

**ANALISIS PENGARUH IMPLEMENTASI *TRIPLE-A SUPPLY CHAIN* TERHADAP
KINERJA RANTAI PASOKAN PADA INDUSTRI KREATIF**

SKRIPSI



Ditulis oleh :

Nama : Akbar Adi Wibowo

Nomor Mahasiswa : 11311033

Jurusan : Ekonomi

Bidang Konsentrasi : Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

**ANALISIS PENGARUH IMPLEMENTASI *TRIPLE-A SUPPLY CHAIN* TERHADAP
KINERJA RANTAI PASOKAN PADA INDUSTRI KREATIF**

SKRIPSI



Ditulis oleh :

Nama : Akbar Adi Wibowo

Nomor Mahasiswa : 11311033

Jurusan : Ekonomi

Bidang Konsentrasi : Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

**ANALISIS PENGARUH IMPLEMENTASI *TRIPLE-A SUPPLY CHAIN* TERHADAP
KINERJA RANTAI PASOKAN PADA INDUSTRI KREATIF**

SKRIPSI

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

Oleh:

Nama : Akbar Adi Wibowo

Nomor Mahasiswa : 11311033

Jurusan : Ekonomi

Bidang Konsentrasi : Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

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 refrensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 13 Desember 2017

Penulis



Akbar Adi Wibowo

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH IMPLEMENTASI *TRIPLE-A SUPPLY CHAIN* TERHADAP
KINERJA RANTAI PASOKAN PADA INDUSTRI KREATIF

Nama : Akbar Adi Wibowo

Nomor Mahasiswa : 11311033

Jurusan : Ekonomi

Bidang Konsentrasi : Manajemen

Yogyakarta ,13 Desember 2017

Telah disetujui oleh dosen pembimbing



Dra. Siti Nursyamsiah,MM

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS PENGARUH IMPLEMENTASI TRIPL-A SUPPLY CHAIN TERHADAP
KINERJA RANTAI PASOKAN PADA INDUSTRI KREATIF**

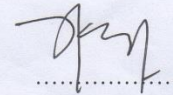
Disusun Oleh : **AKBAR ADI WIBOWO**

Nomor Mahasiswa : **11311033**

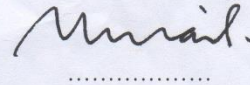
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Senin, tanggal: 5 Februari 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Siti Nur Syamsiah, Dra., MM.



Penguji : Moch. Nasito, Drs., MM.



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. Ds. Agus Harjito, M.Si.

MOTTO

“Aku tak punya impian, tapi kau tahu? Aku bisa melindungi impian orang-orang.”

(Inui Takumi / Kamen Rider Faiz)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan hasil skripsi ini kepada ,

Allah SWT

Ibu & Bapak

Keluarga

Universitas Islam Indonesia

FE UII

Teman seperjuangan

Internet

KATA PENGANTAR



Puji syukur kepada Allah SWT, atas limpahan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini, dengan judul “**Analisis Pengaruh Implementasi *Triple-A Supply chain* terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif**” sebagai salah satu syarat kelulusan Strata 1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa selama persiapan, penyusunan, hingga terselesainya penelitian ini, tidak lepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan berbagai pihak untuk memperlancar riset ini. Untuk itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang , Alhamdulillah dengan rahmatnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu & Bapak saya yang sudah merawat dan mendidik darisaya kecil hingga saya bisa seperti ini.
3. Keluarga kakak kakak dan saudara saya yang lainnya.
4. Ibu Dra. Siti Nursyamsiah, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing saya dalam proses pembuatan skripsi dari awal hingga akhir.
5. Dr.Sutrisno,MM, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
6. Teman-teman Lupot FC dan teman-teman kuliah lainnya yang telah menjalani masa perkuliahan bersama-sama dan membuat kehidupan perkuliahan menjadi sangat menyenangkan.

7. Kopi kapal api , rokok kretek , Death Metal , dan aidoru selaku amunisi ketika sedang mengerjakan skripsi.
8. Internet , walau tak ada wujud nyata tapi sangat berguna untuk penyelesaian skripsi ini.
9. Serial anime dan dorama selaku pelepas lelah ketika sedang mengerjakan skripsi.
10. Perpustakaan FE UII selaku tempat untuk mencari referensi skripsi.
11. Melody Nuramdhani Laksani , Viviyona Apriani , Sakaguchi riko , dan Matsui Airi selaku perempuan-perempuan baik yang telah membantu skripsi saya menjadi lebih baik.
12. Meme meme lucu diinternet yang sangat menghibur sekali.
13. Serta semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa saya sebut satu persatu.

Besar harapan saya semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi pembaca untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta berguna untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 13 Desember 2017

Peneliti

Akbar Adi Wibowo

ABSTRAK

Manajemen rantai pasokan adalah aliran kegiatan dimana produk masih merupakan bahan mentah hingga produk tersebut sampai ke tangan para konsumen , dan merupakan komponen penting dalam berlangsungnya kegiatan dalam suatu perusahaan. Penelitian ini menganalisis tentang pengaruh implementasi *Triple-A supply chain* terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif. Penelitian ini diukur dengan dimensi *Agility* , *Adapbility* , dan *Alingment* terhadap kinerja rantai pasokan. Responden penelitian ini adalah para pelaku industri kreatif yang berada di Indonesia. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 30 pelaku industri kreatif. Untuk menguji hipotesis penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Triple-A supply chain* dapat berpengaruh terhadap kinerja rantai pasokan industri kreatif , serta untuk mengetahui indikator mana yang paling berpengaruh terhadap kinerja rantai pasokan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Triple-A supply chain* yang terdiri dari *Agility* , *Adapbility* , dan *Alingment* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif adalah *Agility* , sedangkan *Adapbility* , dan *Alingment* tidak memiliki pengaruh signifikan. Penelitian ini juga menemukan bahwa *Agility* , *Adapbility* , dan *Alingment* semuanya memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif akan tetapi *Agility* memiliki nilai pengaruh yang lebih besar.

Kata kunci : *Triple-A supply chain* , *Agility* , *Adapbility* , *Alingment* , *Kinerja rantai pasokan* , *Supply chain management* , *Industri kreatif* .

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2

1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan	4

BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Manajemen Rantai Pasokan.....	6
2.1.2 <i>Triple-A Supply Chain</i>	11
2.1.3 Industri Kreatif.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Kerangka Pemikiran.....	14
2.4 Perumusan Hipotesis.....	15

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan sampel.....	16
3.2 Definisi variable dan Pengukuran variable	16
3.3 Metode Analisis Data.....	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5 Pengujian Alat Ukur dan Kualitas Data.....	20
3.5.1 Ukuran Validitas Dan Reliabilitas.....	20

3.5.2 Uji F.....	22
3.5.3 Uji T.....	22
3.5.4 Koefisien Determinasi.....	23
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	23
3.6.1 Uji Normalis.....	23
3.6.2 Uji Multikolinearitas.....	23
3.6.4 Uji Autokorelasi.....	24
3.6.3 Uji Heteroskedastitas.....	24
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Deskriptif	25
4.1.1 Analisis Deskriptif pada dimensi variabel penelitian.....	26
4.1.2 Data Kuisisioner.....	32
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	33
4.1.4 Deskripsi Objek.....	36
4.2 Uji Validitas.....	37
4.3 Uji Reabilitas.....	41
4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	42

4.4.1 Uji T.....	44
4.4.2 Uji F.....	45
4.4.3 Koefiensi Determinasi.....	46
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.5.1 Uji Normalitas.....	47
4.5.2 Uji Heterokedastisitas.....	48
4.5.3 Uji Multikolinearitas.....	49
4.5.4 Uji Autokorelasi.....	49
4.6 Pembahasan.....	50
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

4.1 Deskriptif Dimensi Agility	26
4.2 Deskriptif Dimensi Adabiliyy	27
4.3 Deskriptif Dimensi Alingment.....	29
4.4 Deskriptif Dimensi Kinerja rantai pasokan	30
4.5 data kuisisioner yang disebar berdasarkan domisili.....	32
4.6 Persentase data kuisisioner yang disebar	33
4.7 Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha.....	34
4.8 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	34
4.9 Karakteristik responden berdasarkan umur perusahaan.....	35
4.10 Karakteristik responden terhadap pangsa pasar perusahaan.....	36
4.11 Hasil uji validitas <i>Agility</i>	37
4.12 Hasil uji validitas <i>Adapbility</i>	38
4.13 Hasil uji validitas <i>Alingment</i>	39
4.14 Hasil uji validitas Kinerja rantai pasokan.....	40
4.15 Hasil Uji Realibilitas.....	42

4.16 Data Regresi Linier Berganda.....	43
4.17 Hasil Uji T.....	44
4.18 Hasil Uji F.....	45
4.19 Data Koefisien Determinasi.....	46
4.20 Data Uji Normalis.....	47
4.21 Data Uji Heterokedastisitas.....	48
4.22 Data Uji Multikolinearitas.....	49
4.23 Data Uji Auto Kolerasi.....	50

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran.....	14
-----------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner penelitian	58
Lampiran 2 Rekapitulasi data peneltian	63
Lampiran 3 Uji validitas dan reliabilitas	65
Lampiran 4 Uji regrei.....	68
Lampiran 5 Uji F dan Uji T.....	69
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	70
Lampiran 7 Koefiesien Determinasi.....	72

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manajemen rantai pasokan adalah salah satu elemen penting didalam sebuah perusahaan. Manajemen rantai pasokan (*Supply Chain Management*) merupakan aliran kegiatan dimana produk masih merupakan bahan mentah hingga produk tersebut sampai ke tangan para konsumen. Manajemen rantai pasokan suatu kumpulan pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan secara efisien antara pemasok, perusahaan manufaktur, pergudangan, dan toko, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan pada kuantitas, lokasi, dan waktu yang benar, untuk meminimumkan biaya-biaya pada kondisi yang memuaskan kebutuhan tingkat pelayanan (Simchi – Levi 2002). Tanpa adanya kegiatan Manajemen rantai pasokan perusahaan tidak akan memiliki produk yang dapat dijual.

