja perusahaan, mereka menemukan bahwa, kemampuan merasakan pelanggan memiliki dampak positif pada kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Shin et al. (2015), dalam penelitian mereka pada usaha kecil dan menengah Korea, menemukan bahwa *agility strategic* memiliki efek positif pada kinerja operasional dan retensi pelanggan,

D. Absorptive capacity berpengaruh terhadap kinerja perusahaan melalui strategic agility.

Hasil penelitian ini membuktikan adanya pengaruh langsung dari *absorptive capacity* terhadap kinerja perusahaan sebesar 0.269 dan pengaruh tidak langsung *absorptive capacity* terhadap kinerja perusahaan melalui *strategic agility* sebesar 0,397607. Maka dari hasil ini dapat digambarkan bahwa *absorptive capacity* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan melalui atau tanpa melalui *strategic agility*, namun lebih dominan berpengaruh tidak langsung terhadap kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Navarro et al. (2016) Selain dampak langsung dari kapasitas daya serap pada *agility strategic* dan *agility strategic* pada kinerja perusahaan, *agility strategic* dapat memediasi

dampak kapasitas daya serap pada kinerja perusahaan. Dalam literatur, ada sejumlah penelitian yang meneliti peran mediasi *agility strategic*. Dalam sampel penelitian mereka, 112 perusahaan besar Spanyol. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Tallon dan Pinsonneault (2011) menemukan peran mediasi *agility* perusahaan dalam dampak penyelarasan teknologi informasi strategis pada kinerja perusahaan. Dalam penelitian lain, peran mediasi *agility* rantai pasokan dikonfirmasi dalam hubungan antara daya serap dan kinerja perusahaan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini menganalisis/menguji pengaruh *absorptive capacity* terhadap *strategic agility* dan efektivitas kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) industri makanan di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan berkembangnya usaha kecil dan menengah tersebut diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menciptakan pekerjaan untuk masyarakat di sekitarnya.

Usaha Kecil Menengah (UKM) industri makanan dianggap sudah dapat mewakili sebagian UKM industri makanan di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan penilaian yang telah diberikan oleh para responden, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

1. *Absorptive capacity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.
2. *Absorptive capacity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *strategic agility*.
3. *Strategic agility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.
4. *Absorptive capacity* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan melalui *strategic agility*.

5.2 Keterbatasan dan Saran Penelitian

5.2.1 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel UKM industri makanan di Kabupaten Sleman.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 64 sampel UKM industri makanan di Kabupaten Sleman.

5.2.2 Saran Penelitian

1. Saran yang dapat diberikan untuk penelitian berikutnya yaitu menggunakan sampel dengan jumlah yang lebih banyak supaya hasil yang dapat lebih baik atau optimal.
2. Saran yang dapat diberikan untuk penelitian berikutnya yaitu sampel yang digunakan harus lebih bervariasi tidak cuma UKM yang telah memiliki nama.
3. Saran yang diberikan untuk penelitian berikutnya yaitu harus menentukan kriteria sampel yang memang relevan untuk dijadikan sebagai sampel.

