

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menjadi landasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Temuan
1.	Abbas <i>et al</i> (2022)	Dampak Inovasi Teknologi Dalam Mendorong Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Soppeng	Penelitian kuantitatif, populasi sebanyak 77 orang, teknik sampel menggunakan total sampling, analisis menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 26.	Inovasi teknologi berperan penting dalam mendorong kinerja pegawai pada Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Soppeng
2.	Denisyah., Maharani, dan Dewi (2023)	Hubungan <i>Supply Chain Management</i> (SCM) Terhadap Kinerja Perusahaan Kedai Upu Panam Kota Pekanbaru	Metode penelitian studi kasus, dengan sampel sebanyak 30 responden. Analisis menggunakan korelasi <i>Spearman Rank</i> .	Terdapat hubungan SCM pembagian informasi, SCM jangka panjang, SCM kerja sama, SCM proses integrasi terhadap kinerja perusahaan Kedai Upu
3.	Syahrudin dan Huda (2023)	Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> (SCM) terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Seller Lazada di Kabupaten Cirebon Kecamatan Kaliwedi)	Penelitian kuantitatif, penentuan sampel menggunakan purposive sampling, analisis menggunakan SEM AMOS.	Ada dampak positif dan signifikan dari <i>Supply Chain Management</i> terhadap kinerja perusahaan.
4.	Ningsih (2024)	Pengaruh Teknologi terhadap produktivitas Tenaga Kerja di Indonesia.	Penelitian kualitatif dengan metode studi kasus.	Teknologi memiliki peran penting dalam meningkatkan produktivitas tenaga kerja di Indonesia

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Temuan
5.	Basirotun et al (2025)	Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> terhadap Kinerja Operasional UMKM Pedagang Pantai di Jimbaran	Penelitian kuantitatif, populasi penelitian mencakup seluruh UMKM pedagang kuliner di kawasan pantai Jimbaran, responden sebanyak 60 orang, analisis menggunakan regresi linier berganda, SPSS 25.	<i>Supply Chain Management</i> (SCM) memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja operasional UMKM pedagang pantai di Jimbaran
6.	Jannah, Elfiswandi, dan Lusiana (2025)	Dampak Teknologi, Inovasi dan Pelatihan terhadap Kinerja Pegawai melalui Pengembangan Karir sebagai Variabel Intervening pada Universitas Negeri Padang	Metode penelitian kuantitatif, populasi sebanyak 110 pegawai, penentuan sampel secara random, analisis menggunakan SmartPLS.	Inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di Universitas Negeri Padang

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan penelitian terdahulu pada tabel 2.1 di atas, maka dapat diketahui bahwa tinjauan terhadap penelitian terdahulu menunjukkan adanya dukungan empiris terhadap hubungan antara variabel yang diteliti, namun juga menyoroti adanya kesenjangan (*research gap*) yang menjadi pembeda utama penelitian ini.

Penelitian ini memiliki kesamaan mendasar dengan studi-studi sebelumnya, terutama pada penggunaan variabel-variabel kunci dan metode pendekatan. Secara variabel, penelitian ini memiliki kesamaan dengan studi oleh Denisyah, Maharani, dan Dewi (2023) dan Syahrudin dan Huda (2023) yang menguji pengaruh *Supply Chain Management* (SCM), serta studi oleh Abbas et al. (2022), Ningsih (2024), dan Jannah, Elfiswandi, dan Lusiana (2025) yang menguji pengaruh Inovasi Teknologi terhadap hasil kerja. Selain

itu, secara metodologi, penelitian ini sejalan dengan sebagian besar studi terdahulu (Abbas et al., 2022; Syahrudin dan Huda, 2023; Basirotun et al., 2025; Jannah et al., 2025) yang menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel. Hasil temuan terdahulu secara konsisten menunjukkan adanya dampak positif dan signifikan dari SCM dan/atau Inovasi Teknologi terhadap kinerja (baik kinerja perusahaan, operasional, maupun individu), yang menjadi landasan teoritis kuat untuk hipotesis penelitian ini.

Meskipun terdapat persamaan, penelitian ini memiliki perbedaan fundamental yang berfungsi sebagai kesenjangan penelitian (research gap) utama. Perbedaan terletak pada fokus variabel dependen, integrasi variabel, dan konteks empiris.

1. Fokus Variabel Dependen (Kinerja)

Mayoritas studi terkait SCM (Denisyah et al., 2023; Syahrudin dan Huda, 2023; Basirotun et al., 2025) memfokuskan variabel dependen pada Kinerja Perusahaan atau Kinerja Operasional (makro), sementara penelitian ini secara spesifik berfokus pada Kinerja Karyawan di tingkat individu (mikro) dalam konteks operasional logistik. Penelitian ini bertujuan melihat bagaimana efisiensi SCM dan teknologi diterjemahkan menjadi produktivitas dan kualitas kerja individu di lapangan.

2. Integrasi Variabel

Penelitian ini menggabungkan kedua variabel independen utama, yaitu SCM (X_1) dan Inovasi Teknologi (X_2), untuk diuji secara simultan

(bersama-sama) terhadap kinerja karyawan. Hal ini berbeda dengan kebanyakan studi yang cenderung menguji pengaruh SCM terhadap kinerja perusahaan atau menguji Inovasi Teknologi terhadap kinerja pegawai, namun jarang yang mengintegrasikan kedua variabel tersebut dalam satu model kausalitas terhadap kinerja individu operasional.

3. Konteks Empiris (Objek Penelitian)

Penelitian ini menggunakan PT. Indah Logistik Cargo sebagai objek, yang merupakan perusahaan logistik dengan karakteristik operasional padat karya dan sangat bergantung pada integrasi digital. Konteks ini berbeda dengan objek studi terdahulu, seperti Kantor Dinas Kependudukan (Abbas et al., 2022), UMKM pedagang pantai (Basirotun et al., 2025), atau Seller Lazada (Syahrudin dan Huda, 2023), sehingga memberikan kontribusi spesifik pada literatur SCM di industri jasa logistik yang memerlukan kecepatan dan ketepatan.