Lee (2004) berpendapat bahwa perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu menciptakan rantai pasokan yang tangkas , mudah beradaptasi dan selaras. Kesuksesan bergantung pada kemampuan *supply chain partners* untuk fokus pada pelanggan dan merespon untuk setiap perubahan permintaan pada pelanggan tersebut. Keberhasilan masing masing perusahaan bergantung pada kegiatan rantai pasokan yang selalu siap dalam merespon perubahan permintaan pelanggan untuk merestrukturisasi rantai pasokan sebagai respons terhadap perubahan pasar dan lingkungan ekonomi, dan untuk menyelaraskan produksi, pemasaran, dan keuangan. Lee (2004) mengambil pendekatan yang lebih abduktif untuk secara kualitatif mengembangkan teori *Triple-A supply chain*, sementara penelitian ini mengambil pendekatan yang lebih deduktif untuk

memverifikasi teorinya. Kami berteori dan menilai model kinerja *Triple-A supply chain* yang menggabungkan konstruksi rantai *Triple-A supply chain* yang dijelaskan oleh Lee (2004) sebagai anteseden untuk memasok kinerja rantai dan kinerja rantai pasokan sebagai anteseden terhadap kinerja organisasi. *Triple-A supply chain* memiliki 3 dimensi antara lain *agility* , *adaptability* , dan *alignment*.

Industri kreatif adalah kegiatan ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual (Simatupang, 2007).

Di indonesia industri kreatif memiliki 15 sub-sektor antara lain : Periklanan , arsitektur , pasar barang seni , kerajinan , desain , fashion , video (film & fotografi) , permainan interaktif , musik , seni pertunjukan , penerbitan & percetakan , layanan komputer (piranti lunak) , televisi & radio , riset & pengembangan , dan kuliner

Demi menunjang produk yang selaras dengan kreatifitas dan ide-ide para pelaku industri kreatif dibutuhkan bahan baku serta proses pembuatan yang terkadang diluar kepala , dan hal ini dibutuhkan kegiatan manajemen rantai pasokan yang baik

1.2 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam peniltian ini antara lain

- a. Bagaimana pengaruh agility terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif ?
- b. Bagaimana pengaruh adaptability terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif ?
- c. Bagaimana pengaruh alignment terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain

- a. Untuk mengetahui pengaruh agility terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif
- b. Untuk mengetahui pengaruh adaptability terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif
- c. Untuk mengetahui pengaruh alignment terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi para pelaku industri kreatif

Penelitian ini nantinya akan diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi para pelaku industry kreatif untuk mengetahui kendala-kendala dalam rantai pasokan

2. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan nantinya sebagai referensi acuan untuk penelitian selanjutnya dan juga sebagai tentang manajemen rantai pasokan pada industry kreatif

3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan agar penulis dapat meningkatkan wawasannya tentang rantai pasokan pada industry kreatif dan juga sebagai tugas akhir untuk syarat kelulusan

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas tentang penelitian ini maka dibuat sistematika penulisan untuk memberikan gambaran susunan keseluruhan dari penelitian ini. Penelitian ini tersaji dalam lima bab, yang terdiri sebagai berikut:

BAB I pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Pustaka

Merupakan bab yang menyajikan berbagai macam pemikiran dan landasan teori yang digunakan dan terkait dalam penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini terdiri dari rancangan penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data. Bab ini memberikan penjelasan secara terperinci mengenai hal-hal yang terkait pelaksanaan penelitian.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan pengolahan data hasil penelitian, dan pembahasan lain yang terkait.

BAB V Penutup

Merupakan bab yang menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan juga memberikan saran-saran kepada pihak yang berkepentingan dalam penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Rantai Pasokan

Manajemen rantai pasokan adalah pengintegrasian aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan. Istilah *Supply chain* pertama kali dikemukakan oleh Oliver & Weber pada tahun 1982. Indrajit dan Djokopranoto dalam Qolbi Isnanto (2009:3) mengungkapkan *Supply chain management* (SCM) adalah suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada para pelanggannya. *Supply chain management* adalah sebuah sistem pendekatan total untuk mengantarkan produk ke konsumen akhir dengan menggunakan teknologi informasi untuk mengkoordinasikan semua elemen supply chain dari mulai pemasok ke pengecer, lalu mencapai tingkat berikutnya yang merupakan keunggulan kompetitif yang tidak tersedia di sistem logistik tradisional (James A & Mona J. Fitzsimmons). Pires, et.al. (2001) mengartikan *Supply Chain Management* (Manajemen Rantai Pasokan) sebagai sebuah jaringan supplier, manufaktur, perakitan, distribusi, dan fasilitas logistik yang membentuk fungsi pembelian dari material, transformasi material menjadi barang setengah jadi maupun produk jadi, dan proses distribusi dari produk-produk tersebut ke konsumen. *Supply chain* dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aktifitas (dalam bentuk entitas/fasilitas) yang terlibat dalam proses transformasi dan distribusi barang mulai dari bahan baku paling awal dari alam sampai produk jadi pada konsumen akhir. Dalam *supply chain* ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama, yaitu :

1. *Supplier*

Penyedia bahan baku bahan mentah yang belum di olah

2. *Manufactures*

Tempat yang berfungsi sebagai pengolah bahan baku menjadi produk jadi

3. *Distribution*

Tempat yang menerima hasil produk jadi dari manufactures sebelum disalurkan ke retail outlet

4. *Retail Outlet*

Tempat yang menerima produk dari distributor dan langsung menjualnya kepada customers

5. *Customers*

Pembeli yang membeli produk dari retail outlet , merupakan siklus terakhir dari SCM

Para manajer rantai pasokan adalah orang-orang diberbagi tingkatan organisasi yang bertanggung jawab untuk mengelola pasokan dan permintaan baik di dalam maupun lintas organisasi bisnis. Mereka terlibat dengan perencanaan dan korrordinasi aktivitas yang meliputi pengadaan bahan baku dan jasa, aktivitas transportasi, dan logistik. Logistik adalah bagian dari rantai pasokan yang terlibat dengan aliran ke depan dan ke belakang dari barang, jasa, dana, dan informasi. (Stevenson and Sum Chee Chuong, 2014:9)

Adapun aktiftas dari SCM antara lain sebagai berikut :

1. *Chain 1: Supplier*

Jaringan bermula dari sini, yang merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama, dimana rantai penyaluran baru akan mulai. Bahan pertama ini bisa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, barang dagangan, suku cadang dan lain-lain.

2. *Chain 1-2-3: Supplier-Manufactures-Distribution*

Barang yang sudah dihasilkan oleh manufactures sudah mulai harus disalurkan kepada pelanggan. Walaupun sudah tersedia banyak cara untuk menyalurkan barang kepada pelanggan, yang umum adalah melalui distributor dan ini biasanya ditempuh oleh sebagian besar supply chain.

3. *Chain 1-2-3-4: Supplier-ManufacturesDistribution-Retail Outlet*

Pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gudang sendiri atau dapat juga menyewa dari pihak lain. Gudang ini digunakan untuk menyimpan barang sebelum disalurkan lagi ke pihak pengecer. Disini ada kesempatan untuk memperoleh penghematan dalam bentuk jumlah inventoris dan biaya gudang dengan cara melakukan desain kembali pola pengiriman barang baik dari gudang manufacture maupun ke toko pengecer.

4. *Chain 1-2-3-4: Supplier-ManufacturesDistribution-Retail Outlet*

Peritel mungkin menjadi saluran yang paling penting dalam rantai pasokan. Mereka menghubungkan pelanggan dengan vendor yang menyediakan barang dagangan. Ini adalah tanggung jawab peritel untuk mengukur keinginan dan kebutuhan pelanggan dan bekerja dengan anggota lain dari supply chain untuk memastikan barang dagangan yang diinginkan pelanggan tersedia ketika mereka menginginkannya (Levy and Weitz,

2004:310). Menurut Turban (2004) Manajemen rantai pasokan terdiri dari 3 komponen utama antara lain :

1. *Upstream Supply Chain*

Bagian upstream (hulu) supply chain memiliki aktivitas dari suatu perusahaan manufacturing dengan para penyalurnya (yang mana dapat manufacturers, assemblers, ataupun keduanya) dan koneksi mereka kepada para penyalur mereka (para penyalur second-tier). Hubungan para penyalur dapat diperluas ke beberapa strata, semua jalan dari asal material (contohnya bijih tambang, pertumbuhan tanaman). Di dalam upstream supply chain, aktivitas yang utama adalah pengadaan.

2. *Internal Supply Chain*

Bagian dari internal supply chain meliputi semua proses inhouse yang digunakan dalam mentransformasikan masukan dari para penyalur ke dalam keluaran organisasi itu. Hal ini meluas dari waktu masukan ke dalam organisasi. Di dalam internal supply chain, perhatian yang utama adalah manajemen produksi, pabrikasi dan pengendalian persediaan.

3. *Downstream Supply Chain*

Downstream (hilir) supply chain meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan akhir. Di dalam downstream supply chain, perhatian diarahkan pada distribusi, pergudangan transportasi dan after-sale service.

Dalam definisi operasional pengertian rantai pasok terdapat tiga aspek yang perlu diperhatikan yaitu berikut ini.

1. Manajemen Rantai Pasok adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian yang efisien dari *supplier*, *manufacturer*, *distributor*, *retailer*, dan *customer*.
2. Manajemen Rantai Pasok mempunyai dampak terhadap pengendalian biaya.
3. Manajemen Rantai Pasok mempunyai peranan penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan kepada pelanggan.

Tujuan manajemen rantai pasokan adalah dengan menyelaraskan permintaan dan penawaran seefektif dan seefisien mungkin. Masalah-masalah utama dalam rantai pasokan terkait dengan (Stevenson, 2009):

1. Menentukan tingkat *outsourcing* yang tepat
2. Mengelola pembelian / pengadaan suatu barang
3. Mengelola pemasok
4. Mengelola hubungan terhadap pelanggan
5. Mengidentifikasi masalah dan merespon masalah dengan cepat
6. Mengelola risiko

Proses rantai pasokan ada 3 tahap antara lain :

1. *Make*

proses mentransformasi produk menjadi produk akhir untuk memenuhi *demand* yang telah diperkirakan ataupun *demand* aktual.

