

Artikel Hasil Penelitian

Analisis Hubungan antara Kapabilitas Inovasi, Strategi Rantai Pasokan, dan Kinerja Bisnis (Studi Kasus pada Industri Kopi di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)

Farah Putri Ma'ruf^{a)}, Al Hasin

*Department of Management, Faculty of Business and Economics
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: 18311221@students.uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh antara kapabilitas inovasi, strategi rantai pasokan, dan kinerja bisnis. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *coffee shop* yang berlokasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden. Data penelitian dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan mengunjungi langsung *coffee shop* dan melalui sistem *online survey* menggunakan Google Form. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dan analisis regresi moderasi dengan alat bantu aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi inti dan kapabilitas inovasi tambahan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa baik strategi rantai pasokan ramping maupun strategi rantai pasokan tangkas mampu memperkuat hubungan antara kapabilitas inovasi inti serta kapabilitas inovasi tambahan dengan kinerja bisnis.

Kata Kunci: strategi rantai pasokan ramping, strategi rantai pasokan tangkas, kapabilitas inovasi inti, kapabilitas inovasi tambahan, kinerja bisnis.

PENDAHULUAN

Zaman berkembang seiring dengan perubahan kebutuhan dan permintaan masyarakat. Hal tersebut memicu para pelaku bisnis untuk berinovasi dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, baik dengan mengikuti trend baru, mencari peluang dari setiap masalah, ataupun berinovasi secara disruptif. Menurut Zimmermann, Ferreira and Moreira (2020), inovasi merupakan sumber penting untuk keunggulan bersaing dan memiliki potensi untuk meningkatkan kinerja. Serangkaian faktor yang meningkatkan kinerja ini disebut juga dengan kapabilitas inovasi yang dihasilkan dari kemampuan untuk mengeksplorasi sumber daya yang tersedia untuk mengembangkan ide-ide baru dengan sukses dan merupakan faktor penentu dalam menghasilkan keunggulan kompetitif.



Rantai pasokan merupakan salah satu hal paling krusial yang menjadi pilar penunjang suksesnya aktivitas bisnis dalam suatu perusahaan. Strategi rantai pasokan menggambarkan bagaimana perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing melalui kemampuan rantai pasokannya (Qi, Zhao and Sheu, 2011). Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yusuf (2010), terdapat dua strategi rantai pasokan yang dapat berkontribusi pada keunggulan bersaing: strategi rantai pasokan ramping (*lean supply chain strategy*) dan strategi rantai pasokan gesit (*agile supply chain strategy*). Strategi rantai pasokan ramping berfokus pada merampingkan rantai pasokan dimana terdapat pengurangan pemborosan dan gangguan saat menyediakan aliran barang atau jasa dari hulu ke hilir.

Melalui sudut pandang *resource based view* (RBV), salah satu cara yang dapat digunakan perusahaan adalah dengan mengembangkan kemampuan berupa inovasi serta pengelolaan rantai pasokan yang merupakan determinan bagi kinerja bisnis dan pada akhirnya berkontribusi pada keunggulan bersaing. Penelitian terdahulu terkait topik ini telah dilakukan namun hanya pada perusahaan-perusahaan di negara maju seperti Amerika dan Eropa. Menurut Qi et al., (2017), diperlukan pengujian dan validasi teori operasi dan strategi rantai pasokan dalam konteks budaya yang berbeda. Dimensi budaya kolektivisme di Indonesia yang cenderung mementingkan hubungan jangka panjang dengan mitra bisnis, memungkinkan tersedianya lahan untuk menguji dan memvalidasi teori-teori yang dikembangkan dalam budaya barat.

Indonesia yang masih memegang status sebagai negara berkembang menunjukkan pertumbuhan ekonomi khususnya pada triwulan ketiga tahun 2021 sebesar 1,55% terhadap triwulan sebelumnya (Berita Resmi Statistik, 2021). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), merupakan salah satu pilar penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia. Sebagian besar UMKM bergerak pada bidang makanan dan minuman, khususnya industri *coffee shop*. Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, konsumsi kopi di Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi mengalami pertumbuhan rata-rata 8,22% per tahun.