2.2. Tinjauan Pustaka

2.2.1. *Supply Chain Management* (SCM)

1. *Pengertian Supply Chain Management* (SCM)

Manajemen rantai pasok (*Supply Chain Management/SCM*) merupakan konsep yang berfokus pada koordinasi dan integrasi berbagai aktivitas dalam aliran barang, informasi, dan keuangan dari pemasok hingga ke konsumen akhir (Latuconsina, Waileruny, dan Hadinda, 2025). *Supply Chain Management* adalah praktik dan disiplin ilmu manajemen yang lazim digunakan oleh industri

manufaktur di sektor bisnis untuk mengelola proses bisnis termasuk sistem produksinya yang menyelaraskan proses bisnis dari hulu ke hilir sehingga mewujudkan nilai pasar dan ekonomi, serta memberikan perusahaan keunggulan kompetitif atas pesaing bisnis mereka (Nursani & Rachman, 2022). *Supply Chain Management* (SCM) merupakan sekumpulan metode dan pendekatan guna meningkatkan integritas dan efisiensi antara pemasok, manufaktur, gudang dan toko sehingga barang dagangan dapat diproduksi dan didistribusikan dengan akurat baik dari sisi jumlah, lokasi maupun waktunya (Ismanto, 2020). *Supply Chain Management* (manajemen rantai pasokan) adalah cara mengelola informasi dalam bentuk barang atau jasa, dari pemasok terbesar hingga pengguna akhir menggunakan sistem terintegrasi untuk mencapai tujuan yang sama (Ismanto, 2020).

Berdasarkan pengertian *Supply Chain Management* (SCM) di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *Supply Chain Management* (SCM) merupakan merupakan suatu sistem manajemen terpadu yang mengoordinasikan dan mengintegrasikan seluruh aktivitas dalam rantai pasok, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga distribusi kepada konsumen akhir, dengan tujuan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan keunggulan kompetitif perusahaan. SCM berperan penting dalam memastikan aliran barang, informasi, dan keuangan berjalan secara optimal,

sehingga mampu menciptakan nilai tambah bagi pelanggan serta memperkuat posisi perusahaan di pasar yang kompetitif.

2. Konsep dan Tujuan *Supply Chain Management* (SCM)

a. Konsep *Supply Chain Management* (SCM)

Konsep utama SCM mencakup pengelolaan tiga aliran utama (Pujawan & Mahendrawathi, 2017), yaitu:

1) Aliran Barang/Material (*Product Flow*)

Pergerakan fisik bahan baku dari hulu ke hilir (dari pemasok hingga produk jadi di tangan konsumen). Dalam logistik, ini adalah pergerakan paket/kargo.

2) Aliran Uang/Finansial (*Financial Flow*)

Pergerakan uang dari hilir ke hulu (pembayaran dari konsumen ke pengecer, distributor, hingga pemasok).

3) Aliran Informasi (*Information Flow*)

Aliran data dan informasi dua arah (dari konsumen tentang permintaan, kembali ke pemasok tentang kapasitas), yang sangat penting untuk perencanaan dan koordinasi.

b. Tujuan *Supply Chain Management* (SCM)

Tujuan utama SCM adalah mencapai efisiensi rantai pasok secara keseluruhan, yaitu melalui pengurangan biaya total (*cost reduction*) dan peningkatan pelayanan (*service improvement*), yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Pujawan & Mahendrawathi, 2017).

3. *Aspek Supply Chain Management (SCM)*

Ismanto (2020) menjelaskan bahwa memahami definisi operasional dari *Supply Chain Management* harus diiringi dengan pemahaman tiga aspek sebagai berikut.

- a. *Supply Chain Management* merupakan pendekatan yang digunakan untuk mencapai integrasi efektif antara pemasok, produsen, distributor, pengecer, dan pelanggan.
- b. *Supply Chain Management* mempengaruhi manajemen biaya.
- c. *Supply Chain Management* memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas layanan perusahaan kepada pelanggan.

4. *Komponen Supply Chain Management (SCM)*

Menurut Nursani & Rachman (2022) terdapat tiga macam komponen atau segmen dalam supply chain, yaitu: *upstream supply chain*, *internal supply chain*, dan *downstream supply chain* yang akan dijelaskan sebagai berikut.

a. *Upstream Supply Chain*

Upstream supply chain adalah bagian hulu dari *supply chain* yang meliputi aktivitas dari suatu organisasi perusahaan atau institusi dengan para rekanan pemasok yang dapat berupa pabrik, agen tunggal, distributor, perantara, pedagang eceran, hingga penyedia layanan jasa. Aktivitas utama rantai pasok hulu adalah proses perencanaan, serta pencarian pemasok dan pengadaan barang atau jasa.

b. *Internal Supply Chain*

Rantai pasok internal ini meliputi seluruh proses penerimaan barang ke gudang atau jasa yang disediakan rekanan pemasok agar dapat digunakan untuk keperluan proses internal *supply chain*, baik proses penggunaan, produksi, atau rencana alokasi persediaan di dalam rantai pasok internal itu sendiri. Perhatian utama dari komponen internal *supply chain* ini adalah manajemen produksi, penyimpanan dan pengendalian persediaan, serta manajemen pengendalian mutu.

c. *Downstream Supply Chain*

Rantai pasok hilir meliputi semua aktivitas yang melibatkan proses transportasi dan distribusi dari alokasi persediaan atau barang yang tersedia dalam proses rantai pasok internal ke para penerima akhir. Penerima akhir dapat berupa pabrik, agen tunggal, distributor, perantara, pedagang eceran, hingga penyedia layanan jasa. Perhatian diarahkan pada proses transportasi, distribusi, serah-terima, dan layanan purna-jual.

5. Jenis-Jenis Supply (Persediaan)

Menurut Nursani & Rachman (2022) terdapat beberapa jenis inventaris (persediaan), yaitu sebagai berikut.

a. *Bahan Baku (Raw Materials)*

Merupakan yang harus ditransformasikan atau diolah agar dapat menjadi suatu barang jadi atau produk.

b. Barang Setengah Jadi (*Work in Process Product*)

Barang yang sudah hampir dapat digunakan akan tetapi membutuhkan proses lanjut atau perakitan agar dapat dipakai.

c. Barang Komoditas (*Commodity*)

Merupakan bahan mentah yang dapat dijual begitu saja karena dibutuhkan sebagai bahan baku bahkan oleh pengecer maupun konsumen akhir sekalipun seperti kopi, sayuran, beras, dan sebagainya.

d. Barang proyek

Merupakan barang yang dibutuhkan oleh proyek tertentu yang biasanya berkaitan dengan produk jasa.