2. *Deliver*

proses untuk menyediakan barang dan jasa untuk memenuhi *demand* yang telah diprakirakan ataupun *demand* aktual, biasanya mencakup *order management*, manajemen transportasi dan distribusi.

3. *Return*

segala proses yang berhubungan dengan pengembalian atau penerimaan barang yang dikembalikan karena alasan tertentu. Proses ini merupakan proses lanjutan dari *post-delivery customer support*.

2.1.2 *Triple-A Supply Chain*

Triple-A supply chain management adalah strategi SCM yang ditujukan untuk memperbaiki kinerja supply chain, karena kinerja supply chain berdampak pada kinerja organisasi perusahaan antara lain pemasaran dan keuangan (G.Dwayne Whitten 2012)

Menurut Lee (2004) *triple-a supply chain* memiliki 3 dimensi terdiri dari *agility*, *adaptability*, & *alignment*, berikut adalah penjelasannya :

1. *Agility*

Adalah alat untuk menanggapi perubahan permintaan atau penawaran jangka pendek dengan cepat

Adapun sistem yang dijalankan oleh *agility* antara lain :

- menyediakan mitra rantai pasokan dengan data tentang perubahan penawaran dan permintaan sehingga mereka dapat merespons dengan segera
- membangun hubungan kolaborasi dengan supplier
- mendesain proses produksi untuk memfasilitasi penundaan
- mengembangkann system logistik yang handal

2. *Adaptability*

Bertujuan untuk menyesuaikan desain rantai pasokan untuk menghadapi perubahan pasar.

Adapun sistem yang dilakukan *adaptability* antara lain :

- Memantau ekonomi dunia untuk mengidentifikasi pasokan dasar baru dan pasar
- Menggunakan perantara untuk membangun suppliers baru dan infrastruktur logistik
- Menciptakan desain produk yang fleksibel
- Menentukan di mana produk berdiri dalam hal teknologi dan siklus hidup produk

3. *Alignment*

Adalah alat atau cara untuk menetapkan insentif untuk *supply chain partners* untuk memperbaiki kinerja rantai pasokan.

Adapun sistem yang dilakukan *alignment* antara lain :

- Bebas bertukar informasi dengan *supplier* dan pelanggan
- Dengan jelas meletakkan peran dan tanggung jawab untuk pemasok dan pelanggan
- Membagi risiko, biaya, dan keuntungan perbaikan secara adil
- Memperjelas peran dan tanggung jawab mitra untuk menghindari konflik

2.1.3 Industri Kreatif

(*Working Group of UK Creative Industry* dalam Zheng & Cao 2010) mengatakan , Industri kreatif adalah industri yang memiliki kreativitas individu yang original, keahlian dan bakat yang berpotensi untuk kemakmuran dan penciptaan lapangan kerja melalui eksploitasi dari kekayaan intelektual. Memiliki hubungan antara budaya, kreatifitas, sains, teknologi dan

industrialisasi. Karakteristik yang paling utama adalah originalitas, budaya sebagai basis dan isi materialnya, dan industri budaya adalah bagian integralnya, industri kreatif tidak dapat terjadi tanpa adanya sains dan teknologi. Desain kreatif tidak terlepas dari budaya, kreatifitas dan pelayanan.

Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan ketrampilan , talenta , dan kreatifitas yang berpotensi dalam meningkatkan kesejahteraan (Simatupang 2007). Menurut pantauan presiden RI ke 7 Joko widodo perkembangan industri kreatif diindonesia saat ini sangat lah pesat , Beberapa produk yang ia amati seperti film, musik, dan aplikasi digital. Total nilai ekspor produk industri kerajinan dan industri kreatif mencapai Rp 852 triliun. Industri kreatif ini sangat menghargai kreatifitas pelakunya , selain dapat meningkatkan perekonomian juga dapat meningkatkan kreatifitas pelakunya.

Menurut Tian & Gao (2011) ekonomi kreatif adalah bentuk pembangunan ekonomi yang maju yang bergantung pada sumber daya alam yang lebih sedikit. Pendorong utama nya bukan murni teknologi atau informasi tetapi kreatifitas manusia, produk kreatif bersifat unik karena menggabungkan budaya, semangat dan kebiasaan, industri kreatif adalah industri yang berorientasi pada manusia. Proteksi dari kekayaan intelektual berfungsi untuk menjaga energy vital dari industri kreatif.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitan yang dilakukan G.Dwayne Whitten , Kenneth W.Green Jr , Pamela J.Zelbst (2009) dengan judul “*Triple-A supply chain performance*” mengatakan bahwa triple-a supply chain membutuhkan *supply chain partners* untuk bekerja sama agar :

1. respon cepat terhadap perubahan permintaan pelanggan jangka pendek

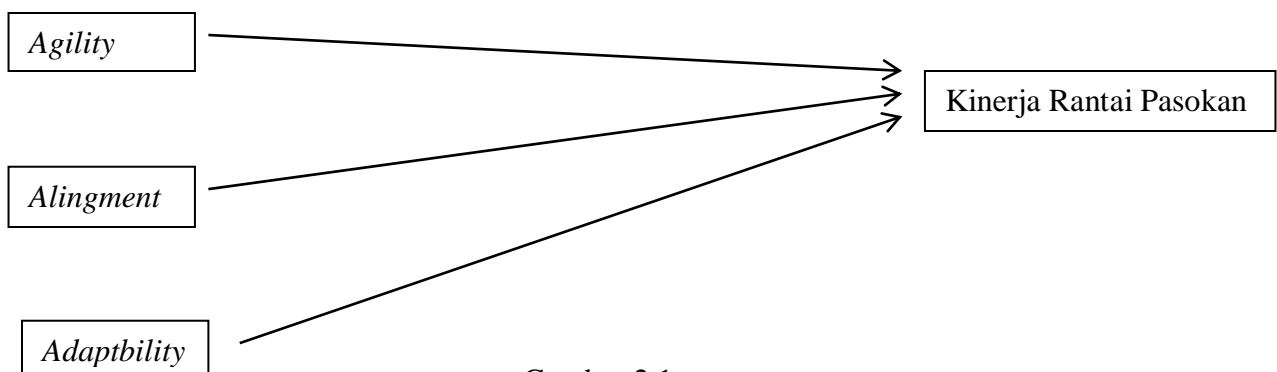
2. merubah ulang struktur supply chain untuk mengatasi perubahan jangka panjang dipasar , teknologi , dan produk
3. meluruskan strategi supply chain untuk menemui kebutuhan rantai pasokan pelanggan dan membagikan harga dan keuntungan supply chain

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategy *Triple-A supply chain* mempengaruhi kinerja rantai pasokan dan juga mempengaruhi kinerja perusahaan. Kinerja rantai pasokan lebih mempengaruhi kinerja pemasaran dibandingkan dengan kinerja keuangan pada perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Le (2004) yang berjudul *The Triple-A supply chain* menyimpulkan bahwa perusahaan harus melepaskan pola pikir efisiensi, yang kontraproduktif , dan bersiap untuk mengubah jaringan dan alih-alih mencari kepentingan mereka sendiri , bertanggung jawab atas keseluruhan rantai pasokan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1

2.4 Perumusan Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

- H1 Terdapat pengaruh *Agility* terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif
- H2 Terdapat pengaruh *Adaptilitty* terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif
- H3 Terdapat pengaruh *Alingment* terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 1997 : 57). Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku industri kreatif yang berada di indonesia. Adapun pengertian lain bahwa populasi adalah populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif daripada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap (Nawawi 1985 :141)

Sampel ditentukan dengan metode *Convenience sampling* adalah teknik penarikan sampel yang dilakukan karena alasan kemudahan atau kepraktisan menurut peneliti itu sendiri. *Convenience sampling* merupakan sample nonprobabilitas. Nonprobability sampling dikembangkan untuk menjawab kesulitan yang timbul dalam menerapkan teknik probability sampling, terutama untuk mengeliminir biaya dan permasalahan dalam pembuatan sampling frame (kerangka sampel). Dalam penelitian ini sampel ditentukan untuk minimal 30 responden. Penentuan jumlah sampel ini didasarkan pada pendapat Roscoe (1975) bahwa pada setiap penelitian, ukuran sampel harus berkisar antara 30 dan 500.

3.2 Definisi variable dan Pengukuran variable

Ada 2 variable dalam penelitian ini antara lain adalah :

- a. Variabel Bebas (*Independent Variable*),

Adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas pada penelitian ini adalah kinerja rantai pasokan merupakan suatu pengintegrasian aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, perubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan.

G. Dwayne Whitten (2009) mengatakan ada indikator kinerja rantai pasokan antara lain :

1. Kualitas pelayanan
2. Kualitas produk
3. Safety stock
4. Nilai ukuran pengiriman barang kepada pelanggan

b. Variabel Terikat (*Dependen Variable*)

adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel terikat pada penelitian ini adalah *Triple-a supply chain*. Menurut Lee (2004) *Triple-a supply chain* terdiri dari :

- *Agility*

Adalah alat atau cara untuk Menanggapi perubahan permintaan atau penawaran jangka pendek dengan cepat.

Adapun indikator *Agility* antara lain :

1. Mengembangkan hubungan kolaboratif dengan pemasok
2. Merancang penundaan
3. Buffer penyedia komponen murah tapi penting

- *Adapbility*

Bertujuan untuk menyesuaikan desain rantai pasokan untuk menghadapi perubahan pasar.

Adapun indikator *Adapability* antara lain :

1. memantau ekonomi seluruh dunia untuk mencari referensi
2. menggunakan perantara untuk mengembangkan suppliers baru dan infrastruktur logistik
3. evaluasi kebutuhan konsumen
4. membuat design produk yang flexible

- *Alingment*

Adalah alat atau cara untuk menetapkan insentif untuk *supply chain partners* untuk memperbaiki kinerja rantai pasokan.

