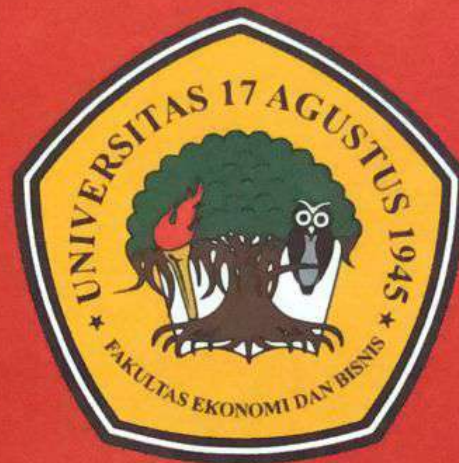


DISERTASI

KAJIAN STRATEGI JARINGAN PEMASOK, *MULTI CHANNEL RETAILING*, SINERGITAS KERJASAMA, KAPABILITAS DINAMIKA DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (SIA) TERHADAP STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA BISNIS PT. SAMUDRA MAS GROUP DI SAMPIT, KALIMANTAN TENGAH

STUDY OF SUPPLIER NETWORK STRATEGY, MULTI CHANNEL RETAILING, COOPERATION SYNERGY, DYNAMIC CAPABILITY AND ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM (SIA) ON BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY AND ITS IMPACT ON BUSINESS PERFORMANCE OF PT. SAMUDRA MAS GROUP IN SAMPIT, CENTRAL KALIMANTAN



Oleh :

FRANCISCUS MUSA ROYAN
NIM : 1271800013

**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

DISERTASI

KAJIAN STRATEGI JARINGAN PEMASOK, *MULTI CHANNEL RETAILING*, SINERGITAS KERJASAMA, KAPABILITAS DINAMIKA DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (SIA) TERHADAP STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA BISNIS PT. SAMUDRA MAS GROUP DI SAMPIT, KALIMANTAN TENGAH

STUDY OF SUPPLIER NETWORK STRATEGY, MULTI CHANNEL RETAILING, COOPERATION SYNERGY, DYNAMIC CAPABILITY AND ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM (SIA) ON BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY AND ITS IMPACT ON BUSINESS PERFORMANCE OF PT. SAMUDRA MAS GROUP IN SAMPIT, CENTRAL KALIMANTAN



Oleh :

FRANCISCUS MUSA ROYAN
NIM : 1271800013

**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

**KAJIAN STRATEGI JARINGAN PEMASOK, MULTI CHANNEL
RETAILING, SINERGITAS KERJASAMA, KAPABILITAS DINAMIKA
DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (SIA) TERHADAP STRATEGI
PENGEMBANGAN USAHA DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA BISNIS
PT. SAMUDRA MAS GROUP DI SAMPIT, KALIMANTAN TENGAH**

***STUDY OF SUPPLIER NETWORK STRATEGY, MULTI CHANNEL
RETAILING, COOPERATION SYNERGY, DYNAMIC CAPABILITY AND
ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM (SIA) ON BUSINESS
DEVELOPMENT STRATEGY AND ITS IMPACT ON BUSINESS
PERFORMANCE OF PT. SAMUDRA MAS GROUP IN SAMPIT,
CENTRAL KALIMANTAN***

DISERTASI

**Untuk Memperoleh Gelar Doktor
Dalam Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Oleh :

FRANCISCUS MUSA ROYAN

NIM : 1271800013

**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2020

LEMBAR PENGESAHAN

DISERTASI

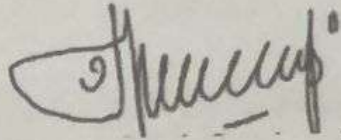
**“KAJIAN STRATEGI JARINGAN PEMASOK, MULTI CHANNEL
RETAILING, SINERGITAS KERJASAMA, KAPABILITAS DINAMIK DAN
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (SIA) TERHADAP STRATEGI
PENGEMBANGAN USAHA DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA BISNIS
PT. SAMUDRA MAS GROUP DI SAMPIT, KALIMANTAN TENGAH”**

Oleh:

Franciscus Musa Royan

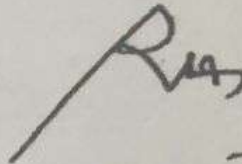
NBI : 1271800013

Promotor :



Prof. Dr. Dyah Sawitri, MM

Co - Promotor



Dr. Slamet Riyadi, MSi., Ak., CA

Mengetahui :

Ketua Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, MS., Ak., CA, CPA

**“KAJIAN STRATEGI JARINGAN PEMASOK, MULTI CHANNEL
RETAILING, SINERGITAS KERJASAMA, KAPABILITAS
DINAMIK DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (SIA)
TERHADAP STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DAN
DAMPAKNYA PADA KINERJA BISNIS PT. SAMUDRA MAS
GROUP DI SAMPIT, KALIMANTAN TENGAH”**