KAJIAN LITERATUR

Kapabilitas Inovasi

Kapabilitas inovasi merupakan kemampuan perusahaan dalam mengaplikasikan sumber daya yang ada dalam rangka mengembangkan dan mengeksplor ide-ide baru dengan baik. Menurut Guan and Ma (2003) terdapat tujuh dimensi yang menjadi faktor penentu inovasi sebagai keunggulan bersaing, yaitu; riset & pengembangan, manufaktur, pemasaran, pembelajaran, organisasional, pemanfaatan sumber daya, dan perencanaan strategis. Tujuh dimensi kapabilitas inovasi diklasifikasikan menjadi dua kelompok oleh Guan and Ma (2003), yaitu: kapabilitas inovasi inti (*core innovation capabilities*) dan kapabilitas inovasi tambahan (*supplementary innovation capabilities*). Kapabilitas inovasi inti mencakup dimensi kapabilitas riset serta pengembangan, manufaktur, dan pemasaran. Adapun kapabilitas inovasi tambahan, yaitu mencakup kemampuan pembelajaran, organisasi, pemanfaatan sumber daya, dan kapabilitas strategis. Kapabilitas inovasi inti lebih berkaitan pada kekayaan intelektual serta pengetahuan perusahaan yang dimanfaatkan sebagai kemampuan dalam mentransformasi ide-ide inovatif yang didasari dari riset dan pengembangan ke proses manufaktur dan pemasaran. Sedangkan kapabilitas inovasi tambahan didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam mendukung dan mengintegrasikan kapabilitas inovasi inti dalam rangka memainkan peran secara efektif. Menurut Zimmermann, Ferreira and Moreira (2020),

kemampuan inovasi tambahan akan menentukan keseimbangan dan pengintegrasian kepentingan yang berbeda dalam perusahaan dan mendukung keberlanjutan inovasi dari waktu ke waktu.

Strategi Rantai Pasokan

Strategi rantai pasokan menggambarkan bagaimana perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing melalui kemampuan rantai pasokannya (Qi, Zhao and Sheu, 2011). Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yusuf (2010), terdapat dua strategi rantai pasokan yang dapat berkontribusi pada keunggulan bersaing: strategi rantai pasokan ramping (*lean supply chain strategy*) dan strategi rantai pasokan gesit (*agile supply chain strategy*).

Strategi rantai pasokan ramping (*lean supply chain strategy*) berfokus pada merampingkan rantai pasokan dimana terdapat pengurangan pemborosan dan gangguan saat menyediakan aliran barang atau jasa dari hulu ke hilir. Dengan demikian, tujuan dari strategi rantai pasokan ramping lebih mengarah pada pemangkasan biaya, peningkatan kualitas produk, dan mempersingkat waktu pengiriman. Strategi rantai pasokan yang ramping akan lebih mudah diterapkan pada lingkungan yang stabil dan dengan permintaan yang dapat diprediksi. Sedangkan strategi rantai pasokan tangkas (*agile supply chain strategy*) berfokus pada respon atau tanggapan perusahaan secara komprehensif terhadap tantangan bisnis dalam rangka meraih keuntungan dari lingkungan yang berubah dengan cepat. Dengan demikian, strategi rantai pasokan yang tangkas lebih berfokus pada fleksibilitas dan tidak melakukan eliminasi terhadap pemborosan atau aktivitas yang tidak bernilai sehingga berisiko pada peningkatan biaya produksi.

Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis didefinisikan sebagai gambaran terkait tingkat pencapaian pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi dalam rangka mewujudkan tujuan atau visi dan misi perusahaan yang kemudian dituangkan melalui perencanaan strategis perusahaan (Gao, Mattila and Lee, 2016). Menurut Mahdyantoro (2019), makna kinerja tidak hanya terbatas pada sesuatu yang dihasilkan perusahaan, namun juga mencakup bagaimana proses kerja berlangsung. Adapun menurut Prakash et al., (2016), kinerja bisnis merupakan indikator yang mengukur seberapa baik suatu organisasi mencapai tujuannya.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kapabilitas Inovasi dan Kinerja Bisnis

Menurut Zimmermann, Ferreira and Moreira (2020), inovasi merupakan sumber penting untuk keunggulan bersaing dan memiliki potensi untuk meningkatkan kinerja. Serangkaian faktor yang meningkatkan kinerja ini disebut juga dengan kapabilitas inovasi yang dihasilkan dari kemampuan untuk mengeksplorasi sumber daya yang tersedia untuk mengembangkan ide-ide baru dengan sukses. Namun, kapabilitas inovasi yang dibagi menjadi dua karakteristik: inti dan tambahan, memungkinkan untuk berpengaruh secara berbeda terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zimmermann, Ferreira and Moreira (2020), kedua karakteristik kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis, walaupun kapabilitas inovasi tambahan berpengaruh lebih tinggi. Dengan demikian, hipotesis yang terbentuk adalah sebagai berikut:

H₁: *Kapabilitas inovasi inti memiliki dampak secara positif terhadap kinerja bisnis.*

H₂: *Kapabilitas inovasi tambahan memiliki dampak secara positif terhadap kinerja bisnis.*

Kapabilitas Inovasi dan Strategi Rantai Pasokan Ramping

Kapabilitas inovasi inti dan strategi rantai pasokan ramping memiliki kesamaan dalam prinsip dan karakteristiknya (Zimmermann, Ferreira and Moreira, 2020). Kapabilitas inovasi inti salah satunya diwakili oleh kapabilitas pemasaran, yaitu kemampuan perusahaan dalam melakukan segmentasi dan targeting terhadap pasar sehingga cenderung bertujuan untuk memahami kebutuhan konsumen serta cara mengaksesnya. Kemampuan ini membantu perusahaan menarik dan mempertahankan klien dengan portofolio produk mereka saat ini, daripada menerapkan produk baru atau mengidentifikasi peluang baru. Menurut Zimmermann, Ferreira and Moreira (2020), perusahaan yang mengeksploitasi aktivitas inovasi untuk kebutuhan pasar akan cenderung menyukai strategi rantai pasokan ramping karena dapat mengarah pada peningkatan bertahap dalam produk dan proses. Namun di satu sisi, strategi rantai pasokan ramping jika disandingkan dengan kapabilitas inovasi tambahan akan saling bertentangan. Kapabilitas inovasi tambahan membutuhkan fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi (Guan and Ma, 2003) namun strategi rantai pasokan ramping lebih membutuhkan stabilitas dan prediktabilitas (Qi, Boyer and Zhao, 2009). Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Strategi rantai pasokan ramping akan memoderasi secara positif hubungan antara kapabilitas inovasi inti dan kinerja bisnis.

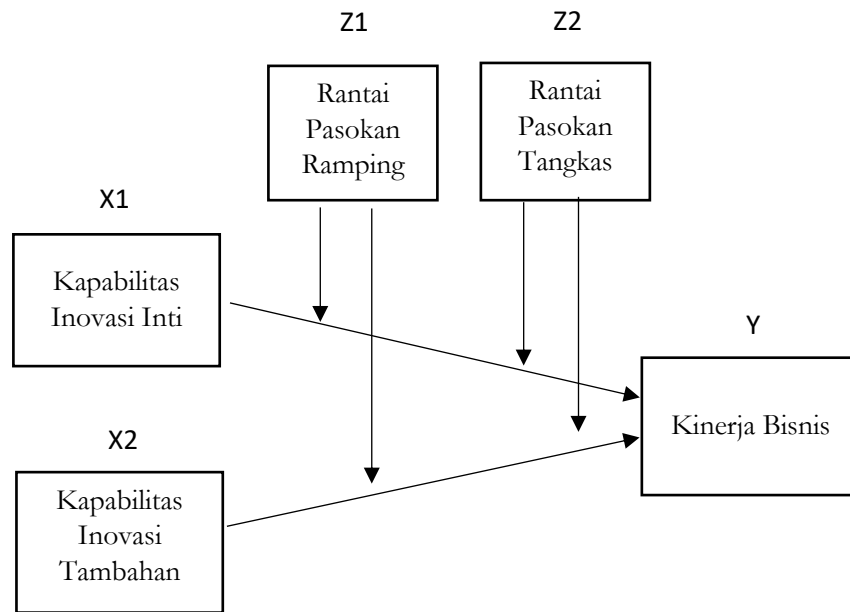
H₄: Strategi rantai pasokan ramping tidak akan memoderasi hubungan antara kapabilitas inovasi inti dan kinerja bisnis.