Adapun indikator *Alingment* antara lain :

1. Bebas bertukar informasi dengan *supplier* dan pelanggan
2. meletakkan peran, tugas, dan tanggung jawab yang jelas bagi pemasok dan pelanggan
3. mampu menanggung risiko, biaya, dan keuntungan dari inisiatif perbaikan

Variabel penelitian diukur dengan alat yang disebut kuisioner atau angket, menurut (Arikunto 2006:151) angket atau kuisioner adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui. Terdiri dari 14 pertanyaan masing-masing item diukur dengan menggunakan skala likert 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju)

3.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Berikut adalah rumus analisis regresi berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = kinerja rantai pasokan

a = constanta

b_1 = koefiensi antara *agility* dengan kinerja rantai pasokan

b_2 = koefiensi antara *alignment* dengan kinerja rantai pasokan

b_3 = koefiensi antara *adapbility* dengan kinerja rantai pasokan

X_1 = variable *agility*

X_2 = variable *alingnment*

X_3 = variable *adapbility*

Untuk mengetahui hubungan antar variable maka digunakanlah koefisien determinasi. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel lain

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara menggunakan kuisisioner atau angket. Menurut (Sugiyono 2008:199) Angket atau kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab

3.5 Pengujian Alat Ukur dan Kualitas Data

3.5.1 Ukuran Validitas Dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui alat pengukur yang disusun telah mewakili variable tertentu atau tidak. Tipe validitas yang digunakan adalah Validitas Konstruk, validitas konstruk menentukan validitas alat pengukur dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item yang berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Bila ternyata skor semua item yang disusun berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat disimpulkan bahwa alat pengukur tersebut mempunyai validitas. Dalam peneltian ini penulis menggunakan rumus *Pearson Product Moment* , Perhitungan validitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS.

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden uji coba

X = skor tiap item

Y = skor seluruh item responden uji coba

Uji realibilitas digunakan untuk melihat konsistensi skor jawaban butir-butir pertanyaan pada variable yang terkait.. Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus *Cronbach Alpha* untuk pengujian reliabilitas Semakin tinggi koefisien alpha tersebut berarti semakin rendah *error variance* (De Vellis, 1990) atau semakin konsisten jawaban-jawaban skor butir-butir pertanyaannya, dengan kata lain bahwa skor variabel tersebut makin dapat dipercaya. Menurut Nunnally,(1969) suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Perhitungan realibilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

α = Koefisien reliabilitas

k = Jumlah butir pertanyaan soal

$\sum s_j^2$ = Varians butir pertanyaan soal

SX^2 = Varians skor tes

3.5.2 Uji F

Menurut Imam Ghozali (2006) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F , adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

- a. Merumuskan hipotesis kinerja rantai pasokan , yaitu H_a

H_a : ada pengaruh implementasi *triple-a supply chain* terhadap kinerja rantai pasokan industri kreatif

- b. Taraf signifikan $\alpha = 0,05$

3.5.3 Uji T

Menurut Imam Ghozali (2006) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

- a. Merumuskan hipotesis
- b. Menentukan taraf nyata (α) dan t table
- c. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima (H_1 ditolak) apabila $t_0 < t_\alpha$ atau signifikansi $> 0,05$

H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila $t_0 > t_\alpha$ atau signifikansi $< 0,05$

- d. Menentukan nilai uji statistic
- e. Membuat kesimpulan

3.5.4 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009:87). Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variable dalam pengertian yang lebih jelas. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

3.6 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menilai dan mengetahui apakah analisis regresi linier berganda sudah memenuhi asumsi klasik dalam menganalisis atau belum.

Uji asumsi klasik terdiri dari antara lain sebagai berikut :

3.6.1 Uji Normalis

Digunakan untuk menguji data variabel bebas dan variabel terikat pada linier regresi yang dihasilkan , jika data normal maka dapat dipakai menggunakan statistik parametric.

3.6.2 Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi variabel-variabel bebas dalam suatu linier regresi berganda , jika korelasinya tinggi maka hubungan antara dua variabel tersebut akan terganggu.

3.6.3 Uji Heteroskedastitas

Adalah uji yang berfungsi untuk menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear.

3.6.4 Uji Autokorelasi

Adalah uji yang berfungsi untuk mengetahui adanya korelasi antara variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan hasil penelitian setelah semua data-data yang diperlukan dalam penelitian ini terkumpul. Berdasarkan teori yang ada, penulis akan menganalisis data yang telah dikumpulkan tersebut sesuai dengan pokok permasalahan dan formulasi hipotesis yang telah digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh implementasi *triple-a supply chain* terhadap kinerja rantai pasokan.

4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu data sehingga memberikan informasi yang berguna. Menurut Sugiyono (2004:169) Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 30 orang yang terdiri dari berbagai macam pelaku industry kreatif dari berbagai macam bidang mulai dari kuliner , fashion , dan seni. Analisis deskriptif juga digunakan untuk menginterpretasikan penilaian variabel yang ditentukan dengan nilai rata-rata yang berpedoman pada batasan , contoh sebagai berikut :

Skor persepsi minimum adalah : 1

Skor persepsi maksimum adalah : 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,75$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi sebagai berikut :

1,00 – 1,75 = Sangat Rendah

1,76 – 2,50 = Rendah

2,51 – 3,25 = Tinggi

3,26 – 5,00 = Sangat Tinggi

4.1.1 Analisis Deskriptif pada dimensi variabel penelitian

1. *Agility*

Dimensi *Agility* terdiri dari 6 item pertanyaan hasil analisis deskriptif dimensi *Agility* dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut :

Table 4.1

Deskriptif Dimensi *Agility*

No	Item	Rata-rata	Kategori
1	Perusahaan ini bekerja keras untuk mempromosikan arus informasi dengan para pemasok dan pelanggannya	4.3	Sangat tinggi
2	Perusahaan ini bekerja keras mengembangkan hubungan kolaboratif dengan para pemasok	4.1	Sangat tinggi
3	Perusahaan ini merancang penundaan	3.0	Tinggi
4	Perusahaan ini membangun buffer persediaan dengan mempertahankan persediaan komponen yang murah tapi	3.8	Sangat tinggi

	penting		
5	Perusahaan ini memiliki sistem logistik atau mitra yang andal	3.8	Sangat tinggi
6	Perusahaan ini menyusun rencana kontingensi dan mengembangkan tim manajemen krisis	3.6	Sangat tinggi
	Rata-rata	3.7	Sangat Tinggi

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel *agility* adalah sebesar 3.7 dan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa para pelaku industry kreatif telah memahami akan pentingnya variabel *agility* untuk menanggapi perubahan dan permintaan jangka pendek dengan waktu singkat.

2. *Adapbility*

Dimensi *Adapbility* terdiri dari 5 item pertanyaan hasil analisis deskriptif dimensi *Adapbility* dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut :

Table 4.2

Deskriptif Dimensi *Adapbility*

No.	Item	Rata-rata	Kategori
1	Perusahaan ini memantau ekonomi di seluruh dunia untuk menemukan basis dan pasar pasokan baru	3.6	Sangat tinggi

2	Perusahaan ini menggunakan perantara untuk mengembangkan pemasok segar dan infrastruktur logistic	3.3	Sangat tinggi
3	Perusahaan ini mengevaluasi kebutuhan konsumen akhir tidak hanya pelanggan langsung	4.1	Sangat tinggi
4	Perusahaan ini menciptakan design produk yang flexible	4.1	Sangat tinggi
5	Perusahaan ini menentukan di mana produk perusahaan berdiri dalam hal siklus teknologi dan siklus hidup produk	3.7	Sangat tinggi
	Rata-rata	3.8	Sangat tinggi

Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.2 menyatakan bahwa rata-rata penilaian responden pada penelitian ini terhadap variabel *adapbility* adalah sebesar 3.8 dan termasuk dalam kategori yang sangat tinggi. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa para pelaku industri kreatif pada penelitian ini telah memahami peran *adapbility* sebagai alat untuk menyesuaikan desain rantai pasokan ketika menghadapi perubahan pasar yang akan datang.

3. Alingment

Dimensi *Alingment* terdiri dari 3 item pertanyaan , hasil analisis deskriptif dimensi *Adapbility* dapat dilihat pada tabel 4.3 :

Table 4.3

Deskriptif Dimensi *Alingment*

No.	Item	Rata-rata	Kategori
1	Perusahaan ini menukar informasi dan Pengetahuan secara bebas dengan vendor dan pelanggan	3.4	Sangat tinggi
2	Perusahaan ini meletakkan peran, tugas, dan tanggung jawab yang jelas bagi pemasok dan pelanggan	3.9	Sangat tinggi
3	Perusahaan ini secara adil menanggung risiko, biaya, dan keuntungan dari inisiatif perbaikan	4.0	Sangat tinggi
	Rata-rata	3.7	Sangat tinggi

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel *alingment* adalah sebesar 3.7 dan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa para pelaku industri kreatif telah memahami fungsi *alignment* sebagai alat untuk menetapkan insentif pada *supply chain partners* untuk memperbaiki kinerja perusahaan.