6. Siklus *Supply Chain Management*

Manajemen rantai pasok memiliki siklus atau tahapan berulang untuk menjalankan fungsinya. Menurut Nursani & Rachman (2022) siklus *Supply Chain Management* ini meliputi: *plan* (perencanaan), *source* (pencarian pasokan), *make* (produksi), dan *deliver* (pengiriman) yang akan dijabarkan sebagai berikut.

a. *Plan* (Perencanaan).

Proses yang menyeimbangkan permintaan dan pasokan untuk menentukan tindakan terbaik dalam memenuhi kebutuhan pengadaan, produksi, dan pengiriman. Plan atau perencanaan ini mencakup proses menaksir kebutuhan distribusi, perencanaan atau pengendalian persediaan, perencanaan produksi,

perencanaan material, perencanaan kapasitas, dan melakukan penyesuaian supply chain plan dengan financial plan.

b. *Source* (Pencarian Pasokan dan Pengadaan)

Source atau *sourcing* adalah proses pencarian pasokan dan pengadaan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan produksi. Proses ini meliputi penelusuran pasokan dan penyedia, pemilihan penyedia, pengiriman dari penyedia, penerimaan dan pemeriksaan, penyelesaian pembayaran kepada penyedia pemasok, dan evaluasi kinerja penyedia. Proses ini amatlah bervariasi, tergantung pada apakah barang yang dibeli termasuk persediaan, barang jadi, atau barang pesanan.

c. *Make* (Produksi)

Proses ini mentransformasikan bahan baku atau komponen menjadi barang atau produk yang akan digunakan oleh pengguna akhir. Bentuk transformasinya dapat berupa proses:

- 1) menghasilkan suatu output produk terkait proses penelitian atau kerja operasional;
- 2) Melakukan kegiatan produksi termasuk penjadwalan produksi, melakukan pengendalian kualitas, mengelola barang setengah jadi, memelihara fasilitas produksi, dan lain-lain;
- 3) Aktivitas menggunakan dan memanfaatkan barang/jasa yang berbentuk aset atau barang habis pakai dalam kegiatan administrasi dan operasional pelayanan, seperti peralatan

medis di rumah sakit, kendaraan operasional, mesin fotokopi, alat telekomunikasi, dsb. Pada tahap ini juga dilakukan proses pengendalian mutu (*quality control*) dan administrasi pergudangan (*inventory management*) untuk bahan baku, setengah jadi, dan barang jadi baik yang baru masuk gudang (*inbound*) dan keluar gudang ke pengguna akhir (*outbound*).

d. *Deliver* (pengiriman/pendistribusian).

Proses pengiriman dilakukan untuk mengirimkan dan mendistribusikan barang/jasa ke pengguna akhir. Proses ini biasanya meliputi manajemen order, manajemen transportasi, dan distribusi. Proses yang terlibat di antaranya adalah menangani permintaan dari pengguna akhir, memilih penyedia jasa pengiriman, melacak status pengiriman, dan melakukan administrasi pengembalian produk (*return*).

7. Ruang Lingkup *Supply Chain Management*

Menurut Ismanto (2020) beberapa pokok persoalan utama yang menjadi aktivitas ini dari *Supply Chain Management* ini di antaranya adalah sebagai berikut.

a. Konfigurasi Jaringan yang ada

Terkait dengan jumlah dan tingkat distribusi lokasi pemasok, fasilitas produksi, di mana terdapat pusat distribusi dan fasilitas penyimpanan.

b. Strategi dalam Melakukan Distribusi

Meliputi sistem distribusi yang digunakan, apakah menggunakan sistem sentralisasi atau desentralisasi, praktek pengapalan yang dilakukan, strategi merespons order konsumen (pull) atau mengantisipasi order (push). Semua proses dalam supply chain masuk ke dalam salah satu dari dua kategori tergantung pada relativitas waktu eksekusi perusahaan untuk mengakhiri permintaan pelanggan. Dengan pull process, eksekusi dimulai sebagai respons terhadap pesanan pelanggan. Dengan push process, eksekusi dimulai dengan mengantisipasi pesanan pelanggan. Oleh karena itu, pada saat eksekusi pull process, permintaan pelanggan diketahui dengan pasti, sedangkan pada push process, permintaan tidak dikenal dan harus diperkirakan.

c. Ketersediaan Sistem Informasi.

Sistem informasi yang diperlukan pada setiap mata rantai sering kali mengalami kendala. Kendala tersebut meliputi apakah menggunakan sistem yang terintegrasi dan prosesnya melalui suatu rantai supply untuk mendistribusikan informasi-informasi vital ke tangan rantai supply. Yang menjadi masalah jika informasi penting itu tidak sampai ke tangan rantai supply lainnya, termasuk permintaan sinyal, perkiraan, inventaris, transportasi, dan sebagainya.

d. Manajemen *Inventory*

Sasaran akhir dari suatu manajemen inventory adalah untuk meminimumkan biaya dalam perubahan tingkat inventory, yaitu:

- 1) Upaya untuk mempertahankan tingkat inventory yang optimal dan diperlukan informasi atas dua pertanyaan penting seperti: kapan perusahaan harus melakukan pemesanan? Berapa jumlah kebutuhan yang harus dipesan?
- 2) Keputusan melakukan pemesanan, dapat dilakukan dengan pendekatan yaitu:
 - a) Berpedoman pada titik pemesanan kembali (*reorder point approach*)
 - b) Pendekatan pesanan tinjauan periodik (*periodic review approach*)
 - c) Rencana permintaan barang (*material requirement planning approach*). Kuantitas dan lokasi dari inventaris termasuk stok barang mentah, alur dalam proses kerja, hingga inventaris barang jadi.

e. Aliran Dana

Misalnya mengatur syarat pembayaran serta metodologi untuk menukar dana dengan entitas yang ada dalam supply chain.

f. Pelaksanaan *Supply Chain*

Tindakan dalam mengatur dan melakukan koordinasi pergerakan material, informasi maupun dana yang terjadi pada rantai pasok tersebut. Alurnya terjadi secara dua arah.

