

## **KETERKAITAN ANTARA STRATEGI KOLABORASI DAN BERBAGI INFORMASI TERHADAP KAPABILITAS LOGISTIK PERUSAHAAN EKSPEDISI KOTA BANDA ACEH**

**Wirdah Irawati<sup>(1)</sup>, Marisa<sup>(2)</sup>**

<sup>1,2</sup>Jurusan Manajemen, Universitas Syiah Kuala, Kota Banda Aceh  
e-mail: [wirdahirawati@unsyiah.ac.id](mailto:wirdahirawati@unsyiah.ac.id), [marisaj1710@gmail.com](mailto:marisaj1710@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This study tend to analyze the effect of Collaboration Strategy, Information Sharing, toward Logistics Capability . This study uses a quantitative method approach by distributing questionnaires as a way to obtain data. The population of this study is all J&T Express and Cargo employees in the city of Banda Aceh. The sample taken from 206 people used questionare as instrument analysis. The method for tis study used Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that Collaboration Strategy, had a significant effect on Logistics Capability but Information Sharing have no effect to Logistics Capabilities, Furthermore, it is better not to associate logistical capabilities with information sharing because no effect was found between both. Researchers can also find other variables to find the effect between logistics capabilities and information sharing.*

**Keywords:** *Collaboration strategy, information sharing, logistics capabilities, expedition company.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Strategi Kolaborasi, Berbagi Informasi terhadap Kapabilitas Logistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan penyebaran kuisisioner sebagai teknik survei. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh karyawan J&T Express dan Cargo yang ada di kota Banda Aceh. Sampel yang diambil untuk mengisi kuisisioner berjumlah 206 orang. Alat untuk analisis adalah *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Strategi Kolaborasi berpengaruh secara signifikan terhadap Kapabilitas Logistik akan tetapi, Berbagi Informasi, tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kapabilitas Logistik. Oleh karena itu, perusahaan dianjurkan untuk meningkatkan strategi kolaborasi, berbagi informasi, untuk meningkatkan kapabilitas logistik. Selanjutnya, ada baiknya tidak mengaitkan kapabilitas logistik dengan berbagi informasi karena tidak ditemukan pengaruh di antara keduanya. Peneliti juga boleh menarik variabel lainnya untuk mencari keterkaitan antara kapabilitas logistik dengan berbagi informasi.

**Kata kunci :** *Strategi kolaborasi, Berbagi Informasi, Kapabilitas Logistik, Perusahaan Ekspedisi*

## 1. Pendahuluan

Salah satu strategi yang penting didalam perusahaan adalah staretgi logistic. Oleh karena logistik sangat diperlukan dalam dunia bisnis, maka perusahaan berupaya memperbaiki kapabilitas logistik mereka dari waktu ke waktu.

Ghofar,(2020) et.al menjelaskan bahwa kapabilitas logistik yang terus meningkat akan dapat memberikan keuntungan terhadap penurunan biaya. Melalui adanya kapabilitas logistik akan mampu menciptakan diferensiasi (Daughrty dkk., 1998; Anderson dan Narus, 1995). Dari penelitian ini menemukan bahwa kapabilitas logistik menciptakan kontribusi utama terhadap strategi perusahaan, kinerja logistik, dan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, kajian konseptual mengenai pengembangan kolaborasi dan berbagi informasi antara perusahaan ekspedisi dengan mitra bisnis mereka sangat penting untuk diteliti.