4. Kinerja rantai pasokan

Dimensi kinerja rantai pasokan terdiri dari 11 item pertanyaan hasil analisis deskriptif dimensi kinerja rantai pasokan dapat ditunjukkan pada tabel 4.4 berikut :

Table 4.4

Deskriptif Dimensi Kinerja rantai pasokan

No.	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk memberikan produk tanpa cacat kepada pelanggan akhir	4.3	Sangat tinggi
2	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan bernilai lebih kepada pelanggan akhir	4.4	Sangat tinggi
3	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk membatalkan pesanan yang rusak dan tidak lengkap ke pelanggan akhir	4.1	Sangat tinggi
4	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk merespon dan memecahkan masalah pelanggan dengan cepat	4.2	Sangat tinggi
5	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk mengantarkan produk secara tepat waktu kepada pelanggan akhir	3.9	Sangat tinggi

6	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk memberikan jumlah yang sesuai kepada pelanggan akhir	4.4	Sangat tinggi
7	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk mengirimkan kiriman dengan ukuran variabel secara sering kepada pelanggan akhir	4.2	Sangat tinggi
8	rantai pasokan perusahaan anda mendukung pengiriman partai kecil ke pelanggan akhir	4.1	Sangat tinggi
9	Rantai pasokan pada organisasi anda memiliki kemampuan untuk meminimalkan total biaya produk kepada pelanggan akhir	4.1	Sangat tinggi
10	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk meminimalkan	4.2	Sangat tinggi
11	perusahaan anda mampu meminimalisir jumlah safety stock yang diperluka di sepanjang proses rantai pasokan	4.0	Sangat tinggi
	Rata-rata	4.2	Sangat tinggi

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa rata-rata

penilaian responden terhadap kinerja rantai pasokan adalah sebesar 4.2 dan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa usaha industry kreatif dalam penelitian ini mempunyai kemampuan kinerja rantai pasokan yang baik.

4.1.2 Data Kuisisioner

Berikut adalah analisis data tujuan kuisisioner pada penelitian ini :

Table 4.5

data kuisisioner yang disebar berdasarkan domisili

Domisili	Jumlah kuisisioner yang disebar	Jumlah kuisisioner yang kembali
Yogyakarta	30	25
Jawa tengah	5	3
Jakarta	5	2
Total	40	30

Berdasarkan dari table diatas menyatakan kuisisioner disebar sebanyak 40. Pertama kuisisioner disebar di yogyakarta sebanyak 30 dan kembali 25 kuisisioner, kedua kuisisioner disebar di jawa tengah sebanyak 5 dan kembali 3 kuisisioner , terakhir kuisisioner disebar di jakarta sebanyak 5 buah dan kembali 2 kuisisioner.

Hasil pengumpulan data berupa kuisisioner yang berhasil di kembalikan dan memenuhi syarat dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 4.6

Persentase data kuisisioner yang disebar

Keterangan	Jumlah	Persentase %
Kuisisioner yang disebar	40	100 %
Kuisisioner yang kembali	30	75 %
Kuisisioner yang tidak kembali	10	25 %
Kuisisioner yang memenuhi syarat	30	75 %

Dari hasil penjelasan pada table diatas bahwa kuisisioner yang disebar sebanyak 40 (100 %), kuisisioner yang kembali sebanyak 30 (75 %) , yang tidak kembali sebanyak 10 (25 %) , sedangkan kuisisioner yang memenuhi syarat sebanyak 30 (75 %) sesuai dengan jumlah kuisisioner yang kembali.

4.1.3 Gambaran Umum Responden

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha

Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha terdiri dari beberapa macam bidang industri kreatif antara lain adalah design , fashion , konveksi , kuliner , dan musik. Data karakteristik responden berdasarkan jenis usaha selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini :

Tabel 4.7

Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha

Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase %
Design	4	13.3 %
Fashion	10	33.3 %
Konveksi	3	10 %
Kuliner	8	26.6 %
Musik	5	16.6 %
Total	30	100 %

Responden berjumlah 30 dan memiliki jenis usaha yang berbeda-beda antara lain yaitu design sebanyak 4 pelaku industri kreatif (13.3 %), fashion sebanyak 10 pelaku industri kreatif (33.3 %), konveksi sebanyak 3 pelaku industri kreatif (10 %), kuliner sebanyak 3 pelaku industri kreatif (26.6 %), dan musik sebanyak 5 pelaku industri kreatif (16.6 %).

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Table 4.8

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase %
Perempuan	10	33.3 %
Laki-laki	20	66.6 %
Total	30	100 %

Berdasarkan data diatas bahwa jenis kelamin responden pada penelitian ini perempuan berjumlah 10 orang (33.3%) , laki-laki berjumlah 20 orang (66.6%).

3. Karakteristik responden berdasarkan umur perusahaan

Kategori umur perusahaan pada penelitian ini terdiri dari 1 – 5 tahun , dan 6 – 10 tahun.

Berikut adalah data karakteristik responden berdasarkan umur perusahaan :

Tabel 4.9

Karakteristik responden berdasarkan umur perusahaan

Umur Perusahaan	Frekuensi	Persentase %
1 – 5 tahun	27	90 %
6 – 10 tahun	3	10 %
Total	30	100 %

Berdasarkan data diatas bahwa umur perusahaan antara 1- 5 tahun sebanyak 27 perusahaan (90 %) , sedangkan umur perusahaan antara 6 – 10 tahun sebanyak 3 perusahaan (10 %). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa responden dalam penelitian mayoritas belum lama menjalankan usaha tersebut.

4. Karakteristik responden terhadap pangsa pasar perusahaan

Pangsa pasar perusahaan pada penelitian ini terdiri dari antara lain lokal , nasional , dan international. Berikut ini adalah data karakteristik responden terhadap pangsa pasar perusahaan pada tabel 4.10 dibawah :

Tabel 4.10

Karakteristik responden terhadap pangsa pasar perusahaan

Pangsa pasar	Frekuensi	Persentase %
Lokal	10	33.3 %
Nasional	15	50 %
Internasional	5	16.6 %
Total	30	100 %

Berdasarkan data diatas bahwa pangsa pasar perusahaan lokal sebanyak 10 perusahaan (33.3 %) . pangsa pasar nasional sebanyak 15 perusahaan (50 %) , dan pangsa pasar internasional sebanyak 5 perusahaan (16.6 %). Hal ini dapat disimpulkan para pelaku industri kreatif pada penelitian ini mayoritas memiliki pangsa pasar nasional

4.1.4 Deskripsi Objek

Menurut Wikipedia industri kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Dapat diartikan juga bahwa industri kreatif adalah kegiatan ekonomi yang memanfaatkan kreativitas dengan memanfaatkan teknologi , seni budaya , dan sains. Presiden RI ke 7 joko widodo mengatakan bahwa sector industry kreatif memiliki pasar yang besar dan luas.

Dalam penelitian ini meneliti 5 jenis sub sektor industri kreatif antara lain adalah :

1. Design

Kegiatan kreatif yang berhubungan dengan desain grafis , desain produk , desain

interior dan sebagainya

2. Fashion

Berupa kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perancangan busana mulai dari pakaian hingga aksesoris-aksesoris kecil seperti gelang dan kalung

3. Konveksi

Hampir sama dengan fashion berupa kegiatan kreatif yang membuat pakaian , bordir patch , atau sablon.

4. Kuliner

Kegiatan kreatif yang berhubungan dengan pengolahan makanan atau yang biasa disebut dengan memasak. Memasak menciptakan makanan baru atau memberikan variasi kepada makanan-makanan yang sudah ada.

4.2 Uji Validitas

Uji validitas adalah alat untuk mengetahui alat pengukur yang disusun telah mewakili variable tertentu atau tidak. Uji validitas dalam penelitian ini dihitung setiap item variabel antara lain *Agility* , *Adaptability* , *Alignment* , dan kinerja rantai pasokan. Data yang diambil dari 30 responden tersebut diolah dengan *software SPSS* . Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada tabel-tabel berikut:

Table 4.11

Hasil uji validitas *Agility*

No	Pertanyaan	Nilai	Koefisien	Validasi
A1	Perusahaan ini bekerja keras untuk mempromosikan arus informasi dengan para pemasok dan pelanggannya	0.673	0.3	Valid

A2	Perusahaan ini bekerja keras mengembangkan hubungan kolaboratif dengan para pemasok	0.723	0.3	Valid
A3	Perusahaan ini merancang penundaan	0.430	0.3	Valid
A4	Perusahaan ini membangun buffer persediaan dengan mempertahankan persediaan komponen yang murah tapi penting	0.459	0.3	Valid
A5	Perusahaan ini memiliki sistem logistik atau mitra yang andal	0.698	0.3	Valid
A6	Perusahaan ini menyusun rencana kontingensi dan mengembangkan tim manajemen krisis	0.711	0.3	Valid

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa 6 butir pertanyaan pada *agility* memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 dan sig < 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa butir-butir pertanyaan *agility* dinyatakan valid.

Table 4.12

Hasil Uji Validitas *Adapbility*

No.	Pertanyaan	Nilai	Koefisien	Validasi
AD1	Perusahaan ini memantau ekonomi di seluruh dunia untuk menemukan basis dan pasar pasokan baru	0.575	0.3	Valid
AD2	Perusahaan ini menggunakan perantara untuk mengembangkan pemasok segar dan infrastruktur logistik	0.574	0.3	Valid
AD3	Perusahaan ini mengevaluasi kebutuhan konsumen akhir tidak hanya pelanggan langsung	0.600	0.3	Valid
AD4	Perusahaan ini menciptakan design produk	0.527	0.3	Valid

	yang flexibel			
AD5	Perusahaan ini menentukan di mana produk perusahaan berdiri dalam hal siklus teknologi dan siklus hidup produk	0.572	0.3	Valid

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa 5 butir pertanyaan pada *adapbility* memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 dan sig < 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa butir-butir pertanyaan variabel *adapbility* dinyatakan valid.

