

**“ANALISIS PENGARUH FLEKSIBILITAS STRATEGIS DAN
FLEKSIBILITAS MANUFAKTUR TERHADAP KINERJA BISNIS
MELALUI *SUPPLY CHAIN AGILITY* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING”**

(Studi Pada UMKM *Fashion* di Kota Bogor)



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro**

Disusun Oleh :

NADHILA HAKIM

NIM. 12010114130130

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2018

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nadhila Hakim

Nomor Induk Mahasiswa : 12010114130130

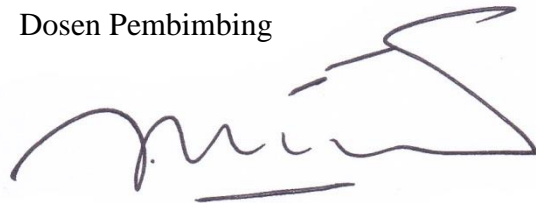
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **“ANALISIS PENGARUH FLEKSIBILITAS STRATEGIS DAN FLEKSIBILITAS MANUFAKTUR TERHADAP KINERJA BISNIS MELALUI *SUPPLY CHAIN AGILITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada UMKM *Fashion* di Kota Bogor)”**

Dosen Pembimbing : Dra. Amie Kusumawardhani, M.Sc, Ph.D.

Semarang, 15 Mei 2018

Dosen Pembimbing



Dra. Amie Kusumawardhani, M.Sc, Ph.D

NIP.196205111987032001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama : Nadhila Hakim
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114130130
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **“ANALISIS PENGARUH FLEKSIBILITAS STRATEGIS DAN FLEKSIBILITAS MANUFAKTUR TERHADAP KINERJA BISNIS MELALUI *SUPPLY CHAIN AGILITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada UMKM *Fashion* di Kota Bogor)”**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 28 Mei 2018

Tim Penguji

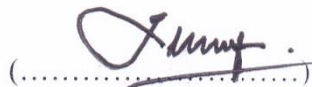
1. Dra. Amie Kusumawardhani, M.Sc, Ph.D



2. Dr. Mahfudz, SE, MT



3. Dr. Retno Hidayati, MM



PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya, Nadhila Hakim menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: “Analisis Pengaruh Fleksibilitas Strategis dan Fleksibilitas Manufaktur terhadap Kinerja Bisnis melalui *Supply Chain Agility* sebagai Variabel Intervening (Studi Pada UMKM *Fashion* di Kota Bogor)” merupakan hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya buat tidak ada sebagian bahkan keseluruhan tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat ataupun simbol yang menunjukkan gagasan, pemikiran, maupun pendapat dari penulis lain, kemudian saya akui sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin tersebut, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa mencantumkan nama penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Apabila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 15 Mei 2018

Nadhila Hakim

NIM. 12010114130130

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"The ones who are crazy enough to think they can change the world, are the ones that do." – Anonymous

*"There is only one success: to be able to spend your life in your own way."-
Christopher Marley*

"Knowing is better than wondering. Waking is better than sleeping. And that even the biggest failure, even the worst most intractable mistake are much better than never trying." – Shonda Rhimes

"Do what you think is right for your life today. Sometimes later becomes never, ready or not we're already in the future."-Anonymous

-Allah is with us, always -

**SKRIPSI INI DIPERSEMBAHKAN UNTUK KEDUA ORANG TUA SAYA
DAN ADIK SAYA YANG TELAH MEMBERIKAN DOA DAN MOTIVASI
DEMI KELANCARAN SKRIPSI DAN KESUKSESAN SAYA KELAK**

ABSTRAK

Industri mode kecil di kota Bogor sudah berjalan hingga hitungan dekade tetapi mereka tak kunjung berkembang menjadi industri yang besar. Mereka paham akan lingkungan industri mode yang cepat berubah, akan tetapi mereka belum dapat membuat keputusan strategis dan menjalankan proses manufaktur dengan cepat karena rantai pasokan industri mereka pun belum efektif. Dalam industri mode manapun sedikitnya 4 kali berganti musim menyesuaikan tren di Eropa. Industri mode di Indonesia tertuntut untuk mengikuti tren luar karena masyarakat Indonesia sendiri yang sudah terpengaruh efek globalisasi. Dengan begitu, berbagai merek dagang industri mode di Bogor tertantang untuk sigap dan lincah menghadapi fenomena ini apalagi merek besar bahkan merek luar yang lebih besar dapat mengeluarkan produk mencapai 20 musim per tahunnya dengan interval musim satu dan musim lainnya yang hanya beberapa minggu.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fleksibilitas strategis dan fleksibilitas manufaktur terhadap kelincahan rantai pasokan serta dampaknya terhadap kinerja bisnis. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM kreatif yang beroperasi pada bidang fesyen, dimana respondennya adalah pemilik UMKM bidang fesyen di kota Bogor. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 158 responden. Adapun metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fleksibilitas strategis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kelincahan rantai pasokan, fleksibilitas manufaktur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kelincahan rantai pasokan, fleksibilitas strategis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, fleksibilitas manufaktur berpengaruh negatif terhadap kinerja bisnis, serta kelincahan rantai pasokan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Kata kunci: Fleksibilitas Strategis, Fleksibilitas Manufaktur, Kelincahan Rantai Pasokan, Kinerja Bisnis

ABSTRACT

The small fashion industries in Bogor has been running for decades but they never developed into a big industry. they understand the rapidly changing of fashion industry environment, but they have not been able to make strategic decisions and run the manufacturing process quickly because their industrial supply chains are not yet effective. In any fashion industry, there is at least 4 seasons adjusting trend in Europe. Fashion industries in Bogor is required to follow the global trend because the Indonesian people themselves are already affected by the effects of globalization. Various trademarks of the fashion industry in Bogor should be swift and agile to face it especially when big brands and even bigger brands can launch their products up to 20 seasons per year with seasonal intervals one and other seasons only a few weeks.

