

PENGARUH *INNOVATION CAPABILITY, BUSINESS INTELLIGENCE, STRATEGIC AGILITY* DAN *SUPPLY CHAIN AGILITY* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

PENGARUH KEMAMPUAN INOVASI, INTELIJEN BISNIS KELINCAHAN STRATEGIS DAN KELINCAHAN RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

(Studi pada Industri Sepeda Motor Indonesia)



HERU PURWANTO

9917919020

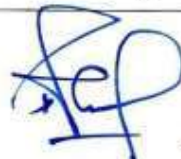


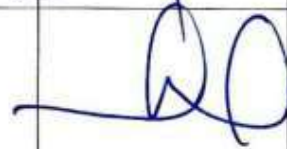


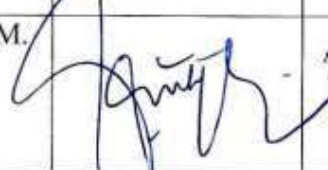
*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

Disertasi yang ditulis untuk Memenuhi sebagian Persyaratan
untuk Mendapatkan Gelar Doktor

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2024**

**BUKTI PERSETUJUAN HASIL PERBAIKAN DISERTASI
SETELAH UJIAN TERTUTUP**

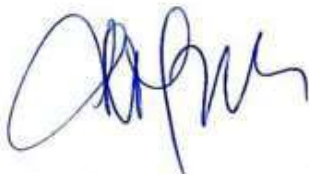
Nama Mahasiswa : Heru Purwanto
No Registrasi : 9917919020
Program Studi : Ilmu Manajemen

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus. (Ketua)		09-12-2023
2	Prof. Dr. Hamidah, SE., M.Si. (Sekretaris)		15/11-23
3	Prof. Dr. Harya Kuncara Wiralaga, SE., M.Si. (Promotor)		13/11/2023
4	Prof. Dr. Ari Saptono, SE, M.Pd. (Kopromotor)		09/11/2023
5	Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M (Penguji)		2 November 2023
6	Dr. Karuniana Dianta A. Sebayang, S.IP., M.E. (Penguji)		09/11/2023
7	Prof. Dr. Engkos Achmad Kuncoro, S.E., M.M. (Penguji Luar)		24 Oktober 2023

**PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI
DIPERSYARATKAN UNTUK UJIAN TERBUKA/ PROMOSI DOKTOR**

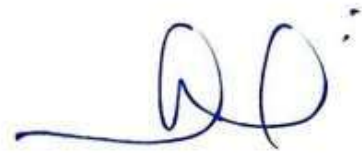
Promotor

Kopromotor



Prof. Dr. Harya Kuncara Wiralaga, SE., M.Si.

Tanggal: 13/11/2023



Prof. Dr. Ari Saptono, SE, M.Pd.


Tanggal: 09/11/2022

NAMA

TANDA TANGAN

TANGGAL

Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus
(Ketua)¹



04-12-2023

Prof. Dr. Hamidah, SE., M.Si
(Sekretaris)²



15-11-23

Nama : Heru Purwanto

No. Registrasi : 9917919020

Program Studi : Ilmu Manajemen

Tgl. Lulus :

ABSTRAK

Mengembangkan *business intelligence*, *innovation capability*, dan *agility* adalah hal yang penting dilakukan perusahaan dalam menghadapi disrupsi lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel *business intelligence*, *innovation capability*, *strategic agility* dan *supply chain agility* terhadap kinerja perusahaan dan mengetahui saling interaksi antar variabel-variabel penelitian tersebut pada industri sepeda motor di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan melakukan *proportional random sampling* terhadap manajer, *general manager* dan direktur perusahaan OEM dan *supplier tier 1* pada industri sepeda motor Indonesia. Model dan hipotesis diuji dengan menggunakan 208 data dari industri sepeda motor Indonesia dan diolah menggunakan metodologi *structural equations modeling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sekalipun pengaruh langsungnya tidak signifikan, tetapi *business intelligence* merupakan variabel yang memiliki total pengaruh terbesar terhadap kinerja organisasi melalui mediasi penuh *supply chain agility* dan gabungan *strategic agility* dengan *supply chain agility*. *Supply chain agility* merupakan variabel yang memberikan pengaruh langsung positif terbesar terhadap kinerja perusahaan, sementara itu berbeda dengan temuan penelitian sebelumnya, didapati *strategic agility* tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan, sehingga dalam kondisi saat ini disarankan industri sepeda motor lebih fokus pada *supply chain agility* dibandingkan *strategic agility*. Didapatkan juga bahwa *innovation capability* memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, tetapi memiliki pengaruh yang tidak signifikan melalui mediasi *strategic agility* maupun *supply chain agility*. Terakhir, didapatkan bahwa *strategic agility* memberikan pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap *supply chain agility*. Temuan penelitian juga mengkonfirmasi pentingnya organisasi memiliki *dynamic capability* supaya dapat mengintegrasikan, mengkonfigurasi dan menyebarkan *ordinary capability* yang lain sehingga lebih baik dalam merasakan, menangkap peluang, menghindari ancaman, dan mempertahankan *competitive advantage* organisasi pada kondisi lingkungan yang mengalami disrupsi. Implikasi untuk manajer dan akademisi dibahas dan keterbatasan penelitian ditunjukkan di makalah ini.

Kata Kunci: Manajemen Strategis, Kinerja Perusahaan, *Supply Chain Agility*, *Strategic Agility*, *Innovation*, *Business Intelligence*, Industri Sepeda Motor, Studi Empirik.

ABSTRACT

Developing business intelligence, innovation capability and agility are important things for companies to do in facing environmental disruption. This research aims to determine the influence of the variables business intelligence, innovation capability, strategic agility and supply chain agility on company performance and determine the interactions between these research variables in the motorcycle industry in Indonesia. The research was conducted by conducting proportional random sampling of managers, general managers and directors of OEM companies and tier 1 suppliers in the Indonesian motorbike industry. The model and hypothesis were tested using 208 data from the Indonesian motorbike industry and processed using structural equations modeling methodology. The research results show that even though the direct influence is not significant, business intelligence is the variable that has the greatest total influence on organizational performance through the full mediation of supply chain agility and the combination of strategic agility with supply chain agility. Supply chain agility is the variable that has the greatest direct positive influence on company performance. Meanwhile, in contrast to previous research findings, it was found that strategic agility does not have a significant direct influence, so in current conditions it is recommended that the motorcycle industry focus more on supply chain agility than strategic agility. It was also found that innovation capability has a positive and significant direct influence on company performance, but has an insignificant influence through the mediation of strategic agility and supply chain agility. Finally, it was found that strategic agility had a direct positive and significant influence on supply chain agility. Research findings also confirm the importance of organizations having dynamic capabilities so that they can integrate, configure and deploy other ordinary capabilities so that they are better at sensing, capturing opportunities, avoiding threats, and maintaining the organization's competitive advantage in environmental conditions experiencing disruption. Implications for managers and academics are discussed and research limitations are pointed out in this paper.

Keywords: *Strategic Management, Firm Performance, Supply Chain Agility, Strategic Agility, Innovation, Business Intelligence, Motorcycle Industry, Empirical Studies.*

Memartabatkan Bangsa

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Heru Purwanto
NIM : 9917919020
Jenjang : S3 (Doktor)
Program Studi : Ilmu Manajemen - Manajemen Strategik
Judul : Pengaruh Innovation Capability, Business Intelligence, Strategic Agility, dan Supply Chain Agility terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Industri Sepeda Motor Indonesia)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Disertasi ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Doktor baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Disertasi ini bukan saduran/ terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan promotor, kopromotor dan dewan penguji.
3. Disertasi ini ditulis dengan kaidah-kaidah ilmiah dan belum pernah dipublikasikan
4. Semua disertasi dan penelitian yang relevan yang dikutip dalam disertasi ini dicantumkan pada daftar pustaka

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 27 Oktober 2023



Heru Purwanto

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Heru Purwanto
NIM : 9917919020
Jenjang : S3 (Doktor)
Program Studi : Ilmu Manajemen
Angkatan : 2019
Semester : 119 (Ganjil) Tahun Akademik 2023/2024

Dengan ini menyatakan bahwa persetujuan ujian terbuka dan perbaikan ujian tertutup untuk pemberkasan yudisium dan wisuda adalah benar tanda tangan dan sudah mendapatkan persetujuan oleh komisi penguji. Apabila saya melanggar pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi dari Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 27 Oktober 2023
Yang membuat pernyataan,



(Heru Purwanto)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : HERU PURWANTO
NIM : 9917919020
Fakultas/Prodi : PASCA SARJANA DOKTRAL / ILMU MANAJEMEN
Alamat email : hpl4jc@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH INNOVATION CAPABILITY, BUSINESS INTELLIGENCE,
STRATEGIC ABILITY, DAN SUPPLY CHAIN ABILITY TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN,