***"STUDY OF SUPPLIER NETWORK STRATEGY, MULTI CHANNEL
RETAILING, COOPERATION SYNERGY, DYNAMIC CAPABILITY
AND ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM (SIA) ON BUSINESS
DEVELOPMENT STRATEGY AND ITS IMPACT ON BUSINESS
PERFORMANCE OF PT. SAMUDRA MAS GROUP IN SAMPIT,
CENTRAL KALIMANTAN"***

Oleh:

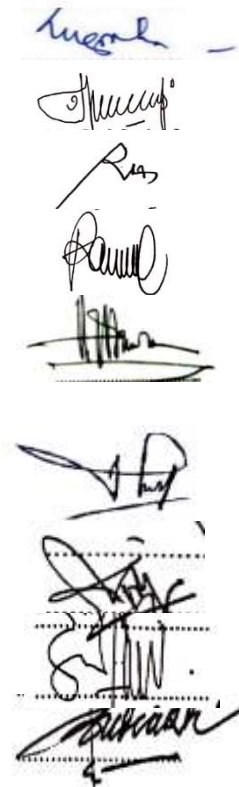
Franciscus Musa Royan

NBI: 1271800013

Disertasi Ini Telah Diuji Terbuka Pada Tanggal 14 Juni 2021

Oleh Tim Penguji:

1. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM.,C.M.A., CPA
2. Prof. Dr. Dyah Sawitri, MM
3. Dr. Slamet Riyadi, MSi., Ak., CA
4. Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, MS., Ak.,CA, CPA
5. Prof. Dr. M. Arif Darmawan, SU
6. Dr. Slamet Suhartono, SH.,MH
7. Dr. H. Abdul Halik, MM
8. Dr. Nanis Susanti,MM
9. Dr. Hj. Sumiati,MM
10. Dr. Endah Budiarti, M.Si



**PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Franciscus Musa Royan

NIM : 1271800013

Alamat : Perum Puri Mas, Taman Gianyar I, C7 no.7, Gunung Anyar, Surabaya

Program Studi : Doktor Ilmu Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Menyampaikan bahwa **Disertasi** yang saya buat dengan judul :

“KAJIAN STRATEGI JARINGAN PEMASOK, MULTI CHANNEL RETAILING, SINERGITAS KERJASAMA, KAPABILITAS DINAMIK DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (SIA) TERHADAP STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA BISNIS PT. SAMUDRA MAS GROUP DI SAMPIT”

"STUDY OF SUPPLIER NETWORK STRATEGY, MULTI CHANNEL RETAILING, COOPERATION SYNERGY, DYNAMIC CAPABILITY AND ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM (SIA) ON BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY AND ITS IMPACT ON BUSINESS PERFORMANCE OF PT. SAMUDRA MAS GROUP IN SAMPIT, CENTRAL KALIMANTAN"

Adalah hasil karya sendiri dan bukan **Duplikasi** dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Disertasi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak dapat terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Disertasi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia DISERTASI ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (DOKTOR) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Surabaya, 15 April 2021



(Franciscus Musa Royan)

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Franciscus Musa Royan

NIM : 1271800013

Alamat : Perum Puri Mas, Taman Gianyar I, C7 no.7, Gunung Anyar,
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa menyetujui untuk dipublikasikannya Karya Ilmiah ini, untuk tujuan produktifitas pengetahuan dan kebutuhan penelitian lanjutan.

Sekian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini.

Surabaya, 29 Juli 2021

A 1000 Rupiah Indonesian postage stamp (Meterai Tempel) is shown. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', and 'METERAI TEMPEL'. The serial number '1088AAJX014111689' is visible at the bottom. A handwritten signature in black ink is written over the right side of the stamp.

(Franciscus Musa Royan)

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia dan rahmad-Nya yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan untuk menyelesaikan Disertasi ini sampai Final. Meskipun banyak kekurangan di sana-sini dalam penyusunan Disertasi ini namun kami yakin semua akan berjalan dengan baik dan penyempurnaan akan terus berlanjut sesuai dengan masukan-masukan dari para pembimbing dan sekaligus penguji. Oleh sebab itu pada kesempatan ini, dengan ketulusan dan kerendahan hati kami ucapkan terima kasih kepada bapak/ibu yang terhormat:

1. Prof. Dr. Dyah Sawitri, SE,MM sebagai promotor yang dengan penuh kesabaran, perhatian, ketelitian serta memberikan motivasi luar biasa dalam penyusunan dan penelitian Disertasi ini. Bimbingan beliau yang luar biasa tersebut menjadikan kami tangguh dalam menyelesaikan Disertasi ini.
2. Dr. Slamet Riyadi, MSi., Ak., CA sebagai co-promotor yang telah membimbing dengan baik dan merespon cepat setiap pertanyaan atau diskusi terkait dengan Disertasi ini di tengah-tengah kesibukan beliau sebagai dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, MS., Ak.,CA, CPA sebagai Ketua penguji dan Ketua program studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang merupakan ibu bagi kami dalam program S3 ilmu ekonomi yang tidak henti-henti terus memotivasi, memberikan pengarahan, serta menginfokan banyak hal terkait studi kami sehingga dengan bantuan beliau kami bisa mengintegrasikan kebutuhan penyusunan Disertasi berikut penelitiannya.
4. Dr. H. Abdul Halik MM, selaku penguji yang penuh dengan kesabaran serta ketelitian dalam mengoreksi Disertasi ini sehingga bisa kami sempurnakan sesuai dengan masukan dan arahnya.
5. Dr. Nanis Susanti, MM, selaku penguji yang penuh kesabaran dan terus memotivasi serta memberikan berbagai masukan dan arahan hingga Disertasi ini menjadi sempurna dan layak untuk diuji.
6. Dr Hj. Sumiati, MM, selaku penguji yang tulus, penuh kesabaran dan serta terus menerus memotivasi selama bimbingan dalam perbaikan Disertasi ini sampai dengan final.
7. Dr. Endah Budiarti, M.Si, selaku penguji yang tulus, penuh kesabaran dan serta terus menerus memotivasi selama bimbingan dalam perbaikan Disertasi ini sampai dengan final.
8. Segenap bapak /ibu tenaga kependidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang tidak bisa kami sebut satu persatu dan yang telah banyak membantu penulis selama mengikuti perkuliahan sebagai dasar teori yang bermanfaat dalam proses penulisan disertasi ini.
9. Seluruh staf administrasi program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang dengan tulus hati dan sabar telah membantu dalam kelancaran studi kami selama ini.
10. Semua responden PT. Samudra Mas Group – Sampit yang cepat merespon kuesioner yang kami distribusikan lewat google form. Semoga bantuan mereka dalam rangka Disertasi kami akan sangat bermanfaat bagi perusahaan dan operasional perusahaan secara berkelanjutan.
11. Ibu Yuliana Prayogo sebagai Direktur PT. Samudra Mas Group Sampit, Kalimantan Tengah, yang dengan waktu terbatas bisa mewujudkan penelitian

kami di perusahaan yang dinakodai selama ini. Meski semua kami lakukan secara online, namun kontribusi beliau sangat penting dalam penelitian ini.

12. Rekan-rekan DIE 38 yang semuanya saling support dalam menempuh ujian Disertasi S3 dalam masa tidak normal seperti saat ini. Ini adalah situasi yang tidak selayaknya, kami semua berjuang demi karier, studi dan ekonomi keluarga. Namun kami tetap terus maju untuk mencapai cita-cita yang kami inginkan.

Akhirkata kami ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penelitian ini, semoga hasil penelitian dan dampak penelitian ini bisa berguna bagi Keluarga, Masyarakat dan Negara.

Surabaya, 1 Juni 2021

(Franciscus Musa Royan)

ABSTRACT

During the MEA (Asian Economic Community) era and the trade war between China and America which had an impact on the economy in Indonesia, companies were required to be able to compete and have a competitive advantage in order to survive in the competition. Competition in an effort to win consumer choice requires that each company be able to produce its best products to meet consumer tastes and be accepted by the market (Kotler, 2002). Warnerfelt (1984) and Barney (1991) use the resource-base view (RBV) approach, which considers that the important factors for winning over competitors are resources and companies consisting of tangible and intangible resources (Barney, 1991). are competence, technology, knowledge, skills, experience and capabilities.

This study aims to test and analyze supplier network strategies, multi-channel retailing, Cooperation Synergy, dynamic capabilities and accounting information systems that affect business performance through business development strategies. The data were processed using descriptive and quantitative analysis tools. The analysis technique used to analyze the data is a professional Smart PLS (Partial Least Square). The population in this study were HR (human resources) in 4 units of the company Samudra Mas Group Sampit, Central Kalimantan. The sample selection technique is Simple Random Sampling HR managerial level with a total of 70 respondents.

The results of data analysis show that the Supplier Network Strategy, Multi channel retailing, Cooperation Synergy and accounting information systems have a significant effect in a positive direction on business performance. Multi channel retailing, synergy of cooperation, dynamic capabilities and accounting information systems have a significant effect in a positive direction on business development strategies.