Table 4.13

Hasil Uji Validitas *Alingment*

No.	Pertanyaan	Nilai	Koefisien	Validasi
AL1	Perusahaan ini menukar informasi dan Pengetahuan secara bebas dengan vendor dan pelanggan	0.755	0.3	Valid
AL2	Perusahaan ini meletakkan peran, tugas, dan tanggung jawab yang jelas bagi pemasok dan pelanggan	0.784	0.3	Valid
AL3	Perusahaan ini secara adil menanggung risiko, biaya, dan keuntungan dari inisiatif perbaikan	0.705	0.3	Valid

Tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa 3 butir pertanyaan pada *alignment* memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 dan sig < 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa butir-butir pertanyaan variabel *alingment* dinyatakan valid

Table 4.14**Hasil Uji Validitas Kinerja rantai pasokan**

No.	Pertanyaan	Nilai	Koefisien	Validasi
K1	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk memberikan produk tanpa cacat kepada pelanggan akhir	0.597	0.3	Valid
K2	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan bernilai lebih kepada pelanggan akhir	0.670	0.3	Valid
K3	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk membatalkan pesanan yang rusak dan tidak lengkap ke pelanggan akhir	0.794	0.3	Valid
K4	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk merespon dan memecahkan masalah pelanggan dengan cepat	0.692	0.3	Valid
K5	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk mengantarkan produk secara tepat waktu kepada pelanggan akhir	0.642	0.3	Valid
K6	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk memberikan jumlah yang sesuai kepada pelanggan akhir	0.555	0.3	Valid
K7	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk mengirimkan	0.695	0.3	Valid

	kiriman dengan ukuran variabel secara sering kepada pelanggan akhir			
K8	rantai pasokan perusahaan anda mendukung pengiriman partai kecil ke pelanggan akhir	0.426	0.3	Valid
K9	Rantai pasokan pada organisasi anda memiliki kemampuan untuk meminimalkan total biaya produk kepada pelanggan akhir	0.553	0.3	Valid
K10	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk meminimalkan	0.474	0.3	Valid
K11	perusahaan anda mampu meminimalisir jumlah safety stock yang diperluka di sepanjang proses rantai pasokan	0.645	0.3	Valid

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa 10 butir pertanyaan pada kinerja rantai pasokan memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 dan sig < 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa butir-butir pertanyaan variabel kinerja rantai pasokan dinyatakan valid

Berdasarkan penjelasan dari table diatas variabel alignment dan kinerja rantai pasokan memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan variabel lainnya dan semua memiliki nilai diatas 0.3 maka dengan demikian disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan valid

4.3 Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah alat untuk melihat konsistensi skor jawaban butir-butir pertanyaan pada variable yang terkait.. Berdasarkan hasil pengujian realibilitas dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*, dengan pedoman pengukuran adalah jika nila

koefisien alpa diatas 0,6 (Ghozali, 2005). Hasil ujian dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai kritis	Keterangan
<i>Agility</i>	0.741	0.6	Reliabel
<i>Adapbility</i>	0.714	0.6	Reliabel
<i>Alingment</i>	0.797	0.6	Reliabel
Kinerja rantai pasokan	0.753	0.6	Reliabel

Berdasarkan dari hasil uji reliabelitas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* semua variabel *tripel-a supply chain* , dan variabel kinerja rantai pasokan lebih besar dari 0,6 seperti yang dikatakan oleh (Ghozali, 2005) maka dengan demikian semua variabel dikatan reliable.

4.4 Hasil Analisis Regrersi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier berganda adalat alat analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel *triple-a supply chain* terhadap variabel kinerja rantai pasokan pada industri kreatif. Menurut (David olson dan Yong shi 2008) Regresi linier berganda adalah salah satu perangkat dasar untuk analisis yang dapat digunakan untuk membuat model prediktif untuk berbagai macam jenis data. Uji hipotesis menggunakan uji f, uji t, koefisien determinasi dan uji beta. Dengan membandingkan antara nilai p-value (sig-t) dengan taraf signifikasi 0,05. Jika $\text{sig } -t < 0,05$ maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut penjelasannya ada pada tabel 4.16 :

Table 4.1.6

Data Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.065	.577		3.578	.001
X1	.406	.183	.477	2.217	.036
X2	.093	.166	.112	.563	.579
X3	.063	.153	.097	.412	.684

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas ditulis persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2.065 + 0.406X_1 + 0.093X_2 + 0.063X_3$$

Menurut tabel diatas disebutkan bahwa konstanta/intersep sebesar 2.065 secara matematis menyatakan jika nilai variabel bebas X1, X2 dan X3 sama dengan nol maka nilai Y 2.065. Dalam kata lain bahwa nilai volume pasokan industry kreatif tanpa agility, adaptability dan alignment adalah 2.065 unit.

Koefisien regresi variabel agility (X1) sebesar 0,406 artinya bahwa kinerja rantai pasokan industry kreatif variabel agility dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan kenaikan volume kinerja rantai pasokan industry kreatif sebesar 0,406 unit.

Koefisien regresi variabel adaptability (X2) sebesar 0,93 artinya bahwa kinerja rantai pasokan industry kreatif variabel adaptability dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan kenaikan volume kinerja rantai pasokan industry kreatif sebesar 0,93 unit.

Koefisien regresi variabel alignment (X3) sebesar 0,63 artinya bahwa kinerja rantai pasokan industry kreatif variabel alignment dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan kenaikan volume kinerja rantai pasokan industry kreatif sebesar 0,63 unit.

Jadi dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel agility (X1) , adaptability (X2) , alignment (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja rantai pasokan (Y) dengan nilai yang berbeda beda.

4.4.1 Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0.05. Jika nilai probability t lebih besar dari 0,05, maka Ho diterima dan Ha di tolak. Berikut penjelasannya pada tabel 4.17 :

Tabel 4.17

Hasil Uji T

Variabel	Nilai Signifikansi	Tingkat Signifikansi	Keputusan
Agility (X1)	0.036	0.05	H0 diterima
Adaptability (X2)	0.579	0.05	H0 ditolak
Alignment (X3)	0.684	0.05	H0 ditolak

Menurut penjelasan tabel dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel X1 (*agility*) $0.036 > 0.05$ H0 diterima yang artinya bahwa ada pengaruh agility terhadap kinerja rantai pasokan.
2. Variabel X2 (*adapbility*) $0.579 > 0.05$ H0 diterima yang artinya bahwa tidak ada pengaruh adapbility terhadap kinerja rantai pasokan.
3. Variabel X3 (*alignment*) $0.684 > 0.05$ H0 diterima yang artinya bahwa tidak ada pengaruh alignment terhadap kinerja rantai pasokan.

4.4.2 Uji F

Uji F adalah uji yang digunakan untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Bila nilai F hitung lebih besar daripada F tabel, maka dapat dikatakan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Imam Ghozali, 2006). Berdasarkan penjesalan pada tabel ANOVA uji signifikansi X1 , X2 , dan X3 berpengaruh terhadap Y , dengan F statistik diperoleh sebesar 5.340 dan nilai p 0.005. Untuk melihat penjelasannya dapat dilihat pada tabel 4.18 berikut :

Tabel 4.18

Data Uji F tabel ANOVA

Model	Sum of squares	df	Mean square	F	Sig.
Regression	2.378	4	.793	5.340	.005
Residual	3.860	26	.148		
Total	6.238	29			

Menurut penjelasan diatas $p < 0.05$ maka H_0 diterima berarti dapat simpulkan bahwa variabel *triple-a supply chain* yang terdiri dari X_1 (*agility*) , X_2 (*adapbility*) , dan X_3 (*alignment*) memiliki pengaruh implementasi terhadap Y (kinerja rantai pasokan).

4.4.3 Koefisien determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variable dalam pengertian yang lebih jelas. Menurut (Ghozali, 2009:87) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Berikut penjelasannya pada tabel 4.19 :

Tabel 4.19

Data Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.617 ^a	.381	.310	.38529

a. Predictors: (Constant), alingment, adapbility, agility

Berdasarkan tabel diatas,diketahui bahwa nilai koefisiendeterminasi (R Square) sebesar 0.381. Besarnya angka koefisien determinasi 0.381 sama dengan 38.1%. Angka tersebut mengandung arti bahwa alignment, adapbility , dan agility berpengaruh terhadap kinerja rantai pasokan sebesar 38.1% sedangkan sisanya 61.9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model

4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas , uji heterokedastisitas , uji autokolerasi , dan uji multikolinearitas. Uji asumsi klasik digunakan untuk menilai dan mengetahui apakah analisis regresi linier berganda sudah memenuhi asumsi klasik dalam menganalisis atau belum Berikut adalah penjelasannya.

4.5.1 Uji Normalitas

Digunakan untuk menguji data variabel bebas dan variabel terikat pada linier regresi yang dihasilkan , pengujian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Menurut (Imam Ghozali, 2006) normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Jika nilai signfikansi diatas 0.05 maka data dinyatakan normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.20 berikut:

Tabel 4.20

Data Uji Normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	4.2000000
	Std. Deviation	.28637809
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.099
	Negative	-.109
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa data memiliki nilai $0.200 > 0.005$ dengan demikian data tersebut dinyatakan normal.

4.5.2 Uji Heterokedastisitas

Digunakan untuk menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Menurut (Imam Ghazali, 2006) Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Gejala heterokedastisitas terjadi bila disturbance term untuk setiap observasi tidak lagi konstan, tetapi bervariasi. Berikut adalah tabel uji heterokedastisitas :

Tabel 4.21

Data Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.065	.577		3.578	.001
agility	.406	.183	.477	2.217	.036
adapbility	.093	.166	.112	.563	.579
alingment	.063	.153	.097	.412	.684

a. Dependent Variable: supplychain

Pada tabel 4.22 diatas dijelaskan bahwa variabel *agility* $0.036 < 0.05$, variabel *adapbility* $0.579 > \alpha = 0.05$, dan variabel *alingment* $0.684 > 0.05$. kesimpulannya variabel *triple-supply chain* yang memiliki gejala *heterokedastisitas* adalah *agility* sedangkan variabel *adapbility* dan *alingment* tidak memiliki gejala *heterokedastisitas*.

4.5.3 Uji Multikolinearitas

Digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi variabel-variabel bebas dalam suatu linier regresi berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antara variabel independen. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1 maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung multikolinearitas. Berikut adalah dari hasil uji multikolinearitas :

Tabel 4.22

Data Uji Multikolineartias

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2.065	.577		3.578	.001		
	agility	.406	.183	.477	2.217	.036	.515	1.942
	adapbility	.093	.166	.112	.563	.579	.599	1.669
	alingment	.063	.153	.097	.412	.684	.428	2.337

a. Dependent Variable: supplychain

Table diatas menjelaskan bahwa variabel *agility* , *adapbility* , dan *alignment* memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 , maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung multikolinearitas.