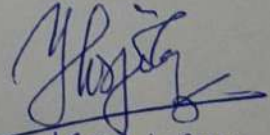
Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta 22. JANUARI - 2024

Penulis


(HERU PURWANTO)
nama dan tanda tangan

RINGKASAN PENELITIAN

1. Pendahuluan

Seperti industri lain di dunia, industri sepeda motor Indonesia juga mengalami disrupsi akibat perubahan lingkungan industri (Bereznoy, 2017; Matthysen & Harris, 2018). Setelah mengalami puncak penjualan di periode tahun 2011 - 2014 di mana penjualan sepeda motor domestik berkisar antara 7 juta - 8 juta unit/ tahun, penjualan terus turun pada periode tahun 2015 - 2019 di mana penjualan berkisar antara 5 juta - 6 juta unit /tahun saja (AISII, 2021), bahkan pada tahun 2020 akibat pandemic Covid -19, penjualan motor turun dari 6,5 juta unit menjadi 3,7 juta unit/ tahun. Industri pengolahan termasuk industri otomotif masih menjadi kontributor terbesar terhadap *product domestic bruto* (PDB) nasional, dengan rata-rata sebesar 20 persen tiap tahunnya dan menyerap sebanyak 17,5 juta orang tenaga kerja. Sektor kendaraan roda dua dan tiga terdapat 26 perusahaan dengan nilai investasi Rp10,05 triliun, kapasitas produksi sebesar 9,53 juta unit per tahun, dan menyerap tenaga kerja langsung hampir 32 ribu orang dan lebih dari 1,5 juta orang yang bekerja pada industri sepeda motor (Kumala, 2020). Selain itu, produksi kendaraan bermotor dalam negeri juga menembus pasar ekspor ke banyak negara. Pada tahun 2020, ekspor sepeda motor mencapai 810.433 unit. Mengingat betapa besarnya dampak industri ini pada perekonomian nasional, sangat disayangkan sangat sedikit penelitian empiris di Indonesia maupun di dunia yang membahas kinerja industri sepeda motor. Banyak peneliti telah meneliti kinerja UKM (Basuki *et al.*, 2021; Benzidia & Makaoui, 2020; Ogunleye *et al.*, 2021), kinerja provider telekomunikasi (Kurniawan *et al.*, 2020; Clauss *et al.*, 2019), kinerja *supply chain* pertambangan (Chatchawanchanchanakij *et al.*, 2019; Naway & Rahmat, 2019; Moryadee & Jitt-Aer, 2020), kinerja logistik & transportasi (Guner *et al.*, 2019; Ju *et al.*, 2019; Kalkan & Aydın, 2020), kinerja *general manufacture* (Al Taweel & Al-Hawary, 2021; Arokodare *et al.*, 2020; Wamba *et al.*, 2019; Tarigan *et al.*, 2021), kinerja otomotif roda empat (Aisyah *et al.*, 2021; Ashrafi *et al.*, 2019; Khalfallah & Lakhal, 2021; Delic & Eyers, 2020), tetapi tidak ditemukan penelitian empiris yang membahas kinerja industri sepeda motor, kecuali Vasuvanich *et al.* (2020).

Untuk lebih mendalami dinamika industri sepeda motor di Indonesia, pada bulan April 2021, penulis melakukan *survey* terhadap 43 manajemen senior di perusahaan perakitan sepeda motor terkemuka di Indonesia, mengenai apakah yang menjadi tantangan terbesar bagi industri sepeda motor Indonesia saat ini, dan didapati bahwa tantangan terbesar industri sepeda motor saat ini adalah motor listrik, perubahan perilaku *customer*, *sharing ride*, *smart & connected vehicle*, *over capacity* dan gangguan *supply chain* (Purwanto, 2021). Kemudian dengan menggunakan tool manajemen *house of quality* (Chadawada, et al., 2015; Lam & Dai, 2015) penulis memilih empat dari sepuluh kelompok inovasi manajemen yang dapat diteliti dan diimplementasikan untuk menghadapi disrupsi pada lingkungan industri (Millar et al., 2018), yakni *strategic agility*, *supply chain agility*, *innovation capability* dan *business intelligence*, yang jika diaplikasikan akan memberi kemampuan terbesar bagi industri sepeda motor untuk menjawab disrupsi lingkungan dan pada gilirannya akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Peneliti- peneliti terdahulu telah banyak membahas dampak *strategic agility* terhadap kinerja organisasi saja (Clauss et al., 2019; Chan & Muthuveloo, 2019; Omoush, 2020), dampak *supply chain agility* terhadap kinerja organisasi saja (Hwang & Kim, 2018; Dhaigude & Kapoor, 2017; Sheel & Nath 2019), dampak *innovation capability* terhadap kinerja organisasi saja (Ferreiraa et al., 2020; Singh et al., 2019; Migdadi et al., 2017) maupun dampak *business intelligence* terhadap kinerja organisasi saja (Božič, 2019; Abusweilem & Abualoush, 2019; Yiu et al., 2020). Padahal dibutuhkan sinergi antar beberapa kelompok inovasi manajemen yang ada jika ingin menjawab disrupsi lingkungan industri dengan lebih baik. Sejauh penelusuran *literature*, variabel-variabel *innovation capability*, *bussiness intelligence*, *strategic agility* dan *supply chain agility* dalam konteks penelitian empiris tidak pernah dibahas secara bersama- sama dalam satu makalah penelitian. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk membangun lebih banyak keseimbangan dan gambaran yang didasarkan secara empiris dari kegiatan *innovation capability*, *bussiness intelligence*, *strategic agility* dan *supply chain agility* dalam perspektif industri sepeda motor Indonesia, yang belum sepenuhnya diuji dalam *literature*, dan menggunakan hasil penelitian tersebut untuk menghadapi disrupsi di lingkungan industri.

2. Kajian Pustaka

2.1 Kerangka Teoretis

Mengejar keunggulan kompetitif merupakan ide yang menjadi inti dari sebagian besar literatur manajemen strategis organisasi. Untuk mencapainya dibutuhkan seni dan ilmu dalam memindai lingkungan, memformulasi strategi, mengimplementasikan strategi, mengevaluasi dan mengontrol keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan jangka panjangnya (David & David, 2017; Witcher, 2020; Wheelen & Hunger, 2018). *Resource-based theory* menyatakan bahwa dalam manajemen strategis, sumber dan pendorong fundamental bagi keunggulan kompetitif dan kinerja yang unggul terutama terkait dengan atribut *resources* dan *capability* mereka yang berharga dan terlalu mahal untuk diduplikasi (Barney, 1986, 1991, 2001; Mills *et al.*, 2003; Peteraf & Bergen, 2003). Dalam perkembangannya, *capabilities* dalam konteks RBV ini lebih dikenal sebagai *ordinary capability* (Helfat & Peteraf, 2003; Teece, 2012; Wilden *et al.*, 2013; Teece *et al.*, 2016; Schoemaker, 2018). Dalam penelitian ini penulis memandang *innovation capability* dan *business intelligence* dalam lensa teori *resource based view* sehingga *innovation capability* (Camisón & Villar-López, 2014; Pavlou & El Sawy, 2011) dan *business intelligence* (Koufteros *et al.*, 2014; Cheng *et al.*, 2020; Ali & Khan, 2019) telah dianggap sebagai *ordinary capability* karena lebih fokus pada pendekatan saat ini dalam mengkonversi *resource* menjadi proposisi nilai, penciptaan nilai, dan penangkapan nilai (Makkonen, 2014).

Memiliki *ordinary capability* saja jarang akan cukup untuk mendukung *sustained competitive advantage*, khususnya di kondisi lingkungan yang *VUCA* dan mereka bahkan dapat mengalihkan perhatian dari mempersiapkan organisasi untuk tantangan masa depan (Nieves & Haller, 2014). *Dynamic capability view* lebih tepat untuk menjelaskan kinerja dalam lingkungan yang dicirikan oleh kompleksitas dan ketidakpastian (Yu *et al.*, 2018). *Dynamic capability* memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi konfigurasi yang menguntungkan dari kompetensi dan aset, merakit dan mengaturnya, dan kemudian mengeksploitasi mereka dengan organisasi yang inovatif dan *agile* (Teece, 2014).