The purpose of this study to analyze Strategic Flexibility and Manufacturing Flexibility on Supply Chain Agility and the impact on Business Performance. The population of the study was all small and medium enterprises (UMKM) who had concentrate in fashion industry, where respondents are the owner of each small and medium fashion industry. The samples in this study were 158 respondents. The method of collecting data through questionnaires. This study uses analytical techniques of Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS 22.0 as the analysis instrument.

The result shows that the Strategic Flexibility has a positive and significant effect on Supply Chain Agility, Manufacturing Flexibility has a positive and significant effect on Supply Chain Agility, Strategic Flexibility has a positive and significant effect on Business Performance, Manufacturing Flexibility has a negative impact on Business Performance, and Supply Chain Agility has a positive and significant effect on Business Performance.

Keywords : Strategic Flexibility , Manufacturing Flexibility, Supply Chain Agility, Business Performance

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan limpahan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Fleksibilitas Strategis dan Fleksibilitas Manufaktur terhadap Kinerja Bisnis Melalui *Supply Chain Agility* sebagai Variabel Intervening (Studi pada UMKM *Fashion* di Kota Bogor)**” dengan baik dan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulisan skripsi ini tidak dapat terealisasi apabila tidak mendapat bantuan dari pihak-pihak terkait. Sehingga penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Suharnomo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
2. Dr. Harjum Muharram, S.E., M.M selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang sekaligus dosen wali atas dedikasinya untuk kemajuan fakultas tercinta
3. Dra. Amie Kusumawardhani, M.Sc, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta kesabaran dalam membimbing sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
4. Segenap dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah bersedia memberikan ilmu selama studi
5. Guntoro dan Linda Yuni Astuti selaku kedua orang tua serta Naufal Habibi selaku adik saya yang selalu memberikan semangat serta senantiasa berdoa demi kemudahan, kelancaran, dan kesuksesan dalam menyelesaikan skripsi
6. Sahabat terdekat saya Nadine Namira Lubis, Andina Tazkiya, Shafira Ayu Amalia yang selalu mendoakan, memotivasi dan selalu memberi semangat demi kelancaran mengerjakan skripsi ni.

7. Sahabat masa perkuliahan dan sahabat kumpul di Semarang, Sinta, Alafinda, Ocak, Widya, Sofi, Aci, Ica, Ice, Askiya, Tami, Kongko, Desky, dan Irfan. Terima kasih atas doa dan semangat yang telah kalian diberikan
8. Teman-teman UKM PRISMA UNDIP, sahabat-sahabat HDR. Dan juga sahabat-sahabat KKN Desa Kemitir. Terimakasih telah memberikan pembelajaran dan pengalaman berharga di Semarang
9. Sahabat-sahabat di kota Bogor, Dina, Via, Neira, Desi, Cindy, Bella dan Gadis. Terimakasih atas dukungan dan semangat yang kalian berikan
10. Seluruh teman-teman S1-Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan pembelajaran selama penulis menempuh pendidikan di Semarang
11. Seluruh perangkat Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi
12. Pihak-pihak lain yang secara tidak langsung ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu

Semoga semua pihak yang penulis sebutkan mendapatkan pahala dan rezeki yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Sehingga, penulis sangat mengharap kritik dan saran yang membangun dari banyak pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 15 Mei 2018

Penulis,

Nadhila Hakim

NIM. 12010114130130

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Pertanyaan Penelitian	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
1.6 Sistematika Penelitian	19
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Landasan Teori	21
2.1.1 Manajemen Rantai Pasokan	21
2.1.2 Kelincahan Rantai Pasokan (<i>Supply Chain Agility</i>).....	28
2.1.3 Fleksibilitas Strategis	32
2.1.4 Fleksibilitas Manufaktur	35
2.1.5 Kinerja Bisnis.....	38
2.1.6 Industri <i>Fashion</i>	39

2.2	Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis	46
2.2.1	Pengaruh Fleksibilitas Strategis terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	46
2.2.2	Pengaruh Fleksibilitas Manufaktur terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	48
2.2.3	Pengaruh Fleksibilitas Strategis terhadap Kinerja Bisnis	50
2.2.4	Pengaruh Fleksibilitas Manufaktur terhadap Kinerja Bisnis	52
2.2.5	Pengaruh <i>Supply Chain Agility</i> terhadap Kinerja Bisnis.....	54
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	56
BAB III		57
METODE PENELITIAN.....		57
3.1	Variabel penelitian	57
3.1.1	variabel independen	57
3.1.2	Variabel dependen.....	58
3.1.3	Variabel intervening.....	58
3.2	Definisi operasional.....	59
3.3	Populasi dan sampel penelitian	62
3.3.1	Populasi Penelitian	62
3.3.2	Sampel Penelitian.....	63
3.4	Jenis dan sumber data.....	64
3.4.1	Data primer.....	64
3.4.2	Data sekunder.....	64
3.5	Metode pengumpulan data	65
3.5.1	Survey kuesioner.....	65
3.5.2	Wawancara.....	65
3.5.3	Studi dokumentasi.....	66
3.6	Metode analisis data	66
3.6.1	Uji dengan SEM.....	66
3.6.2	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	78
3.6.3	Uji Hipotesis	78