Secara umum, kondisi logistik di Indonesia semakin membaik dari tahun ke tahun. Hal ini terlihat dari banyaknya perusahaan logistik di Indonesia yang tersebar di seluruh bagian rute. Jika dilihat dari Logistics Performance Index (LPI), disimpulkan bahwa Indonesia menempati peringkat ke 4 di negara ASEAN mengenai kapabilitas logistic yang jauh lebih unggul dari Kamboja, Myanmar dan Laos, akan tetapi Indonesia mesti bersaing ketat saat ini agar tetap dapat unggul dengan Vietnam, Brunei Darussalam, dan Filipina dengan skor yang hampir sama. Berdasarkan hasil Survei LPI 2016 tersebut, Indonesia masih perlu mendapatkan perhatian pembuat kebijakan. Dari 160 negara yang diteliti, Indonesia berada di peringkat 63 dengan skor 2,98, menurun dibandingkan hasil survei periode sebelumnya tahun 2014, dimana saat itu Indonesia berada di peringkat 53 dengan skor 3,08. Penurunan

skor LPI Indonesia terjadi di hampir semua komponen, kecuali pelayaran internasional dan pencarian barang. Dari enam komponen skor LPI Indonesia 2016, tiga komponen (kompetensi pelayanan logistik, pencarian barang, dan ketepatan waktu) memiliki skor di atas 3, dan tiga dimensi lainnya (kepabeanan, infrastruktur, dan pelayaran internasional) di bawah 3 (supplychainindonesia. com, 2016). Nilai terendah terjadi pada komponen infrastruktur yang menunjukkan bahwa kurangnya kualitas dan kuantitas infrastruktur menjadi salah satu penghambat efisiensi dan daya saing logistik di Indonesia. Infrastruktur memang menjadi salah satu permasalahan mendasar di Indonesia, terutama dari sisi kuantitas, kapasitas, dan distribusinya (supplychainindonesia.com, 2016). Perbandingan skor LPI Indonesia tahun 2014 dan 2016 dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

**Tabel 1**  
Perbandingan skor LPI Indonesia tahun 2014 dan 2016

Kinerja Logistik Indonesia	2014	2016	Naik/Turun
Skor LPI Internasional	3,08	2,98	↓ 0,10
Kepabeanan	2,87	2,69	↓ 0,18
Kompetensi Jasa Logistik	3,21	3	↓ 0,21
Infrastruktur	2,92	2,65	↓ 0,27
Ketepatan Waktu	3,53	3,46	↓ 0,07
Pengiriman Internasional	2,87	2,9	↑ 0,03
Pencarian Barang	3,11	3,19	↑ 0,08

Sumber: data LPI, (2016)

Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah sangat

diperlukan agar perusahaan mampu memperoleh keunggulan bersaing. Dalam proses peningkatan keunggulan bersaing, perusahaan sangat dituntut untuk bekerja lebih efisien dengan menerapkan konsep manajemen terintegrasi dari seluruh fungsi manajemen yang ada salah satunya dengan adanya upaya meningkatkan kemampuan kolaborasi antara mitra perusahaan dan berbagi informasi dalam jaringan rantai pasokan.

Tidak jauh berbeda dengan kondisi logistik nasional, Aceh juga secara terus menerus melakukan usaha peningkatan logistik. Sekarang, pendekatan *demand follow supply* sangat penting dilakukan sebagai strategi untuk membangun transportasi, ketersediaan sarana prasarana untuk kepentingan transportasi diperhatikan terlebih dahulu agar pertumbuhan aspek ekonomi dan perkembangan aktivitas ekonomi berjalan beriringan atau searah.

Seperti di kota besar lainnya, di Aceh sendiri juga sudah banyak usaha ekspedisi yang berkembang secara perlahan dan terus menerus mengikuti perkembangan kebutuhan dari konsumen atau pemakai jasa logistik. Salah satu perusahaan yang berkembang baik di Aceh yaitu J&T Express.

J&T Express merupakan adalah sebuah perusahaan multinasional yang bertempat di Jakarta, Indonesia dan memiliki banyak cabang usaha di seluruh Indonesia, termasuk Aceh. Perusahaan ini sudah berdiri selama 7 tahun dari tanggal 20 Agustus 2015 hingga saat ini. Perusahaan ini umumnya bergerak di aspek ekspedisi. J&T memiliki jangkauan luas se-Indonesia dengan keunggulan memiliki *tracking* (pelacak) barang yang membantu konsumen untuk mengetahui posisi barangnya. Maka pada penelitian ini, lokasi yang dijadikan sumber subjek dan pengumpulan data adalah J&T Express dan Cargo yang ada di Kota Banda Aceh.