Terdapat konsensus umum bahwa *agility* dalam semua konteks adalah elemen penting untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan terutama pada saat terjadi perubahan lingkungan yang VUCA (Al Taweel & Al-Hawary, 2021; Battour *et al.*, 2021; Reed, 2020; Khalfallah & Lakhal, 2021; Gey *et al.*, 2020; El-Khalil & Mezher, 2020; Wamba *et al.*, 2019; Delic & Evers, 2020; Srimarut & Mekhum, 2020; Felipe *et al.*, 2020) dan khususnya pandemi Covid19 (Tamtam & Tourabi, 2021; Nickel & Schliebener, 2021; Bundtzen & Hinrichs, 2021; Tarigan *et al.*, 2021). Selain memberi dampak langsung terhadap keunggulan kompetitif, dalam penelitian ini *agility* baik *supply chain agility* maupun *strategic agility* juga dipandang sebagai *higher order capability* yang salah satu perannya adalah memperbarui dan mengkonfigurasi ulang *ordinary capability* (Braunscheidel & Suresh, 2009; Vanpoucke *et al.*, 2014; Chan *et al.*, 2017) menjadi produk dan proses yang inovatif (Makkonen, 2014; Pavlou & El Sawy, 2011) dan berperan sebagai mediator (Wang *et al.* 2015) antara *ordinary capability* dan kinerja organisasi. Dengan fondasi yang berasal dari teori *resources based view*, pandangan *dynamic capability* mengatakan bahwa peningkatan kinerja organisasi datang dari dua jenis *organizational capability*: *dynamic capability* dan *ordinary capability* (Cepeda dan Vera 2007; Fawcett *et al.* 2011), sehingga kedua jenis *capability* ini akan diteliti dampaknya terhadap kinerja organisasi.

2.2 Hipotesis

Berdasarkan *theoretical framework* di atas dan berdasarkan berbagai literatur yang diteliti, dibuatlah hipotesis sebagai berikut:

- **Hipotesis 1 (H₁):** *Innovation Capability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja perusahaan.
- **Hipotesis 2 (H₂):** *Business Intelligence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.
- **Hipotesis 3 (H₃):** *Strategic Agility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.
- **Hipotesis 4 (H₄):** *Supply Chain Agility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.
- **Hipotesis 5 (H₅):** *Innovation Capability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Strategic Agility*.

- **Hipotesis 6 (H₆):** *Business Intelligence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Strategic Agility*.
- **Hipotesis 7 (H₇):** *Innovation Capability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Supply Chain Agility*.
- **Hipotesis 8 (H₈):** *Business Intelligence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Supply Chain Agility*.
- **Hipotesis 9 (H₉):** *Strategic Agility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Supply Chain Agility*.
- **Hipotesis 10 (H₁₀):** *Strategic Agility* memediasi pengaruh *Innovation Capability* terhadap Kinerja Perusahaan
- **Hipotesis 11 (H₁₁):** *Supply Chain Agility* memediasi pengaruh *Business Intelligence* terhadap Kinerja Perusahaan
- **Hipotesis 12 (H₁₂):** *Strategic Agility* memediasi pengaruh *Business Intelligence* terhadap Kinerja Perusahaan
- **Hipotesis 13 (H₁₃):** *Supply Chain Agility* memediasi pengaruh *Innovation Capability* terhadap Kinerja Perusahaan
- **Hipotesis 14 (H₁₄):** *Strategic Agility* memediasi pengaruh *Innovation Capability* terhadap *Supply Chain Agility*
- **Hipotesis 15 (H₁₅):** *Strategic Agility* memediasi pengaruh *Business Intelligence* terhadap *Supply Chain Agility*
- **Hipotesis 16 (H₁₆):** *Supply Chain Agility* memediasi pengaruh *Strategic Agility* terhadap Kinerja Perusahaan
- **Hipotesis 17 (H₁₇):** *Strategic Agility* dan *Supply Chain Agility* memediasi pengaruh *Innovation Capability* terhadap Kinerja Perusahaan
- **Hipotesis 18 (H₁₈):** *Strategic Agility* dan *Supply Chain Agility* memediasi pengaruh *Business Intelligence* terhadap Kinerja Perusahaan

3. Metode Penelitian

3.1. Populasi dan Sampel

Industri sepeda motor dipilih sebagai lokus penelitian karena di dunia belum ada penelitian empiris yang mempelajari kinerja industri sepeda motor. Populasi terjangkau yang dipilih adalah perusahaan *original equipment manufacturer* (OEM) maupun *supplier* dari tiga merek sepeda motor anggota AISI yakni : Honda,

Yamaha, dan Suzuki, karena mewakili lebih dari 99% jumlah sepeda motor domestik yang terjual tiap tahunnya di Indonesia (AISI, 2021), yang meliputi kurang lebih 200 perusahaan. Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan *google form*, di mana *link* kuesioner dikirimkan melalui *email* maupun *whatsapp* kepada pemimpin perusahaan responden, dengan level mulai manajer sampai direktur. Pengumpulan data kuesioner dilakukan mulai 13 Mei 2022 sampai dengan 24 Juli 2022. Terdapat 140 data dari perusahaan *supplier* dan 68 data dari perusahaan OEM yang memberikan jawaban lengkap. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *proportional random sampling* (Sekaran & Bougie, 2020). Proporsi sampel untuk OEM dan *supplier* dilakukan dengan mempertimbangkan proporsi nilai komponen penyusun sepeda motor dan *overall risk management*. Dengan metode di atas, diharapkan populasi yang ditargetkan dapat dipakai untuk menggeneralisasi temuan penelitian ini.

3.2. Instrumen Penelitian

Kuesioner dianggap sebagai salah satu alat utama dan paling umum digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan studi sosial dan manajerial (Al-Hawary & Al-Namlan, 2018; Saunders *et al*, 2019). Kuesioner pada penelitian ini dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama difokuskan untuk mengumpulkan data tentang profil responden (jabatan, pengalaman di posisi manajerial, bidang pekerjaan, jenis perusahaan, jumlah perusahaan OEM yang menjadi pelanggan, jumlah karyawan dan pengalaman perusahaan berkecimpung di dunia industri sepeda motor). Bagian kedua dari kuesioner dibuat untuk mengukur variabel penelitian. Kuesioner penelitian menggunakan skala Likert enam poin (1 = sangat tidak setuju; 6 = sangat setuju). Likert skala 6 dipilih untuk menghindari adanya nilai tengah (*zero point*) pada skala penelitian ini (Edwards, 1957).

Variabel *innovation capability* diukur menggunakan 4 dimensi (*product innovation, process innovation, marketing innovation dan organizational innovation*) dan 16 indikator dari Zhou *et al.* (2019), Migdadi *et al.* (2020), Najafitavani *et al.* (2018), dan Camison (2014). Variabel *business intelligence* diukur menggunakan 3 dimensi (*managerial, technical dan cultural*) dan 16 indikator yang dibuat berdasarkan instrumen penelitian dari Wamba *et al.* (2019), Sangari &

Razmi (2015) dan Gupta & George (2016). Variabel *business intelligence* diukur menggunakan 3 dimensi (*strategic sensitivity*, *resource fluidity*, dan *leadership unity*) dan 11 indikator yang dibuat berdasarkan instrumen penelitian dari Doz & Kosonen (2010), Hock *et al.*(2016), Clauss *et al.* (2019). Variabel *supply chain agility* diukur menggunakan 5 dimensi (*alertness*, *accessibility*, *decisiveness*, *swiftness*, dan *flexibility*) dan 12 indikator yang dibuat berdasarkan instrumen penelitian dari Alam *et al.* (2019), Dubey *et al.* (2018) dan Gligor *et al.* (2013; 2015). Terakhir variabel kinerja organisasi diukur menggunakan 3 dimensi (kinerja operasional, kinerja pasar dan kinerja keuangan) dan 6 indikator yang dibuat berdasarkan instrumen penelitian dari Migdadi (2020), Clauss *et al.* (2019) dan Garcí'a-Alcaraz *et al.* (2019).

Sebelum melakukan pengambilan data menggunakan kuesioner, penulis melakukan beberapa tahapan untuk menyempurnakan kuesioner penelitian. Pada tahap awal, item untuk setiap konstruk kuesioner dipilih berdasar studi pada penelitian terdahulu, kemudian kuesioner diuji dan dimodifikasi berdasarkan hasil diskusi dengan 4 ahli pada topik penelitian. Kemudian dilakukan *pilot study* terhadap 37 responden dari populasi target, tetapi di luar jumlah sampel dan diolah menggunakan *software* SPSS 25. Pengukuran validitas konstruk yang dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , bila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka perbedaan signifikan dan instrument dinyatakan valid (Krabbe, 2017). Nilai r_{hitung} dari 61 indikator penelitian ini berada pada rentang 0,523 – 0,872 yang lebih besar dari $r_{tabel} = 0,325$, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid. Pengujian reliabilitas variabel dilakukan menggunakan uji *cronbach's alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* > 0,60 (Ghozali, 2017). Dari pengujian didapatkan nilai *cronbach's alpha* semua variabel/ konstruk berkisar antara 0,881- 0,968 yang lebih dari 0,60 sehingga instrumen dinyatakan *reliable* dan dapat digunakan.