Daftar Pustaka

- Adams, G.L., Lamont, B.T., 2003. *Knowledge management systems and developing sustainable competitive advantage*. J. Knowl. Manag. 7 (2), 142
- Al-Azzam, Z.F., Irtaimeh, H.J., Khaddam, A.A.H., 2017. *Examining the mediating effect of strategic agility in the relationship between intellectual capital and organizational excellence in Jordan service sector*. J. Bus. 6 (1), 7–15.
- Ali, M., Kan, K.A.S., Sarstedt, M., 2016. *Direct and configurational paths of absorptive capacity and organizational innovation to successful organizational performance*. J. Bus. Res. 69 (11), 5317–5323.
- Cegarra-Navarro, J.G., Soto-Acosta, P., Wensley, A.K., 2016. *Structured knowledge processes and firm performance: the role of organizational agility*. J. Bus. Res. 69 (5), 1544–1549.
- Cohen, W.M., Levinthal, D.A., 1989. *Innovation and learning: the two faces of R&D*. Econ. J. 99 (397), 569–596.
- Cohen, W.M., Levinthal, D.A., 1990. *Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation*. Adm. Sci. Q. 35, 128–152.
- Desouza, K., 2007. *Agile Information Systems: Conceptualization, Construction, an capacity*. Balt. J. Manag. 13 (2), 264–278.
- Donald R Cooper. (1976) *Business research methods* (12th ed).
- Doz, Y.L., Kosonen, M., 2008. *The dynamics of strategic agility: nokia's rollercoaster experience*. Calif. Manage. Rev. 50 (3), 95–118.
- Doz, Y.L., Kosonen, M., 2010. *Embedding strategic agility: a leadership agenda for accelerating business model renewal*. Long Range Plann. 43 (2), 370–382.
- Fosfuri, A., Tribo', J.A., 2008. *Exploring the antecedents of potential absorptive capacity and its impact on innovation performance*. Omega 36 (2), 173–187.
- Flatten, T.C., Greve, G.I., Brettel, M., 2011. *Absorptive capacity and firm performance in SMEs: the mediating influence of strategic alliances*. Eur. Manag. Rev. 8 (2), 137–152.
- García-Morales, V.J., Ruiz-Moreno, A., Llorens-Montes, F.J., 2007. *Effects of technology absorptive capacity and technology proactivity on organizational learning, innovation and performance: an empirical examination*. Technol. Anal. Strateg. Manag. 19 (4), 527–558.

- Gehani, R., 1995. *Time-based management of technology*. Int. J. Oper. Prod. Manag. 15 (2), 19–35.
- Goldman, S.L., Nagel, R.N., 1993. *Management, technology and agility: the emergence of a new era in manufacturing*. Int. J. Technol. Manag. 18 (1-2), 18–38.
- Gunasekeran, A., 1999. *Agile manufacturing: a framework for research and development*. Int. J. Prod. Econ. 62, 87–105.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program cetakan keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Hallin, C., Marnburg, E., 2008. *Knowledge management in the hospitality industry: a review of empirical research*. Tour. Manag. 29 (366-), 381.
- Haro-Domínguez, M.C., Arias-Aranda, D., Lloréns-Montes, F.J., Moreno, A.R., 2007 *The impact of absorptive capacity on technological acquisitions engineering consulting companies*. Technovation 27 (8), 417–425.
- Harvey, G., Skelcher, C., Spencer, E., Jas, P., Walshe, K., 2010. *Absorptive capacity in a non-market environment: a knowledge-based approach to analysing the performance of sector organization*. Public Manag. Rev. 12 (1), 77–97.
- Iacocca Institute, 1991. *21st Century Manufacturing Enterprise Strategy*. Lehigh University, USA.
- Idris, W.M., Al-Rubaie, M.T., 2013. *Examining the impact of strategic learning on strategic agility*. J. Manag. Strategy 4 (2), 70–77.
- Inman, R.A., Sale, R.S., Green Jr, K.W., Whitten, D., 2011. *Agile manufacturing: relation to JIT, operational performance and firm performance*. J. Oper. Manag. 29, 343–355.
- Irvine, W., Anderson, A.R., 2004. *Small tourist firms in rural areas: agility, vulnerability and survival in the face of crisis*. Int. J. Entrepreneurial Behav. Res. 10 (4), 229–246.

- Jansen, J.J., Van Den Bosch, F.A., Volberda, H.W., 2005. *Managing potential and realized absorptive capacity: how do organizational antecedents matter*. Acad. Manag. J. 48 (6), 999–1015.
- Jhon A. Pearce II, Richard B. Robinson Jr. *strategic Management: Formulation Implementation, and Control, 12th ed.*
- Kidd, P., 1994. *Agile Manufacturing – Forging New Frontiers*. Addison-Wesley, Reading, UK.
- Kotabe, M., Jiang, C.X., Murray, J.Y., 2011. *Managerial ties, knowledge acquisition, realized absorptive capacity and new product market performance of emerging multinational companies: a case of China*. J. World Bus. 46 (2), 166–176.
- Kumkale, İ., 2016. *Organization's tool for creating competitive advantage strategic agility*. Balkan Near East. J. Soc. Sci. 2 (3), 118–124.
- Lane, P.J., Lubatkin, M., 1998. *Relative absorptive capacity and interorganizational learning*. Strateg. Manag. J. 19, 461–477.
- Lane, P.J., Koka, B.R., Pathak, S., 2006. *The reification of absorptive capacity: a critical review and rejuvenation of the construct*. Acad. Manag. Rev. 31 (4), 833–863.
- Lichtenthaler, U., 2016. *Absorptive capacity and firm performance: an integrative framework of benefits and downsides*. Technol. Anal. Strateg. Manag. 28 (6), 664–676.
- Lu, Y., Ramamurthy, K., 2011. *Understanding the link between information technology capability and organizational agility: an empirical examination*. Mis Q. 35 (4), 931–954.
- Martinez-Sanchez, A., Lahoz-Leo, F., 2018. *Supply chain agility: a mediator for absorptive capacity*. Balt. J. Manag. 13 (2), 264–278.
- Mao, H., Liu, S., Zhang, J., 2013. *How the effects of IT capability and knowledge capability on organizational agility are contingent on environmental uncertainty and information intensity*. Inf. Dev. 31 (4), 358–382.
- Ofoegbu, O.E., Akanbi, P.A., 2012. *The influence of strategic agility on the perceived performance of manufacturing firms in Nigeria*. Int. Bus. Econ. Res. J. 11 (2), 153–160
- Ojha, D., 2008. *Impact of strategic agility on competitive capabilities and financial performance*. Unpublished doctoral dissertation. Philosophy Management, Graduate School of Clemson University.

- Pramana, Yongki Kristianto. (2015). "Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan Manufaktur di Jawa Timur. *Manajemen/Fakultas Bisnis dan Ekonomika. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Univeritas Surabaya* Vol. 4 No. 2.
- Roberts, N., Grover, V., 2012. *Investigating firm's customer agility and firm performance: the importance of aligning sense and respond capabilities*. *J. Bus. Res.* 65 (5), 579–585.
- Sambamurthy, V., Bharadwaj, A., Grover, V., 2003. *Shaping agility through digital options: reconceptualizing the role of it in contemporary firms*. *Mis Q.* 27 (2), 237–263.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi keempat-Jakarta: Salemba empat.
- Sharifi, H., Zhang, Z., 1999. *A methodology for achieving agility in manufacturing organisations: an introduction*. *Int. J. Prod. Econ.* 62, 7–22.
- Shaw, G., Williams, A., 2009. *Knowledge transfer and management in tourism organisations: an emerging research agenda*. *Tour. Manag.* 30, 325–335.
- Shin, H., Lee, J.N., Kim, D.S., Rhim, H., 2015. *Strategic agility of Korean small and medium enterprises and its influence on operational and firm performance*. *Int. J. Prod. Econ.* 168, 181–196.
- Sherehiy, B., Karwowski, W., Layer, J.K., 2007. *A review on enterprise agility: concepts, frameworks, and attributes*. *Int. J. Ind. Ergon.* 37 (5), 445–460.
- Sobirin, Ahmad. 2007. *Budaya Organisasi Pengertian, Makna dan Aplikasinya Dalam Kehidupan Organisasi*. Yogyakarta : IBPP STIM YKPN.
- Stock, G.N., Greis, N.P., Fischer, W.A., 2001. *Absorptive capacity and new product development*. *J. High Technol. Manag. Res.* 12, 77–91.
- Suharsimi Arikunto, 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Partik*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Swafford, P.M., Ghosh, S., Murthy, N.N., 2006. *A framework for assessing value chain agility*. *Int. J. Oper. Prod. Manag.* 26 (2), 118–140.
- Tallon, P.P., Pinsonneault, A., 2011. *Competing perspectives on the link between strategic information technology alignment and organizational agility: insights from a mediation model*. *Mis Q.* 35 (2), 463–486
- Teoh, A.P., Lee, K.Y., Muthuveloo, R., 2017. *The impact of enterprise risk management strategic agility and quality of internal audit function on firm performance*. *Int. Rev. Manag. Market.* 7 (1), 222–229.

- Thomas, R., Wood, E., 2014. *Innovation in tourism: Re-conceptualising and measuring the absorptive capacity of the hotel sector*. *Tour. Manag.* 45, 39–48.
- Thomas, R., Wood, E., 2015. *The absorptive capacity of tourism organisations*. *Ann. Tour. Res.* 54, 84–99.
- Tsai, W., 2001. *Knowledge transfer in intraorganizational networks: effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance*. *Acad. Manag. J.* 44 (5), 996–1004.
- Tzokas, N., Kim, Y., Akbar, H., Al-Dajani, H., 2015. *Absorptive capacity and performance: the role of customer relationship and technological capabilities in high-tech SMEs*. *Ind. Mark. Manag.* 47, 134–142.
- Valentina, N., Passiante, G., 2009. *Impacts of absorptive capacity on value creation*. *Anatolia* 20 (2), 269–287.
- Vickery, S.K., Droge, C., Setia, P., Sambamurthy, V., 2010. *Supply chain information technologies and organisational initiatives: complementary versus independent effects on agility and firm performance*. *Int. J. Prod. Res.* 48 (23), 7025–7042.
- Volberda, H.W., Foss, N.J., Lyles, M.A., 2010. *Absorbing the concept of absorptive capacity: how to realize its potential in the organization field*. *Organ. Sci.* 21 (4), 931–951.
- Weidenfeld, A., Williams, A.M., Butler, R.W., 2009. *Knowledge transfer and innovation among attractions*. *Ann. Tour. Res.* 37 (3), 604–626
- Zahra, S.A., George, G., 2002. *Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and extension*. *Acad. Manag. Rev.* 27 (2), 185–203.
- Yamit, Zulian. (2011). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: Ekonisia
- Yang, C., Liu, H.M., 2012. *Boosting firm performance via enterprise agility and network structure*. *Manag. Decis.* 50 (6), 1022–1044.
- Yılmaz, A., 2013. *Absorptive capacity and firm performance: a research in ESO, unpublished doctoral dissertation*. Anadolu University Social Sciences Institute.
- Zahra, S.A., George, G., 2002. *Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and extension*. *Acad. Manag. Rev.* 27 (2), 185–203.
- Zerenler, M., 2005. *The performance measurement system design and a study on performance measurement of manufacturing systems*. *Int. J. Econ. Soc. Res.* 1, 1–36.

Lampiran

Kuesioner Penelitian

IDENTITAS:

Nama :

Jenis Kelamin :

Nama Usaha :

Jabatan :

KETERANGAN:

- STS (Sangat Tidak Setuju)
- TS (Tidak Setuju)
- N (Netral)
- S (Setuju)
- SS (Sangat Setuju)



Catatan : Centang kolom yang paling cocok dengan kegiatan usaha saudara/i.

1. Kinerja Perusahaan

NO	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Usaha ini menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen.					
2.	Usaha ini mampu melayani pasar permintaan pasar yang selalu meningkat.					
3.	Usaha ini dapat memenuhi kepuasan konsumen.					

4.	Usaha ini dapat mencapai pangsa pasar yang telah ditargetkan di awal.					
5.	Usaha ini dapat mencapai keuntungan yang telah ditargetkan di awal.					
6.	Usaha ini dapat mencapai tingkat pertumbuhan penjualan yang telah ditargetkan di awal.					
7.	Usaha ini mampu memperkenalkan inovasi pada produk dengan situasi pasar yang telah jenuh.					
8.	Usaha ini dapat mencapai tingkat produktivitas yang telah ditargetkan di awal.					
9.	Usaha ini dapat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dipasar (selera konsumen, dll)					
10.	Usaha ini dapat mencapai biaya produksi yang lebih rendah.					

2. Strategic Agility

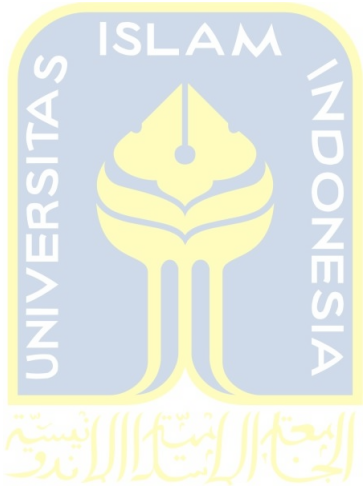
NO	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Usaha ini menawarkan harga yang lebih bisa bersaing dengan para pesaing.					
2.	Usaha ini menawarkan harga lebih murah dibandingkan para pesaing.					
3.	Usaha ini menawarkan produk yang berkualitas dibandingkan para pesaing.					
4.	Usaha ini memiliki waktu produksi lebih singkat dibandingkan para pesaing.					
5.	Usaha ini memiliki biaya pengiriman yang lebih murah dibandingkan para pesaing.					
6.	Usaha ini menyediakan atau membuat produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para konsumen dibandingkan para pesaing.					

7.	Usaha ini mampu melakukan inovasi sesuai dengan perubahan pasar saat ini dibandingkan para pesaing.					
8.	Usaha ini menawarkan desain atau bentuk yang lebih terkini dibandingkan para pesaing.					
9.	Usaha ini merupakan pencetus dalam memperkenalkan produk-produk baru.					
10.	Usaha kami sangat cepat dalam merespons perubahan yang terjadi dipasar dibandingkan para pesaing.					

3. Absorptive Capacity

NO	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Usaha ini dalam mencari bahan baku utama tergolong cukup mudah untuk didapatkan.					
2.	Usaha ini menggunakan sumber daya/bahan baku yang berkualitas.					
3.	Usaha kami memiliki kapasitas penyimpanan bahan baku yang sangat baik.					
4.	Usaha ini dapat bersaing dengan para pesaing di industri yang sama.					
5.	Usaha ini menggunakan sumber daya manusia yang berkualitas atau handal dibidangnya.					
6.	Usaha ini mampu menghadapi ancaman para pesaing yang bergerak diindustri yang sama.					
7.	Usaha ini memiliki kemampuan dalam merespons permintaan pasar dengan cepat.					
8.	Usaha ini khususnya di produk yang kami hasilkan memiliki daya tawar yang tinggi.					

9	Usaha ini mampu menjawab tantangan yang ada di industri kuliner (inovasi rasa, dll)					
10.	Usaha ini mampu menghadapi ancaman dari produk serupa.					



BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH ABSORPTIVE CAPACITY TERHADAP STRATEGIC AGILITY DAN
EFEKTIVITAS KINERJA UKM INDUSTRI MAKANAN DI KABUPATEN SLEMAN
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Disusun Oleh : HARTYASTYO HADHI NUGROHO

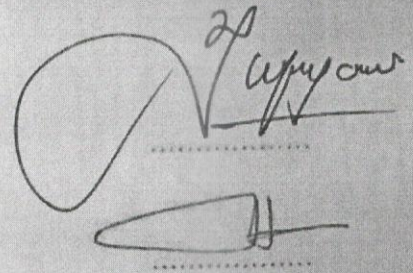
Nomor Mahasiswa : 16311196

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS

Pada hari Rabu, tanggal: 8 April 2020

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Zulian Yamit, Drs., M.Si.

Penguji : Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D



Handwritten signatures of the examiners, Zulian Yamit and Anjar Priyono, with dotted lines below them for identification.

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Official stamp of Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Faculty of Business and Economics, and a handwritten signature of Prof. Jaka Sriyana.

Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.