Konsep RBV digunakan untuk mengembangkan penelitian sebagai pendekatan teoritis dalam menilai kapabilitas kinerja potensial untuk membangun daya saing (Barney, 1991). Terkait dengan konsep RBV, suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan yang potensial apabila memiliki karakter yang unggul. Seperti, memiliki kemampuan merespon (tangible) dan memiliki kemampuan dalam pencitraan (intangible) yang akan menempatkan perusahaan pada posisi yang berbeda dengan pesaing lainnya. Salah satu bentuk aset yang intangible yang secara empiris terbukti mampu membangun keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja logistik adalah komponen sumber daya berbasis pengetahuan (Jugdev dan Mathur, 2013).

Kolaborasi (Barrat, 2004) adalah upaya yang dilakukan oleh pemangku bisnis untuk berbagi masalah, loyalitas intelegensi, kepercayaan, saling menghargai sesama, serta berbagi keahlian dan pengetahuan serta kelincahan intelektual. Kolaborasi sangat berkontribusi bagi anggota dalam rantai pasokan itu sendiri. Oleh sebab itu, kolaborasi dimaknai sebagai hubungan kerjasama di dalam rantai pasokan yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing melalui berbagi informasi, membuat keputusan bersama, dan berbagi kebermanfaatannya yang akan menghasilkan profitabilitas yang lebih besar (Mathuramaytha, 2011).

Kolaborasi sangat perlu dilakukan agar perusahaan mampu memanfaatkan informasi dari mitra-mitra rantai pasokan (Daugherty dkk. 2005), hal ini juga memungkinkan perusahaan untuk melakukan sistem *controlling* terhadap suatu kebutuhan dalam rantai pasokan perusahaannya dan mitra, sehingga perusahaan mampu mengelola semua masalah yang terjadi dengan melakukan tindakan preventif. (Stock and Lambert, 2001). Kegiatan koordinasi dari berbagai pihak (internal maupun eksternal),

mengintegrasikan data dan informasi rantai pasokan ke dalam sistem informasi perusahaan, dan meningkatkan kemitraan jangka panjang dengan mitra rantai pasokan merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk mengembangkan kolaborasi antar mitra dan perusahaan (Daugherty dkk., 2004).

Berdasarkan penelitian oleh Saxena (2005) dan Sigala (2004), **kolaborasi** diukur dari beberapa indikator yaitu *kualitas jaringan*, ini didasarkan pada pendapat Clark dan Hammond (1997) yang menekankan pada unsur integrasi aliran informasi maupun material melalui jaringan bisnis untuk mendukung proses inovasi perusahaan yang merupakan hal penting untuk mencapai peningkatan kapabilitas perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berikutnya adalah *kepercayaan*. Kepercayaan sangat penting untuk pengambilan keputusan yang sukses dalam jaringan kolaboratif. Kepercayaan dicirikan oleh transparansi, keadilan, dan keterbukaan. Pemangku kepentingan harus merasa bebas untuk terlibat dalam dialog tanpa takut tidak dihargai atas keprihatinan dan gagasan mereka. Keabsahan keprihatinan mereka diakui, tidak dipinggirkan, meski ada perbedaan pendapat. Suara mereka didengar dan dihormati dalam pengambilan keputusan. Ketika ada kesimpulan ketidakpercayaan di antara mitra, bekerja sama menuju aktualisasi tujuan bersama berkurang dan pemulihan kepercayaan itu membutuhkan waktu yang lama (Ansell dan Gash, 2008; Morse, 2010; Gray dan Stites, 2013; Sloan dan Oliv, 2013). Bryson dkk. (2006) menggambarkan hubungan saling percaya sebagai inti dari kolaborasi secara paradoks. Hubungan saling percaya bertindak sebagai pelumas untuk memfasilitasi kerja kolaboratif dan sebagai perekat untuk menyatukannya. Selanjutnya *kemitraan* yang merupakan komponen yang menguatkan pengembangan kolaboratif karena lebih cenderung bersifat