Kapabilitas Inovasi dan Strategi Rantai Pasokan Tangkas

Rantai pasokan tangkas berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam beradaptasi dan fleksibilitas rantai pasokan perusahaan dalam rangka menghadapi kebutuhan dan permintaan pelanggan yang selalu berubah-ubah. Menurut Zimmermann, Ferreira and Moreira (2020), strategi rantai pasokan tangkas akan bersinergi dengan kapabilitas inovasi tambahan karena memiliki karakteristik dan prinsip yang sama karena membutuhkan fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi. Hal ini didukung oleh salah satu dimensi kapabilitas inovasi tambahan, yaitu kemampuan belajar. Kemampuan belajar memiliki kesesuaian yang baik dengan strategi rantai pasokan tangkas, karena keduanya mengandalkan pemahaman dan beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan dan memerlukan tingkat fleksibilitas tertentu. Selain itu, dimensi kapabilitas inovasi tambahan lainnya, kemampuan strategis perusahaan, juga selaras dengan strategi rantai pasokan tangkas. Hal ini dikarenakan kemampuan strategis termasuk memahami faktor eksternal yang mempengaruhi operasi bisnis dan dapat dengan mudah mengantisipasi pergerakan pesaing dan menyesuaikan strategi dengan perubahan. Dengan demikian, diharapkan kemampuan strategis cocok dengan strategi rantai pasokan gesit, karena keduanya memiliki pemahaman yang kuat tentang kebutuhan pelanggan yang berkembang dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal (Zimmermann, Ferreira and Moreira, 2020). Dengan demikian, hipotesis dari penjabaran tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₅: Strategi rantai pasokan tangkas akan memoderasi secara positif hubungan antara kapabilitas inovasi tambahan dan kinerja bisnis.

H₆: Strategi rantai pasokan tangkas tidak akan memoderasi hubungan antara kapabilitas inovasi inti dan kinerja bisnis.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *convenience sampling* dimana peneliti melibatkan responden yang mudah diraih sehingga tidak ada kriteria atau pola apa pun dalam memperoleh responden tersebut (Galloway, 2005). Jumlah sampel didapatkan dari perhitungan rumus yang dikemukakan oleh Arikunto (2005), yaitu sebanyak 96 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang disebarkan dengan mengunjungi langsung kedai kopi dan melalui sistem *online survey* menggunakan Google Form. Kuesioner diukur langsung menggunakan skala likert dengan lima tingkat preferensi jawaban, yaitu: Sangat tidak setuju (STS) skor 1; tidak setuju (TS) skor 2; netral (N) skor 3; setuju (S) skor 4; dan sangat setuju (SS) skor 5. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, dan *moderated regression analysis* (MRA) melalui aplikasi SPSS 25.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Klasifikasi	Jumlah	Persentase (%)
Jabatan Responden		
Pemilik	29	30,2
Supervisor	12	12,5
Manajer	12	12,5
Staff Operasional	22	22,9
Barista	17	17,7
Lainnya	4	4,2
Usia Usaha		
< 2 tahun	37	38,5

Klasifikasi	Jumlah	Persentase (%)
2-5 tahun	46	47,9
5-10 tahun	10	10,4
> 10 tahun	3	3,1
Jumlah Karyawan		
< 10 orang	72	75
10-30 orang	23	24
> 30 orang	1	1

Sumber: Olah data primer (2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Perhitungan uji validitas menggunakan SPSS 26 dengan teknik bivariate pearson serta Sig. 2-tailed pada jumlah (n) sebanyak 96, sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0.1986 dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *alpha cronbach* > 0,600 dari masing-masing variabel.

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Ket.	<i>Alpha Cronbach</i>	Ket.
Kapabilitas Inovasi Inti	KII.1	0,711	0.198	Valid	0,803	Reliabel
	KII.2	0,746	0.198	Valid		
	KII.3	0,731	0.198	Valid		
	KII.4	0,660	0.198	Valid		
	KII.5	0,638	0.198	Valid		
	KII.6	0,468	0.198	Valid		
	KII.7	0,540	0.198	Valid		
	KII.8	0,694	0.198	Valid		
Kapabilitas Inovasi Tambahan	KIT.1	0,528	0.198	Valid	0,893	Reliabel
	KIT.2	0,686	0.198	Valid		
	KIT.3	0,731	0.198	Valid		
	KIT.4	0,514	0.198	Valid		
	KIT.5	0,674	0.198	Valid		
	KIT.6	0,721	0.198	Valid		
	KIT.7	0,675	0.198	Valid		
	KIT.8	0,635	0.198	Valid		
	KIT.9	0,593	0.198	Valid		
	KIT.10	0,762	0.198	Valid		
Rantai Pasokan Ramping	KIT.11	0,779	0.198	Valid	0,770	Reliabel
	KIT.12	0,730	0.198	Valid		
	KIT.13	0,701	0.198	Valid		
	RPR.1	0,768	0.198	Valid		
	RPR.2	0,705	0.198	Valid		
	RPR.3	0,782	0.198	Valid		