BAB IV	79
HASIL DAN ANALISIS	79
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	79
4.1.1 Gambaran Umum UMKM <i>Fashion</i> Kota Bogor	79
4.1.2 Gambaran Umum Responden	80
4.2 Analisis data	83
4.3 Interpretasi Hasil	84
4.3.1 Uji Evaluasi Asumsi Model Struktural	84
4.3.2 Confirmatory Factor Analysis (CFA)	88
4.3.3 Analisis <i>Full Model</i> Persamaan Struktural (SEM)	97
4.4 Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	100
4.5 Hasil Uji Hipotesis	103
BAB V	106
PENUTUP	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Implikasi Manajerial	109
5.3 Keterbatasan masalah penelitian	113
5.4 Saran Bagi Penelitian yang Akan Datang	114
DAFTAR PUSTAKA	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Distribusi Presentase PDRB Kota Bogor Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (%), 2011-2015.....	9
Tabel 1.2 Laju Pertumbuhan PDRB Kota Bogor Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha (%), 2011-2015.....	10
Tabel 1.3 <i>Research Gap</i>	12
Tabel 2.1 Aktivitas Setiap Bagian Manajemen Rantai Pasokan.....	25
Tabel 2.2 Perbedaan Karakteristik Produk Fungsional dan Inovatif.....	30
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu pengaruh Fleksibilitas Strategis terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	47
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu pengaruh Fleksibilitas Manufaktur terhadap <i>Supply Chain Agility</i>	49
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu pengaruh Fleksibilitas Strategis terhadap Kinerja Bisnis.....	51
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu pengaruh Fleksibilitas Manufaktur terhadap Kinerja Bisnis.....	53
Tabel 2.7 Penelitian Terdahulu pengaruh <i>Supply Chain Agility</i> terhadap Kinerja Bisnis.....	54

Tabel 3.1 Indikator Variabel.....	61
Tabel 3.2 Model Persamaan Struktural.....	71
Tabel 3.3 Indeks <i>Goodness of Fit</i>	76
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Profil Responden berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Profil Responden berdasarkan Lama Usaha.....	82
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Profil Responden berdasarkan Jenis Produk.....	83
Tabel 4.5 <i>Assessment of Normality</i>	85
Tabel 4.6 Hasil Nilai <i>Mahalanobis Distance (Outlier)</i>	86
Tabel 4.7 Hasil <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	87
Tabel 4.8 Hasil Indeks Pengujian CFA Fleksibilitas Strategis.....	89
Tabel 4.9 <i>Regression Weights</i> CFA Fleksibilitas Strategis.....	89
Tabel 4.10 <i>Standardized Regression Weights</i> CFA Fleksibilitas Strategis.....	90
Tabel 4.11 Hasil Indeks Pengujian CFA Fleksibilitas Manufaktur.....	91
Tabel 4.12 <i>Regression Weights</i> CFA Fleksibilitas Manufaktur.....	91

Tabel 4.13 <i>Standardized Regression Weights</i> CFA Fleksibilitas Manufaktur.....	92
Tabel 4.14 Hasil Indeks Pengujian CFA <i>Supply Chain Agility</i>	93
Tabel 4.15 <i>Regression Weights</i> CFA <i>Supply Chain Agility</i>	93
Tabel 4.16 <i>Standardized Regression Weights</i> CFA <i>Supply Chain Agility</i>	94
Tabel 4.17 Hasil Indeks Pengujian CFA Kinerja Bisnis.....	95
Tabel 4.18 <i>Regression Weights</i> CFA Kinerja Bisnis.....	95
Tabel 4.19 <i>Standardized Regression Weights</i> CFA Kinerja Bisnis.....	96
Tabel 4.20 Hasil Indeks Pengujian CFA Full Model SEM.....	98
Tabel 4.21 <i>Regression Weights</i> CFA Full Model SEM.....	98
Tabel 4.22 <i>Standardized Regression Weights</i> CFA Full Model SEM.....	99
Tabel 4.23 Nilai <i>Direct Effects</i>	100
Tabel 4.24 Nilai <i>Indirect Effects</i>	101
Tabel 4.25 Nilai <i>Total Effects</i>	102
Tabel 4.26 Hasil Uji Hipotesis.....	103
Tabel 5.1 Saran bagi Pemilik UMKM.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	56
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian.....	68
Gambar 4.1 Analisis Konfirmatori Fleksibilitas Strategis.....	88
Gambar 4.2 Analisis Konfirmatori Fleksibilitas Manufaktur.....	90
Gambar 4.3 Analisis Konfirmatori <i>Supply Chain Agility</i>	92
Gambar 4.4 Analisis Konfirmatori Kinerja Bisnis.....	94
Gambar 4.5 Full Model <i>Structural Equation Modelling</i>	97

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : LEMBAR KUESIONER

LAMPIRAN B : TABULASI DATA

LAMPIRAN C : HASIL ANALISIS DATA

LAMPIRAN D : DOKUMENTASI FOTO

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen adalah tujuan dari sebuah perusahaan pada era ini. Zaman telah semakin berkembang, terutama dalam hal memproduksi barang yang nantinya akan sampai ke tangan konsumen. Pada mulanya tujuan memproduksi barang ialah semata-mata untuk mendapat keuntungan. Seiring berjalannya waktu, bisnis-bisnis baru kian tumbuh pesat sehingga terjadilah yang dinamakan persaingan dimana perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain berlomba-lomba untuk mendapatkan citra terbaik dimata konsumen. Dari pandangan masyarakat itulah keuntungan didapat. Dengan cara melakukan inovasi terus-menerus dan segera memproduksi untuk dapat sampai ke tangan konsumen dengan cepat merupakan langkah perusahaan untuk memuaskan konsumennya. maka dari itu, setiap perusahaan harus menjalankan proses produksinya dengan baik.