transaksional yang nantinya akan menentukan posisi kolaborasi (Kosmann dkk. (2012) dan Seitani dan Crane (2008)). Seperti menangani negosiasi, konsensus, memfasilitasi kerja sama, menyatukan kemampuan sumber daya mitra, dan menggabungkan perjanjian untuk mencapai target keuntungan (Gray dan Stites, 2013).

**Berbagi informasi** adalah sebuah rangkaian alur komunikasi yang dilakukan secara terus menerus antara mitra perusahaan baik formal maupun informal yang ikut andil dalam suatu perencanaan serta pengawasan agar menghasilkan output perusahaan yang lebih maksimal (Miguel dan Brito, 2011). Berbagi informasi menghadirkan potensi besar bagi sektor logistik. Ini dapat mengurangi biaya, memotong waktu pengiriman dan umumnya meningkatkan efisiensi sumber daya. Berbagi informasi di seluruh rantai logistik dengan demikian menawarkan peluang bisnis yang menarik.

Menurut Bititci dkk. (2004), Prajogo and Olhager (2012), Kocoglu dkk. (2011) berbagi informasi diukur dengan beberapa indikator, yaitu sebagai berikut: *Meningkatkan kemampuan organisasi, Berbagi informasi yang efektif antar mitra, menjadi pendorong penting upaya kolaboratif.*

Variabel penelitian selanjutnya Kapabilitas logistik bertujuan untuk menciptakan diferensiasi atau perbedaan keunikan dari suatu perusahaan, yang dalam penelitian terdahulu menemukan bahwa kapabilitas logistik mampu menciptakan kontribusi yang besar terhadap strategi perusahaan, kinerja logistik, dan keunggulan bersaing (Daugherty dkk., 1998; Anderson dan Narus, 1995).

Berbagai aliran penelitian dalam pemasaran dan logistik mendukung gagasan bahwa perusahaan harus mengembangkan kapabilitas yang berfokus pada pelanggan untuk mencapai kinerja

yang unggul. Konsep "orientasi pemasaran" mewakili keterampilan unggul dalam memahami dan memuaskan pelanggan. Bukti empiris mendukung proposisi bahwa orientasi pasar berhubungan positif dengan kinerja superior (Desphandé, Farley, dan Webster 1993; Jaworski dan Kohli 1993; Narver dan Slater 1990; Hunt dan Morgan 1995). Day (1994) berpendapat bahwa organisasi dapat menjadi lebih berorientasi pasar dengan mengidentifikasi dan membangun kemampuan internal dan eksternal khusus yang membedakan organisasi yang digerakkan oleh pasar.

Jugdev and Mathur (2013), Brahma and Chakraborty (2011) mengemukakan bahwa ada beberapa indikator yang mengukur besarnya kapabilitas logistik, sebagai berikut pelayanan yang unik memiliki nilai tambah yang strategis. Nilai tambah adalah istilah yang diberikan untuk mendeskripsikan nilai ekonomi yang ditambahkan pada sebuah produk atau jasa yang ditawarkan pada konsumen. Menurut Investopedia, menambahkan nilai atau harga ini penting untuk mendapatkan keuntungan dari biaya yang harus dibayarkan untuk memproses produk tersebut.