	RPR.4	0,515	0.198	Valid		
	RPR.5	0,735	0.198	Valid		
	RPT.1	0,704	0.198	Valid		
Rantai Pasokan Tangkas	RPT.2	0,785	0.198	Valid	0,754	Reliabel
	RPT.3	0,620	0.198	Valid		
	RPT.4	0,779	0.198	Valid		
	RPT.5	0,688	0.198	Valid		
	KB.1	0,838	0.198	Valid		
	KB.2	0,835	0.198	Valid		
	KB.3	0,819	0.198	Valid		
Kinerja Bisnis	KB.4	0,708	0.198	Valid	0,907	Reliabel
	KB.5	0,644	0.198	Valid		
	KB.6	0,753	0.198	Valid		
	KB.7	0,795	0.198	Valid		
	KB.8	0,834	0.198	Valid		

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel

Tabel 3. Analisis Deskriptif Variabel

Variabel	N	Rata-rata	Kategori
Kapabilitas Inovasi Inti (X1)	96	3,95	Setuju
Kapabilitas Inovasi Tambahan (X2)	96	4,15	Setuju
Strategi Rantai Pasokan Ramping	96	4,06	Setuju
Strategi Rantai pasokan Tangkas	96	3,93	Setuju
Kinerja Bisnis	96	4,00	Setuju

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel di atas, dapat dilihat bahwa total rata-rata jawaban responden dari seluruh butir pertanyaan yang diberikan terhadap masing-masing variabel menunjukkan jumlah hasil yang masuk dalam kategori setuju.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

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

a. *Dependent Variable:* Kinerja Bisnis (Y)

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen, yaitu kapabilitas inovasi inti (X1) dan kapabilitas inovasi tambahan (X2) terhadap variabel dependen, yaitu kinerja bisnis (Y). Persamaan regresi linear berganda pada tabel 4 menunjukkan hubungan yang terjadi antarvariabel independen dengan variabel dependen.

Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Tabel 5. Uji MRA Hipotesis 3

Model Regresi 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.654 ^a	0,427	0,421	3,44180
a. Predictors: (Constant), Kapabilitas Inovasi Inti				
Model Regresi 2	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.720 ^a	0,519	0,509	3,17210
a. Predictors: (Constant), Kapabilitas Inovasi Inti x Rantai Pasokan Ramping				

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, nilai *adjusted r-square* menunjukkan kenaikan dari 0,421 atau 42,1% menjadi 0,509 atau 50,9% setelah adanya variabel moderasi strategi rantai pasokan ramping.

Tabel 6. Uji MRA Hipotesis 4

Model Regresi 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.696 ^a	0,485	0,479	3,26523
a. Predictors: (Constant), Kapabilitas Inovasi Tambahan				
Model Regresi 2	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.732 ^a	0,537	0,527	3,11338
a. Predictors: (Constant), Kapabilitas Inovasi Tambahan x Rantai Pasokan Ramping				

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, nilai *adjusted r-square* menunjukkan kenaikan dari 0,479 atau 47,9% menjadi 0,527 atau 52,7% setelah adanya variabel moderasi strategi rantai pasokan ramping.

Tabel 7. Uji MRA Hipotesis 5

Model Regresi 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.696 ^a	0,485	0,479	3,26523
a. Predictors: (Constant), Kapabilitas Inovasi Tambahan				
Model Regresi 2	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.744 ^a	0,553	0,544	3,05583
a. Predictors: (Constant), Kapabilitas Inovasi Tambahan x Rantai Pasokan Tangkas				

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, nilai *adjusted r-square* menunjukkan kenaikan dari 0,479 atau 47,9% menjadi 0,544 atau 54,4% setelah adanya variabel moderasi strategi rantai pasokan tangkas.