Keywords: Supplier Network Strategy, Multi channel retailing, Cooperation Synergy, Dynamic Capability, Accounting Information Systems, Business Development Strategy, Business Performance

RINGKASAN

Pada saat ini di era MEA (Masyarakat Ekonomi Asia) serta adanya perang dagang antara China dan Amerika yang berdampak pada perekonomian di Indonesia, maka perusahaan dituntut untuk mampu bersaing, oleh sebab itu perusahaan diharapkan memiliki keunggulan bersaing agar bisa bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Sedangkan sumber keunggulan bersaing bagi sebuah perusahaan dapat berasal dari sumber daya dan kapabilitas yang tersedia bagi perusahaan tersebut (faktor internal) maupun kondisi industri dimana perusahaan tersebut berada (faktor eksternal). Masing-masing perusahaan baik di industri yang sama maupun yang berbeda memiliki perbedaan dalam keterbatasan sumber daya dan kapabilitas. Perusahaan yang bisa mendapatkan, mengembangkan, dan mengelola sumber daya dan kapabilitas dalam membangun keunggulan bersaing memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan perusahaan pesaing di industrinya.

Pearce dan Robinson (2016) memberikan pengertian manajemen strategik adalah suatu rangkaian keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana untuk mencapai tujuan perusahaan. Melalui sumber daya yang ada, baik yang berwujud dan tidak berwujud perusahaan perlu mengetahui upaya-upaya untuk menjadi unggul dalam persaingan. Sumber daya dan kemampuan perusahaan merupakan hal yang penting dalam strategi tingkat bisnis. Sumber daya bernilai yang dapat mempengaruhi berbagai usaha yang dilakukan perusahaan merupakan hal yang penting dalam strategi tingkat korporasi (Montgomery, 1997)

SCM (*Supply Chain Management*) dalam beberapa tahun terakhir telah meningkat sebagai salah satu strategi bisnis manufaktur yang paling signifikan. Dalam penelitian terbaru, inovasi dalam teknologi dianggap sebagai faktor penting, ketika melakukan penelitian tentang SCM dan kinerja pasokan (Riyadi Slamet, 2020) Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tentunya dibutuhkan saluran pemasaran yang beragam. Strategi *Multi channel Retailing* memungkinkan perusahaan untuk menawarkan layanan pelanggan di seluruh saluran, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, meningkatkan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dan menarik pelanggan baru. (Aberdeen, 2003; Rangaswamy dan Van Bruggen, 2004).

Gonzales (2014) meneliti pengaruh kerjasama para manager dalam perspektif hubungan pemasaran jaringan sosial untuk meningkatkan kinerja bisnis. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kinerja bisnis membaik dengan sinergi lintas jaringan dengan memanfaatkan informasi yang memiliki jangkauan luas. Hasil penelitian Gonzales sesuai dengan penelitian oleh Ganesan (1994) serta Alan & Andreas (2007) yang menyimpulkan bahwa dengan adanya kerjasama akan memberikan berbagai keuntungan dan keunggulan bersaing yang sebelumnya tidak dimiliki dalam upaya untuk meningkatkan kinerja bisnis.

Dinamik kapabilitas adalah rutinitas tingkat tinggi yang merupakan kapasitas untuk mengubah organisasi sumber daya dan kemampuan biasa, berbasis sumber daya untuk pengembangan produk (Pezheskhan, 2015). Lalu, terkait teknologi yang digunakan dalam pengembangan perusahaan adalah Sistem informasi akuntansi (SIA), menurut Heidman (2008) dalam Rachmawati (2016) menjelaskan bahwa sistem informasi akuntansi manajemen adalah sistem formal yang memberikan informasi dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal untuk manajer.

Penelitian ini merujuk pada kinerja bisnis PT. Samudra Mas Group di Kota Sampit, Kalimantan Tengah. Perusahaan mengalami dinamika pertumbuhan, baik penjualan maupun profit di tengah persaingan perdagangan yang ketat, pada lingkungan usaha yang kurang mendukung secara ekonomi. Ditengah kondisi ekonomi yang tidak menentu dengan pertumbuhan 5,07% ditahun 2017, naik di tahun 2018 sebesar 5,17% dan pada tahun 2019 turun sebesar 5,02%. Khusus tahun 2019 dimana Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi melemah. Sedangkan kinerja PT. Samudra Mas Group memiliki pencapaian yang bertumbuh Selama 3 tahun mulai tahun 2017 sampai dengan 2019.

Pada tahun 2017 pencapaian penjualan PT. Samudra Mas Kalimantan mencapai 80.574.303.411, dan naik sebesar 117.888.359.617 di tahun 2018 dan terus naik di tahun 2019 sebesar 138.321.898.677. Sedangkan PT. Samudra Mas Sampit tahun 2017 membukukan penjualan sebesar 68.183.259.269, namun turun di tahun 2018 sebesar 48.923.120.100, tetapi tahun 2019 naik menjadi 70.284.382.974 melebihi tahun 2017. PT. SP Harapan sebagai perusahaan Distribusi di tahun 2017 mencapai penjualan sebesar 32.301.049.008, namun turun di tahun 2018 sebesar 23.824.861.389, lalu naik di tahun 2019 sebesar 31.556.828.273. Sedangkan UD. Samudra Mas sejak tahun 2017 sampai dengan tahun 2019 penjualan terus turun dengan ditunjukkan angka secara berurutan sebesar 112.010.666.962 di tahun 2017, 110.351.780.302 di tahun 2018, dan tahun 2019 sebesar 107.489.472.131. Namun demikian kinerja penjualan PT. Samudra Mas Group secara Total dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2019 menunjukkan kinerja yang terus bertumbuh, dengan angka penjualan secara berurutan yaitu sebesar 293.069.278.652 di tahun 2017, sebesar 300.988.121.409 di tahun 2018 dan tahun 2019 sebesar 347.652.582.055.