3.3. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Untuk menguji model dan hipotesis penelitian, penelitian ini menggunakan PLS-SEM dengan menggunakan *software* SmartPLS 3 untuk melakukan analisis inferensial. Tiga metode pemrosesan statistik yang digunakan: *exploratory factor analysis* (EFA) untuk membuat yakin bahwa konstruksi dalam penelitian ini

mencapai struktur sederhana, *confirmatory factor analysis* (CFA) untuk memastikan kualitas kesesuaian model dengan indikator (Hair, 2016), dan SEM untuk menguji hipotesis utama. Efek mediasi diuji menggunakan metode yang dilakukan Baron dan Kenny (1986).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Profil Responden Penelitian

Dari profile responden didapatkan bahwa seluruh responden memiliki jabatan setidaknya dalam posisi manajer di perusahaannya, dengan komposisi terbesar jabatan manajer sebanyak 77,4%. Sebagian besar responden (86,6%) telah menduduki posisi manajemen diperusahaannya dalam waktu di atas 3 tahun. Bidang pekerjaan terbesar responden adalah bagian *marketing* (31,7%) dan operasional (30,8%). Berdasarkan jenis perusahaan, 67,3% responden merupakan karyawan perusahaan *supplier* dan 32,7% merupakan karyawan perusahaan OEM. Sebagian besar perusahaan *supplier* (75%) men-*supply* komponen kepada dua perusahaan sepeda motor atau lebih. Dari data total jumlah karyawan, 95,2% perusahaan memiliki karyawan di atas 100 orang. Terakhir, 95,7% perusahaan telah bergerak di bidang otomotif lebih dari 10 tahun.

4.2. Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan menggunakan pendekatan *confirmatory factor analysis* (CFA) dua tingkat. Tujuannya untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen setiap variabel. Tingkat pertama (*first order*) menunjukkan hubungan antara indikator dan dimensinya, sedangkan tingkat kedua (*second order*) menunjukkan hubungan antara dimensi dengan variabel penelitian. Dari *first order* CFA diperoleh indikator IC-10, STA-1, SCA-12 memiliki *loading* kurang dari 0,7 (Hair, 2021) sehingga dikeluarkan dari data penelitian. Berikutnya *second order* CFA dilakukan untuk memperkirakan validitas dan reliabilitas dari 18 dimensi. Uji *second order* CFA dilakukan dengan uji validitas konstruk dan uji reliabilitas konstruk. Validitas konstruk dapat dilihat dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen model ini dianggap baik karena memiliki nilai *loading factor* antara 0,812 -0,951 yang lebih besar dari 0,7 demikian juga nilai AVE variabel penelitian memiliki nilai 0,514 -0,695 yang lebih besar

dari 0,5. Validitas diskriminan dianggap baik karena akar kuadrat AVE masing-masing konstruk lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk tersebut dan indikator *factor loading* pada konstruk yang diperiksa bernilai lebih tinggi dari semua loading konstruk lainnya, dengan syarat nilai *cut-off factor loading* lebih tinggi dari 0.70. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai - nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* tiap konstruk dengan ketentuan nilai di atas 0,7. Pada penelitian ini nilai *Composite Reliability* berada pada rentang 0,912-0,956 dan *Cronbach's Alpha* pada rentang 0,932 -0,963 sehingga model dianggap reliabel.

4.3 Evaluasi Model Struktural

Untuk menguji hipotesis studi saat ini, SEM digunakan untuk memastikan efisiensi model dengan kesesuaiannya dengan data. Hasil model fit yang diperoleh dengan menggunakan nilai $p < 0,5$ adalah: SRMR = 0,066 (*good fit*), $d_ULS = 31,34$ (*good fit*); $d_G = n/a$, *Chi-Square = infinite*, NFI = *n/a* dan $rms\ Theta = 0,142$ (*marginal fit*). Dengan demikian, hasil model fit menunjukkan bukti tak terbantahkan bahwa model yang dimiliki memadai dan sesuai dengan data.

4.4. Uji Hipotesis

Setelah memverifikasi kecocokan model, penelitian ini menguji efek langsung dan tidak langsung antara variabel seperti terlihat dibawah ini:

- **H1:** Koef. pengaruh= 0,281; $T_{statistik.} = 2,595 \rightarrow$ Hipotesis diterima
- **H2:** Koef. pengaruh= 0,141; $T_{statistik.} = 0,888 \rightarrow$ Hipotesis ditolak
- **H3:** Koef. pengaruh= 0,009; $T_{statistik.} = 0,064 \rightarrow$ Hipotesis ditolak
- **H4:** Koef. pengaruh= 0,354; $T_{statistik.} = 2,655 \rightarrow$ Hipotesis diterima
- **H5:** Koef. pengaruh= 0,238; $T_{statistik.} = 3,313 \rightarrow$ Hipotesis diterima
- **H6:** Koef. pengaruh= 0,687; $T_{statistik.} = 10,121 \rightarrow$ Hipotesis diterima
- **H7:** Koef. pengaruh= -0,023; $T_{statistik.} = 0,395 \rightarrow$ Hipotesis ditolak
- **H8:** Koef. pengaruh= 0,437; $T_{statistik.} = 4,511 \rightarrow$ Hipotesis diterima
- **H9:** Koef. pengaruh= 0,526; $T_{statistik.} = 5,779 \rightarrow$ Hipotesis diterima
- **H10:** Koef. pengaruh= 0,002; $T_{statistik.} = 0,062 \rightarrow$ Hipotesis ditolak (*no mediation*).
- **H11:** Koef. pengaruh= 0,155; $T_{statistik.} = 2,040 \rightarrow$ Hipotesis diterima (*full mediation*).

- **H₁₂**: Koef. pengaruh= 0,006; $T_{\text{statistik.}} = 0,064 \rightarrow$ Hipotesis ditolak (*no mediation*).
- **H₁₃**: Koef.pengaruh= -0,008; $T_{\text{statistik.}} = 0,369 \rightarrow$ Hipotesis ditolak (*no mediation*).
- **H₁₄**: Koef.pengaruh= 0,125; $T_{\text{statistik.}}=2,919 \rightarrow$ Hipotesis diterima (*full mediation*).
- **H₁₅**: Koef. pengaruh= 0,361; $T_{\text{statistik.}}=4,866 \rightarrow$ Hipotesis diterima (*partial mediation*).
- **H₁₆**: Koef. pengaruh= 0,186; $T_{\text{statistik.}}=2,680 \rightarrow$ Hipotesis diterima (*full mediation*).
- **H₁₇**: Koef. pengaruh= 0,044; $T_{\text{statistik.}}= 2,035 \rightarrow$ Hipotesis diterima (*partial mediation*).
- **H₁₈**: Koef. pengaruh= 0,128; $T_{\text{statistik.}} = 2,590 \rightarrow$ Hipotesis diterima (*full mediation*).

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Beberapa temuan dalam penelitian ini antara lain: pertama, berbeda dengan penelitian- penelitian sebelumnya, *strategic agility* tidak memiliki peran langsung yang signifikan dalam meningkatkan kinerja perusahaan industri sepeda motor di Indonesia. Perbedaan ini timbul karena penelitian terdahulu menegenai pengaruh *strategic agility* terhadap kinerja perusahaan dilakukan pada industri yang bisa dengan cepat mengubah penawaran produk dan jasa ke *customer* seperti bank, organisasi teknologi, fashion dan retail (Kurniawan *et al.* 2020; Haider & Kayani, 2021; Clauss *et al.*, 2019; Kale *et al.*, 2019). Sementara dampak *strategic agility* pada organisasi yang tidak terlalu cepat mengubah penawaran produk dan jasa seperti pada industri otomotif umumnya atau industri sepeda motor khususnya, tidak ditemukan di referensi sebelumnya dan menjadi *novelty* penelitian ini. Hal ini berkaitan dengan posisi manajemen perusahaan OEM yang melihat bahwa keputusan- keputusan yang berhubungan dengan penawaran baru kepada *customer* lebih didominasi oleh perusahaan *principal* dibandingkan perusahaan partner lokal (Jakhotiya, 2019). Dalam studi terhadap industri otomotif merek Jepang di Thailand, Korwatanasakul (2023) mendapati bahwa meskipun perusahaan lokal mencapai akuisisi dan peningkatan teknis, perusahaan *principal* tetap memonopoli

kegiatan *research & development* untuk produk dan inovasi baru, posisi manajemen lokal dalam melakukan penawaran baru ke *customer* dianggap kecil. Hal ini menjadi alasan mengapa pengaruh *strategic agility* terhadap kinerja industri sepeda motor Indonesia dipersepsikan tidak signifikan pada penelitian ini.