Tabel 8. Uji MRA Hipotesis 6

Model Regresi 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.654 ^a	0,427	0,421	3,44180
a. Predictors: (Constant), Kapabilitas Inovasi Inti				
Model Regresi 2	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.744 ^a	0,553	0,544	3,05583
a. Predictors: (Constant), Kapabilitas Inovasi Inti x Rantai Pasokan Tangkas				

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, nilai *adjusted r-square* menunjukkan kenaikan dari 0,479 atau 47,9% menjadi 0,527 atau 52,7% setelah adanya variabel moderasi Strategi Rantai Pasokan Tangkas.

Pembahasan

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi inti maupun kapabilitas inovasi tambahan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Hal tersebut mengindikasikan bahwa jika kedai kopi meningkatkan inovasi melalui dimensi-dimensi kapabilitas inovasi, maka kinerja bisnis juga akan meningkat. Pembuktian hipotesis tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Guzman et al. (2018) yang menemukan bahwa kapabilitas inovasi, khususnya di bidang produk, proses, pemasaran, dan manajemen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Kapabilitas inovasi dan strategi rantai pasokan dipahami sebagai strategi sumber daya perusahaan yang harus sesuai dengan persyaratan khusus meliputi internal dan eksternal serta berperan dalam kinerja perusahaan. Strategi rantai pasokan ramping sebagai salah satu variabel moderator yang memperkuat hubungan antara kapabilitas inovasi inti dan kapabilitas inovasi tambahan dengan kinerja bisnis. Hal ini dapat disimpulkan dari peningkatan nilai *adjusted r-square* dari uji *moderated regression analysis* sehingga hipotesis ketiga diterima sedangkan hipotesis keempat ditolak.

Hasil ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zimmermann, Ferreira and Moreira (2020) yang menemukan bahwa kapabilitas inovasi inti yang dikombinasikan dengan kehadiran strategi rantai pasokan ramping memiliki dampak positif pada kinerja. Strategi rantai pasokan ramping dan kapabilitas inovasi inti memiliki serangkaian karakteristik dan prinsip yang sama, yaitu berfokus pada stabilitas dan konsistensi. Misalnya, salah satu dimensi kapabilitas inovasi inti berupa kapabilitas manufaktur berkaitan dengan konsistensi kualitas produk. Kecocokan antara kapabilitas manufaktur dan strategi rantai pasokan ramping dapat mendukung pemanfaatan aktivitas inovasi karena keduanya fokus pada peningkatan bertahap untuk proses dan produk yang ada yang kemudian membangun efek positif pada kinerja bisnis. Selain itu, kemampuan pemasaran sebagai salah satu dimensi kapabilitas inovasi inti pemasaran mengacu pada kemampuan perusahaan dalam melakukan segmentasi dan menarget pasar yang spesifik serta membedakan produk mereka dengan kompetitor.

Perusahaan dengan kemampuan pemasaran akan berusaha untuk memahami kebutuhan konsumen dan bagaimana mengakses konsumen. Perusahaan yang memanfaatkan

aktivitas inovasi untuk kebutuhan pasar cenderung menyukai strategi strategi rantai pasokan ramping karena dapat mengarah pada peningkatan bertahap dalam produk dan proses.

Berdasarkan analisis, strategi rantai pasokan ramping yang juga merupakan pemoderasi kapabilitas inovasi tambahan membuktikan bahwa hipotesis keempat ditolak. Ditolaknya hipotesis tersebut menunjukkan bahwa masih ada hubungan positif antara strategi rantai pasokan ramping dan kapabilitas inovasi tambahan, khususnya pada indikator pembelajaran dan pemanfaatan sumber daya.

Hal ini ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Iyer et al. (2019) dimana ditemukan bahwa perusahaan dengan strategi rantai pasokan ramping memerlukan orientasi pembelajaran untuk mengeksplorasi sumber daya kemitraan untuk membangun responsif pasar yang dapat memberikan keunggulan kompetitif. Salah satu dimensi kapabilitas inovasi tambahan, yaitu *learning capabilities* (kemampuan untuk belajar) dan strategi rantai pasokan ramping masih dapat bersinergi karena penerapan strategi rantai pasokan ramping juga membutuhkan kemampuan belajar memperbaiki proses dan meningkatkan efisiensi secara terus-menerus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi rantai pasokan tangkas yang juga merupakan variabel moderasi memperkuat hubungan antara kapabilitas inovasi inti dan kapabilitas inovasi tambahan dengan kinerja bisnis. Hal ini dapat disimpulkan dari peningkatan nilai *adjusted r-square* dari uji *moderated regression analysis* sehingga hipotesis kelima diterima sedangkan hipotesis keenam ditolak.