Kinerja perusahaan merupakan salah satu konstruksi yang paling relevan dalam bisnis dan sering dianggap sebagai hasil akhir dari model bisnis. Kinerja perusahaan menunjukkan seberapa besar keefektifan sebuah organisasi dalam menjalankan bisnisnya.

Kinerja Perusahaan adalah kunci ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan/keberlangsungan hidup sebuah organisasi (Chan, Ngai, & Moon, 2016). Untuk dapat mencapai kinerja perusahaan yang baik maka perusahaan harus meningkatkan sensitivitas dalam membaca peluang pasar, kebutuhan dan keinginan masyarakat. Setiap perusahaan harus mengerti bahwa permintaan konsumen pasti terus berubah seiring berjalannya waktu dan perkembangan zaman. Perusahaan tidak dapat memproduksi barang sejenis dengan jumlah yang sama di waktu yang berbeda secara terus-menerus, ditambah lagi apabila produksi suatu barang tersebut diminati oleh banyak perusahaan sehingga terdapat banyak kompetitor yang selalu berupaya untuk menjadi lebih unggul dan mendapat lebih banyak pelanggan. Dibutuhkan inovasi dari perusahaan untuk mengembangkan bahkan menciptakan produk baru. Maka dari itu perusahaan harus cepat tanggap terhadap perkembangan dan perubahan yang terjadi di pasar.

Salah satu produk yang mengutamakan kecepatan merespon pasar adalah produk *fashion* (pakaian beserta asesorisnya). Menurut Ciarniene dan Vienazindiene (2014b:66), Industri *fashion* bergerak dengan cepat, bisnis yang berbasis tren ini melibatkan tiga sektor ekonomi dan 4 (empat) tahapan utama:

1. Produksi bahan baku, seperti serat, tekstil, kulit dan bulu
2. Produksi barang oleh perancang, produsen, dan lain-lain.
3. Penjualan eceran
4. Berbagai bentuk iklan dan promosi

Tahapan-tahapan di atas terdiri dari sektor yang terpisah tetapi saling bergantung satu sama lain, yang mana kesemuanya memiliki tujuan untuk memuaskan permintaan konsumen akan *fashion*. Aktivitas tersebut terus berlanjut dengan dorongan dari permintaan pasar. Menurut Christopher et al. dalam Ciarniene & Vienazindiene (2014b:63) *fashion* adalah istilah luas yang biasanya mencakup produk atau pasar dimana ada unsur gaya yang cenderung berjangka pendek.

Pasar mode adalah sistem terbuka yang kompleks yang sering menunjukkan tingkat *chaos* yang tinggi. Dalam beberapa kondisi, kegiatan manajerial akan lebih baik ditujukan untuk merancang strategi dan struktur yang memungkinkan produk dapat diciptakan, diproduksi dan dikirim berdasarkan permintaan '*real-time*'. Inilah konteks yang telah menimbulkan munculnya pemikiran tren mode yang cepat, kelincahan rantai pasokan dan filosofi dari kecepatan merespon (Ciarniene & Vienazindiene, 2014a).

Dari kutipan di atas maka dapat disimpulkan bahwa *fashion* merupakan barang produksi yang mana trennya dapat berubah dengan cepat walau produknya memiliki umur yang panjang. Maka dalam memproduksi produk ini dibutuhkan respon cepat dari sebuah perusahaan untuk mengetahui apa yang diinginkan pasar dan perusahaan dituntut untuk menjadi yang pertama memenuhi kebutuhan pelanggan sebelum pesaing melakukannya. Perusahaan yang terjun di dunia *fashion* manapun harus lincah dalam menanggapi fenomena pasti ini.

Menurut Ciarniene & Vienazindiene (2014b), solusi dari masalah mendasar dalam industri *fashion* terletak pada daya tanggap rantai pasokan. Bergerak untuk meningkatkan responsivitas rantai pasokan di industri fesyen dapat dilakukan dengan pengenalan konsep, teknik dan strategi berikut:

- a. *Lean manufacturing* (manufaktur lini);
- b. *Just-in-time* (tepat waktu);
- c. *Agile supply chain* (rantai pasokan lincah);
- d. *Quick response* (Respon cepat).

Adopsi strategi dan teknik ini akan membantu mengurangi proses yang terlibat dalam siklus pembelian dan waktu tunggu untuk mendapatkan produk *fashion* baru ke toko, untuk memenuhi permintaan konsumen pada puncaknya.

Indonesia memiliki banyak pengusaha baik besar maupun kecil di bidang *fashion* yang tersebar di seluruh Indonesia. Apalagi setelah didirikannya BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) yaitu lembaga baru yang didirikan pada pemerintahan Joko Widodo. Menurut Presiden dalam *Kominfo.go.id*, kontribusi ekonomi kreatif pada perekonomian nasional semakin nyata. Nilai tambah yang dihasilkan ekonomi kreatif juga meningkat setiap tahun. Maka industry *fashion* Indonesia yang termasuk sektor ekonomi kreatif akan memiliki masa depan.