Kedua, dalam penelitian ini pengaruh langsung *business intelligence* terhadap kinerja perusahaan didapati sekalipun positif tetapi tidak signifikan. Hal ini karena dalam industri sepeda motor, keunggulan kinerja perusahaan lebih ditentukan oleh produk dan proses yang dihasilkan oleh organisasi (Najafi-tavani *et al.*, 2018; Aljanabi, 2020) dan *business intelligence* sering dipandang hanya berfungsi sebagai supporting supaya produk dan proses yang dihasilkan menjadi lebih baik. Dari hasil studi Wamba *et al.* (2019) mendapati bahwa *efek big data analysis* terhadap kinerja perusahaan lebih tinggi pada dinamika lingkungan yang menengah, tetapi relatif lemah ketika dinamika lingkungan rendah atau tinggi. Kalau melihat kondisi pada saat survei ini dilakukan, dinamika lingkungan masih dianggap rendah sehingga akibatnya pengaruh *business intelligence* terhadap kinerja perusahaan juga dipersepsikan rendah. Sepanjang tahun 2021, produksi sepeda motor listrik hanya ada pada kisaran 12.000 unit, sangat jauh dibandingkan penjualan sepeda motor konvensional yang mencapai 5.057.516 unit. Dengan demikian dapat dikonfirmasi bahwa temuan ini tidak berbeda jauh dengan penelitian- penelitian sebelumnya, hanya merupakan variasi hasil penelitian sejenis yang bergantung pada dinamika lingkungan.

Ketiga, dari hasil uji didapatkan bahwa *innovation capability* memberikan pengaruh langsung negatif tetapi tidak signifikan terhadap *supply chain*. Hal ini berbeda dengan dengan hipotesis yang dibangun di dalam penelitian ini. Perbedaan ini dapat dijelaskan dengan mempelajari lebih dalam literature yang menjadi referensi sebelumnya. Kim & Chai (2017) yang meneliti manufaktur umum di Korea Selatan mendapati bahwa *supplier innovativeness* secara positif memengaruhi *information sharing* dan *supply chain agility*. Hasil berbeda diperoleh oleh Rasi *et al.* (2019) yang meneliti *supplier* industri otomotif di Iran mendapati bahwa pengaruh langsung *supplier innovation* terhadap *supply chain agility* sendiri menunjukkan hasil *negative* tetapi tidak signifikan. Sementara itu dimensi *innovation capability* yang digunakan dalam penelitiannya, Iddris *et al.* (2016)

menggunakan dimensi *idea management, idea implementation, collaboration, use of cloud computing, learning* dan *trust* yang setara setara dengan butir-butir penelitian dari dimensi *organizational innovation capability* yang dipakai oleh peneliti. Kalau kita melihat skor dimensi *organizational innovation capability* (5,26 skala 6) pada penelitian ini hanya merupakan peringkat ke 3 dari 4, hal ini mengakibatkan dampak *innovation capability* terhadap *supply chain agility* jadi tidak signifikan. Hasil-hasil yang berbeda dari ketiga penelitian empiris di atas membuat tidak ada landasan empiris yang kokoh untuk menyatakan *innovation capability* berpengaruh positif terhadap *supply chain agility*.

Terakhir, didapatkan bahwa *strategic agility* memberikan pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap *supply chain agility* pada industri sepeda motor di Indonesia. Peran *strategic agility* bukan hanya berpengaruh langsung terhadap *supply chain agility*, tetapi juga menjadi mediator antara *ordinary capability (business intelligence)* dengan *supply chain agility*. Hubungan antara *strategic agility* dengan *supply chain agility* ini sangat unik, karena sejauh penelusuran penulis, belum ada penelitian empiris yang khusus membahas hubungan *strategic agility* terhadap *supply chain agility*. Hasil ini mengkonfirmasi tinjauan teoretis hubungan *strategic agility* dengan *supply chain agility* yang dikemukakan oleh Sajdak (2015) dan Steve Denning (2017b).

6. Kesimpulan

1. *Innovation capability* memberikan pengaruh langsung positif dan signifikan sebesar terhadap kinerja organisasi.
2. *Business intelligence* memberikan pengaruh langsung positif tapi tidak signifikan terhadap kinerja organisasi.
3. Berbeda dengan hasil penelitian-penelitian sebelumnya, sekalipun memiliki pengaruh positif, tapi variabel *strategic agility* tidak signifikan meningkatkan kinerja organisasi.
4. *Supply chain agility* memberikan pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi.
5. *Innovation capability* memberikan pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap *strategic agility*.

6. Dari penelitian ini didapati juga bahwa *business intelligence* merupakan variabel penelitian yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap *strategic agility*.
7. *Innovation capability* memberikan pengaruh langsung negatif tapi tidak signifikan terhadap *supply chain agility*.
8. *Business intelligence* memberikan pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap *supply chain agility*.
9. *Strategic agility* memberikan pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap *supply chain agility*.
10. *Strategic agility* tidak memediasi pengaruh *innovation capability* terhadap kinerja organisasi.
11. *Supply chain agility* memediasi pengaruh *business intelligence* terhadap kinerja organisasi.
12. *Strategic agility* tidak memediasi pengaruh *business intelligence* terhadap kinerja organisasi.
13. *Supply chain agility* tidak memediasi pengaruh *innovation capability* terhadap kinerja organisasi.
14. *Strategic agility* memediasi pengaruh *innovation capability* terhadap *supply chain agility*.
15. *Strategic agility* memediasi pengaruh *business intelligence* terhadap *supply chain agility*.
16. *Supply chain agility* memediasi pengaruh *strategic agility* terhadap kinerja organisasi.
17. *Strategic agility* dan *supply chain agility* memediasi pengaruh *innovation capability* terhadap kinerja organisasi.
18. *Strategic agility* dan *supply chain agility* memediasi pengaruh *business intelligence* terhadap kinerja organisasi.

KATA PENGANTAR

Penulisan disertasi ini berawal dari fenomena yang diamati penulis pada saat kondisi pandemi Covid19, di mana penjualan unit sepeda motor di Indonesia mengalami gangguan baik karena supply komponen, harga komoditas, maupun daya beli yang turun yang berdampak langsung pada penurunan penjualan unit sepeda motor. Kemudian penulis melakukan penelusuran literatur dan menemukan bahwa hampir tidak ada penelitian terdahulu yang membahas bagaimana cara industri sepeda motor menghadapi berbagai disrupsi pada lingkungan industri. Oleh karena itu penulis mengajukan disertasi dengan judul “*Pengaruh Innovation Capability, Business Intelligence, Strategic Agility, dan Supply Chain Agility terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Industri Sepeda Motor Indonesia)*”.

Pada penelitian ini, penulis mengembangkan suatu model yang terdiri dari variabel- variabel yang dapat menjawab tantangan disrupsi pada lingkungan industri sepeda motor di Indonesia. *Innovation capability* diharapkan memberi kemampuan organisasi dalam menciptakan produk, proses kerja, layanan pasar dan prosedur manajemen yang kreatif untuk dapat memenuhi keinginan pelanggan; *business intelligence* diharapkan memberi kemampuan organisasi untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil, dan menganalisis informasi dari lingkungan untuk membantu membuat keputusan organisasi; sedangkan *strategic agility* dan *supply chain agility* baik secara sendiri maupun bersama- sama diharapkan memberikan kemampuan organisasi menghadapi perubahan lingkungan yang cepat dengan cara mengintegrasikan, mengkonfigurasi dan menyebarkan *resources* dan *capability* yang lain sehingga lebih baik dalam merasakan, menangkap peluang, menghindari ancaman, dan mempertahankan *competitive advantage* organisasi, sehingga pada akhirnya kinerja organisasi terjaga.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada pelaku industri sepeda motor di Indonesia dalam menangani kondisi disrupsi lingkungan industri, khususnya dalam menghadapi situasi yang timbul akibat pandemi Covid19.