Indikator kedua dari kapabilitas adalah pelayanan memiliki daya tanggap. Daya tanggap meliputi kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan. Misalnya, karena keterlambatan keberangkatan pesawat, penumpang diberi makanan dan minuman. Indikator selanjutnya adalah memiliki citra keunggulan dalam pelayanan. Pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik untuk memberikan kepuasan kepada pengguna

jasa atau produk. Sebagai contoh service excellence yang menyangkut kinerja customer service dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Berikutnya kapabilitas adalah memiliki produk jasa yang tidak mudah ditiru. Keunggulan logistik telah menjadi sumber kuat diferensiasi kompetitif dalam beragam penawaran pemasaran perusahaan kelas dunia. Meskipun para peneliti telah menyarankan bahwa kompetensi logistik melengkapi upaya pemasaran, bukti empiris kurang tentang apa arti kualitas layanan logistik bagi pelanggan dan apakah itu memiliki arti yang berbeda untuk segmen pelanggan yang terpisah. Para penulis menyajikan dukungan empiris untuk sembilan konstruksi kualitas layanan logistik terkait; menunjukkan unidimensionalitas, validitas, dan keandalannya di empat segmen pelanggan dari organisasi logistik besar; dan memberikan dukungan empiris untuk proses kualitas layanan logistik. Meskipun pemodelan persamaan struktural menawarkan dukungan untuk proses kualitas layanan logistik di seluruh segmen pelanggan, penulis menemukan bahwa estimasi parameter relatif berbeda untuk setiap segmen, yang menunjukkan bahwa perusahaan harus menyesuaikan layanan logistik mereka dengan segmen pelanggan. Memiliki barang, produk, atau jasa yang berbeda dan tidak mudah ditiru adalah strategi terampil agar meningkatkan daya saing perusahaan. Maka agar perusahaan dianggap memiliki kapabilitas yang baik, maka perusahaan utama harus memiliki keunikan jasa atau jasa yang tidak dimiliki perusahaan lain dengan keunggulan tidak mudah ditiru.

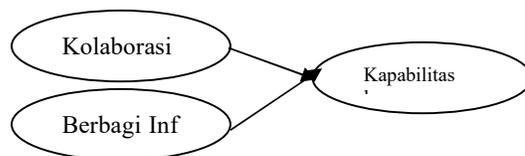
Penelitian ini berusaha mencari keterkaitan antara strategi kolaborasi dan berbagi informasi terhadap kapabilitas logistik pada perusahaan kurir di kota Banda Aceh. Melalui kajian yang diperoleh dari hasil penelitian terdahulu, maka disusun dua hipotesis.

Kolaborasi meningkatkan kemampuan semua anggota Pengaruh kolaborasi terhadap berbagi informasi dan pengaruh kolaborasi terhadap kapabilitas dapat dijelaskan bahwa berbagi informasi merupakan salah satu elemen inti dari kolaborasi (Simatupang dan Sridharan, 2002);

**H1: Strategi Kolaborasi secara signifikan mempengaruhi kapabilitas logistik.**

Informasi adalah sumber daya bersama yang dimiliki oleh pihak-pihak yang berkolaborasi dalam rantai pasokan untuk membangun dan meningkatkan kemampuan organisasinya (Bititci dkk., 2004). Oleh karena itu, semakin intens perusahaan dengan mitranya, semakin baik kemampuan perusahaan. Oleh karena hal ini maka hipotesis dua sbb:

**H2. Berbagi Informasi secara signifikan mempengaruhi kapabilitas logistik.**



**2. Metode Penelitian**

Lokasi penelitian akan dilakukan pada J&T Express Kota Banda Aceh. Terdapat tiga variabel utama yang akan diteliti dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh di antara variabel terkait. Variabel Strategi Kolaborasi akan melihat bagaimana kondisi kolaborasi logistik di J&T Express Kota Banda Aceh agar kapabilitas logistik mereka meningkat. Variabel Berbagi Informasi akan melihat bagaimana penyebaran informasi penting berupa pengetahuan dan informasi lainnya mampu meningkatkan kapabilitas logistik di perusahaan tersebut. Variabel Kapabilitas sebagai mediasi akan mengukur

seberapa penting kemampuan berstrategi dan menyebarkan informasi dalam meningkatkan kinerja logistik di perusahaan mereka. Serta variabel Y yaitu kinerja logistik adalah variabel utama yang akan diukur dan melalui penelitian ini akan ada temuan-temuan yang mampu meningkatkan kinerja logistik J&T Express Kota Banda Aceh.