8. Peran *Supply Chain Management* (SCM) dalam Dunia Bisnis

Supply Chain Management (SCM) memainkan peran krusial dalam peningkatan efisiensi operasional serta penciptaan nilai strategis bagi perusahaan. Fokus utama terletak pada integrasi proses bisnis internal dan eksternal yang menghasilkan sinergi aliran informasi, barang, dan dana (Latuconsina, Waileruny, dan Hadinda, 2025). Lebih lanjut dijelaskan bahwa peran *Supply Chain Management* (SCM) secara efektif berhubungan erat dengan peningkatan produktivitas dan pengurangan biaya operasional. Implementasi *Supply Chain Management* juga memberikan dampak signifikan terhadap fleksibilitas serta adaptabilitas organisasi dalam mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis. *Supply Chain Management* memiliki hubungan erat antara pemasok, produsen, dan distributor, sehingga memperkuat kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko dan mempercepat respon terhadap gangguan operasional (Latuconsina, Waileruny, dan Hadinda, 2025).

9. Indikator *Supply Chain Management* (SCM)

Indikator *Supply Chain Management* (SCM) (Nursani & Rachman, 2022), yaitu:

a. Strategic Supplier Partnership

Sejauh mana perusahaan membangun hubungan jangka panjang dan kolaboratif dengan mitra/vendor.

b. Customer Relationship

Efektivitas perusahaan dalam mengelola komunikasi dan kebutuhan pelanggan (termasuk handling keluhan dan kepuasan).

c. Information Sharing (Berbagi Informasi)

Tingkat keterbukaan dan ketepatan waktu dalam membagi data penting (misalnya, perkiraan permintaan, status pengiriman) dengan mitra internal dan eksternal.

2.2.2. Inovasi Teknologi

1. Pengertian Inovasi Teknologi

Menurut Nurdin (2016), inovasi adalah sesuatu yang baru yaitu dengan memperkenalkan dan melakukan praktek atau proses baru (barang atau layanan) atau bisa juga dengan mengadopsi pola baru yang berasal dari organisasi lain. Teknologi Informasi (TI) adalah teknologi yang menggunakan Komputer untuk menyimpan, mengambil, dan mentransmisikan (mengirimkan) data atau informasi. TI secara umum adalah sistem informasi dan sistem komunikasi atau sistem komputer yang terdiri atas perangkat keras,

perangkat lunak, dan peralatan peripheral yang digunakan oleh pengguna tertentu. Agar dapat berinteraksi dengan perangkat lain, TI dapat ditambah dengan peralatan komunikasi, seperti jaringan komputer, telekomunikasi, dan internet. Dengan tambahan peralatan komunikasi tersebut, penggunaanya dapat berkomunikasi dan mentransmisikan informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. TI yang ditambah peralatan komunikasi ini disebut Teknologi Informasi dan Komunikasi atau disingkat TIK (Tim Kemdikbud, 2020).

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa inovasi teknologi merupakan inovasi teknologi merupakan suatu proses pembaruan dan penerapan ide, metode, atau alat baru yang berbasis pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, serta nilai tambah dalam suatu kegiatan organisasi. Inovasi teknologi tidak hanya mencakup penciptaan teknologi baru, tetapi juga pengembangan atau penerapan teknologi yang sudah ada dengan cara yang lebih kreatif dan adaptif guna mendukung peningkatan kinerja, produktivitas, dan daya saing organisasi di era digital.

2. Jenis-Jenis Inovasi Teknologi

Adapun jenis-jenis inovasi (Sa'ud, 2014) yaitu:

- a. Inovasi produk (product innovation), yaitu inovasi dalam pemunculan produk baru.

- b. Inovasi dalam pelayanan (*service innovation*), yaitu cara baru dalam bentuk pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan.
- c. Inovasi proses (*process innovation*), yaitu sebuah cara baru untuk membuat proses dalam menghasilkan produk atau jasa menjadi lebih ekonomis.

3. Karakter Inovasi

Menurut Sa'ud (2014), karakteristik inovasi adalah sebagai berikut:

a. Keunggulan Relatif (*Relative Advantage*)

Keunggulan relatif yaitu sejauh mana inovasi dianggap menguntungkan bagi penerimanya. Tingkat keuntungan atau kemanfaatan suatu inovasi dapat di ukur berdasarkan nilai ekonominya, atau dari faktor status sosial, kesenangan, kepuasan, atau karena mempunyai komponen yang sangat penting. Makin menguntungkan bagi penerima makin cepat tersebarnya inovasi.

b. Kompatibilitas (*Compatibility*)

Kompatibel adalah tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai, pengalaman lalu, dan kebutuhan dari penerima. Inovasi yang tidak sesuai dengan nilai atau norma yang diyakini oleh penerima tidak akan diterima secepat inovasi yang sesuai dengan norma yang ada di masyarakat.

c. Kerumitan (*Complexity*)

Kompleksitas adalah tingkat kesukaran untuk memahami dan menggunakan inovasi bagi penerima. Suatu inovasi yang mudah dimengerti dan mudah digunakan oleh penerima akan cepat tersebar, sedangkan inovasi yang sukar dimengerti atau sukar digunakan oleh penerima akan lambat proses penyebarannya.

d. Kemampuan Diujicobakan (*Triability*)

Kemampuan untuk diujicobakan adalah di mana suatu inovasi dapat dicoba atau tidaknya suatu inovasi oleh penerima. Jadi agar dapat dengan cepat di adopsi, suatu inovasi harus mampu mengemukakan keunggulannya.

e. Kemampuan untuk Diamati (*Observability*)

Kemampuan untuk diamati adalah mudah atau tidaknya pengamatan suatu hasil inovasi. Suatu inovasi yang hasilnya mudah diamati akan makin cepat diterima oleh masyarakat, dan sebaliknya bila sukar diamati hasilnya, akan lama diterima oleh masyarakat.