Pertumbuhan sektor ekonomi kreatif di Indonesia sekitar 5,76 persen. Artinya, berada di atas pertumbuhan sektor listrik, gas, dan air bersih, pertambangan serta

penggalian, pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan, jasa-jasa serta industri pengolahan. Keyakinan akan masa depan sektor ekonomi kreatif inilah yang mendorong Presiden membentuk Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang diharapkan dapat berfungsi menjadi akselator pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia. Bekraf dalam perkembangannya menjadi badan yang mentransformasikan janji Presiden di bidang ekonomi kreatif ke dalam langkah nyata. Badan yang beroperasi dengan dasar Peraturan Presiden Nomor 6 tahun 2015 itu mengemban fungsi untuk merumuskan, menetapkan, mengkoordinasi dan menyinkronisasi seluruh kebijakan terkait ekonomi kreatif. Lembaga yang dikepalai oleh Triawan Munaf ini optimis mampu mewujudkan harapan pelaku 16 subsektor ekonomi, yakni Aplikasi dan *game*, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, *fashion*, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan dan seni rupa. Subsektor industri tersebut dapat tumbuh baik dalam bentuk usaha mikro, kecil, menengah maupun besar.

Dibawah ini diuraikan kriteria usaha yang termasuk dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah menurut Bank Dunia dalam Profil Bisnis UMKM Bank Indonesia. UMKM dapat dikelompokkan dalam 3 jenis, yaitu:

1. Usaha Mikro (jumlah karyawan maksimal 10 orang);
2. Usaha Kecil (jumlah karyawan >10 hingga 30 orang);
3. Usaha Menengah (jumlah karyawan >30 orang hingga 300 orang).

Sedangkan dalam perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan dalam 4 kelompok, yaitu:

1. UMKM sektor informal, contohnya pedagang kaki lima.
2. UMKM Mikro adalah UMKM dengan kemampuan memproduksi namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.
3. Usaha Kecil Dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise* adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cakap dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar.

Dalam Profil Bisnis UMKM BI, UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis.

Berdasarkan aspek komoditas yang dihasilkan, UMKM juga memiliki karakteristik tersendiri menurut Profil Bisnis UMKM Bank Indonesia, antara lain:

- a. Kualitasnya belum standar. Karena sebagian besar UMKM belum memiliki kemampuan teknologi yang memadai. Produk yang dihasilkan biasanya dalam bentuk *handmade* sehingga standar kualitasnya yang beragam.
- b. Desain produknya terbatas. Hal ini dipicu keterbatasan pengetahuan dan pengalaman mengenai produk. Mayoritas UMKM bekerja berdasarkan pesanan, belum banyak yang berani mencoba berkreasi desain baru.
- c. Jenis produknya terbatas. Biasanya UMKM hanya memproduksi beberapa jenis produk saja. Apabila ada permintaan model baru, UMKM sulit untuk memenuhinya. Kalaupun menerima, membutuhkan waktu yang lama.
- d. Kapasitas dan daftar harga produknya terbatas. Dengan kesulitan menetapkan kapasitas produk dan harga membuat konsumen kesulitan.
- e. Bahan baku kurang terstandar. Karena bahan bakunya diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda.
- f. Kontinuitas produk tidak terjamin dan kurang sempurna. Karena produksi belum teratur maka biasanya produk-produk yang dihasilkan sering apa adanya.

Industri kreatif *fashion* termasuk dalam industri pengolahan yang mana menurut profil bisnis UMKM industri pengolahan merupakan kegiatan pengubahan bahan dasar (bahan mentah) menjadi barang jadi/setengah jadi dan/atau dari barang

yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, baik secara mekanis, kimiawi, dengan mesin ataupun dengan tangan.

Industri pengolahan termasuk didalamnya terdapat industri *fashion* menyumbang PDB sekitar 6,41% dari total keseluruhan akumulasi dari berbagai sektor ekonomi UMKM yang sebesar 60%. di kota Bogor sendiri, industri kreatif *fashion* dapat dibilang menguasai dibanding industri kreatif yang lain. Berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai laju pertumbuhan lapangan usaha kategori industri pengolahan dan PDRB industri tekstil dan industri kulit yang menunjang industri *fashion* di kota Bogor.

Berdasarkan BPS Kota Bogor, Kontribusi kategori industri pengolahan sangat besar dalam pembentukan PDRB Kota Bogor jika dibandingkan dengan kategori lapangan usaha lainnya. Pada tahun 2015, kontribusi kategori ini sebesar 18,47 persen atau sebesar 6,54 Trilyun Rupiah. Golongan industri tekstil dan pakaian jadi merupakan golongan dengan kontribusi terbesar pada kategori ini dengan mencapai kontribusi sebesar 43,53 persen pada total PDRB keseluruhan industri pengolahan di kota Bogor.

Subkategori Industri tekstil dan pakaian jadi merupakan gabungan dari dua subkategori yaitu industri tekstil dan industri pakaian jadi. Industri tekstil mencakup pengolahan, pemintalan, penenunan dan penyelesaian tekstil dan bahan pakaian, serta pembuatan barang-barang tekstil bukan pakaian. Industri pakaian jadi mencakup semua pekerjaan menjahit dari semua bahan dan semua jenis pakaian dan aksesoris.