Penelitian ini akan dilakukan pada salah satu usaha logistik terbesar di Indonesia, secara khusus merujuk ke Kota Banda Aceh yaitu usaha ekspedisi J&T Express Kota Banda Aceh yang memiliki keseluruhan karyawan (staff perkantoran, pergudangan, distribusi, dll) sebanyak 425 orang (per 7 Juli 2022). Jumlah karyawan tersebut tersebar ke seluruh Kota Banda Aceh ke 17 *drop point* dan satu kantor *Head Office* untuk seluruh Aceh.

Sampel dalam penelitian ini merupakan bagian dari populasi yang diteliti. Persyaratan utama sampel adalah harus mewakili populasi yang diteliti.

Pengambilan sampel penelitian ini akan menggunakan rumus *Slovin*, yaitu Semakin kecil toleransi kesalahan, maka semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya,

Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya, yaitu sebanyak 425 karyawan yang bekerja pada J&T kota Banda Aceh. Untuk tingkat toleransi kesalahan yang ditetapkan maksimal 5%. Rumus *Slovin* menurut Sugiyono (2014) dirumuskan sebagai berikut:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Keterangan:

N = Ukuran populasi

n = Ukuran sampel

e = taraf kesalahan (*Error*) sebesar 5%

Berdasarkan rumus diatas, maka sampel sbb:

$$n = 425 / (1 + (425 \times 0,05^2))$$
$$n = 206$$

*Probability sampling* digunakan untuk menentukan cara pemengablan sampel penelitian. Ini adalah metode pengambilan sampel yang mana setiap calon responden memiliki kesempatan yang sama untuk mengisi kuisisioner. Teknik penentuan sampel yang akan digunakan adalah *teknik area sampling (multistage sampling)*, Teknik *multistage sampling* adalah penggabungan antara beberapa metode *sampling* secara bersamaan dengan tujuan supaya efektif dan efisien (Sedgwick, P. 2015). Jadi dalam penelitian ada dua teknik *sampling* yang digunakan. Untuk mendapatkan data dan infomasi yang tepat dan akurat, peneliti harus menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan.

Peralatan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model (SEM)* yang dioperasikan melalui program AMOS dengan menggunakan analisi jalur (*path analysis*).

### 3. Hasil dan Pembahasan

Objek yang diteliti dalam penelitian ini merupakan variabel-variabel terkait yaitu strategi kolaborasi (X1), berbagi informasi (X2) yang merupakan variabel tidak terikat di ikuti oleh kapabilitas logistik (Y) yang berperan sebagai variabel terikat.

Responden dalam penelitian ini merupakan semua karyawan yang dari seluruh Head Office dan Drop Point J&T Express dan Cargo yang ada di Kota Banda Aceh. Responden berjumlah 206 orang termasuk kurir, staff, sampai atasan. Penyebaran kuisisioner dilakukan secara langsung dengan menggunakan kertas dan diisi oleh responden.

Kuisisioner disusun dengan dua bagian yaitu bagian identitas responden dan bagian pernyataan responden mengenai variabel terkait yang diteliti. T:erkait dengan bagian identitas responden dapat dilihat sbb.

Tabel 2  
Karakteristik Responden

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>			
1.	Laki-laki	147	71,4%
2.	Perempuan	59	28,6%
<b>Total</b>		<b>206</b>	<b>100%</b>
<b>Usia</b>			
1.	18 s.d. 24 Tahun	15	7,3%
2.	25 s.d. 29 Tahun	101	49%
3.	30 s.d. 34 Tahun	62	30,1%
4.	35 s.d. 39 Tahun	25	12,1%
5.	Lebih dari 40 Tahun	3	1,5%
<b>Total</b>		<b>206</b>	<b>100%</b>
<b>Lama bekerja</b>			
1.	0-5 Bulan	0	0%
2.	6-12 Bulan	73	35,4%
3.	1 s.d. 2 Tahun	93	45,1%
4.	3 s.d. 4 Tahun	29	14,1%
5.	5 s.d. 7 Tahun	11	5,3%
<b>Total</b>		<b>206</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis langsung yang menunjukkan *p-value* sebesar 0,000. Nilai parameter tersebut telah memenuhi nilai yang disyaratkan yakni <0,05. Dengan demikian variabel strategi kolaborasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kapabilitas logistik.

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis langsung yang menunjukkan *p-value* sebesar 0,405. Nilai parameter tersebut tidak memenuhi nilai yang disyaratkan yakni >0,05. Dengan demikian variabel berbagi informasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kapabilitas logistik.

### Pengaruh Kolaborasi Terhadap Kapabilitas Logistik

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis langsung yang menunjukkan *p-value* sebesar 0,000. Nilai parameter tersebut telah memenuhi nilai yang disyaratkan yakni <0,05. Dengan demikian variabel strategi kolaborasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kapabilitas logistik. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya

yaitu sejalan dengan Mitrega et al. (2012), yang memperoleh fakta empiris bahwa kolaborasi memperkuat kemampuan, di mana kolaborasi berfungsi untuk berkolaborasi di tingkat antar perusahaan dan antar pribadi. Kedua fungsi di atas membangun penguatan hubungan antar perusahaan dalam rangka mempererat kesatuan visi dan misi, menghindari konflik yang sering terjadi karena penggabungan berbagai kepentingan ke dalam satu organisasi bukanlah persoalan yang mudah diwujudkan (Mitrega et al. ., 2012).

Penelitian ini memperkuat pendapat peneliti sebelumnya yaitu Zollo dan Winter (2002) mengaitkan kapabilitas sebagai kekuatan dinamis untuk membangun daya saing perusahaan di masa depan. Peneliti lain (Eisenhardt dan Martin, 2000) memperkuat argumen sebelumnya, bahwa kontinuitas komponen kapabilitas organisasi perlu terus ditingkatkan untuk membangun, mengintegrasikan, dan mengkonsolidasikan sumber daya yang tersedia untuk memperkuat kinerja bisnis guna menstabilkan nilai pasar perusahaan.

#### **Pengaruh Berbagi Informasi Terhadap Kapabilitas Logistik**

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis langsung yang menunjukkan *p-value* sebesar 0,405. Nilai parameter tersebut tidak memenuhi nilai yang disyaratkan yakni  $>0,05$ . Dengan demikian variabel berbagi informasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kapabilitas logistik. Hal ini disebabkan oleh jawaban responden pada pertanyaan mengenai indikator “peningkatan kemampuan dengan berbagi informasi” terlalu bervariasi sehingga menimbulkan nilai yang tidak memenuhi syarat berpengaruhnya kedua variabel ini. Dengan demikian, ini menyiratkan bahwa model penelitian menggambarkan pengaruh berbagi informasi terhadap kapabilitas

logistik perlu dievaluasi pada tahap analisis selanjutnya.

**Tabel 3**  
**Hasil Pengujian Hipotesis**

Variabel	Estimate	S.E.	C.R.	<i>P-value</i>	Keterangan
Strategi Kolaborasi (X1) terhadap Kapabilitas Logistik (Z)	,184	,042	4,412	0,000	Diterima
Berbagi informasi (X2) terhadap Kapabilitas Logistik (Z)	-,094	,113	-,833	0,405	Ditolak

#### **4. Simpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil temuan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Strategi kolaborasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja logistik Perusahaan J&T Express Kota Banda Aceh. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa hipotesis H1 diterima.

Selanjutnya untuk hipotesis kedua memperoleh hasil yang tidak signifikan bahwa berbagi informasi tidak dapat mempengaruhi kapabilitas logistic perusahaan ekspedisi di kota Banda Aceh. Sehingga hipotesis kedua (H2) ditolak. Hal ini perlu untuk dianalisis lebih lanjut terutama pada item pertanyaan Perusahaan terus melakukan peningkatan kemampuan (sumber daya yang dimiliki). Pada dasarnya perusahaan terus menrus berinovasi dan memperbaiki kemampuannya secara internal meski bukan karena di sebabkan adanya keharusan berbagi informasi. Berbagi informasi merupakan salah satu kebijakan untuk meningkatkan pertuaran informasi antara perusahaan mitara menjadi lebih terarah.

Berlandaskan pada berbagai kesimpulan yang diperoleh mengenai pengaruh strategi kolaborasi dan berbagi informasi terhadap kinerja logistik yang dimediasi oleh kapabilitas logistik pada usaha jasa logistik di Kota Banda Aceh (Studi kasus J&T Express Kota Banda Aceh), maka peneliti memberikan berbagai saran bahwa untuk penelitian selanjutnya ada baiknya variabel berbagi informasi dengan kapabilitas

logistik dikaji ulang dengan indikator yang berbeda. Karena berdasarkan hasil penelitian dalam penelitian ini, berbagi informasi tidak mempengaruhi kapabilitas logistik.

#### Daftar Pustaka

- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Brahma, Siddhartha Sankar and Chakraborty, Haimanti, (2011) From Industry to Firm Resources: Resource-Based View of Competitive Advantage The IUP Journal of Business Strategy, Vol. VIII, No. 2, pp. 7-21
- Barney, J., Wright, M., & Ketchen Jr, D. J. (2001). The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. *Journal of management*, 27(6), 625-641.
- Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of management*, 27(6), 643-650.
- Bititci, U. S., Martinez, V., Albores, P., & Parung, J. (2004). *Creating and managing value in collaborative networks. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*.
- Daugherty, et al. 2005. Supply chain collaboration: What's happening?. *The International Journal of Logistics Management*, 16(2), 237-256
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: what are they? *Strategic Management Journal*, 1105-1121
- Ghofar, A., Kundarto, M., Sugandini, D., Ekawati T., Amallia Bunga Alfausta - 2020 *Perspektif Manajemen Rantai Pasokan: Kapabilitas Strategis*. Zahir Publisher
- Klepper, S. (2002). The capabilities of new firms and the evolution of the US automobile industry. *Industrial and corporate change*, 11(4), 645-666.
- Koçoğlu, İ., İmamoğlu, S. Z., İnce, H., & Keskin, H. (2011). The effect of supply chain integration on information sharing: Enhancing the supply chain performance. *Procedia-social and behavioral sciences*, 24, 1630-1649.
- Mitrega, M., Forkmann, S., Zaefarian, G., & Henneberg, C. (2017). Networking capability in supplier relationships and its impact on product innovation and firm performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 37(5), 577-606
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. (1994), "The commitment-trust theory of relationship marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38.
- Prajogo, D., & Olhager, J. (2012). Supply chain integration and performance: The effects of long-term relationships, information technology and sharing, and logistics integration. *International Journal of Production Economics*, 514-522.
- S. Tanutomo, Albert. (2015). *Analisa Kinerja Supply Chain Collaboration Pada Rumah Buah*.
- Sedgwick, P. (2015). Multistage sampling. *Bmj*, 351.

Zollo, M. & Winter, S.G. (2002), Deliberate learning and the evolution of dynamic capabilities, *Organization Science*, Vol. 13 No. 3, p. 339-351.

Rujukan elektronik :

<https://lpi.worldbank.org/Aggregated LPI 2012-2018>

<https://supplychainindonesia.com/orientasi-dan-penguatan-logistik-domestik-dalam-menghadapi-ancaman-resesi-2023/>