4. Indikator Inovasi

Menurut Sa'ud (2014), inovasi yang berhasil harus memiliki beberapa komponen atau elemen pokok, antara lain yaitu sebagai berikut:

- a. Inovasi (gagasan, tindakan atau barang) yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya.
- b. Saluran komunikasi, yaitu alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada orang lain/penerima. Saluran komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan kuantitas penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak umum dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi untuk penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal.
- c. Jangka waktu, yakni proses keputusan inovasi dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya inovasi yang ada. Pengukuhan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam proses pengambilan keputusan inovasi, keinovatifan seseorang (relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi), dan kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial.
- d. Sistem sosial (warga masyarakat), merupakan kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan

bersama. Anggota sistem sosial dapat individu, kelompok informal, organisasi dan subsistem yang lain. Itu artinya bahwa proses penyebaran inovasi tidak selalu berjalan lancar karena adanya perbedaan latar belakang dan sistem sosial yang berlaku.

5. Tahapan Proses Inovasi

Inovasi adalah hal baru yang memerlukan proses dalam pengaplikasiannya. Menurut Sa'ud (2014), tahapan proses dalam implementasi suatu inovasi adalah sebagai berikut:

a. Tahap Pengetahuan

Dalam tahap ini, seseorang belum memiliki informasi yang lengkap mengenai inovasi. Oleh karena itu, inovasi perlu disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi yang ada, bisa melalui media elektronik, media cetak, maupun komunikasi interpersonal diantara masyarakat. Hal ini diharapkan para calon adaptor mengetahui informasi yang lengkap terkait inovasi tersebut.

b. Tahap persuasi

Pada tahap ini individu tertarik pada inovasi dan aktif mencari informasi secara detail mengenai inovasi. Tahap kedua ini terjadi lebih banyak dalam tingkat pemikiran calon pengguna/adaptor. Dalam tahap ini akan muncul rasa menyenangkan atau tidak senang terhadap inovasi, dimana rasa

senang atau tidak senang tersebut dipengaruhi oleh karakteristik inovasi itu sendiri, seperti kelebihan inovasi, tingkat keserasian, kompleksitas, dapat dicoba dan dapat dilihat.

c. Tahap pengambilan keputusan

Setelah mengalami tahan persuasi yang menimbulkan rasa senang atau tidak senang terhadap inovasi, calon pengadopsi inovasi akan mengali tahap pengambilan keputusan inovasi. Pada tahap ini individu mengambil konsep inovasi dan menimbang keuntungan/kerugian dari menggunakan inovasi dan memutuskan apakah akan mengadopsi atau menolak inovasi tersebut. Ada dua macam penolakan inovasi, yakni: penolakan aktif yaitu penolakan inovasi setelah melakukan melalui proses mempertimbangkan untuk menerima atau mencoba inovasi terlebih dahulu dan penolakan pasif yakni penolakan inovasi tanpa pertimbangan sama sekali.

d. Tahap Implementasi

Pada tahap implementasi, pengadopsi mulai mengadopsi inovasi tersebut. Pengguna inovasi akan menentukan kegunaan dari inovasi dan dapat mencari informasi lebih lanjut tentang hal itu. Tahap ini merupakan tahap dimana pengadopsi akan mengambil keputusan untuk mengadopsinya terus menerus hingga menjadi sebuah rutinitas atau hanya diimplementasikan sementara waktu.

e. Tahap Konfirmasi

Setelah sebuah keputusan dibuat, seseorang kemudian akan mencari penguatan terhadap keputusan mereka. Tidak menutup kemungkinan seseorang kemudian mengubah keputusan yang tadinya menolak jadi menerima inovasi setelah melakukan evaluasi atau malah sebaliknya, yang awalnya menerima kemudian berhenti/menolak inovasi dengan alasan-alasan tertentu.

2.2.3. Kinerja Karyawan

1. Pengertian Kinerja Karyawan

Kinerja adalah kualitas dan kuantitas output dari pekerjaan karyawan. Kinerja karyawan adalah variabel tetap yang sering dipasangkan dengan berbagai variabel bebas yang mempengaruhinya seperti motivasi, kompensasi, lingkungan kerja. Oleh karena itu kebanyakan pusat persoalan kinerja karyawan dalam manajemen sumber daya manusia ini adalah penilaian kinerja karyawan itu sendiri. Kinerja karyawan adalah proses dengan mana kinerja individual diukur dan dievaluasi (Wibowo, 2018). Kinerja karyawan adalah hasil kerja karyawan dilihat pada aspek kualitas, kuantitas, waktu kerja dan kerja sama untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan oleh organisasi (Sutrisno, 2019).

Kata “kinerja” sendiri juga merupakan istilah dengan spektrum definisi luas yang dapat mengacu pada pengertian: melakukan,

menjalankan, melaksanakan, menyempurnakan dengan tanggung jawab, dan sebagainya (Sedarmayanti, 2017). Namun demikian, dalam konteks manajemen, kinerja yang dimaksud adalah hasil dari suatu proses yang mengacu dan mengukur selama periode waktu tertentu berdasarkan ketentuan atau kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya (Edison, Anwa, dan Komariyah, 2018).

Kinerja karyawan merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Artinya, tidak hanya kuantitas, kualitas, dan penyelesaiannya saja yang diperhatikan, melainkan tanggung jawab serta kesesuaian dari tugas atau pekerjaan yang diberikan (Mangkunegara, 2017). Selain berpengaruh pada kuantitas, kualitas, serta kesesuaian pekerjaan karyawan sendiri, kinerja juga memiliki peranan penting untuk membantu organisasi mencapai tujuan bersama. Kinerja karyawan merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategi organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi (Hamali, 2016).

Berdasarkan pengertian kualitas kinerja karyawan dari beberapa sumber di atas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan adalah hasil kerja karyawan yang dilihat dari segi kualitas, kuantitas, waktu pengerjaan, kerja sama, serta kesesuaian hasil akhir

yang dapat dinilai atau dievaluasi berdasarkan indikator atau tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya untuk memastikan strategi dan tujuan organisasi dapat tercapai dengan baik.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan

Pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan berlangsung dalam suatu lingkungan internal dan eksternal yang dapat memengaruhi keberhasilan maupun kegagalan kinerja. Oleh karena itu, faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah hal penting yang harus diperhatikan untuk memastikan kinerja yang baik. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan di antaranya adalah sebagai berikut (Wibowo, 2018).