Jakarta, Januari 2024


Heru Purwanto

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama penulis mengucapkan syukur pada Bapa Surgawi, penguasa semesta alam; Tuhan Yesus, sang raja damai; dan Roh Kudus, sang penasihat ajaib, karena kemurahan-Nyalah penulis dapat menyelesaikan disertasi yang berjudul “Pengaruh *Innovation Capability, Business Intelligence, Strategic Agility, dan Supply Chain Agility* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Industri Sepeda Motor Indonesia)”. Proses penyelesaian disertasi ini mendapat dukungan pemikiran, moril dan materiel dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan kesempatan dan arahan kepada penulis.
2. Prof. Dr. Dedi Purwana, S.E., M.Bus selaku Direktur Pasca Sarjana Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis.
3. Prof. Dr. Hamidah, SE., M.Si selaku Koordinator Program Doktor Ilmu Manajemen Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta, yang memberikan masukan dan saran selama proses penyusunan dan pengujian sehingga penelitian menjadi jauh lebih baik.
4. Prof. Dr. Harya Kuncara Wiralaga, SE., M.Si selaku promotor yang telah mencurahkan tenaga, pikiran, keilmuan, dan waktunya yang sangat berharga untuk memberikan bimbingan kepada penulis.
5. Prof. Dr. Ari Saptono, SE, M.Pd selaku ko-promotor yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran, terima kasih atas segala pengetahuan, pengalaman dan dorongan semangat yang diberikan.
6. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M dan Dr. Karuniana Dianta A. Sebayang, S.IP, M.E selaku penguji internal yang telah memberikan pertanyaan dan saran yang membuat penelitian ini berkembang dengan berharga bagi pengembangan penelitian.
7. Prof. Dr. Engkos Achmad Kuncoro, S.E., M.M E selaku penguji eksternal yang telah memberikan pertanyaan dan saran yang berguna untuk pengembangan penelitian.
8. Dr. Mohammad Sofwan Effendi, M.Ed yang telah membantu penulis melakukan validasi instrumen penelitian.

9. Dr. Elisabeth Tanti Pudiastuti, S.Pt., M.M., CHRMP., CIQaR., CIQnR. yang telah melakukan review dan memberi masukan terhadap hasil penelitian.
10. Hari Budianto, ST. selaku Sekretaris Jenderal Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia yang memberi kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di industri sepeda motor Indonesia.
11. Seluruh dosen, staff dan rekan-rekan kuliah angkatan 2019 pada Program Doktor Ilmu Manajemen Pascasarjana UNJ yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menggali pengetahuan, pengalaman dan wawasan di bidang manajemen.
12. Seluruh karyawan Program Doktor Ilmu Manajemen Pascasarjana UNJ yang telah membantu kelancaran penyelesaian studi penulis, terutama mbak Nensi yang berkali-kali direpotkan dalam masalah administrasi.
13. Rekan-rekan di PT. Astra Honda Motor yang telah membantu menyediakan support dan sumbangan pemikiran pada masa penyusunan disertasi.
14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Kepada seluruh keluarga: orang tua, adik-adik dan keponakan, dan yang terutama istri tercinta Idahatsu S. SP., MPd. yang dengan segenap hati mendoakan, mendampingi, menyemangati dan banyak berkorban untuk penyelesain studi ini.

Akhirnya penulis menyampaikan permohonan maaf sekiranya dalam proses berinteraksi dengan pihak-pihak terkait terjadi hal-hal yang tidak berkenan di hati. Semoga disertasi ini bermanfaat bagi masyarakat khususnya dalam perkembangan ilmu manajemen, terutama ilmu manajemen strategis.

Memartabatkan Bangsa Jakarta, Januari 2024



Heru Purwanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
BUKTI PERSETUJUAN HASIL PERBAIKAN DISERTASI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN KOORDINATOR PROGRAM.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	vi
SURAT PERNYATAAN.....	vi
RINGKASAN PENELITIAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	xxii
DAFTAR ISI.....	xxiv
DAFTAR GAMBAR.....	xxxii
DAFTAR TABEL.....	xxxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxxvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pembatasan Penelitian.....	26
1.3 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	26
1.4 Tujuan Penelitian.....	28
1.5 Signifikansi Penelitian.....	30
1.6 <i>State of The Art</i>	30
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	34
2.1.1 Tinjauan Teoretis Manajemen Strategis.....	34
2.1.1.1 Pemindaian Lingkungan.....	35
2.1.1.2 Formulasi Strategi.....	38
2.1.1.3 Implementasi Strategi.....	39
2.1.1.4 Evaluasi dan Pengendalian.....	40
2.1.2 Tinjauan Teoretis <i>Resource Based View</i>	40
2.1.3 Tinjauan Teoretis <i>Dynamic Capability</i>	50

2.1.4 Kinerja perusahaan.....	66
2.1.5 <i>Innovation Capability</i>	67
2.1.6 <i>Bussiness Intelligence</i>	71
2.1.7 <i>Organizational Agility</i>	77
2.1.7.1 <i>Strategic Agility</i>	84
2.1.7.2 <i>Supply Chain Agility</i>	94
2.1.7.3 Hubungan <i>Supply Chain Agility</i> dan <i>Strategic Agility</i>	103
2.1.7.4 <i>Agility</i> dan <i>Lean</i>	108
2.1.7.5 <i>Agility</i> dalam <i>Framework Dynamic Capability</i>	111
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	116
2.3 Kerangka Berpikir	149
2.4 Hipotesis Penelitian	155
2.4.1 Pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	155
2.4.2 Pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	157
2.4.3 Pengaruh <i>Strategic Agility</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	159
2.4.4 Pengaruh <i>Supply Chain Agility</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	160
2.4.5 Pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap <i>Strategic Agility</i>	163
2.4.6 Pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap <i>Strategic Agility</i>	165
2.4.7 Pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	168
2.4.8 Pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	169
2.4.9 Pengaruh <i>Strategic Agility</i> terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	172
2.4.10 Peran <i>Strategic Agility</i> memediasi pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	173
2.4.11 Peran <i>Supply Chain Agility</i> memediasi pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	175
2.4.12 Peran <i>Strategic Agility</i> memediasi pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	176
2.4.13 Peran <i>Supply Chain Agility</i> memediasi pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap Kinerja Organisas.....	178
2.4.14 Peran <i>Strategic Agility</i> memediasi pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	179

2.4.15 Peran <i>Strategic Agility</i> memediasi pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	181
2.4.16 Peran <i>Supply Chain Agility</i> memediasi pengaruh <i>Strategic Agility</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	182
2.4.17 Peran <i>Strategic Agility</i> dan <i>Supply Chain Agility</i> memediasi pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	185
2.4.18 Peran <i>Strategic Agility</i> dan <i>Supply Chain Agility</i> memediasi pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	186
2.5 Gambar Model Hipotesis Penelitian	187

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	189
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	189
3.3 Desain Penelitian	189
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	191
3.4.1 Unit Analisis.....	191
3.4.2 Populasi.....	191
3.4.3 Sampel Penelitian.....	193
3.5 Teknik Pengumpulan Sampel	196
3.6 Instrumen Penelitian.....	197
3.6.1 Penyusunan Instrumen Penelitian.....	199
3.6.1.1 Variabel Kinerja perusahaan (Y).....	200
3.6.1.2 Variabel <i>Innovation Capability</i> (X1).....	201
3.6.1.3 Variabel <i>Business Intelligence</i> (X2).....	203
3.6.1.4 Variabel <i>Strategic Agility</i> (Z1).....	206
3.6.1.5 Variabel <i>Supply Chain Agility</i> (Z2).....	208
3.6.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	210
3.6.2.1 Uji Validitas.....	211
3.6.2.2 Uji Reliabilitas.....	213
3.7 Teknik Analisis Data.....	215
3.7.1 Teknik Analisis Deskriptif.....	215
3.7.2 Teknik Analisis Inferensial.....	216
3.7.2.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	218

3.7.2.2 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	221
3.8 Hipotesis Statistik.....	222

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Penelitian	227
4.2 Profil Responden Penelitian.....	228
4.3 Hasil Analisis Deskriptif.....	230
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kinerja Perusahaan.....	235
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Innovation Capability</i>	238
4.3.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Business Intelligence Capability</i>	242
4.3.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Strategic Agility</i>	246
4.3.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Supply Chain Agility</i>	249
4.4 Hasil Analisis Verifikatif.....	253
4.4.1 Evaluasi Asumsi SEM.....	253
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	253
4.4.1.2 Uji Kecukupan Ukuran Sample.....	254
4.4.1.3 Uji <i>Univariate Outliner</i>	267
4.4.1.4 Uji <i>Multivariate Outliner</i>	268
4.4.1.5 Uji <i>Multicollinearity</i>	270
4.4.2 Evaluasi Model Pengukuran.....	271
4.4.2.1 Uji Validitas Konstruk (<i>Construct Validity</i>).....	271
4.4.2.1.1 Uji Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)....	272
4.4.2.1.2 Uji Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)..	273
4.4.2.2 Uji Reliabilitas Konstruk (<i>Construct Reliability</i>).....	275
4.4.2.3 Analisis Kuadran Indikator dari Variabel Penelitian.....	276
4.4.3 Evaluasi Model Struktural.....	278
4.4.3.1 Uji <i>R_{square}</i>	279
4.4.3.2 Uji <i>Estimate for Path Coefficients</i>	279
4.4.3.3 Uji <i>f_{square}</i>	281
4.4.3.4 Uji <i>Predictive Relevance (Q_{square})</i>	282
4.4.3.5 Uji <i>Model Fit</i>	282
4.4.3.6 <i>Testing Structural Relationships</i>	285