Pembuktian hipotesis tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zimmermann, Ferreira and Moreira (2020) yang menemukan bahwa kombinasi strategi rantai pasokan tangkas dan kapabilitas inovasi tambahan menawarkan peluang terbesar untuk meningkatkan kinerja bisnis. Strategi rantai pasokan tangkas akan lebih bersinergi jika diaplikasikan bersamaan dengan kapabilitas inovasi tambahan. Hal ini dikarenakan keduanya memiliki karakteristik dan prinsip yang sama karena memerlukan fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi.

Kemampuan belajar yang merupakan salah satu dimensi kapabilitas inovasi tambahan memiliki kesesuaian yang baik dengan strategi rantai pasokan tangkas, karena keduanya menggunakan pemahaman dan beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan dan memerlukan tingkat fleksibilitas tertentu. Adapun kemampuan organisasi yang juga mempengaruhi kecepatan proses inovasi, memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengatasi kebutuhan dan harapan pasar secara tepat waktu. Dalam pengertian ini, fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi cenderung menjadi kapabilitas organisasional utama di antara perusahaan-perusahaan sukses yang mengadopsi strategi-strategi rantai pasokan yang gesit.

Strategi rantai pasokan tangkas juga merupakan pemoderasi untuk hubungan antara kapabilitas inovasi inti dan kinerja bisnis sehingga menunjukkan hipotesis keenam ditolak. Ditolaknya hipotesis tersebut menunjukkan bahwa masih ada hubungan positif antara strategi rantai pasokan tangkas dan kapabilitas inovasi inti, khususnya pada indikator penggunaan teknologi baik yang digunakan untuk produksi maupun riset dan pengembangan.

Hal ini ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Shashi et al. (2020) dimana menyatakan bahwa terdapat hubungan yang konsisten dan positif antara investasi teknologi dan rantai pasokan tangkas. Zimmermann, Ferreira and Moreira (2020) juga menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan adalah proses yang mengalami perubahan konstan, pilihan strategi rantai pasokan juga merupakan proses dinamis yang harus disesuaikan kapan pun dibutuhkan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Lingkup penelitian ini hanya terbatas pada meneliti pengaruh strategi rantai pasokan terhadap hubungan antara kapabilitas inovasi dan kinerja bisnis. Untuk memperluas wawasan terkait bagaimana meningkatkan kinerja bisnis bagi usaha *coffee shop*, maka untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel independen yang berbeda, seperti kualitas produk. Variabel moderator yang digunakan hanya strategi rantai pasokan dimana memberikan peluang bagi penelitian selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut menggunakan variabel moderator yang berbeda, seperti karakteristik produk.

Selain itu, objek penelitian *coffee shop* Se-Provinsi DIY sebagai responden tidak tersebar secara merata pada setiap kabupaten. Hal ini disebabkan karena jarak ke kabupaten tertentu yang cukup sulit dijangkau. Oleh karena itu, penelitian belum cukup mewakili keseluruhan Provinsi DIY.

Penulis hanya menggunakan satu industri di antara banyak UMKM lainnya sebagai objek penelitian yang dapat membatasi interpretasi dan generalisasi hasil serta kesimpulan. Tidak menutup kemungkinan hasil penelitian akan berbeda jika dilakukan pada objek penelitian yang lebih luas, misalnya industri *food & beverages* (F&B) secara keseluruhan.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Berdasarkan hasil penelitian, kapabilitas inovasi inti maupun kapabilitas inovasi tambahan mampu mempengaruhi kinerja bisnis secara positif. Oleh sebab itu, pemilik usaha hendaknya memperhatikan penyusunan dan penerapan inovasi yang dapat dikembangkan melalui beberapa aspek, yaitu R&D, pemasaran, proses produksi, pembelajaran, organisasional, pemanfaatan sumber daya, atau perencanaan strategis.

Hal ini dilakukan agar usaha *coffee shop* dapat meningkatkan kinerja bisnisnya. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa strategi rantai pasokan mampu memperkuat hubungan antara kapabilitas inovasi dan kinerja bisnis sehingga cara untuk memaksimalkan kinerja bisnis tidak hanya dengan memiliki kapabilitas inovasi, namun juga memperhatikan keputusan terkait strategi rantai pasokan agar memperkuat bagaimana kapabilitas inovasi yang diterapkan untuk mencapai kinerja bisnis yang maksimal.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kapabilitas inovasi, strategi rantai pasokan, dan kinerja bisnis pada *coffee shop* di DI Yogyakarta. Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa kapabilitas inovasi inti dan kapabilitas inovasi tambahan mempengaruhi kinerja bisnis secara positif.

Selain itu, strategi rantai pasokan ramping memoderasi baik hubungan antara kapabilitas inovasi inti maupun kapabilitas inovasi tambahan dengan kinerja bisnis. Begitu pula dengan Strategi rantai pasokan tangkas yang merupakan pemoderasi baik hubungan antara kapabilitas inovasi inti maupun kapabilitas inovasi tambahan dengan kinerja bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2005) *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Berita Resmi Statistik (2021) *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan III-2021*. Available at: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/11/05/1814/ekonomi-indonesia-triwulan-iii-2021-tumbuh-3-51-persen--y-on-y-.html>.

- Galloway, A. (2005) 'Non-Probability Sampling', in Kempf-Leonard, K. (ed.) *Encyclopedia of Social Measurement*. Edinburgh: Queen Margaret University College, pp. 859–864. doi: <https://doi.org/10.1016/B0-12-369398-5/00382-0>.
- Gao, Y. (Lisa), Mattila, A. S. and Lee, S. (2016) 'A meta-analysis of behavioral intentions for environment-friendly initiatives in hospitality research', *International Journal of Hospitality Management*, 54, pp. 107–115. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.01.010>.
- Guan, J. and Ma, N. (2003) 'Innovative capability and export performance of Chinese firms', *Technovation*, 23(9), pp. 737–747. Available at: [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(02\)00013-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(02)00013-5).
- Guzman, G. M. *et al.* (2018) 'Innovation Capabilities and Performance: Are They Truly Linked in SMEs?', *International Journal of Innovation Science*, 11(1), pp. 48–62. Available at: <https://doi.org/10.1108/IJIS-12-2017-0139>.
- Iyer, K. N. ., Srivastava, P. and Srinivasan, M. (2019) 'Performance Implication of Lean in Supply Chains: Exploring the Role of Learning Orientation and Relational Resources', *International Journal of Product Innovation*, 216(2019), pp. 94–104. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.04.012>.
- Mahdyantoro, H. H. (2019) *Pengaruh Praktik dan Kapabilitas Manajemen Kualitas Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Operasional dan Inovasi (Studi Empiris Pada Industri Kedai Kopi di Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Yogyakarta. Available at: <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/20646>.
- Prakash, A. *et al.* (2016) 'Productivity, Quality, and Business Performance: An Empirical Study', *International Journal of Productivity and Performance Management*, 66(1), pp. 78–91. doi: 10.1108/IJPPM-03-2015-0041.
- Qi, Y. *et al.* (2017) 'The impact of operations and supply chain strategies on integration and performance', *International Journal of Production Economics*, 185, pp. 162–174. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2016.12.028>.
- Qi, Y., Boyer, K. K. and Zhao, X. (2009) 'Supply Chain Strategy, Product Characteristics, and Performance Impact: Evidence from Chinese Manufacturers', *Decision Sciences Institute*, 40(4), pp. 667–695. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2009.00246.x>.
- Qi, Y., Zhao, X. and Sheu, C. (2011) 'The Impact of Competitive Strategy and Supply Chain Strategy on Business Performance: The Role of Environmental Uncertainty', *Decision Sciences*, 42(2), pp. 371–389. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2011.00315.x>.
- Shashi *et al.* (2020) 'Agile supply chain management: where did it come from and where will it go in the era of digital transformation?', *Industrial Marketing Management*, 90, pp. 324–345. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.07.011>.
- Yusuf, Y. Y. and Gunasekaran, A. (2010) 'Agile manufacturing: A taxonomy of strategic and technological imperatives', *International Journal of Production Research*, 40(6), pp. 1357–1385. doi: 10.1080/00207540110118370.

Zimmermann, R., Ferreira, L. M. D. F. and Moreira, A. C. (2020) 'How supply chain strategies moderate the relationship between innovation capabilities and business performance', *Journal of Purchasing and Supply Management*, 26(5). doi: 10.1016/j.pursup.2020.100658.