- a. *Personal factor*, ditunjukkan oleh tingkat keterampilan, kompetensi yang dimiliki, motivasi, dan komitmen individu.
- b. *Leadership factor*, ditunjukkan oleh kualitas dorongan bimbingan, dan dukungan yang dilakukan manajer dan team leader.
- c. *Team factor*, ditunjukkan oleh kualitas dukungan yang diberikan oleh rekan sekerja.
- d. *System factor*, ditunjukkan oleh adanya sistem kerja dan fasilitas yang diberikan organisasi.
- e. *Contextual/situational factor*, ditunjukkan oleh tingginya tingkat tekanan dan perubahan lingkungan internal dan eksternal.

Sementara itu, Mangkunegara (2017) mengungkapkan bahwa terdapat dua faktor utama yang memengaruhi kinerja karyawan, yakni sebagai berikut.

a. Faktor Kemampuan (*Ability*)

Secara psikologis kemampuan (*ability*) karyawan terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan reality (knowledge and skill). Oleh karena itu karyawan perlu ditempatkan pada pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya. Pimpinan dan karyawan yang memiliki kemampuan yang baik dalam menganalisa dan menyelesaikan pekerjaan dengan baik akan memberikan 55 hasil kinerja yang memuaskan.

b. Faktor Motivasi (*Motivation*)

Motivasi terbentuk dari sikap (*attitude*) seorang karyawan dalam menghadapi situasi kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri karyawan terarah untuk mencapai tujuan kerja. Motivasi merupakan dorongan antara pimpinan dengan karyawan dalam menghadapi berbagai masalah dalam bekerja dan mengatasi masalah tersebut dengan mencari solusi secara bersama.

3. Indikator Kinerja Karyawan

Untuk mengetahui rendah tingginya kinerja karyawan, diperlukan satuan ukur konkret yang memiliki akuntabilitas tinggi dalam mengukurnya. Satuan tersebut biasa disebut sebagai dimensi

dan indikator. Terdapat enam indikator kinerja yang di antaranya adalah sebagai berikut (Sopiah & Sangadji, 2018).

a. Kualitas

Kualitas kerja diukur dari persepsi pimpinan terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap keterampilan dan kemampuan karyawan.

b. Kuantitas

Merupakan jumlah yang dihasilkan, biasanya dinyatakan dalam istilah seperti unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.

c. Ketepatan Waktu

Merupakan tingkatan aktivitas diselesaikannya pekerjaan dalam waktu tertentu yang sudah ditetapkan sebagai standar pencapaian waktu penyelesaian pekerjaan.

d. Efektivitas

Merupakan tingkat penggunaan sumber daya organisasi (tenaga, uang, teknologi, bahan baku) dimaksimalkan dengan maksud menaikkan hasil dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya.

e. Kemandirian

Merupakan tingkat seorang karyawan yang nantinya akan dapat menjalankan fungsi kerjanya, komitmen kerja dengan instansi dan tanggung jawab karyawan terhadap organisasi.

Sementara itu menurut Sutrisno (2019) untuk mengukur kinerja karyawan terdapat enam indikator yang merupakan bidang prestasi kunci bagi perusahaan yang di antaranya adalah berikut.

a. Hasil Kerja

Tingkat kuantitas maupun kualitas yang telah dihasilkan dan sejauh mana pengawasan dilakukan.

b. Pengetahuan Pekerjaan

Tingkat pengetahuan yang terkait dengan tugas pekerjaan yang akan berpengaruh langsung terhadap kuantitas dan kualitas dari hasil kerja.

c. Inisiatif

Tingkat inisiatif selama melaksanakan tugas pekerjaan khususnya dalam hal penanganan masalah-masalah yang timbul.

d. Kecekatan Mental

Tingkat kemampuan dan kecepatan dalam menerima instruksi kerja dan menyesuaikan dengan cara kerja serta situasi kerja yang ada.

e. Sikap

Tingkat semangat kerja serta sikap positif dalam melaksanakan tugas pekerjaan.

f. Disiplin Waktu dan Absensi

Tingkat ketepatan waktu dan tingkat kehadiran menentukan pada kuantitas dan kualitas hasil kerja pula.

4. Kinerja Karyawan pada Konteks Bagian Operasional

Indikator kinerja yang relevan untuk karyawan operasional meliputi (Mangkunegara, 2015):

a. Kualitas Kerja (*Quality of Work*)

Tingkat kesempurnaan hasil kerja yang dicapai, yang diukur dari minimasi kesalahan (misalnya, kesalahan sortir paket atau damage rate kargo) dan kesesuaian dengan standar prosedur.

b. Kuantitas Kerja (*Quantity of Work*)

Jumlah hasil kerja yang dicapai dalam periode waktu tertentu (misalnya, jumlah paket yang diproses atau loading/unloading per jam), mencerminkan produktivitas.

c. Ketepatan Waktu (*Timeliness*)

Ketaatan pada jadwal yang ditentukan, diukur dari penyelesaian tugas sesuai batas waktu (*deadline*) dan kecepatan respons.

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kesediaan dan kesiapan karyawan untuk menerima dan melaksanakan tugas serta mempertanggungjawabkan hasil kerjanya.

e. Kerjasama (*Cooperation*)

Kemampuan bekerja sama secara vertikal (dengan atasan) maupun horizontal (dengan rekan kerja) untuk mencapai tujuan operasional bersama.

5. Penilaian Kinerja Karyawan

Penilaian kinerja dapat dilakukan melalui berbagai cara, baik dengan melakukan penelitian mengenai pengaruh suatu tindakan yang telah dilakukan untuk meningkatkan kinerja, evaluasi kinerja, hingga penilaian kinerja. Proses Penilaian Kinerja Namun demikian, secara umum, menurut Sedarmayanti (2017) menyatakan bahwa proses penilaian kinerja dapat dilakukan sebagai berikut.

- a. Mengidentifikasi tujuan spesifik penilaian kinerja. Contohnya: mempromosikan karyawan, mengidentifikasi kebutuhan pelatihan, mendiagnosis masalah karyawan.
- b. Menentukan tugas yang harus dijalankan dalam pekerjaan (analisis jabatan).
- c. Memeriksa tugas yang dijalankan.
- d. Menilai kinerja.
- e. Membicarakan hasil penilaian dengan karyawan.

Sementara itu menurut Wibowo (2017) menyatakan proses penilaian kinerja yang dihasilkan terletak pada beberapa dasar utama, yaitu timing, clarity, dan consistency dengan penjabaran sebagai berikut.

a. *Timing*

Penilaian kinerja harus diatur oleh kalender, bukan jam.

Manajer harus melakukan paling tidak dua kali pertemuan formal dengan pekerja setiap tahun.

b. *Clarity*

Kita tidak dapat menilai seberapa baik pekerja melakukan pekerjaan sampai jelas tentang apa sebenarnya pekerjaan itu.

c. *Consistency*

Proses penilaian yang efektif meningkat langsung dengan mission statement dan nilai-nilai organisasi. Apa yang tercantum dalam penilaian kinerja harus sama dengan apa yang terdapat dalam mission statement.

6. Tujuan Penilaian Kinerja

Tujuan penilaian kinerja karyawan memiliki arah dan sifat yang luas, tanpa batasan waktu dan tidak berkaitan dengan prestasi tertentu dalam jangka waktu tertentu (Wibowo, 2017). Menurut Hamali (2016) beberapa tujuan penilaian kinerja karyawan adalah sebagai berikut.

- a. Administrasi penggajian.
- b. Umpan balik kinerja.
- c. Identifikasi kekuatan dan kelemahan individu.
- d. Mendokumentasikan keputusan karyawan.
- e. Penghargaan terhadap kinerja individu.
- f. Mengidentifikasi kinerja buruk.
- g. Membantu dalam mengidentifikasi tujuan.
- h. Menetapkan keputusan promosi.

- i. Pemberhentian karyawan.
- j. Mengevaluasi pencapaian tujuan.

Selain itu Mangkunegara (2017) menyebutkan tujuan penilaian kinerja di antaranya adalah sebagai berikut.

- a. Meningkatkan saling pengertian antara karyawan tentang persyaratan kinerja.
- b. Mencatat dan mengakui hasil kinerja seorang karyawan, sehingga mereka termotivasi untuk berbuat yang baik, atau sekurang-kurangnya berprestasi sama dengan prestasi yang terdahulu.
- c. Memberikan peluang kepada karyawan untuk mendiskusikan keinginan dan aspirasinya dan meningkatkan kepedulian terhadap karier atau terhadap pekerjaan yang diembannya sekarang.
- d. Mendefinisikan atau merumuskan kembali sasaran masa depan, sehingga karyawan termotivasi untuk berprestasi sesuai dengan potensinya.
- e. Memeriksa rencana pelaksanaan dan pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan pelatihan, khusus rencana diklat, dan kemudian menyetujui rencana itu jika tidak ada hal-hal yang perlu diubah.

7. Evaluasi Kinerja Karyawan

Evaluasi kinerja adalah proses penilaian atau pengukuran untuk mengetahui seberapa tinggi atau rendahnya kinerja karyawan. Menurut Mangkunegara (2017) evaluasi kinerja haruslah dilandaskan pada beberapa catatan penting sebagai berikut.

- a. Fokusnya adalah membina kekuatan untuk menyelesaikan setiap persoalan yang timbul dalam pelaksanaan evaluasi kinerja. Jadi bukan semata-mata menyelesaikan persoalan itu sendiri, namun pimpinan dan karyawan mampu menyelesaikan persoalannya dengan baik setiap saat, setiap ada persoalan baru. Jadi yang penting adalah kemampuannya.
- b. Selalu didasarkan atas suatu pertemuan pendapat, misalnya dari hasil diskusi antara karyawan dengan penyelia langsung, suatu diskusi yang konstruktif untuk mencari jalan yang terbaik dalam meningkatkan mutu yang tinggi.
- c. Suatu proses manajemen yang alami, jangan merasa dan menimbulkan kesan terpaksa, namun dimasukkan secara sadar ke dalam corporate planning, dilakukan secara periodik, terarah dan terprogram, bukan kegiatan yang hanya setahun sekali atau kegiatan yang dilakukan jika manajer ingat saja.

Menurut Hamali (2016) evaluasi kinerja terdiri atas delapan proses dan komponen utama sebagai berikut.

a. Penilai

Penilai adalah karyawan yang mempunyai hak dan kewajiban untuk menilai kinerja ternilai. Hak dan kewajiban penilai untuk menilai kinerja karyawan yang ternilai umumnya ditentukan oleh peraturan perusahaan, deskripsi kerja, dan undang-undang ketenagakerjaan.

b. Mengumpulkan Informasi

Evaluasi kinerja merupakan proses menumpulkan informasi mengenai kinerja ternilai. Evaluasi kinerja merupakan bagian ilmu penelitian, oleh karena itu proses pengumpulan informasi mengenai kinerja ternilai harus dilakukan dengan menggunakan kaidah-kaidah ilmu penelitian atau riset.

c. Kinerja

Keluaran kerja ternilai yang diisyaratkan oleh organisasi tempat kerja ternilai yang terdiri dari hasil kerja, perilaku kerja, dan sifat pribadi yang ada hubungannya dengan pekerjaan.

d. Ternilai

Ternilai adalah karyawan dinilai oleh penilai. Ternilai adalah seorang karyawan, kelompok karyawan, atau tim kerja.

e. Dokumentasi

Dokumentasi kinerja adalah apa saja yang ditulis pada manajer dan supervisor dalam meneliti bawahannya yang melukiskan, mengevaluasi, dan mengomentari apa yang

dilakukan bawahannya dan bagaimana melakukannya dalam melaksanakan tugas atau pekerjaannya.

f. Membandingkan Kinerja Ternilai Dengan Standar Atasanya

Standar kinerja adalah ukuran, tolak ukur untuk mengukur baik buruknya kinerja karyawan ternilai. Evaluasi kinerja tidak mungkin dilaksanakan tanpa standar kinerja karyawan.

g. Dilakukan Secara Periodik

Pelaksanaan penilaian kinerja bergantung pada jenis pekerjaan dan organisasinya. Penilaian kinerja pada pekerjaan pemasaran.

h. Pengambilan Keputusan

Manajemen SDM Hasil evaluasi kinerja adalah informasi mengenai kinerja karyawan. Informasi ini digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan tentang ternilai. Evaluasi kinerja hanya merupakan tujuan antara dan bukan tujuan akhir. Nilai evaluasi kinerja yang baik digunakan untuk memberikan promosi, sedangkan kinerja yang buruk untuk diberikan demosi.

2.3. Hubungan Antar Variabel

1. Pengaruh *Supply Chain Management* (SCM) terhadap Kinerja Karyawan

Supply Chain Management (SCM) yang terkelola dengan baik menciptakan proses yang terstandarisasi, efisien, dan meminimalkan aktivitas yang tidak bernilai tambah (*non-value added activities*). Proses SCM yang efisien (misalnya aliran informasi yang lancar) mengurangi

waktu tunggu dan ketidakpastian, memungkinkan karyawan bekerja tanpa hambatan. Selain itu SCM menekankan kolaborasi internal dan eksternal, yang mendorong karyawan operasional untuk berkoordinasi lebih baik, sehingga mengurangi bottleneck dan meningkatkan ketepatan waktu dan kualitas kerja.

Penelitian Basirotun *et al* (2025) menyimpulkan bahwa *Supply Chain Management* (SCM) memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja operasional UMKM pedagang pantai di Jimbaran. Penelitian lain yang dilakukan oleh Denisyah., Maharani, dan Dewi (2023) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan SCM pembagian informasi, SCM jangka panjang, SCM kerja sama, SCM proses integrasi terhadap kinerja perusahaan Kedai Upu. Penelitian lain yang dilakukan oleh Syahrudin dan Huda (2023) juga menyimpulkan ada dampak positif dan signifikan dari *Supply Chain Management* terhadap kinerja perusahaan.

2. Pengaruh Inovasi Teknologi terhadap Kinerja Karyawan

Inovasi teknologi, terutama dalam bentuk sistem dan peralatan otomatisasi, memberikan alat bagi karyawan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat, lebih sedikit kesalahan, dan dengan upaya fisik yang lebih rendah. Teknologi dapat menggantikan tugas repetitif yang rentan terhadap kesalahan manusia, sehingga meningkatkan Kualitas Kerja (akurasi) dan Kuantitas Kerja (kecepatan) karyawan. Studi menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan pencapaian pekerjaan menjadi lebih baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Jannah, Elfiswandi, dan Lusiana (2025) yang menyimpulkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di Universitas Negeri Padang. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ningsih (2024) menyimpulkan bahwa teknologi memiliki peran penting dalam meningkatkan produktivitas tenaga kerja di Indonesia. Abbas dkk (2022) menyimpulkan bahwa inovasi teknologi berperan penting dalam mendorong kinerja pegawai pada Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Soppeng.

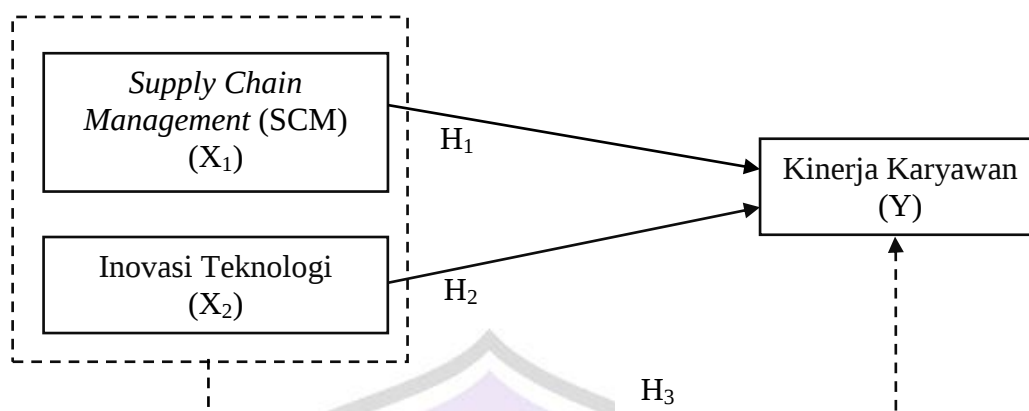
3. Pengaruh *Supply Chain Management* (SCM) dan Inovasi Teknologi terhadap Kinerja Karyawan

Dalam industri logistik, *Supply Chain Management* (SCM) dan Inovasi Teknologi adalah dua sisi mata uang. SCM menyediakan kerangka kerja dan strategi untuk efisiensi, sementara inovasi teknologi menyediakan alat untuk mengeksekusi strategi tersebut. Kinerja SCM yang unggul hanya dapat dicapai melalui integrasi teknologi yang efektif. Ketika SCM dan Inovasi Teknologi bekerja bersama, tercipta lingkungan operasional yang sangat efisien dan transparan. Karyawan yang beroperasi dalam sistem terintegrasi ini dituntut untuk memiliki kinerja yang tinggi, menghasilkan peningkatan Kualitas, Kuantitas, dan Ketepatan Waktu secara simultan.

2.4. Kerangka Konsep Penelitian

Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Keterangan:

- > = Pengaruh parsial
 - - - - -> = Pengaruh simultan

2.5. Hipotesis Penelitian

Merujuk pada beberapa penelitian terdahulu di atas yang hampir seluruhnya terdapat pengaruh positif dan signifikan media sosial terhadap minat beli konsumen, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: *Supply Chain Management* (SCM) berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada operasional PT. Indah Logistik Cargo.

H₂: Inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada operasional PT. Indah Logistik Cargo.

H₃: *Supply Chain Management* (SCM) dan inovasi teknologi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada operasional PT. Indah Logistik Cargo.