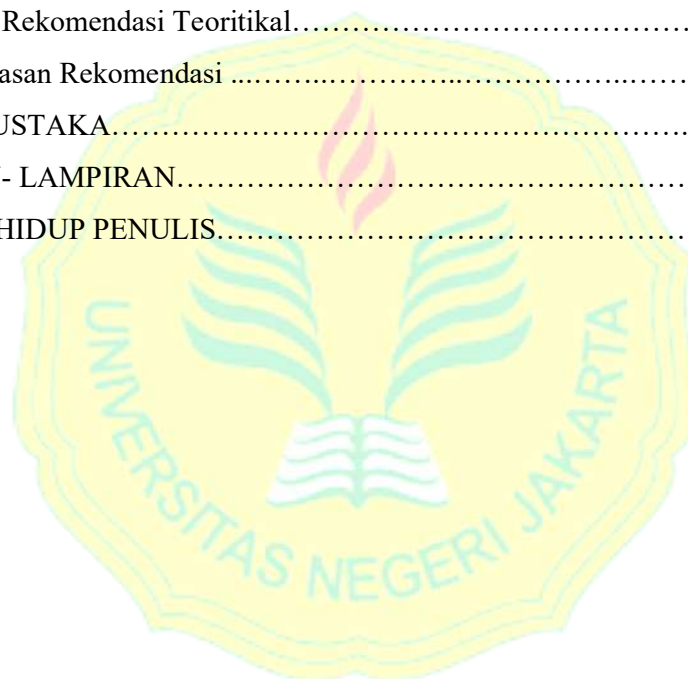
4.4.3.6.1	<i>Testing Direct Effect</i>	285
4.4.3.6.2	<i>Testing Indirect Effect</i>	289
4.4.3.6.3	<i>Testing Total Effect</i>	294
4.5	Analisis Multi Sampel.....	299
4.5.1	Analisis Deskriptif Multi Sampel.....	300
4.5.2	Analisis Verifikatif Multi Sampel.....	302
4.5.2.1	Evaluasi Model Pengukuran Multi Sampel.....	302
4.5.2.1.1	Uji Validitas Konstruk Multi Sampel (<i>Construct Validity</i>).....	303
4.5.2.1.1.1	Uji Validitas Konvergen Multi Sampel (<i>Convergent Validity</i>).....	303
4.5.2.1.1.2	Uji Validitas Diskriminan Multi Sampel (<i>Discriminant Validity</i>).....	304
4.5.2.1.2	Uji Reliabilitas Konstruk (<i>Construct Reliability</i>) Multi Sampel.....	308
4.5.2.2	Evaluasi Model Struktural Multi Sampel.....	308
4.5.2.2.1	Uji <i>R^{square}</i> Multi Sampel.....	310
4.5.2.2.2	Uji <i>f^{square}</i> Multi Sampel.....	310
4.5.2.2.3	Uji <i>Predictive Relevance (Q^{square})</i> Multi Sampel...	311
4.5.2.2.4	Uji <i>Model Fit</i> Multi Sampel.....	312
4.5.3	Uji <i>Structural Relationships</i> Multi Sampel.....	312
4.5.4	Analisis Multi Sampel Kuadran Dimensi vs <i>Loading Factors</i>	314
4.5.4.1	Analisis Kuadran Multi Sampel Sub Sampel OEM.....	315
4.5.4.2	Analisis Kuadran Multi Sampel Sub Sampel <i>Supplier</i>	316
4.6	Analisis Keputusan Strategis.....	317
4.6.1	Analisis Keputusan Strategis PT Astra Honda Motor.....	317
4.6.2	Analisis Keputusan Strategis PT Yamaha Indonesia Motor Mfg....	321
4.6.3	Analisis Keputusan Strategis PT. Suzuki Indomobil Motor.....	325
4.6.4	Matriks SWOT Perusahaan OEM Indonesia.....	329
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	330
4.7.1	Pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	330
4.7.2	Pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	332

4.7.3 Pengaruh <i>Strategic Agility</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	335
4.7.4 Pengaruh <i>Supply Chain Agility</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	337
4.7.5 Pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap <i>Strategic Agility</i>	339
4.7.6 Pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap <i>Strategic Agility</i>	341
4.7.7 Pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	342
4.7.8 Pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	344
4.7.9 Pengaruh <i>Strategic Agility</i> terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	345
4.7.10 Peran <i>Strategic Agility</i> memediasi pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	348
4.7.11 Peran <i>Supply Chain Agility</i> memediasi pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	349
4.7.12 Peran <i>Strategic Agility</i> memediasi pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	352
4.7.13 Peran <i>Supply Chain Agility</i> memediasi pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap Kinerja Organisas.....	355
4.7.14 Peran <i>Strategic Agility</i> memediasi pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	358
4.7.15 Peran <i>Strategic Agility</i> memediasi pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	360
4.7.16 Peran <i>Supply Chain Agility</i> memediasi pengaruh <i>Strategic Agility</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	362
4.7.17 Peran <i>Strategic Agility</i> dan <i>Supply Chain Agility</i> memediasi pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	364
4.7.18 Peran <i>Strategic Agility</i> dan <i>Supply Chain Agility</i> memediasi pengaruh <i>Business Intelligence</i> terhadap Kinerja perusahaan.....	367
4.8 Temuan Penelitian (<i>Novelty</i>).....	371
4.9 Keterbatasan Penelitian.....	375

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan.....	377
5.2 Implikasi.....	384
5.2.1 Implikasi Khusus bagi Perusahaan OEM.....	385
5.2.2 Implikasi Khusus bagi Perusahaan <i>Supplier</i>	386

5.3 Rekomendasi	386
5.3.1 Rekomendasi Operasional.....	386
5.3.1.1 Rekomendasi Operasional khusus Perusahaan OEM.....	388
5.3.1.2 Rekomendasi Operasional Khusus bagi Perusahaan <i>Supplier</i>	388
5.3.2 Rekomendasi untuk Pemerintah.....	388
5.3.3 Rekomendasi untuk Asosiasi.....	389
5.3.2 Rekomendasi Teoritikal.....	390
5.4 Perluasan Rekomendasi	391
DAFTAR PUSTAKA.....	395
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	453
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	575



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Sepeda Motor Indonesia tahun 2001-2020.....	7
Gambar 1.2 Hasil Pre- Survey: Apakah yang Menjadi Tantangan Terbesar Industri Sepeda Motor Indonesia saat ini?.....	8
Gambar 1.3 Penjualan Sepeda Motor Indonesia pada Periode Covid19.....	9
Gambar 1.4 Hasil Pre- Survey: Apa dampak terbesar Pandemi Covid19 terhadap Operasional?.....	10
Gambar 1.5 Harga Komoditas pada Periode Covid19.....	10
Gambar 1.6 HoQ Tantangan Industri Sepeda Motor Indonesia.....	13
Gambar 1.7 <i>Agility Emerging Markets Logistics Index</i> tahun 2021.....	15
Gambar 1.8 <i>Agility Emerging Markets Logistics Index</i> ASEAN tahun 2012 - 2021.....	16
Gambar 1.9 <i>Global Competitiveness Report Indonesia</i> 2019.....	18
Gambar 1.10 Posisi <i>Innovation Capability</i> Indonesia di ASEAN-2019.....	19
Gambar 1.11 <i>Global Skill Index</i> 2021.....	21
Gambar 1.10 Hasil <i>Pre- Survey</i> Persepsi terhadap Variabel Penelitian.....	25
Gambar 2.1 Model Manajemen Strategis.....	34
Gambar 2.2 Variabel Lingkungan.....	36
Gambar 2.3 <i>Porter's Five Competitive Force</i>	37
Gambar 2.4 <i>Framework VRIO</i>	48
Gambar 2.5 Struktur Logika <i>Framework Dynamic Capability</i>	56
Gambar 2.6 Posisi <i>Business Intelligence</i>	74
Gambar 2.7 Antecedent untuk pembentukan <i>Business Intelligence</i>	75
Gambar 2.8 Perkembangan <i>Organizational Capability</i>	79
Gambar 2.9 Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap <i>Strategic Agility</i>	90
Gambar 2.10 Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	98
Gambar 2.11 Dari <i>Operational Agility</i> ke <i>Strategic Agility</i>	105
Gambar 2.12 <i>Theoretical Framework</i>	154
Gambar 2.13 Model Hipotesis Penelitian.....	188
Gambar 3.1 Model Penelitian.....	222
Gambar 3.2 Model Mediasi Sederhana.....	224
Gambar 4.1 Penjualan Sepeda Motor Domestik vs GDP/kapita.....	231