Sedangkan terkait profit yang diraih oleh PT. Samudra Mas Kalimantan cenderung naik, dari tahun 2017 samapi tahun 2019 dengan angka pertumbuhan *net profit avarage* adalah 0,8%, 3,5% dan 3,9%. PT. Samudra Mas Sampit juga mengalami pertumbuhan net profit avarage mulai tahun 2017 sampai dengan tahun 2019 yaitu sebesar 1,6%, 2,3% dan 7,1%. Kemudian PT. SP Harapan sebagai perusahaan distribusi juga mengalami pertumbuhan secara profit 1,7%, 1,9% dan 2%. Kecuali UD. Samudra Mas Sampit secara angka *net profit avarage* turun dari 2,7% , 2,4% dan 1,5%. Namun *net profit avarage* PT. Samudra Mas Group secara total mengalami kenaikan di tahun 2017 sebesar 6,8%, di tahun 2018 sebesar 10,1% dan tahun 2019 sebesar 14,5%. Meskipun ditahun 2019 pertumbuhan ekonomi hanya 5,02%, PT. Samudra Mas Group membukukan *net profit avarage* terbesar dibanding tahun 2017 dan tahun 2018.

Kinerja sebuah organisasi yang baik tentunya akan ditopang dengan kemampuan manajerial yang baik dari para manajer puncak, maupun manajer tingkat bawahnya. Sebaliknya jika kemampuan manajerial yang tidak baik cenderung akan menghasilkan sebuah kinerja organisasi yang buruk. Laporan keuangan yang telah dipaparkan di halaman sebelumnya adalah bukti bahwa PT. Samudra Mas Group memiliki kinerja bisnis yang bertumbuh mulai tahun 2017 sampai dengan 2019. Seperti yang dijelaskan oleh Kaplan dan Norton (1996) bahwa kinerja bisnis diidentifikasi sebagai capaian yang diraih dalam menjalankan bisnis. Dalam meneliti Kaplan & Norton menggunakan *Balance Scorecard*. Pada pengukuran tersebut dengan melihat dari empat perspektif yaitu keuangan, pelanggan, bisnis internal, serta pertumbuhan dan pembelajaran.

PT. Samudra Mas Group dalam misinya menerapkan strategi pengembangan usaha untuk mewujudkan visinya, dalam 3 tahun terakhir strategi

pengembangan usaha yang digunakan dalam meningkatkan kinerja bisnis yaitu mengintegrasikan strategi jaringan pemasok, penjualan produk menggunakan *Multi channel retailing*, sinergitas kerja sama organisasi, kapabilitas dinamis dan Sistem informasi akuntansi (SIA) dalam mendukung strategi pengembangan usaha. Untuk memastikan strategi pengembangan usaha yang dilakukan selama 3 tahun terdahulu, apakah masih bisa digunakan sebagai strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan, maka akan menjadi penelitian dalam disertasi ini.

Pada disertasi ini peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan Smart PLS (*Partial Least Square*) profesional sebagai alat analisa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Jaringan Pemasok, *Multi channel retailing*, Sinergitas Kerjasama dan Sistem informasi akuntansi masing-masing berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Kinerja Bisnis. *Multi channel retailing*, Sinergitas Kerjasama, Kapabilitas Dinamik dan Sistem informasi akuntansi masing-masing berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap strategi pengembangan usaha.

DAFTAR ISI

Sampul Luar.....	i
Sampul Dalam.....	i
Lembar Pengesahan Ketua Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi.....	ii
Lembar Pengesahan Promotor.....	iii
Pernyataan Orisinilitas Disertasi.....	iv
Lembar Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah	v
Kata Pengantar.....	vi
Abstrak.....	viii
Ringkasan.....	ix
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xvii
Daftar Gambar.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	34
1.3. Tujuan Penelitian.....	36
1.4. Manfaat Penelitian.....	38
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	40
2.1. Kajian Teori.....	40
2.1.1. Pengertian Manajemen Strategik.....	40
2.1.2. <i>Resource Based View</i>	42
2.1.3. Konsep <i>Balance scorecard</i>	46
2.1.4. Business Model Canvas.....	48
2.1.5. Strategi Jaringan Pemasok	50
2.1.6. <i>Multi Channel Retailing</i>	65
2.1.7. Sinergitas Kerjasama.....	69
2.1.8. Kapabilitas Dinamik.....	77
2.1.9. Sistem Informasi Akuntansi (SIA).....	89
2.1.10. Strategi Pengembangan Usaha.....	97