Subkategori ini juga mencakup pembuatan industri bulu binatang. Contoh produk yang dihasilkan: kain tenun ikat, benang, kain, batik, rajutan, pakaian jadi, dan lain-lain. Sedangkan Subkategori Industri kulit, barang dari kulit, dan alas kaki mencakup pengolahan dan pencelupan kulit berbulu dan proses perubahan dari kulit mentah menjadi kulit dengan proses penyemakan atau proses pengawetan dan pengeringan serta pengolahan kulit menjadi produk yang siap pakai, pembuatan koper, tas, dan pembuatan alas kaki.

Berikut ini Distribusi Persentase PDRB Subkategori Industri Tekstil dan Pakaian; Subkategori Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki Kota Bogor atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha tahun 2011 sampai 2015

Tabel 1.1
Distribusi Persentase PDRB Kota Bogor Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (persen), 2011-2015

Lapangan Usaha	2011	2012	2013	2014	2015
Industri Tekstil dan pakaian jadi	7,99	7,84	7,59	7,81	7,99
Industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki	1,58	1,55	1,49	1,48	1,43

Sumber: BPS Kota Bogor

Dari data diatas, industri Tekstil dan Pakaian Jadi mengalami penurunan dari tahun 2011 hingga tahun 2013 sebelum mengalami kenaikan kembali di tahun 2014 dan kemudian di tahun 2015. Sedangkan pada Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki terus mengalami penurunan dari tahun 2011 sampai tahun 2015. Berikut ini laju pertumbuhan PDRB Subkategori Industri Tekstil dan Pakaian dan

Subkategori Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki Kota Bogor atas Dasar Harga Konstan 2010 menurut lapangan usaha tahun 2011 sampai 2015

Tabel 1.2
Laju Pertumbuhan PDRB Kota Bogor Atas Dasar Harga Konstan 2010
Menurut Lapangan Usaha (persen), 2011-2015

Lapangan Usaha	2011	2012	2013	2014	2015
Industri Tekstil dan pakaian jadi	6,81	6,91	6,50	6,11	7,38
Industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki	6,20	1,01	6,58	5,72	2,48

Sumber: BPS Kota Bogor

Dari data diatas, industri Tekstil dan Pakaian Jadi mengalami penurunan dari tahun 2013 hingga tahun 2014 setelah mengalami kenaikan di tahun 2012 dan kemudian mengalami kenaikan kembali di tahun 2015. Sedangkan pada Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki terus mengalami turun naik yang sangat signifikan dari tahun 2011 sampai tahun 2015. Penurunan yang sangat signifikan terjadi di tahun 2012 yaitu dari 6,2 persen di tahun 2011 menjadi hanya 1,01 persen di tahun 2012. Pada tahun 2013 terjadi kenaikan drastis menjadi 6,58 persen, kemudian mengalami penurunan kembali di tahun 2014 dan tahun 2015.

Berdasarkan Bekraf, tren *fashion* senantiasa berubah dengan cepat. Dalam hitungan bulan, selalu muncul mode fashion terbaru. Hal ini tak terlepas dari produktivitas para desainer fashion lokal yang inovatif merancang model baru, dan munculnya generasi muda kreatif yang antusias dengan industri *fashion* ini. Masyarakat sebagai pasar pun semakin cerdas dan memiliki selera tinggi dalam memilih *fashion*. Di sisi lain, subsektor ini harus menghadapi banyak tantangan.

Fashion lokal masih menjadi anak tiri karena pasar masih memprioritaskan ruangnya untuk produk-produk impor,

Manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) adalah koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Dengan demikian rantai pasokan mencakup pemasok; perusahaan manufaktur dan /atau penyedia jasa; dan perusahaan distributor, grosir, dan atau pengecer yang mengantarkan produk dan/atau jasa ke konsumen akhir (Heizer & Render, 2015).

Dapat disimpulkan bahwa tujuan dari manajemen rantai pasokan adalah mengoordinasi seluruh kegiatan rantai pasokan dan memberi manfaat dari rantai pasokan itu sendiri bagi konsumen akhir berupa kepuasan. Selain dari rantai pasokan yang terkoordinasi, kepuasan pelanggan pun dapat di peroleh dari ketangkasan dan kelincahan perusahaan dalam menyediakan produk bagi konsumen. Ketangkasan itu dapat diperoleh dengan kembali melihat manajemen rantai pasokan karena penyediaan bahan yang cepat akan mempengaruhi kapan dimulainya proses produksi, begitupun dengan distributor yang bergerak cepat setelah produk jadi dikemas dan mengantarkannya ke pelanggan dengan tepat waktu akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut merupakan kelincahan rantai pasokan (*supply chain agility*).

Menurut Kumar dalam (Yusuf et al., 2012:2), kelincahan (*agility*) adalah kemampuan perusahaan untuk memproses aktivitas dengan cepat di jalur kritis, yang

merupakan indikator langsung dari kapasitas perusahaan untuk dapat mengimbangi sikap responsif perusahaan. Sehingga untuk mencapai kinerja perusahaan yang baik, dapat dimulai dari kelincuhan rantai pasokannya.

Dibawah ini merupakan tabel yang berisi kesenjangan penelitian serupa yang pernah dilakukan peneliti sebelumnya.