Gambar 4.2 Kinerja Pemasaran Sepeda Motor Indonesia.....	232
Gambar 4.3 Net Revenue Tiga Besar Sepeda Motor Indonesia.....	235
Gambar 4.4 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	254
Gambar 4.5 CFA-2nd Variabel Kinerja perusahaan.....	257
Gambar 4.6 CFA-2nd Variabel <i>Innovation Capability</i>	259
Gambar 4.7 CFA-2nd Variabel <i>Business Intelligence</i>	261
Gambar 4.8 CFA-2nd Variabel <i>Strategic Agility</i>	263
Gambar 4.9 CFA-2nd Variabel <i>Supply Chain Agility</i>	265
Gambar 4.10 Kuadran Skor Rata-rata vs <i>Loading Factor</i>	277
Gambar 4.11 Hasil Estimasi SEM.....	278
Gambar 4.12 Total Effect terhadap Kinerja perusahaan.....	295
Gambar 4.13 Total Effect terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	297
Gambar 4.14 Total Effect terhadap <i>Strategic Agility</i>	298
Gambar 4.15 Pengelompokan Sampel berdasar Sub Sampel.....	299
Gambar 4.16 Hasil Estimasi SEM Sub Sampel OEM.....	309
Gambar 4.17 Hasil Estimasi SEM Sub sampel <i>Supplier</i>	310
Gambar 4.18 Kuadran Multi Sampel Sub Sampel OEM.....	315
Gambar 4.19 Analisis Kuadran Multi Sampel Sub Sampel <i>Supplier</i>	316
Gambar 4.20 SWOT Perusahaan OEM Sepeda Motor Indonesia.....	330

*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Resume Perbandingan <i>Ordinary Capability</i> dengan <i>Dynamic Capability</i>	58
Tabel 2.2 Hasil Penelusuran Literatur Terhadap Jenis- Jenis <i>Agility</i>	82
Tabel 2.3 Penelitian yang Relevan.....	117
Tabel 2.4 Hasil Penelusuran Literatur Teknologi Informasi sebagai <i>enabler Strategic Agility</i>	165
Tabel 3.1 Perhitungan Proporsional Sampel Penelitian.....	195
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Variabel Kinerja perusahaan.....	200
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Variabel <i>Innovation Capability</i>	202
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Variabel <i>Business Intelligence</i>	204
Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen Variabel <i>Strategic Agility</i>	207
Tabel 3.6 Kisi-kisi Instrumen Variabel <i>Supply Chain Agility</i>	209
Tabel 3.7 Resume Hasil Uji Validitas.....	212
Tabel 3.8 Resume Hasil Uji Reliabilitas.....	213
Tabel 3.9 Pemilihan jenis SEM.....	216
Tabel 4.1 Profil Responden Penelitian.....	228
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	231
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Kinerja perusahaan.....	236
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Innovation Capability</i>	238
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Business Intelligence Capability</i>	242
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Strategic Agility</i>	246
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Supply Chain Agility</i>	250
Tabel 4.8 Nilai Loading dengan Data Awal.....	255
Tabel 4.9 Hasil CFA-2 nd Variabel Kinerja perusahaan.....	258
Tabel 4.10 Hasil CFA-2 nd Variabel <i>Innovation Capability</i>	259
Tabel 4.11 Hasil CFA-2 nd Variabel <i>Business Intelligence</i>	261
Tabel 4.12 Hasil CFA-2 nd Variabel <i>Strategic Agility</i>	264
Tabel 4.13 Hasil CFA-2 nd Variabel <i>Supply Chain Agility</i>	266
Tabel 4.14 Ringkasan Perhitungan <i>Composite Indicator</i>	267
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Univariate Outliner</i>	268

Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Multivariate Outliner</i>	269
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	270
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Latent Variable Correlations</i>	271
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	272
Tabel 4.20 Hasil Uji <i>Fornell Larcker Criterion</i>	273
Tabel 4.21 Hasil Uji <i>Cross Loadings</i>	274
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk.....	275
Tabel 4.23 Hasil Uji R_{Square}	279
Tabel 4.24 Hasil Uji <i>Estimate for Path Coefficients</i>	280
Tabel 4.25 Hasil Uji f_{Square}	281
Tabel 4.26 Hasil Uji Q_{Square}	282
Tabel 4.27 Hasil Uji <i>Model Fit</i>	283
Tabel 4.28 Hasil Uji <i>Structural Relationships Jalur Langsung</i>	286
Tabel 4.29 Hasil Uji <i>Structural Relationships Jalur Tidak Langsung</i>	290
Tabel 4.30 Hasil Uji <i>Structural Relationships Jalur Total Effect</i>	294
Tabel 4.31 Hasil Analisis Deskriptif Multi Sampel.....	300
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Konvergen Multi Sampel.....	303
Tabel 4.33 Hasil Uji <i>Fornell Larcker Criterion</i> untuk OEM.....	304
Tabel 4.34 Hasil Uji <i>Fornell Larcker Criterion</i> untuk <i>Supplier</i>	305
Tabel 4.35 Hasil Uji <i>Cross Loadings</i> untuk OEM.....	306
Tabel 4.36 Hasil Uji <i>Cross Loadings</i> untuk <i>Supplier</i>	307
Tabel 4.37 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk Multi Sampel.....	308
Tabel 4.38 Hasil Uji R_{Square} Multi Sampel.....	310
Tabel 4.39 Hasil Uji f_{Square} Multi Sampel.....	310
Tabel 4.40 Hasil Uji Q_{Square} Multi Sampel.....	311
Tabel 4.41 Hasil Uji <i>Model Fit</i> Multi Sampel.....	311
Tabel 4.42 Perbandingan Uji <i>Structural Relationships</i> Multi Sampel.....	312
Tabel 4.43 Identifikasi SWOT PT AHM.....	317
Tabel 4.44 <i>Internal Factors Selection</i> PT AHM (<i>Strenghts</i>).....	318
Tabel 4.45 <i>Internal Factors Selection</i> PT AHM (<i>Weakness</i>).....	318
Tabel 4.46 <i>External Factors Selection</i> PT AHM (<i>Opportunities</i>).....	319
Tabel 4.47 <i>External Factors Selection</i> PT AHM (<i>Threats</i>).....	319

Tabel 4.48 Matrik IFAS PT AHM.....	320
Tabel 4.49 Matrik EFAS PT AHM	320
Tabel 4.50 Identifikasi SWOT PT YIMM.....	321
Tabel 4.51 <i>Internal Factors Selection</i> PT YIMM (<i>Strenghts</i>).....	322
Tabel 4.52 <i>Internal Factors Selection</i> PT YIMM (<i>Weakness</i>).....	322
Tabel 4.53 <i>External Factors Selection</i> PT YIMM (<i>Opportunities</i>).....	323
Tabel 4.54 <i>External Factors Selection</i> PT YIMM (<i>Threats</i>).....	323
Tabel 4.55 Matrik IFAS PT YIMM.....	324
Tabel 4.56 Matrik EFAS PT YIMM.....	324
Tabel 4.57 Identifikasi SWOT PT SIM.....	325
Tabel 4.58 <i>Internal Factors Selection</i> PT SIM (<i>Strenghts</i>).....	326
Tabel 4.59 <i>Internal Factors Selection</i> PT SIM (<i>Weakness</i>).....	326
Tabel 4.60 <i>External Factors Selection</i> PT AHM (<i>Opportunities</i>).....	327
Tabel 4.61 <i>External Factors Selection</i> PT AHM (<i>Threats</i>).....	327
Tabel 4.62 Matrik IFAS PT SIM.....	328
Tabel 4.58 Matrik EFAS PT SIM.....	328
Tabel 5.1 Perluasan Penerapan Rekomendasi.....	389

*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Risk Management Supplier & OEM</i>	453
Lampiran 2 <i>Agile Supply Chain: A Descriptive And Thematic Review Of Recent Literature</i>	455
Lampiran 3 <i>The Global Competitiveness Index</i>	469
Lampiran 4 Daftar <i>Supplier</i> Industri Sepeda Motor Indonesia.....	471
Lampiran 5 <i>Risk Management Supplier & OEM</i>	473
Lampiran 6 Instrumen Penelitian Final Sesudah Uji Coba.....	475
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen Penelitian.....	491
Lampiran 8 Persetujuan Ahli Pakar Instrumen Dipersyaratkan Untuk Uji Coba Instrumen Penelitian.....	507
Lampiran 9 Data Deskriptif Responden.....	509
Lampiran 10 Hasil Pengumpulan Kuesioner Penelitian.....	515
Lampiran 11 Hasil <i>Composite Indicator</i>	535
Lampiran 12 <i>Output</i> SPSS.....	541
Lampiran 13 <i>Output</i> SmartPLS – Data Awal.....	543
Lampiran 14 <i>Output</i> SmartPLS – All.....	549
Lampiran 15 <i>Output</i> SmartPLS – OEM.....	557
Lampiran 16 <i>Output</i> SmartPLS – <i>Supplier</i>	567

*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*