2.1.11. Kinerja Bisnis.....	102
2.2. Hubungan antar Variabel.....	109
2.2.1. Hubungan Strategi jaringan pemasok dengan Strategi pengembangan Usaha.....	109
2.2.2. Hubungan <i>Multi channel retailing</i> dengan Strategi pengembangan Usaha.....	110
2.2.3. Hubungan Sinergitas kerja sama dengan Strategi pengembangan Usaha.....	111
2.2.4. Hubungan Kapabilitas Dinamik dengan Strategi pengembangan Usaha.....	112
2.2.5. Hubungan Sistem informasi akuntansi dengan Strategi pengembangan Usaha.....	112
2.2.6. Hubungan Strategi jaringan pemasok dengan Kinerja bisnis.....	113
2.2.7. Hubungan <i>Multi Channel Retailing</i> dengan Kinerja bisnis.....	114
2.2.8. Hubungan Sinergitas Kerja sama dengan Kinerja bisnis.....	115
2.2.9. Hubungan Kapabilitas Dinamik dengan Kinerja bisnis.....	116
2.2.10. Hubungan Sistem informasi akuntansi dengan Kinerja bisnis.....	116
2.2.11. Hubungan Strategi pengembangan usaha dengan Kinerja bisnis..	117
2.2.12. Hubungan strategi jaringan pemasok dengan Kinerja bisnis melalui Strategi pengembangan usaha.....	118
2.2.13. Hubungan <i>Multi channel retailing</i> dengan Kinerja bisnis melalui Strategi Pengembangan usaha	119
2.2.14. Hubungan Sinergitas kerja sama dengan Kinerja bisnis melalui Strategi Pengembangan usaha	120
2.2.15. Hubungan Kapabilitas Dinamik dengan Kinerja bisnis melalui Strategi Pengembangan usaha	120
2.2.16. Hubungan Sistem informasi akuntansi dengan Kinerja bisnis melalui Strategi Pengembangan usaha	121
2.3. Penelitian terdahulu.....	122
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....	133
3.1. Kerangka Proses Berpikir.....	133
3.2. Kerangka Konseptual.....	135

3.3. Hipotesis.....	136
BAB IV METODE PENELITIAN	139
4.1. Rancangan Penelitian.....	139
4.2. Prosedur penentuan sample (Populasi, Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel)	140
4.2.1. Populasi.....	140
4.2.2. Sample penelitian.....	141
4.2.3. Teknik pengambilan sampel.....	142
4.3. Klasifikasi Variabel.....	142
4.3.1. Variabel Penelitian.....	142
4.4. Definisi Operasional Variabel	144
4.5. Instrumen Penelitian.....	150
4.6. Prosedur Pengumpulan Data.....	151
4.7. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	152
4.7.1. Uji Validitas.....	152
4.7.2. Uji Reabilitas.....	153
4.7.3. Teknik analisis data.....	153
4.7.3.1. <i>Inner model</i>	155
4.7.3.2. <i>Outer model</i>	155
4.7.3.3. <i>Weight Relation</i>	156
4.7.3.4. Evaluasi model.....	157
4.7.3.5. Model pengukuran atau <i>outer model</i>	157
4.7.3.6. Model struktural atau <i>Inner model</i>	159
4.7.3.7. <i>Bootstrap</i>	160
4.7.4. Uji Sobel.....	161
BAB V ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	163
5.1. Gambaran umum obyek penelitian.....	163
5.2. Deskripsi Kartakteristik responden	163
5.3. Deskripsi variabel Penelitian.....	166
5.4. Pengujian hipotesis.....	182
5.4.1. Tahap Pengujian outer model.....	183
5.4.2. Tahap pengujian Inner Model atau structural model.....	187

5.4.3. Koefisien Determinasi.....	195
5.4.4. Pengujian <i>Goodness of Fit</i>	196
5.4.5. Uji Sobel	197
BAB VI PEMBAHASAN	201
6.1. Pembahasan Variabel penelitian	202
6.1.1. Variabel Strategi Jaringan Pemasok.....	202
6.1.2. Variabel <i>Multi Channel Retailing</i>	203
6.1.3. Variabel Sinergitas kerja sama.....	204
6.1.4. Variabel Kapabilitas Dinamik.....	206
6.1.5. Variabel Sistem Informasi Akuntansi.....	207
6.1.6. Variabel Strategi Pengembangan Usaha.....	208
6.1.7. Variabel Kinerja Bisnis	210
6.2. Pembahasan hubungan antar Variabel.....	212
6.2.1. Pengaruh Strategi Jaringan Pemasok Terhadap Strategi Pengembangan Usaha	212
6.2.2. Pengaruh <i>Multi Channel Retailing</i> Terhadap Strategi Pengembangan Usaha	213
6.2.3. Pengaruh Sinergitas Kerjasama Terhadap Strategi Pengembangan Usaha.....	214
6.2.4. Pengaruh Kapabilitas Dinamik Terhadap Strategi Pengembangan Usaha	216
6.2.5. Pengaruh Sistem informasi Akuntansi Terhadap Strategi Pengembangan Usaha	217
6.2.6. Pengaruh Strategi Jaringan Pemasok Terhadap Kinerja Bisnis	219
6.2.7. Pengaruh <i>Multi Channel Retailing</i> Terhadap Kinerja Bisnis	220
6.2.8. Pengaruh Sinergitas Kerjasama Terhadap Kinerja Bisnis	221
6.2.9. Pengaruh Kapabilitas Dinamik Pemasok Terhadap Kinerja Bisnis.....	223
6.2.10. Pengaruh Sistem informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Bisnis	224

6.2.11. Pengaruh Strategi Pengembangan Usaha Terhadap Kinerja Bisnis	225
6.2.12. Pengaruh tidak langsung Strategi Jaringan pemasok melalui Strategi Pengembangan Usaha terhadap Kinerja Bisnis.....	227
6.2.13. Pengaruh tidak langsung <i>Multi Channel Retailing</i> melalui Strategi Pengembangan Usaha terhadap Kinerja Bisnis	228
6.2.14. Pengaruh tidak langsung Sinergitas Kerja sama melalui Strategi Pengembangan Usaha terhadap Kinerja Bisnis.....	228
6.2.15. Pengaruh tidak langsung Kapabilitas Dinamik melalui Strategi Pengembangan Usaha terhadap Kinerja Bisnis.....	229
6.2.16. Pengaruh tidak langsung Sistem informasi akuntansi melalui Strategi Pengembangan Usaha terhadap Kinerja Bisnis	230
6.3. Implikasi Penelitian	231
6.3.1. Implikasi Teoritis.....	231
6.3.2. Implikasi Praktis	241
6.3.3. Kontribusi Bagi Teori Ilmu Ekonomi.....	244
BAB VII PENUTUP.....	245
7.1. Simpulan.....	245
7.2. Saran.....	248
7.2.1. Saran kepada Manajemen....	248
7.2.2. Saran kepada peneliti selanjutnya.....	250
DAFTAR PUSTAKA.....	252
LAMPIRAN -1 Kuesioner.....	269
LAMPIRAN -2 Matrix Definisi operasional & Pengukuran	273
LAMPIRAN -1 Matrix Penelitian terdahulu.....	275
LAMPIRAN -1 Hasil Olah data.....	282
RIWAYAT HIDUP.....	297

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pertumbuhan ekonomi Nasional tahun 2011 – 2019.....	7
Tabel 1.2. Data penjualan tahun 2017-2019 Samudra Mas Group.....	8
Tabel 1.3.Rasio <i>Net profit Avarage</i> tahun 2017-2019 PT. Samudra Mas Group.....	9
Tabel 1.4. Research Gap-1, Pengaruh Jaringan pemasok terhadap Strategi pengembangan usaha dan kinerja bisnis.....	21
Tabel 1.5. Research Gap-2, Pengaruh <i>Multi Channel Retailing</i> terhadap Strategi pengembangan usaha dan kinerja bisnis.....	24
Tabel 1.6. Research Gap-3, Pengaruh sinergitas kerja sama terhadap Strategi pengembangan usaha dan kinerja Bisnis.....	27
Tabel 1.7.Research Gap-4, Pengaruh Kapabilitas Dinamik terhadap Strategi pengembangan usaha dan kinerja Bisnis.....	28
Tabel 1.8. Research Gap-5, Pengaruh Sistem informasi akuntansi (SIA) terhadap Strategi pengembangan usaha dan kinerja Bisnis.....	30
Tabel 1.9. Research Gap-6, Pengaruh Strategi pengembangan usaha terhadap kinerja Bisnis.....	32
Tabel 4.1. Jumlah populasi masing-masing Perusahaan PT.Samudra Mas group.....	140
Tabel 4.2. jumlah sampel sebagai responden PT. Samudra Mas Group.....	142
Tabel 5.1. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Masa kerja & Usia.....	164
Tabel 5.2. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	164
Tabel 5.3. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	164
Tabel 5.4.Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan.....	165
Tabel 5.5. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Status pernikahan.....	165
Tabel 5.6. Deskripsi Variabel Strategi Jaringan Pemasok (X1.1.1).....	166
Tabel 5.7. Deskripsi Variabel Strategi Jaringan Pemasok.(X1.1.2).....	166
Tabel 5.8. Deskripsi Variabel Strategi Jaringan Pemasok(X1.1.3).....	167
Tabel 5.9. Deskripsi Variabel Strategi Jaringan Pemasok(X1.2.1).....	167

Tabel 5.10. Deskripsi Variabel Strategi Jaringan Pemasok(X1.2.2).....	168
Tabel 5.11. Deskripsi Variabel Strategi Jaringan Pemasok(X1.3.1).....	168
Tabel 5.12. Deskripsi Variabel Strategi Jaringan Pemasok(X1.3.2).....	169
Tabel 5.13. Deskripsi Variabel <i>Multi Channel retailing</i> (X2.1).....	169
Tabel 5.14. Deskripsi Variabel <i>Multi Channel retailing</i> (X2.2).....	170
Tabel 5.15. Deskripsi Variabel <i>Multi Channel retailing</i> (X2.3).....	170
Tabel 5.16. Deskripsi Variabel <i>Multi Channel retailing</i> (X2.4).....	171
Tabel 5.17. Deskripsi Variabel Sinergitas Kerja Sama(X3.1).....	171
Tabel 5.18. Deskripsi Variabel Sinergitas Kerja Sama(X3.2).....	172
Tabel 5.19. Deskripsi Variabel Sinergitas Kerja Sama(X3.3).....	172
Tabel 5.20. Deskripsi Variabel Sinergitas Kerja Sama (X3.4).....	173
Tabel 5.21. Deskripsi Variabel Kapabilitas Dinamik (X4.1).....	173
Tabel 5.22. Deskripsi Variabel Kapabilitas Dinamik (X4.2).....	174
Tabel 5.23. Deskripsi Variabel Sistem Informasi Akuntansi(X5.1).....	174
Tabel 5.24. Deskripsi Variabel Sistem Informasi Akuntansi (X5.2).....	175
Tabel 5.25. Deskripsi Variabel Sistem Informasi Akuntansi (X5.3).....	175
Tabel 5.26. Deskripsi Variabel Sistem Informasi Akuntansi (X5.4).....	176
Tabel 5.27. Deskripsi Variabel Sistem Informasi Akuntansi(X5.5).....	176
Tabel 5.28. Deskripsi Variabel Strategi Pengembangan Usaha(Z1.1).....	177
Tabel 5.29. Deskripsi Variabel Strategi Pengembangan Usaha (Z1.2).....	177
Tabel 5.30. Deskripsi Variabel Strategi Pengembangan Usaha (Z1.3).....	178
Tabel 5.31. Deskripsi Variabel Strategi Pengembangan Usaha(Z1.4).....	178
Tabel 5.32. Deskripsi Variabel Kinerja Bisnis (Y1.1).....	179
Tabel 5.33. Deskripsi Variabel Kinerja Bisnis(Y1.2).....	179
Tabel 5.34. Deskripsi Variabel Kinerja Bisnis(Y1.3).....	180
Tabel 5.35. Deskripsi Variabel Kinerja Bisnis(Y1.4).....	180
Tabel 5.36. Deskripsi Variabel Kinerja Bisnis(Y1.5).....	181
Tabel 5.37. Descriptives Jawaban Responden Tiap Pertanyaan.....	181
Tabel 5.38. Hasil Pengujian Validitas Konvergen.....	184
Tabel 5.39. Hasil Pengujian Validitas Konstrak.....	185
Tabel 5.40. Hasil Pengujian Validitas Deskriminan dengan Cross Loading.....	186
Tabel 5.41. Hasil Pengujian Reliability Konstrak.....	187
Tabel 5.42. Nilai Koefisien Estimate dan Uji t pada Hipotesis Pengaruh	

Langsung.....	188
Tabel 5.43. Nilai Koefisien Estimate dan Uji t pada Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	192
Tabel 5.44. Nilai Koefisien Determinasi.....	195
Tabel 5.45. <i>Coefficients</i>	197
Tabel 5.46. Perhitungan Uji Sobel menggunakan Sobel Calculator Statistic.....	198
Tabel 5.47. Uji Sobel Variabel mediasi variabel independen (X) ke variabel dependen (Y).....	199
Tabel 5.48. Perbandingan Uji Sobel Vs Smart PLS.....	200
Tabel 6.1. Variabel Strategi Jaringan pemasok.....	202
Tabel 6.2. Variabel <i>Multi Channel Retailing</i>	203
Tabel 6.3. Variabel Sinergitas kerja sama.....	204
Tabel 6.4. Variabel Kapabilitas Dinamik	206
Tabel 6.5. Variabel Sistem informasi akuntansi	207
Tabel 6.6. Variabel Strategi Pengembangan usaha.....	208
Tabel 6.7. Variabel Kinerja Bisnis.....	210

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Kerangka Proses Berpikir	134
Gambar 3.2. Kerangka Konseptual Penelitian	136
Gambar 4.1. Uji Sobel Calculator.....	161
Gambar 5.1. <i>Outer Model</i>	183
Gambar 5.2. <i>Inner Model</i>	188