Tabel 1.3
Research Gap

No.	Research Gap	Peneliti (Tahun)	Hasil
1	Perbedaan pendapat mengenai hubungan antara	Alan T.L. Chan, Eric W.T. Ngai, dan Karen K.L. Moon (2016)	<i>strategic flexibility</i> memiliki efek positif dan signifikan terhadap <i>suply chain agility</i> .
2	fleksibilitas strategis dan <i>supply chain agilty</i>	Reza Abdoli Bidhandi dan Changiz Valmohammadi (2017)	Hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara <i>supply chain agility</i> dan Fleksibilitas yang memiliki pengaruh paling besar terbesar terhadap variabel konsekuen.
3		Chung-Yean Chiang, Canan Kocabasoglu-Hillmer dan Nallan Suresh (2012)	Hasil penelitian menunjukkan <i>Strategic flexibility</i> memiliki keterkaitan positif secara signifikan terhadap <i>supply chain agility</i> perusahaan.
4	Perbedaan pendapat mengenai hubungan	Alan T.L. Chan, Eric W.T. Ngai, dan Karen K.L. Moon (2016)	<i>manufacturing flexibility</i> memiliki efek positif dan signifikan terhadap <i>suply chain agility</i> .
5	fleksibilitas manufaktur dan <i>supply chain agility</i>	Reza Abdoli Bidhandi dan Changiz Valmohammadi (2017)	Hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara <i>supply chain agility</i> dan Fleksibilitas yang memiliki pengaruh paling besar terbesar terhadap variabel konsekuen.

Tabel 1.3
Research Gap (Lanjutan)

No.	Research Gap	Peneliti (Tahun)	Hasil
6		Edmund Prater, Markus Biehl dan Michael Alan Smith (2001)	Baik kecepatan dan fleksibilitas memiliki pengaruh positif terhadap kelincahan rantai pasokan perusahaan. Fleksibilitas manufaktur memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>supply chain agility</i> .
7	Perbedaan pendapat mengenai hubungan	Alan T.L. Chan, Eric W.T. Ngai, dan Karen K.L. Moon (2016)	Baik <i>strategic flexibility</i> maupun <i>manufacturing flexibility</i> memiliki efek positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis
8	fleksibilitas strategis dan kinerja bisnis	Ayse Cingoz dan A. Asuman Akdogan (2013)	Terdapat hubungan yang positif antar variabel <i>strategic flexibilities</i> dan <i>performance</i> . Semua variabel berkorelasi positif dan signifikan satu sama lain.
9		Sucheta Nadkarni dan Pol Herrmann (2010)	fleksibilitas strategis memediasi hubungan antara kepribadian CEO dan kinerja perusahaan dengan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan.
10	Perbedaan pendapat mengenai hubungan fleksibilitas	Alan T.L. Chan, Eric W.T. Ngai, dan Karen K.L. Moon (2016)	<i>manufacturing flexibility</i> memiliki efek positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis secara tidak langsung melalui <i>supply chain agility</i> .
11	manufaktur dan kinerja bisnis	Reza Abdoli Bidhandi dan Changiz Valmohammadi (2017)	Hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara profitabilitas perusahaan yang merupakan indikator kinerja bisnis dengan Fleksibilitas.

Tabel 1.3
Research Gap (Lanjutan)

No.	Research Gap	Peneliti (Tahun)	Hasil
12	Perbedaan pendapat mengenai hubungan <i>supply chain agility</i> dan kinerja bisnis	Alan T.L. Chan, Eric W.T. Ngai, dan Karen K.L. Moon (2016)	<i>Supply chain agility</i> sebagai variabel intervening memiliki efek yang positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis
13		Sharon E. DeGroot, Thomas G. Marx (2013)	<i>Supply chain agility</i> meningkatkan kinerja perusahaan secara signifikan dan berpengaruh positif terhadap semua aspek pengukuran kinerja bisnis.
14		Patricia M. Swafford, Sourmen Ghosh dan Nagesh Murthy (2008)	<i>supply chain agility</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnis. organisasi dapat mencapai tingkat kelincuhan yang lebih tinggi dalam rantai pasokan dan pada akhirnya memiliki kinerja yang lebih tinggi.
15		Yahaya Y. Yusuf, Angappa Gunasekaran, Ahmed Musa, Mohammed Dauda, Naghham M. El-Berishy dan Shuang Cang (2012)	Penelitian ini memiliki hasil bahwa <i>Supply chain agility</i> berkorelasi secara positif dan signifikan dengan <i>business performance</i>

Sumber: Jurnal referensi yang akan dikembangkan dalam penelitian ini

Dalam fenomena bisnis *fashion* minimal 4 kali berganti musim menyesuaikan tren di Eropa. Usaha *fashion* di Indonesia tertuntut untuk mengikuti tren luar karena masyarakat Indonesia sendiri yang sudah terbawa efek globalisasi. Berbagai merek dagang besar industri *fashion* di Indonesia harus terus sigap dan lincah menghadapinya apalagi merek dagang luar yang lebih besar sudah mulai memasuki pasar dalam negeri yang bahkan dapat mengeluarkan produk mencapai 20 musim per

tahunnya dengan interval musim satu dan musim lainnya yang hanya beberapa minggu. Merek lokal yang sudah besar pasti tertekan untuk terus dapat menyaingi merek luar tersebut, kemudian bagaimana dengan merek lokal yang masih berkembang sekelas UMKM