4.5.4 Uji Autokorelasi

Digunakan menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. uji autokolerasi menggunakan uji Durbin Watson atau yang sering disebut dengan uji DW. Berikut penjelasannya pada tabel 4.23 :

Tabel 4.23

Data Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.617 ^a	.381	.310	.38529	1.740

a. Predictors: (Constant), alingment, adapbility, agility

b. Dependent Variable: supplychain

Hasil dari table uji autokorelasi diatas menjelaskan bahwa nilai DU 1.6498 < nilai DW 1.470 < (4-Du) , sehingga dapat disimpulkan bahwa data-data dalam penelitian ini bebas dari autokolerasi.

4.6 Pembahasan

Hasil perhitungan analisis linier berganda pada penelitian ini adanya pengaruh signifikan variabel triple-a supply chain yang terdiri dari agility , adapbility , dan alignment terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatuf namun pengaruh setiap variabel memiliki nilai yang berbeda-beda. Pengaruh signifikansi tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai P value yang lebih kecil dari nilai signifikasi yaitu sebesar 5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel triple-a supply chain memiliki pengaruh terhadap kinerha rantai pasokan di industri kreatif.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan variabel agility terhadap kinerja rantai pasokan , hal ini dapat dilihat dari signifikansi sebesar 0.036 > 0.05. jadi dapat disimpulkan bahwa usaha industri kreatif dalam

penelitian ini memiliki kemampuan untuk menanggapi perubahan permintaan atau penawaran jangka pendek dengan cepat.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan variabel adaptability terhadap kinerja rantai pasokan, hal ini dapat dilihat dari signifikansi sebesar $0.579 > 0.05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa usaha industri kreatif dalam penelitian ini tidak memiliki kesadaran untuk menyesuaikan desain rantai pasokan ketika akan menghadapi perubahan pasar.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan alignment terhadap kinerja rantai pasokan, hal ini dapat dilihat dari signifikansi sebesar $0.684 > 0.05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa usaha industri kreatif dalam penelitian ini tidak memiliki cara menetapkan insentif untuk *supply chain partners* untuk memperbaiki kinerja rantai pasokan.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif kinerja rantai pasokan industri kreatif yang dipengaruhi oleh variabel triple-A supply chain yang terdiri dari agility, adaptability, dan alignment. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh G. Dwayne Whitten (2012) yang berjudul “*Triple-A supply chain performance*”, pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa triple-A supply chain memiliki pengaruh positif terhadap kinerja rantai pasokan dan kemudian kinerja rantai pasokan memiliki pengaruh positif kinerja perusahaan yang terdiri dari kinerja keuangan dan kinerja keuangan, pada penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa kinerja rantai pasokan memiliki hubungan yang kuat terhadap kinerja pemasaran dibandingkan dengan kinerja keuangan, akan tetapi kinerja pemasaran memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai pengaruh implementasi triple-a supply chain terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal diantaranya adalah :

1. Dari analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *agility* pada *triple-a supply chain* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kinerja rantai pasokan pada industri kreatif. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa para pelaku industri kreatif pada penelitian ini memiliki kemampuan untuk menanggapi perubahan permintaan atau penawaran jangka pendek dengan cepat.
2. Dari analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *adapbility* pada *triple-a supply chain* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kinerja rantai pasokan pada industri kreatif. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa para pelaku industri kreatif pada penelitian ini tidak memiliki kesadaran untuk menyesuaikan desain rantai pasokan ketika akan menghadapi perubahan pasar.
3. Dari analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *alingment* pada *triple-a supply chain* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kinerja rantai pasokan pada industri kreatif. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa para pelaku industri kreatif pada penelitian ini tidak memiliki cara menetapkan insentif untuk *supply chain partners* yang digunakan untuk memperbaiki kinerja rantai pasokan.

4. Dari hasil Uji t yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa diantara tiga variabel *triple-a supply chain* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kinerja rantai pasokan adalah *agility*.
5. Dari hasil Uji f yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa semua tiga variabel *triple-a supply chain* yang terdiri dari *agility* , *adapbility* , & *alignment* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan.
6. Dari semua variabel *triple-supply chain* dapat dilihat bahwa variabel *agility* memiliki nilai beta paling tinggi yaitu sebesar 0.477. Dapat disimpulkan bahwa variabel *agility* memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif.

5.2 Saran

1. Menurut hasil analisis yang diperoleh membuktikan bahwa *triple-a supply chain* memiliki pengaruh terhadap kinerja rantai pasokan pada industri kreatif namun masih perlu untuk ditingkatkan terutama pada variabel *adapbility* dan *alignment* agar secara maksimal dapat meningkatkan kinerja rantai pasokan pada industri kreatif.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk bisa memperluas pengembalian sampelnya dengan menyempurnakan model yang dilakukan pada peneltian ini agar mendapatkan hasil analisis yang lebih lengkap dan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Abecassis, C. (2006), "Integrating design and retail in the clothing value chain: an empirical study of the organisation of design international", *Journal of Operations & Production Management*, Vol. 26 No. 4, pp. 412-28.

Anggraeni, Widya. (2009), "Pengukuran Kinerja Pengelolaan Rantai Pasokan Pada PT.Crown Closures Indonesia" *Jurnal. Jakarta: Universitas Gunadarma.*

Ballou, R., Gilbert, S. and Mukherjee, A. (2000), "New managerial challenges from supply chain opportunities", *IEEE Engineering Management Review*, Vol. 29 No. 1, pp. 7-16.

Cavinato, J.L. (2004), "Supply chain logistics risks: from the back room to the board room", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 34 No. 5, pp. 383-7.

Christopher, M., Lowson, R. and Peck, H. (2004), "Creating agile supply chains in the fashion industry", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 32 Nos 8/9, pp. 367-77.

Chopra, S. and Sodhi, M.S. (2004), "Managing risk to avoid supply chain breakdown", *Sloan Management Review*, Vol. 46 No. 1, pp. 53-61.

G. Dwayne Whitten Kenneth W. Green Jr Pamela J. Zelbst (2012) "Triple-A supply chain Performance". *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 32 Iss 1 pp. 28 – 48.

Ellegaard, C. (2008), "Supply risk management in a small company perspective", *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol. 13 No. 6, pp. 425-34.

Finch, P. (2004), "Supply chain risk management", *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol. 9 No. 2, pp. 183-96.

Fisher, M.L. (1997), "What is the right supply chain for your product?", *Harvard Business Review*, Vol. 75 No. 2, pp. 105-16.

Gunasekaran, A., Korukonda, A.R., Virtanen, I. and Yli-Olli, P. (1994), "Improving productivity and quality in manufacturing organizations", *International Journal of Production Economics*, Vol. 36 No. 2, pp. 169-83.

Gunawan Dewi, Rina. 2016. "Analisis Pengaruh *Implementasi Supply Chain Management* terhadap kinerja perusahaan" *Skripsi. Yogyakarta: UII*.

Harland, C.M. (1996), "Supply chain management: relationships, chains and networks", *British Journal of Management*, Vol. 7, pp. 63-80 (special issue).

Khan, O., Christopher, M. and Burnes, B. (2008), "The impact of product design on supply chain risk: a case study", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 38 No. 5, pp. 412-32.

Khan, O. and Creazza, A. (2009), "Managing the product design-supply chain interface: towards a roadmap to the design centric business", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 39 No. 4, pp. 301-19.

Lee, H.L. (2004), "The triple-A supply chain", *Harvard Business Review*, Vol. 82 No. 10, pp. 102-12.

Lin, yong and Zhou, li (2010) , The impact of product design supply chain risk: a case study , *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* Vol. 41 No. 2.

Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Desertasi dan Karya Ilmiah, Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Puspandiyah, Dike. 2016. “Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap kinerja operasional bengkel AHASS”. *Skripsi. Yogyakarta: UII*.

Rao, S. and Goldsby, T.J. (2009), “Supply chain risks: a review and typology”, *The International Journal of Logistics Management*, Vol. 20 No. 1, pp. 97-123.

Shub, A.N. and Stonebraker, P.W. (2009), “The human impact on supply chains: evaluating the importance of ‘soft’ areas on integration and performance”, *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol. 14 No. 1, pp. 31-40.

Swafford, P.M., Ghosh, S. and Murthy, N. (2008), “Achieving supply chain agility through IT integration and flexibility”, *International Journal of Production Economics*, Vol. 116 No. 2, pp. 288-97.

LAMPIRAN

Lampiran I

Kuisisioner penelitian

Kepada :

Yth.Bapak/Ibu/Saudara/i

Dalam rangka mencari data untuk penelitian yang berjudul “ Pengaruh implementasi *Triple-A supply chain* terhadap kinerja rantai pasokan “ , maka saya memohon bantuan serta kesediaannya Saudara/i untuk mengisi angket ini.

Tidak terdapat maksud apa-apa dibalik pengisian angket ini, karena hanya bertujuan untuk keperluan atau kepentingan penelitian dan tidak disajikan ke pihak luar, serta kerahasiaan dalam mengisi angket ini terjamin sepenuhnya. Oleh karena itu, jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan dengan jujur dan terbuka sangat membantu kami. Atas partisipasi dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi angket tersebut saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya

Akbar Adi Wibowo

IDENTITAS RESPONDEN

Mohon diisi semua pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda silang pada jawaban yang paling sesuai.

1. Nama responden :
2. Nama perusahaan :
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki b. perempuan
4. Jenis usaha :
5. Umur perusahaan :
6. Pangsa pasar perusahaan : a. Lokal b. Nasional c. Internasional

PETUNJUK PENGISIAN

Beri tanda \surd pada kolom jawaban yang sesuai dengan keadaan perusahaan anda

SS (Sangat Setuju)

S (Setuju)

N (Normal)

TS (Tidak Setuju)

STS (Sangat Tidak Setuju)

No.	Pertanyaan (Adability)	Pilihan Jawaban				
No.	Pertanyaan (Agiltiy)	SS	S	N	TS	STS
1	Perusahaan ini memantau ekonomi di seluruh dunia untuk menemukan basis dan pasar pasokan baru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	Perusahaan ini menggunakan perantara untuk mengembangkan pemasok segar dan infrastruktur logistik, angkan hubungan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Perusahaan ini mengevaluasi kebutuhan konsumen akhir tidak hanya pelanggan langsung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Perusahaan ini membangun buffer persediaan dengan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Perusahaan ini menciptakan design produk yang flexibel mempertahankan persediaan komponen yang murah tapi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Perusahaan ini menentukan di mana produk perusahaan berdiri dalam hal siklus teknologi dan siklus hidup produk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	andal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Perusahaan ini menyusun rencana kontingensi dan mengembangkan tim manajemen krisis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No.	Pertanyaan (Alingement)	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Perusahaan ini menukar informasi dan Pengetahuan secara bebas dengan vendor dan pelanggan					
2	Perusahaan ini meletakkan peran, tugas, dan tanggung jawab yang jelas bagi pemasok dan pelanggan					
3	Perusahaan ini secara adil menanggung risiko, biaya, dan keuntungan dari inisiatif perbaikan					

No.	Pertanyaan (Kinerja rantai pasokan)	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk memberikan produk tanpa cacat kepada pelanggan akhir					
2	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan bernilai lebih kepada pelanggan akhir					
3	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk membatalkan pesanan yang rusak dan tidak lengkap ke pelanggan akhir					
4	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk merespon dan memecahkan masalah pelanggan dengan cepat					
5	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk mengantarkan produk secara tepat waktu kepada pelanggan akhir					
6	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki					

	kemampuan untuk memberikan jumlah yang sesuai kepada pelanggan akhir					
7	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk mengirimkan kiriman dengan ukuran variabel secara sering kepada pelanggan akhir					
8	rantai pasokan perusahaan anda mendukung pengiriman partai kecil ke pelanggan akhir					
9	Rantai pasokan pada organisasi anda memiliki kemampuan untuk meminimalkan total biaya produk kepada pelanggan akhir					
10	Rantai pasokan pada perusahaan anda memiliki kemampuan untuk meminimalkan					
11	perusahaan anda mampu meminimalisir jumlah safety stock yang diperlukan di sepanjang proses rantai pasokan					

Lampiran 2

Rekapitulasi data penelitian

No	Agility						X1	Adapbility					X2	Alingment				X3	Kinerja Rantai Pasokan												
	a1	a2	a3	a4	a5	a6		a7	a8	a9	a10	a11		a12	a13	a14	a15		a16	a17	a18	a19	a20	a21	a22	a23	a24	a25	Y		
1	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
2	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3.8	4	4	3	3.6	4	4	5	5	3	3	4	4	4	5	3	4		
3	4	4	3	4	3	2	3.3	2	2	4	4	3	3	4	3	4	3.6	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3.6		
4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3.8	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4.2		
5	5	5	3	2	5	5	4.1	5	5	3	5	5	4.6	5	5	5	5	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4	3	3.8		
6	5	5	4	4	4	4	4.3	3	3	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4.7		
7	5	5	2	2	4	4	3.6	3	2	5	5	4	3.8	4	4	5	4.3	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4.6		
8	5	5	4	5	5	5	4.8	3	2	5	4	4	3.6	4	4	5	4.3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
9	3	4	2	2	3	3	2.8	2	3	2	3	4	2.8	4	3	3	3.3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	4	3	3		
10	4	3	3	5	2	3	3.3	3	2	5	5	4	3.8	1	3	5	3	4	5	3	5	3	5	3	3	4	4	5	4		
11	5	4	3	5	4	5	4.3	3	3	4	5	5	4	5	4	5	4.6	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4.7		
12	5	5	3	4	4	4	4.1	5	4	5	5	5	4.8	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4.9	
13	5	5	2	3	5	5	4.1	5	5	5	4	4	4.6	3	5	5	4.3	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4.1		
14	5	5	2	2	5	4	3.8	3	4	4	4	4	3.8	2	5	4	3.6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4.8	
15	4	3	2	2	4	4	3.1	2	4	4	4	4	3.6	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4.4		
16	5	5	4	5	5	4	4.6	2	1	5	5	5	3.6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
17	5	5	3	5	5	5	4.6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	5	5	5	4.4		
18	4	4	3	3	4	4	3.6	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4.1		
19	4	5	3	5	3	3	3.8	4	2	3	4	3	3.2	4	4	3	3.6	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4.5		
20	3	3	2	4	4	2	3	5	5	5	2	4	4.2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	2	5	3	3.7		
21	4	4	2	4	4	3	3.5	3	3	4	2	3	3	3	2	2	2.3	5	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3.6		
22	5	5	5	5	5	4	4.8	3	3	5	5	5	4.2	4	5	5	4.6	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4.8		
23	4	4	3	3	3	4	3.5	5	4	4	4	4	4.2	3	4	4	3.6	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4.3		
24	4	3	3	5	3	4	3.6	5	5	4	5	2	4.2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3.7		

25	4	3	4	3	3	2	3.1	3	4	3	2	3	3	2	4	2	2.6	3	2	3	3	2	4	4	5	5	5	4	3.6	
26	5	3	2	3	3	3	3.1	5	2	2	4	2	3	1	3	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3.9
27	3	5	4	4	4	2	3.6	3	4	3	4	2	3.2	3	3	2	2.6	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4.3
28	5	4	2	3	4	3	3.5	4	3	4	4	4	3.8	2	4	4	3.3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	3	3	4
29	3	3	4	4	3	3	3.3	3	4	5	5	3	4	4	3	4	3.6	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.2
30	3	4	5	5	2	2	3.5	5	3	4	4	2	3.6	2	3	4	3	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4.1

Lampiran 3

Uji Validitas & Reliabilitas

Uji Validitas *Agility*

Inter-Item Correlation Matrix

	a1	a2	a3	a4	a5	a6	agility
a1	1.000	.479	-.119	-.042	.607	.705	.673
a2	.479	1.000	.188	.040	.640	.450	.723
a3	-.119	.188	1.000	.573	-.081	-.104	.430
a4	-.042	.040	.573	1.000	-.108	-.013	.459
a5	.607	.640	-.081	-.108	1.000	.652	.698
a6	.705	.450	-.104	-.013	.652	1.000	.711
agility	.673	.723	.430	.459	.698	.711	1.000

Uji Validitas *Adapbility*

Inter-Item Correlation Matrix

	ad1	ad2	ad3	ad4	ad5	adapbility
ad1	1.000	.515	.000	.059	-.081	.575
ad2	.515	1.000	.036	-.127	.045	.574
ad3	.000	.036	1.000	.363	.446	.600
ad4	.059	-.127	.363	1.000	.330	.527
ad5	-.081	.045	.446	.330	1.000	.572
adapbility	.575	.574	.600	.527	.572	1.000

Uji Validitas *Alingment*

Inter-Item Correlation Matrix

	a11	a12	a13	alingment
a11	1.000	.390	.182	.755
a12	.390	1.000	.467	.784
a13	.182	.467	1.000	.705
alingment	.755	.784	.705	1.000

Uji Validitas Kinerja rantai pasokan

Inter-Item Correlation Matrix

	k1	k2	k3	k4	k5	k6	k7	k8	k9	k10	k11	supplychain
k1	1.000	.757	.524	.328	.510	.228	.240	.165	.057	-.075	.255	.597
k2	.757	1.000	.610	.529	.548	.257	.295	-.061	.038	.012	.482	.670
k3	.524	.610	1.000	.615	.378	.187	.565	.187	.351	.355	.484	.794
k4	.328	.529	.615	1.000	.420	.178	.295	.356	.308	.267	.311	.692
k5	.510	.548	.378	.420	1.000	.410	.337	.312	.290	-.093	.225	.642
k6	.228	.257	.187	.178	.410	1.000	.369	.144	.355	.322	.459	.555
k7	.240	.295	.565	.295	.337	.369	1.000	.245	.358	.479	.500	.695
k8	.165	-.061	.187	.356	.312	.144	.245	1.000	.251	.351	-.012	.426
k9	.057	.038	.351	.308	.290	.355	.358	.251	1.000	.304	.344	.553
k10	-.075	.012	.355	.267	-.093	.322	.479	.351	.304	1.000	.362	.474
k11	.255	.482	.484	.311	.225	.459	.500	-.012	.344	.362	1.000	.645
supplychain	.597	.670	.794	.692	.642	.555	.695	.426	.553	.474	.645	1.000

Uji Reliabilitas Agility

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.741	.797	7

Uji Reliabilitas Adapbility

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.714	.716	6

Uji Reliabilitas Alingment

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.797	.829	4

Uji Reliabilitas Kinerja Rantai pasokan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.753	.873	12

Lampiran 4

Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.065	.577		3.578	.001
X1	.406	.183	.477	2.217	.036
X2	.093	.166	.112	.563	.579
X3	.063	.153	.097	.412	.684

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 5

Uji F dan Uji T

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.378	3	.793	5.340	.005 ^b
	Residual	3.860	26	.148		
	Total	6.238	29			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.065	.577		3.578	.001
	X1	.406	.183	.477	2.217	.036
	X2	.093	.166	.112	.563	.579
	X3	.063	.153	.097	.412	.684

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 6

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	4.2000000
	Std. Deviation	.28637809
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.099
	Negative	-.109
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.065	.577		3.578	.001
	agility	.406	.183	.477	2.217	.036
	adapbility	.093	.166	.112	.563	.579
	alingment	.063	.153	.097	.412	.684

a. Dependent Variable: supplychain

Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.617 ^a	.381	.310	.38529	1.740

a. Predictors: (Constant), alingment, adapbility, agility

b. Dependent Variable: supplychain

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.065	.577		3.578	.001		
	agility	.406	.183	.477	2.217	.036	.515	1.942
	adapbility	.093	.166	.112	.563	.579	.599	1.669
	alingment	.063	.153	.097	.412	.684	.428	2.337

a. Dependent Variable: supplychain

Lampiran 7

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.617 ^a	.381	.310	.38529

a. Predictors: (Constant), alingment, adapbility, agility