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan mengangkat judul: **“Analisis Pengaruh Fleksibilitas Strategis dan Fleksibilitas Manufaktur Terhadap Kinerja Bisnis Melalui *Supply Chain Agility* Sebagai Variabel Intervening (Studi pada UMKM *fashion* Kota Bogor)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan dalam dunia mode yang sangat cepat dan banyaknya pesaing dengan produk sejenis memaksa setiap pelaku usaha terutama UMKM Kota Bogor dalam bidang industri kreatif *fashion* untuk berpikir cepat dan mengambil tindakan segera atas kondisi pasar mode yang seakan-akan berlari. Pelaku usaha dalam bidang ini bergerak dengan tidak hanya memproduksi sesuai tren pasar, kemudian menunggu konsumen untuk membeli produknya. Cara tersebut dianggap tidak efektif untuk dapat menarik konsumen dan meningkatkan kinerja bisnis. Proses produksi dan distribusi ke konsumen pun harus dapat dilakukan dengan lebih cepat.

Kesenjangan yang terdapat pada penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yang berjudul *the Effect of Strategic Flexibility, Manufacturing Flexibility and Supply Chain Agility on Firm Performance in the Fashion Industry* (Alan, Ngai, dan moon, 2016), yaitu responden dalam penelitian ini adalah para pelaku industri *fashion* di kawasan Asia khususnya China dengan sampel yang didapat berjumlah 84 responden diolah dengan alat analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil dari keseluruhan variabel didapat signifikan dengan responden industri besar di kawasan Asia. Penulis mengamati di Indonesia juga memiliki banyak industri *fashion* yang rata-rata merupakan usaha yang masih dalam tahap berkembang sekelas UMKM. Kota Bogor memiliki banyak UMKM yang berjalan dalam bidang *fashion*. Akankah didapatkan hubungan kausalitas yang sama apalagi industri sekelas UMKM sama-sama harus menghadapi fenomena bisnis *fashion* yang berubah dengan cepat sedangkan dalam karakteristik UMKM berdasarkan perspektif komoditas sudah menunjukkan kekurangan UMKM itu sendiri.

Laju pertumbuhan industri pengolahan kota Bogor berdasarkan BPS Kota Bogor mengalami penurunan di tahun 2016. Begitupun pada laju pertumbuhan PDRB Kota Bogor, Subkategori Industri Tekstil dan Pakaian; Subkategori Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki mengalami penurunan.

Setiap pelaku usaha berlomba untuk menjadi yang pertama dalam menyediakan produk kepada konsumen. Konsekuensi apabila lambat dalam menyediakan produk adalah berpindahnya konsumen dan membeli produk di

perusahaan pesaing yang telah menyediakannya terlebih dahulu. Hal tersebut tentunya menghambat perusahaan untuk mencapai kinerja bisnis yang baik. Karena itu para pengusaha harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa dilakukan untuk dapat mengefektifkan kinerja bisnis. Kelincahan Rantai Pasokan dalam perusahaan mutlak diperlukan untuk mencapai kinerja bisnis yang baik.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah fleksibilitas strategis berpengaruh positif terhadap *supply chain agility* pada industri *fashion* di kota Bogor?
2. Apakah fleksibilitas manufaktur berpengaruh positif terhadap *supply chain agility* pada industri *fashion* di kota Bogor?
3. Apakah fleksibilitas strategis berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis pada industri *fashion* di kota Bogor?
4. Apakah fleksibilitas manufaktur berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis pada industri *fashion* di kota Bogor?
5. Apakah *supply chain agility* berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis pada industri *fashion* di kota Bogor?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh fleksibilitas strategis terhadap *supply chain agility* pada industri kreatif *fashion* kota Bogor.
2. Untuk menganalisis pengaruh fleksibilitas manufaktur terhadap *supply chain agility* pada industri kreatif *fashion* kota Bogor.
3. Untuk menganalisis pengaruh fleksibilitas strategis terhadap kinerja bisnis pada industri kreatif *fashion* kota Bogor.
4. Untuk menganalisis pengaruh fleksibilitas manufaktur terhadap kinerja bisnis pada industri kreatif *fashion* kota Bogor.
5. Untuk menganalisis pengaruh *supply chain agility* terhadap kinerja bisnis pada industri kreatif *fashion* kota Bogor.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis dan pembaca

Penelitian ini berguna bagi penulis dan pembaca untuk menambah ilmu dan pengetahuan, khususnya untuk konsentrasi di bidang manajemen operasional.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan pertimbangan untuk perusahaan dalam melakukan kegiatan mengaktifkan rantai pasokan dan kinerja bisnis pada usahanya.

3. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian.

1.6 Sistematika Penelitian

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini berisikan mengenai penjelasan secara singkat latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Telaah Pustaka

Pada bab ini berisikan tentang landasan teori sebagai kerangka acuan pemikiran dalam pembahasan masalah yang akan mendukung penelitian ini dan sebagai dasar analisis dari berbagai literatur. Selain landasan teori, bab ini pun berisi hipotesis yang didapat dari landasan-landasan teori tersebut, penelitian terdahulu yang berkaitan dan kerangka pikir teoritis.

Bab III Metode Penelitian

Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai metode penelitian yang meliputi desain penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini berisikan deskripsi dari objek penelitian, hasil analisis data, serta pembahasan dari hasil analisis tersebut.

Bab V Penutup

Pada bab ini berisi kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan saran-saran peneliti, yang nantinya akan jadi masukan bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya.