

Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Pada Perusahaan Manufaktur

Nur Alam¹, Sutardjo Tui²

^{1,2} *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar*

² *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Pendidikan Ujung Pandang*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengetahui pengaruh supply chain management terhadap keunggulan kompetitif, 2) Mengetahui pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan, 3) Mengetahui pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan, 4) Mengetahui pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan kompetitif pada Perusahaan Manufaktur di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer melalui kuisioner sebanyak 160 responden. Metode analisis data dengan menggunakan Struktural Equation Modelling (SEM-PLS) dengan bantuan program SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Supply chain management berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. 2) Supply chain management berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. 3) Keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. 4) Supply chain management berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. melalui Keunggulan kompetitif. .

Kata Kunci: *Supply chain management, Keunggulan kompetitif, Kinerja perusahaan.*

Copyright (c) 2022 Nur Alam

✉ Corresponding author :

Email Address : nur.alam@umi.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi yang semakin pesat di Indonesia membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Kondisi persaingan saat ini menunjukkan perubahan yang sangat cepat terjadi, dimulai dari kemajuan teknologi, sistem perdagangan globalisasi, dan stabilitas ekonomi politik dunia (Handfield, 2002). (Ilmiyati and Munawaroh 2016) Persaingan yang terjadi saat ini tidak hanya di dalam negeri tetapi juga terjadi antar perusahaan dari berbagai negara. Persaingan ini terjadi akibat dari globalisasi dan ekonomi pasar bebas yang dilakukan oleh organisasi seperti AEC (*ASEAN Economic Community*) WTO (*World Trade Organization*), AFTA (*Asean Free Trade Area*), APEC (*Asia-Pacific Economic Cooperation*) dan sebagainya.

Kota Makassar sebagai salah satu Kota terbesar di Kawasan Timur Indonesia merupakan pusat pengembangan perekonomian dan pintu gerbang Kawasan Timur Indonesia. Kota Makassar dilengkapi dengan Kawasan Industri Manufaktur diharapkan dapat menunjang perkembangan Industri Manufaktur di Makassar.

Menurut Porter, (2015), dalam (Ilmiyati and Munawaroh 2016) Keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif dan efisien dengan produk atau jasa yang memiliki nilai lebih atau dengan biaya yang lebih rendah. Keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) pada dasarnya berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh organisasi kepada pembelinya yang melebihi biaya organisasi dalam menciptakannya. Nilai merupakan sesuatu yang pembeli bersedia membayar, dan nilai

yang unggul berasal dari tawaran harga yang lebih rendah daripada yang ditawarkan pesaing dengan manfaat yang sepadan atau memberikan manfaat unik yang lebih daripada sekedar mengimbangi harga yang lebih tinggi. Hal ini lebih mengarah bagaimana organisasi dapat menciptakan barang yang dapat diberi nilai lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan dan konsumen harus merasa bahwa dengan membeli barang dari organisasi tersebut, konsumen merasakan mendapat keuntungan (benefit) yang lebih besar dari nilai pengorbanan yang dikeluarkan (cost).

Menurut (Nurdianti et al., 2017) dalam (Dan et al. 2022) Kinerja perusahaan adalah ekspresi keadaan lengkap perusahaan dalam jangka waktu tertentu, hasil atau pencapaian yang dipengaruhi oleh kegiatan operasi perusahaan dalam penggunaan sumber daya yang digunakan perusahaan. Kinerja perusahaan adalah tingkat kinerja suatu perusahaan dalam memaksimalkan dan mengoptimalkan akuntabilitas, yang dapat dinilai dengan membandingkan tujuan dan pencapaian suatu perusahaan dengan perusahaan yang sama dalam industri yang sama (Suharto & Devie, 2013) dalam Syahreva, (2022) Kinerja perusahaan menggambarkan kondisi perusahaan secara keseluruhan baik dari segi operasional maupun keuangan. Semakin tinggi tingkat keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya, kemudian pengolahan operasional yang baik, dan kondisi keuangan yang stabil dapat menggambarkan bahwa tingkat kinerja perusahaan tersebut baik.

Kinerja perusahaan merupakan hasil sesungguhnya atau output yang dihasilkan sebuah organisasi yang kemudian diukur dan dibandingkan dengan hasil atau output yang diharapkan (Jahanshahi, et al., 2012). Agar perusahaan manufaktur mampu berkompetitif dan memiliki kinerja perusahaan yang baik maka dapat didukung dengan mengimplementasikan Supply Chain management. Supply Chain management adalah seperangkat pendekatan untuk mengefisienkan integrasi supplier, manufaktur, gudang, dan penyimpanan, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat untuk meminimalkan biaya dan memberikan kepuasan layanan terhadap konsumen.

Efektivitas penerapan *supply chain management* meningkatkan keuntungan dan meningkatkan operasi hanya jika *supply chain management* dipahami dan dikelola dengan baik (Elrod et al., 2013) dalam (Siburian, Hidayati, and Pituringsih 2022). Pemasok, produksi, pergudangan, dan penyimpanan semuanya terintegrasi dalam Supply chain management sebagai sarana untuk meminimalkan biaya dan menyediakan layanan yang memuaskan bagi pelanggan. Dalam setiap rantai pasokan, tujuan akhirnya adalah untuk memaksimalkan nilai total yang dihasilkan. (Siburian, Hidayati, and Pituringsih 2022)

Penelitian tentang Supply chain management terhadap keunggulan bersaing dilakukan oleh (Thatte, Rao, and Ragu-Nathan 2013) yang menemukan bahwa tingkat yang lebih tinggi dari praktek SCM dapat menyebabkan peningkatan respon rantai pasokan dan ditingkatkan keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan. Juga rantai pasokan responsif memiliki pengaruh positif secara langsung terhadap keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan.

Teori dan praktik pada manajemen rantai pasokan telah banyak diterapkan pada perusahaan - perusahaan. Menurut Heyzer dan Render (2005), dalam (Auritz and Rachmarwi 2020) Penerapan Supply Chain management (SCM) yang mengikuti konsep SCM yang benar dapat memberikan dampak peningkatan keunggulan kompetitif terhadap produk maupun pada sistem rantai pasokan yang dibangun perusahaan tersebut. Lebih lanjut Heyzer dan Render (2005) menyatakan bahwa, Perusahaan perlu mempertimbangkan masalah rantai pasokan untuk memastikan bahwa rantai pasokan mendukung strategi perusahaan. Jika manajemen operasi mendukung strategi perusahaan secara keseluruhan, maka rantai pasokan di desain untuk mendukung manajemen operasi (Heyzer and Render, 2005). Hal tersebut didukung oleh pendapat Chopra and Meindl (2007) bahwa, Desain Supply Chain,

perencanaan, dan keputusan operasi memberikan peranan yang penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah organisasi.

1. Supply Chain Management

Pujawan (2005) dalam Karuntu, et al. (2021) menyatakan bahwa Supply Chain Management (SCM) adalah suatu metode integratif atau pendekatan untuk mengelola aliran produk, informasi, dan uang secara terintegrasi yang melibatkan pihak mulai dari hulu hingga hilir yang terdiri dari pemasok, pabrik, jaringan distribusi dan layanan logistik. Jamaludin et al., (2021). pelaksanaan pasokan manajemen rantai adalah serangkaian kegiatan oleh organisasi yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi rantai pasokan pengelolaan.

Supply chain management merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian berbagai organisasi yang lebih efisien dari supplier, manufaktur, distributor, retailer, dan customer. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai cost dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai service level yang diinginkan (Molina-Azorin, 2000). Tujuan dari *Supply Chain Management* adalah untuk memaksimalkan nilai keseluruhan yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan. Di sisi lain, tujuannya adalah untuk meminimalkan biaya keseluruhan (biaya pemesanan, biaya penyimpanan, biaya bahan baku, biaya transportasi dan lain-lain) (Chopra, Sunil dan Peter Meindl, 2004) atau disebut *Supply Chain Management* merupakan pengelolaan rantai siklus yang lengkap mulai bahan mentah dari *parasupplier*, ke kegiatan operasional di perusahaan, berlanjut ke distribusi sampai kepada konsumen. Istilah *supply chain management* pertama kali dikemukakan oleh Oliver dan Weber pada tahun 1982, dalam Alam, Dahlan, (2020).

Supply chain management dalam penelitian ini dibagi menjadi lima dimensi yaitu *Strategic supplier partnership*, *Customer relationship*, *Information sharing*, *Quality of Information Sharing* dan *Postponement* (Penundaan) (Nurdianti et al., 2017). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh , (Amaruddin, Saptatmanta, and Arini 2021).

. (Auritz and Rachmarwi 2020), Nurdianti et al. (2017), Ilmiyati et al. (2016), dan Suharto & Devie (2013) menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan manajemen rantai pasok maka kinerja perusahaan juga semakin baik.

2. Keunggulan Kompetitif

Porter (1985) dalam Jamaluddin, et al. (2021) Keunggulan bersaing adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi daripada perusahaan lain dalam industri atau pasar yang sama. Keunggulan bersaing adalah keunggulan atas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai konsumen yang lebih besar, baik dengan harga yang lebih rendah atau dengan memberikan keuntungan yang lebih besar dan jasa yang memberikan harga yang lebih tinggi. Keunggulan bersaing dapat diperoleh jika perusahaan memiliki kemampuan untuk lebih menyajikan setiap proses operasional bisnisnya dalam menghasilkan barang dan jasa dengan kualitas tinggi dan harga yang kompetitif. Sehingga produk yang dihasilkan mampu bersaing baik dari segi kualitas, harga, pengiriman produk, dan fleksibilitas dibandingkan dengan para pesaingnya di pasar (Heizer & Render, 2008).

Keunggulan bersaing dapat diterapkan jika suatu perusahaan dapat mencapai keunggulan strategis, keunggulan taktis dan keunggulan operasional (Fink & Disterer, 2011). (Jamaludin 2021) Untuk mencapai tujuan yang lebih unggul dari pesaing, perusahaan harus merumuskan strategi yang sesuai baik dengan kondisi internal maupun eksternal perusahaan yang kemudian diimplementasikan dalam persaingan dan menciptakan keunggulan dalam proses kesehariannya.

Keunggulan kompetitif dalam penelitian ini yaitu terdiri dari kualitas produk dan harga yang kompetitif (Nurdianti et al., 2017). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Makalew et

al. (2019), Nurdianti *et al.* (2017), Menurut Tarigan dkk. (2021) Supply chain management adalah suatu jaringan mulai dari memproduksi bahan mentah, mengolahnya menjadi barang setengah jadi dan kemudian produk akhir, serta mengirimkan produk ke pelanggan melalui sistem distribusi.

Keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Penggunaan keunggulan bersaing mampu memberikan dampak positif terhadap kinerja pemasaran (Haji, S., Arifin, R., & ABS, 2017) dalam (Nofrizal *et al.* 2021)

Suharto & Devie (2013) menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Manajemen rantai pasok yang efektif berpotensi meningkatkan keunggulan kompetitif. Manajemen rantai pasok yang terintegrasi dari hubungan pemasok dan pelanggan, penundaan dan kualitas mampu mempertahankan dan memperkuat daya saing perusahaan dalam memenangkan persaingan pasar (Ilmiyati & Munawaroh, 2016).

3. Kinerja perusahaan

Kinerja Perusahaan adalah kemampuan kerja yang ditunjukkan dengan hasil kerja (Yurniwati, 2008) dalam Wulandari, (2016). Kinerja perusahaan merupakan ukuran keberhasilan suatu perusahaan yang diukur setiap jangka waktu yang ditetapkan. Hasil ini dapat dikatakan suatu nilai dari setiap aktivitas yang telah disusun dan dilaksanakan untuk dapat mengidentifikasi apakah strategi yang telah dibuat dan pelaksanaan strategi tersebut tepat atau malah sebaliknya (Prakosa, 2005). Target kinerja yang ditetapkan oleh perusahaan akan memotivasi personel untuk mencapai target tersebut. Target yang ditetapkan akan menjadi ukuran berhasil atau tidaknya perusahaan dan setiap anggota perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional. Kinerja yang baik akan berdampak pada keberlangsungan hidup perusahaan. Untuk tercapainya kinerja yang baik, maka diperlukan adanya penilaian kinerja. Penilaian kinerja juga digunakan untuk menekan dan mencegah perilaku yang tidak semestinya terjadi serta untuk merangsang dan menegakkan perilaku yang semestinya diinginkan, melalui umpan balik hasil kinerja pada waktunya serta penghargaan, baik yang bersifat intrinsik maupun ekstrinsik. (Chairani dan Wahyuni Lestari, 2011). Li, *et al.*, (2006) menyatakan bahwa kinerja perusahaan dapat dinilai dari kinerja keuangan dan kinerja non-keuangan perusahaan.

H1 : Hubungan *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Kompetitif.

Keunggulan kompetitif mengarah kepada kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai unik yang tidak dimiliki dan tidak dapat ditiru oleh pesaing (Li *et al.*, 2006), dalam (Prayhoego and Devie 2013) Keunggulan kompetitif pada saat ini tidak hanya ditentukan oleh kemampuan sebuah industri untuk menciptakan banyak output persatuan waktu tetapi juga menyangkut kualitas, distribusi dan layanan purna jual. Produktivitas memang penting, tetapi itu saja tidak cukup sebagai bekal untuk bersaing di pasar. Pelanggan mulai bisa membedakan produk berdasarkan kualitasnya. Bahkan disadari bahwa kualitas produk sangat bergantung pada proses produksi, manusia selaku produsen, dan sistem yang digunakan secara keseluruhan. Pengendalian kualitas tidak lagi cukup hanya dilakukan dengan model inspeksi produk, tetap lebih fundamental dengan melihat proses. Bahkan orang industri mulai sadar bahwa kualitas produk juga tidak lepas dari kualitas bahan baku yang dikirim oleh supplier (Ubud, 2009) dalam (Wulandari, Sari, and L 2017)

Supply chain management meliputi kegiatan perusahaan dalam mendapatkan bahan baku yang berkualitas, hubungan yang baik dengan supplier, kegiatan produksi yang efektif dan efisien, sistem logistik yang baik, dan pelayanan terhadap konsumen yang memuaskan. Penerapan *supply chain management* yang baik dapat meningkatkan nilai jual produk dan nilai perusahaan di mata konsumen baik dalam hal kualitas produk, sistem distribusi yang tepat, maupun pelayanan yang memuaskan. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *supply*

chain management berpengaruh terhadap keunggulan bersaing perusahaan. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dan et al. 2022) (Huda and Hartati 2022) Li, et al., (2006); Suharto (2013); Rahmasari (2011); Bratic (2011);

H2 : Hubungan Keunggulan kompetitif terhadap Kinerja Perusahaan.

Kinerja perusahaan merupakan ukuran keberhasilan suatu perusahaan yang diukur setiap jangka waktu yang ditetapkan. Hasil ini dapat dikatakan suatu nilai dari setiap aktivitas yang telah disusun dan dilaksanakan untuk dapat mengidentifikasi apakah strategi yang telah dibuat dan pelaksanaan strategi tersebut telah tepat atau malah sebaliknya (Prakosa, 2005). dalam (Iskandar 2017)

Keunggulan bersaing menurut Li et al., (2006) (Wulandari, Sari, and L 2017) dalam dapat direalisasikan dengan berfokus pada harga, kualitas, *delivery dependability*, inovasi produk, dan *time to market*. Perusahaan yang berfokus pada hal tersebut akan lebih unggul dari perusahaan lainnya. Keunggulan perusahaan dibandingkan dengan pesaing dapat menarik banyak konsumen yang kemudian akan meningkatkan tingkat penjualan dan pangsa pasar perusahaan. Dengan demikian kinerja keuangan dan non keuangan perusahaan akan meningkat.

Day dan Wensley (1988) dalam (Imario 2017) menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan bentuk-bentuk strategi untuk membantu keberlangsungan hidup perusahaan. Keunggulan dalam bersaing merupakan sarana untuk mencapai tujuan akhir perusahaan yaitu meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil penelitian lain juga mendukung pendapat Day dan Wensley (1998) tersebut, seperti Li, et al., (2006); Perry (2012); dan Rahmasari (2011). (Ilmiyati and Munawaroh 2016)

H3 : Hubungan *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan.

Supply chain management merupakan sarana pengoptimalan aktivitas perusahaan dalam kegiatan operasional perusahaan untuk meminimalkan biaya dan mencapai kepuasan pelanggan yang diwujudkan dengan menciptakan hubungan yang baik dengan supplier, produksi yang baik dan hubungan dengan pelanggan yang baik. Kegagalan dalam operasional perusahaan saat menghasilkan produk/jasa atau dalam level apapun dapat menyebabkan biaya kegagalan meningkat yang kemudian akan menyebabkan profitabilitas perusahaan menurun dan menyebabkan daya beli menurun pula. *Supply chain management* dapat meminimalisasi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dan meningkatkan nilai mutu produk di mata pelanggan sehingga profitabilitas perusahaan akan meningkat. Kondisi ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Supply chain management memiliki tiga tujuan, yaitu *cost reduction*, *capital reduction*, dan *service improvement* (Siagian, 2005:23-27). Dari ketiga tujuan tersebut, tujuan *cost reduction* bermaksud bahwa dengan penerapan *supply chain management* perusahaan dapat meminimalkan biaya logistik yang terjadi, misalnya dengan memilih alat/model transportasi, cara atau sistem distribusi, penggudangan, standar, dan layanan yang meminimalkan biaya. Begitu juga dengan tujuan *capital reduction*, penerapan *supply chain management* diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan meningkatkan tingkat pengembalian modal.

Di sisi operasional perusahaan, *supply chain management* akan membantu perusahaan agar barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, dan dalam waktu yang tepat. Dari pernyataan itu maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa *supply chain management* akan dapat meningkatkan kinerja operasional perusahaan. Kemudian, tujuan ketiga penerapan *supply chain management* yang dinyatakan oleh Siagian (2005:23) yaitu tujuan *service improvement*, diharapkan bahwa dengan adanya *supply chain management*, perusahaan dapat melakukan perbaikan layanan secara terus menerus sehingga kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat terjaga. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *supply chain management* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu terkait pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan

dilakukan oleh dalam (Wulandari, Sari, and L 2017), (Jumady and Fajriah 2020) menyampaikan bahwa supply chain management (SCM) berdampak positif terhadap kinerja perusahaan. Namun, penelitian oleh (Nursyamsiah, 2019) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif memperkuat pengaruh SCM terhadap kinerja perusahaan. Selain itu (Alomari et al., 2020) menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif memperlemah SCM terhadap kinerja perusahaan (Jumady and Fajriah 2020)

H4 : Hubungan *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan kompetitif.

Supply chain management adalah seperangkat pendekatan yang diterapkan oleh perusahaan agar barang dapat diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat dengan kualitas yang baik untuk meminimalkan biaya dan memberikan layanan yang memuaskan konsumen. Kegagalan dalam operasional perusahaan saat menghasilkan produk/jasa atau dalam level apapun dapat menyebabkan biaya kegagalan meningkat yang kemudian akan menyebabkan profitabilitas perusahaan menurun dan menyebabkan daya beli menurun pula. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa supply chain management dapat meminimalisasi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dan meningkatkan nilai mutu produk di mata pelanggan.

Kinerja perusahaan dapat ditingkatkan dengan keunggulan bersaing perusahaan. Dengan terpenuhinya indikator keunggulan perusahaan seperti harga, kualitas, delivery dependability, inovasi produk, dan time to market, tingkat penjualan perusahaan akan meningkat. Selain itu, kepuasan dan loyalitas konsumen juga akan meningkat yang kemudian akan berimbas pada meningkatnya kinerja perusahaan baik keuangan maupun non keuangan. Kepuasan pelanggan, kualitas bahan baku dari supplier, dan distribusi produk dengan waktu yang tepat seakan menjadi kunci keunggulan bersaing dalam supply chain management.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bekerja dengan angka dan datanya berwujud bilangan yang kemudian dianalisis menggunakan statistik untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lainnya (Creswell *et al.*, 2003:31).

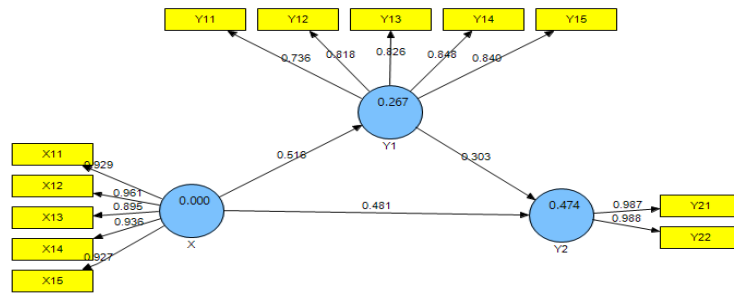
Pendekatan penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) yang pengumpulan datanya dilakukan secara sekaligus dalam satu tahap (*one shot study*) atau secara *cross-section* melalui kuisioner. Penelitian *explanatory research* dimaksudkan untuk memberikan penjelasan terhadap hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis atau bertujuan untuk memperoleh pengujian yang tepat dalam menarik kesimpulan yang bersifat *causalitas* (sebab-akibat) antara variabel dan selanjutnya memilih alternatif tindakan (Kuncoro, 2003:24).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Pengujian Outer Model

Hasil Uji outer model untuk melihat nilai loading factor setiap indikator untuk membentuk variabel laten. Semua data memenuhi kriteria karena memiliki nilai loading factor lebih dari 0,6, sehingga semua indikator di ikutkan pada pengujian selanjutnya yaitu uji validitas dan reliabilitas.



Gambar 1. Outer Model (SEM-SmarPLS)

Model diperiksa untuk memastikan hasilnya dapat diterima dan konsisten dengan yang mendasarinya teori. Sebagaimana dicatat oleh Tan (2001), dalam (Lin et al. 2005) model formal (yaitu model pengukuran) berhubungan dengan reliabilitas dan validitas konstruk dalam mengukur variabel laten, sedangkan yang terakhir model (yaitu model struktural) berkaitan dengan hubungan langsung dan tidak langsung antara laten variabel. Oleh karena itu, teknik SEM-PLS cocok untuk tujuan penelitian kami. Tabel 3 menunjukkan ringkasannya hasil model pengukuran dan Tabel 4. dan 5 menunjukkan hasil pengujian hipotesis hubungan struktural antara variabel laten. Sehubungan dengan model pengukuran kami seperti praktik supply chain managemen, hasil kami menunjukkan bahwa variabel ini valid karena perkiraan parameter indikatornya dan signifikansi statistiknya. Misalnya, nilai outer model dari dua belas (12) indikator berkisar antara 0.736 sampai 0.987 dengan outer model yang dicapai yaitu di diatas 0,70, dalam kumpulan data (lihat Tabel 1,2 dan3 adalah model pengukuran validitas). Kesimpulan serupa diperoleh untuk supply chain manajemen, keunggulan kompetitif, dan kinerja perusahaan.

Tabel 5 model structural dan Tabel 6 dan 7 adalah pengujian hipotesis secara langsung dan tidak langsung.

a. Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Convergent Validity dari model pengukuran dengan indikator refleksif dinilai berdasarkan korelasi antar item skor yang diestimasi dengan *software SmartPLS*. Ukuran untuk indikator refleksif individual dikatakan tinggi jika nilai *loading factor* ≥ 0.7 (Hair et.al, 2019) dengan konstruk yang diukur. Namun menurut Ghozali (2015:74) untuk penelitian yang bersifat confirmatory da nilai loading faktor antara 0.6 – 0.70. Dalam penelitian ini digunakan batas sebesar 0.70. Sehingga dalam penelitian ini untuk item yang memiliki nilai *outer loading* < 0.7 akan dikeluarkan kemudian dilakukan perhitungan lagi. Pada kalkulasi pertama tidak terdapat indikator yang keluar, karena semua nilai *factor loading* sudah memenuhi nilai minimum 0.70.

Tabel 1. Hasil uji validitas komvergen

	Keunggulan kompetitif	Supply Chain Management	Kinerja perusahaan
X11		0. 848236	
X12		0.817919	
X13		0.826471	
X14		0.736058	
X15		0.839536	
Y11	0.929049		
Y12	0.960515		
Y13	0.895244		
Y14	0.936272		

Y15	0.927430	
Y21		0.986500
Y22		0.987713

Sumber: Data primer diolah (2022)

b. Uji *Average Variance Extracted (AVE)*

Dalam analisis faktor konfirmatori presentase rata-rata nilai AVE antar item/indikator suatu konstruk laten merupakan ringkasan *convergent indicator*. Konstruk yang baik jika nilai AVE $\geq 0,5$ (Ghozali, 2015:74). Dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Uji *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	AVE
Supply chain management	0.864783
Keunggulan kompetitif	0.663630
Kinerja perusahaan	0.974380

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai AVE untuk semua variabel memiliki nilai $> 0,5$. Sehingga semua variabel memenuhi kriteria *Average Variance Extracted (AVE)*, sehingga semua variabel dapat diuji selanjutnya.

c. Uji *Discriminant Validity*

Uji *Discriminant Validity* digunakan untuk mengukur seberapa jauh sebuah konstruk benar-benar berbeda dengan konstruk lainnya. Nilai *Discriminant Validity* yang lebih tinggi memberikan bukti bahwa suatu konstruk mampu menangkap fenomena yang diukur dan konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya (Ghozali, 2011). Dengan *SmartPLS*, *discriminant validity* didapatkan dengan melihat nilai *Cross Factor Loadings*, dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Uji *Discriminant Validity*

	Supply Chain Manajemen	Keunggulan Kompetitif	Kinerja Perusahaan
X11	0.969049	0.487841	0.661790
X12	0.920515	0.481226	0.614970
X13	0.895244	0.428620	0.505439
X14	0.936272	0.439476	0.556392
X15	0.927430	0.550071	0.607370
Y11	0.255118	0.736058	0.362605
Y12	0.365576	0.817919	0.389504
Y13	0.240392	0.826471	0.382963
Y14	0.571226	0.848236	0.446223
Y15	0.525286	0.839536	0.589416
Y21	0.601064	0.552487	0.986500
Y22	0.656452	0.536735	0.987713

Sumber: data di primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 3 di atas diperoleh nilai *Cross Factor Loadings* indikator dari masing-masing konstruk lebih tinggi dibandingkan nilai indikator masing-masing konstruk lainnya. Dengan demikian masing-masing indikator dikatakan valid untuk mengukur variabel.

d. Uji Reliabilitas Konstruk

Uji Reliabilitas Konstruk digunakan untuk menilai reliabilitas yang dapat ditentukan dengan nilai *composite reliability* yang lebih besar dari 0,7. Selain itu, reliabilitas konstruk juga dapat dilihat dari uji *Cronbach's Alpha*, dengan syarat nilai harus lebih dari 0.6, dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 4. Hasil uji reliabilitas konstruk

Variabel	Cronbachs Alpha	Composite Reliability
Supply Chain Management	0.960876	0.969661
Keunggulan Kompetitif	0.878865	0.907754
Kinerja perusahaan	0.973721	0.987024

Sumber: data di primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4 di atas, diperoleh bahwa semua variabel dalam penelitian dapat dikatakan baik, karena memiliki nilai *composite reliability* (CR) $> 0,7$ dan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$. Semua nilai berada di atas persyaratan, artinya hasil uji reliabilitas ini untuk masing-masing variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

e. Pengujian Model Struktural

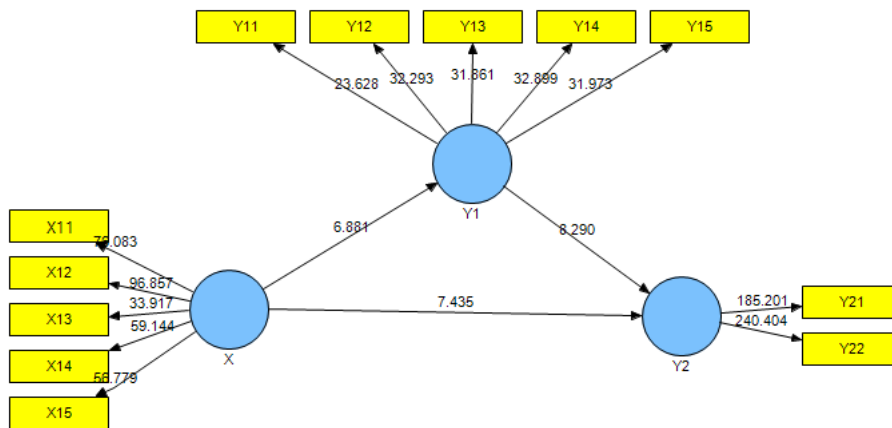
Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antar konstruk, nilai signifikansi dan *R-Square* dari model penelitian. Pengukuran dilakukan dengan melihat nilai sebesar 0,67 mengindikasikan model baik, nilai 0,33 mengindikasikan model moderat, dan nilai 0,19 mengindikasikan model lemah (Chin, 1998) Hasil *R-Square* yang menunjukkan besar pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Hasil pengujian model structural dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Hasil uji model struktural

Variabel	R Square
Supply chain management	
Keunggulan kompetitif	0.266605
Kinerja perusahaan	0.473939

Berdasarkan tabel 5 di atas, diperoleh *R-square* untuk variabel Keunggulan Bersaing adalah sebesar 0,2666, maka dapat dikatakan bahwa variabel Keunggulan kompetitif dapat dijelaskan melalui variabel *supply chain management* 26.6%. Variabel *Supply chain management dan keunggulan kompetitif* memiliki nilai 0,473 artinya adalah variabel kinerja perusahaan dapat dijelaskan oleh *supply chain management dan keunggulan kompetitif* 47.3%

f. Pengujian Hipotesis Penelitian



Gambar 2. Model Struktura SEM-PLS

Tabel 6. Pengaruh Langsung (direct) Antar Variabel

Hubungan variabel	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)	p-value	Keterangan
Supply chain management -> Keunggulan kompetitif (X->Y1)	0.516338	5.113228	1.96 (0.05)	Diterima
Keunggulan kompetitif -> kinerja perusahaan (Y1->Y2)	0.303116	5.457241	1.96 (0.05)	Diterima
Supply chain managemen -> kinerja perusahaan (X-Y2)	0.481107	4.419293	1.96 (0.05)	Diterima

Sumber: Data diolah

Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai (p-value) untuk setiap koefisien. p-value signifikan apabila $\geq 1,96$ yang berarti hipotesis dapat diterima. Apabila p-value $< 1,96$ maka tidak signifikan dan hipotesis ditolak. Uji hipotesis juga dapat dilakukan dengan melihat T Statistik (O/Sterr) dan P-value, angka T Statistik (O/Sterr) yang dibawah 1,96 berarti tidak signifikan dan hipotesis ditolak. Pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa keseluruhan pengujian variabel memperoleh nilai T Statistik (O/Sterr) yang berada diatas 1,96 dan signifikan, sehingga hasil uji hipotesis dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengujian secara parsial variabel *Supply Chain Management* (SCM) memiliki memiliki probabilitas T Statistik (O/STERR) $> 1,96$ yang menunjukkan bahwa variabel *Supply Chain Management* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Arah koefisien regresi positif menunjukkan adanya pengaruh positif *Supply Chain Management* terhadap keunggulan kompetitif. Artinya semakin baik penerapan *Supply Chain Management* maka akan meningkatkan keunggulan kompetitif, dengan demikian hipotesis pertama di terima
2. Pengujian secara parsial variabel keunggulan kompetitif memiliki memiliki probabilitas T Statistik (O/STERR) $> 1,96$ yang menunjukkan bahwa variabel keunggulan kompetitif memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Arah koefisien regresi positif menunjukkan adanya pengaruh positif *keunggulan kompetitif* terhadap kinerja perusahaan. Artinya semakin baik keunggulan kompetitif maka akan meningkatkan kinerja perusahaan, dengan demikian hipotesis

kdua di terima.

3. Pengujian secara parsial variabel *Supply Chain Management* (SCM) memiliki memiliki probablitas T Statistik (O/STERR) > 1,96 yang menunjukkan bahwa variabel *Supply Chain Management* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Arah koefisien regresi positif menunjukkan adanya pengaruh positif *Supply Chain Management* terhadap kinerja perusahaan. Artinya semakin baik penerapan *Supply Chain Management* maka akan meningkatkan kinerja perusahaan, dengan demikian hipotesis tiga di terima.

Tabel 7. Pengaruh Tidak Langsung (Indirect)

No	Variabel			P-Value	Direct Effect X->Y2	Indirect Effect x->Y1->Y2	Total Effect	Keterangan
	Eksogen	Intervenin g	Endogen					
4.	Supply Chain Managem ent (X1)	Keunggulan kompetitif (Y1)	Kinerja Perusahaan (Y2)	0.000	0.481	3.766	4.247	Diterima

4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan kompetitif, temuan menunjukkan bahwa supply chain management memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keunggulan bersaing dan keunggulan kompetitif berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian, keunggulan kompetitif merupakan variabel mediasi dalam hubungan antara supply chain management dan kinerja perusahaan. Ketika besarnya efek tidak langsung adalah 4.247 (0.481+3.766) lebih tinggi dari efek langsung supply chain management terhadap kinerja perusahaan, yang adalah 0,481. Dengan demikian, keunggulan kompetitif adalah mediasi yang baik dari hubungan antara supply chain management. Artinya ketika supply chain managemen semakin baik maka akan meningkatkan keunggulan kompetitif dan pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan.

1. Pengaruh Supply Chaian Managemen Berpengaruh Signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen supply chain management (SCM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Artinya, Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat implementasi supply chain management di suatu perusahaan, perusahaan akan lebih unggul dari perusahaan lain.

Perusahaan Manufaktur di Kota Makassar dalam praktiknya selalu menjaga hubungan baik dengan pemasok bahan baku agar mendapatharga yang lebih terjangkau dan pasokan selalu stabil. Hal ini berpengaruh pada harga jual produk manufantur di Kota Makassar yang lebih terjangkau pula. Perusahan Manufaktur juga selalu dapat memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepatwaktu karena memiliki pasokan bahan baku yang selalu tersedia.

Indikator yang paling besar kontribusinya dalam pembentukan variabel *Supply Chain Management* adalah indikator kemitraan pemasok strategis. Hal ini mengungkapkan bahwa untuk mengkonkretkan daya dukung *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Perusahaan, perusahaan harus diperkuat oleh kinerja pemasok strategiknya. Hal ini sejalan dengan pendapat Jacobs dan Chase (2014) bahwa keberhasilan perusahaan melestarikan operasinya ditentukan oleh pemasok yang loyal dan pelanggan yang loyal. Meskipun secara statistik pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Operasional adalah yang terkecil, namun untuk meraih keberhasilan jangka panjang, *Supply Chain Management* tidak dapat diabaikan, terutama melalui kinerja pemasok strategis perusahaan.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Tita Latifah Ahmad dan Hanin Fitria, 2021, Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa praktik SCM dengan indikator *Strategic Supplier Partnership*, *Customer Relationship* dan *Information Sharing*, memberikan pengaruh yang positif terhadap keunggulan bersaing dengan menggunakan metode *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS).

Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuraini, et.al, 2021. *Analysis Of Company Capability, Supply Chain Management Of Competitive Advantage, And Company Performance*. Memberikan kesimpulan bahwa Praktik manajemen rantai pasokan yang tidak mempengaruhi keunggulan bersaing. Dengan demikian, praktik manajemen rantai pasokan yang baik dilakukan oleh UPPKS Ananda Jaya belum mampu memberikan kontribusi keunggulan bersaing.

Teori keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang dalam penelitian ini disebut keunggulan kompetitif adalah teori yang didasarkan pada gagasan bahwa kinerja perusahaan dipengaruhi oleh sumber daya dan kemampuan yang bersifat unik pada perusahaan itu sendiri dan sulit untuk ditiru (Peng et al., 2011).

Menurut (Haizer & Render, 2010) dalam Alam dan Dahlan, (2020:81) *Supply chain management* merupakan faktor penting dalam manajemen operasional, bahwa keberhasilan dari suatu proses produksi sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam mengendalikan rantai pasokan dimulai dari bahan mentah ke hasil produksi sampai akhirnya diterima oleh konsumen.

(Mohamad & Niode, 2020) Strategi adalah alat yang digunakan dalam mencapai tujuan perusahaan dalam waktu yang lama, seiring dengan pentingnya penyediaan sumber daya. Terdapat instrumen variabel strategi rantai pasok yaitu keunggulan kompetitif, fleksibilitas permintaan, kapabilitas proses, batas waktu proses, risiko strategis

2. Pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Perusahaan

Penciptaan keunggulan kompetitif yang tinggi dapat dilakukan dengan menciptakan keunggulan kompetitif yang khusus agar perusahaan memiliki posisi tawar yang kuat (*bargaining power*) dalam persaingan bisnis (Michael Porter, 1991). dalam Alam, Dahlan, 2020.

Hasil analisis *Outer Loadings* menunjukkan bahwa faktor penting atau dominan yang merefleksikan variabel keunggulan kompetitif adalah indikator produk inovatif dalam merefleksikan keunggulan kompetitif. Hasil studi ini mengkonfirmasi bahwa produk inovatif yang tinggi dicerminkan melalui indikator variabel produk inovatif. Sedangkan indikator variabel yang memiliki peran atau kontribusi terkecil dalam merefleksikan variabel laten keunggulan kompetitif yaitu pada indikator variabel harga, sehingga perlu mendapat perhatian serius dari pihak manajemen perusahaan manufaktur di Kota Makassar.

Dengan demikian, semakin tinggi daya saing, semakin tinggi kinerja perusahaan. Temuan penelitian ini dapat dibuktikan dengan teori keunggulan lompptotof. Porter bahwa persaingan merupakan arti dari keberhasilan dan kekalahan suatu industri, serta menentukan ketepatan kegiatan industri yang dapat membantu kinerja operasional industri (Edy Jumady, 2020)

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Saniti (2018) yang berjudul "Analisa Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Jawa Timur". Variabel supply chain management diukur dengan indikator strategic supplier partnership, customer relationship, information sharing. Keunggulan bersaing dengan indikator price, quality, delivery dependability, product innovation, time to market. Dan kinerja perusahaan dengan indikator kinerja keuangan dan kinerja operasional. Hasil dari penelitian ini adalah supply chain management berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Supply chain management berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Bahrena, et al. (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan Bakso di Kota Tasikmalaya tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan responden sebanyak 51. Kuesioner digunakan sebagai instrumen pengumpulan data. Analisis data menggunakan Model Persamaan Struktural - Metode Parsial Least Square (SEM - PLS).

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa semakin tinggi keunggulan kompetitif maka meningkatkan kinerja perusahaannya. Oleh karena pengaruhnya signifikan, maka variabel keunggulan kompetitif penting untuk ditingkatkan dan dipertahankan agar dapat menguasai pasar dan meningkatkan kinerja perusahaannya. Pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya. Pembelian produk akan terjadi jika pelanggan menganggap harga produk sesuai dengan nilai yang ditawarkannya. Beberapa indikator yang umum digunakan untuk mengukur keunggulan kompetitif adalah produk yang memiliki kualitas yang baik dibandingkan dengan pesaing, harga produk yang ditawarkan bersaing yang memiliki arti kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran, dan selalu melakukan inovasi produk seiring dengan perubahan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing. Kemampuan perusahaan untuk menawarkan produk tepat waktu. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus sehingga perusahaan dapat mendominasi baik dipasar maupun pasar baru.

3. Pengaruh Supply Chain Manajemen Berpengaruh Signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa "*Supply chain manajemen* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan". Berdasarkan hasil path analisis diperoleh bahwa variabel *Supply chain manajemen* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Jadi semakin baik *Supply chain manajemen* akan meningkatkan kinerja perusahaannya. Oleh karena pengaruhnya signifikan, maka variabel supply chain manajemen penting untuk dipertimbangkan Perusahaan Manufaktur di Kota Makassar dalam meningkatkan kinerja perusahaannya baik secara financial maupun operasional. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian dilakukan oleh Maun Jamaludina (2021), Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan. Metode analisis yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah dengan menggunakan

Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan software AMOS versi 20. Responden dalam penelitian ini adalah 150 responden pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Bandung, Jawa Barat.

Penelitian sebelumnya Regina Suharto dan Devie (2013) dalam Satrio Suko Wicaksono, (2021) Dari penelitian ini berhasil membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara strategi hubungan dengan pemasok perusahaan, karena dengan tidak terhambatnya pemasok perusahaan dalam menyediakan barang maka akan lebih meningkatkan kinerja dari perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Rudy Ariyanto, (2022)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa supply chain management berpengaruh langsung dan positif terhadap keunggulan bersaing UMKM, supply chain management berpengaruh langsung dan positif terhadap kinerja UMKM, keunggulan bersaing berpengaruh langsung dan positif terhadap kinerja UMKM. . UKM untuk terus meningkatkan keunggulan kompetitif dan manajemen rantai pasokan untuk terus mengembangkan bisnis mereka.

4. Pengaruh Supply Chain Manajemen Berpengaruh Signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa "*Supply chain manajemen* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan kompetitif". Berdasarkan hasil path analisis diperoleh bahwa variabel *Supply chain manajemen* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Untuk menguji pengaruh tidak langsung supply chain manajemen terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan kompetitif menggunakan uji *Sobel Test Calculator for the Significance of Mediation*. Uji tersebut memperoleh nilai indirect effect 3.766. Artinya, Hal ini memberikan informasi yang sangat baik bagi Perusahaan Manufaktur di Kota Makassar bahwa untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Supply chain management harus diterapkan dengan baik, ketika *supply chain manajemen* semakin baik maka akan meningkatkan keunggulan kompetitif dan pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rahmasari 2011) menemukan bahwa untuk meningkatkan kinerja perusahaan industri kreatif di Jawa Tengah, perusahaan harus fokus pada penerapan supply chain management karena faktor-faktor tersebut terbukti berpengaruh terhadap derajat kinerja perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari, Sari, and L 2017) hasil membuktikan bahwa *supply chain manajemen* dan kinerja perusahaan setelah dimasukkannya variabel keunggulan bersaing menjadi lebih kecil.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Chopra, 2001, dalam (Nurhidayati and Nurviana 2020) mengatakan bahwa Tiap rantai pasokan bertujuan mengoptimalkan keseluruhan nilai yang dihasilkan Selain itu menurut Knill (1992) rantai pasokan juga bertujuan agar arus material mengalir dengan pasti dari produsen ke pengguna akhir. Lebih lanjut, supply chain management adalah suatu proses struktural dari penciptaan produk hingga penyampaiannya kepada konsumen (Kalakota, 2000).

SIMPULAN

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Pengaruh supply chain management terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat implementasi supply chain management di suatu perusahaan, perusahaan akan lebih unggul dari perusahaan lain. Hasil penelitian ini juga menemukan supply chain manajemen berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat penerapan supply chain management dalam suatu perusahaan, maka semakin baik kinerja perusahaan tersebut. Hasil studi ini menunjukkan bahwa keunggulan

bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin unggul perusahaan tersebut dari perusahaan lain maka kinerja perusahaan akan meningkat pula. Selanjutnya, penelitian menemukan bahwa Pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan dimediasi oleh keunggulan kompetitif.

Referensi :

- Amaruddin, Hamdan, Kusbandi Saptatmantlya, and Isnu Arini. 2021. "Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kinerja UKM Pecel Lele Di Cikarang." *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan* 1(1): 47-56.
- Auritz, Andre, and Wiwik Rachmarwi. 2020. "Pengaruh Penerapan Supply Chain Management Dan Kaizen Terhadap Proses Produksi Di Pt. Daiki Axis Indonesia." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 8(3): 46-57.
- Dan, Kompetitif et al. 2022. "Perkembangan Permintaan." 1(4): 535-44.
- Huda, Miftakul, and Nani Hartati. 2022. "Implementasi Strategi Terhadap Supply Chain Management, Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan." *Jurnal Soshum Insentif* 5(1): 28-35.
- Ilmiyati, Apriliana, and Munjiati Munawaroh. 2016. "Pengaruh Manajemen Rantai (Studi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Bantul)." *Jurnal UMY* 7(2): 226-51.
- Imario, Anjar. 2017. "Fakultas Teknik - Universitas Muria Kudus 153." *Prosiding SNATIF ke-4 Tahun 2017*: 153-60.
- Iskandar, Iskandar. 2017. "Pengaruh Kewirausahaan Dan Peluang Pasar Terhadap Kinerja Usaha Perdagangan Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Peureulak Kota Kabupaten Aceh Timur." *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 8(1): 611-18.
- Jamaludin, Maun. 2021. "The Influence of Supply Chain Management on Competitive Advantage and Company Performance." *Uncertain Supply Chain Management* 9(3): 696-704.
- Jumady, Edy, and Yana Fajriah. 2020. "Green Supply Chain Management : Mediasi Daya Saing Dan Kinerja Perusahaan Manufaktur." *Jurnal Ilmiah Teknik Industri* 8(1).
- Lin, Chinho et al. 2005. "A Structural Equation Model of Supply Chain Quality Management and Organizational Performance." *International Journal of Production Economics* 96(3): 355-65.
- Nofrizal, Nofrizal et al. 2021. "Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Pengrajin Rotan Pekanbaru." *Journal of Business and Banking* 10(2): 279.
- Nurhidayati, Nurhidayati, and Ima Nurviana. 2020. "Apakah Sertifikasi Standar Keamanan Penting? Persepsi Perusahaan Authorised Economic Operator." *Jurnal Perspektif Bea Dan Cukai* 4(1): 210-21.
- Prayhoego, Callystha, and Devie. 2013. "Analisa Pengaruh Total Quality Management Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan." *Business Accounting Review, Vol. 1, 2013* 55(1-2): 65-74.
- Rahmasari, Lisda. 2011. "Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Terhadap Kinerja Perusahaan Dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Industri Kreatif Di Provinsi Jawa Tengah)." *Majalah Ilmiah Informatika* 2(3): 89-103.
file:///C:/Users/maunj/AppData/Local/Temp/49-Article Text-85-1-10-20161115.pdf.
- Sibirian, Deddy Suhendra Martua, Siti Aisyah Hidayati, and Endar Pituringsih. 2022. "Efektivitas Penerapan Supply Chain Management, Efisiensi Biaya Operasional Pada Kinerja Perusahaan Di Moderasi Keunggulan Kompetitif." *E-Jurnal Akuntansi* 32(5): 1332.
- Suryantari, Sekar Asih, and Muhardi Zainudin. 2016. "Analisis Pengukuran Kinerja Supply Chain Management Pada Komoditi Karet Dengan Menggunakan Metode Supply Chain Operation Reference (SCOR) Di CV.Core Rubber." *Prosiding Manajemen* (2008): 1050-55.
- Thatte, Ashish A., Subba S. Rao, and T. S. Ragu-Nathan. 2013. "Impact of SCM Practices of a Firm on Supply Chain Responsiveness and Competitive Advantage of a Firm." *Journal of*

Applied Business Research 29(2): 499–530.

Wulandari, Wulandari, Ria Nelly Sari, and Al Azhar L. 2017. "Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing." *Jurnal Ekonomi* 21(3): 462–79.

Heizer, J. dan Render, B. (2011). *Operations Management*, Buku 1, Edisi ke Sembilan. Jakarta: Salemba empat

Jacobs, F. R., & Chase, R. B. (2014). *Operations and Supply Chain Management* (14th Global Edition). United Kingdom: McGraw Hill Education

Alam, Dahlan, 2020, *Manajemen Operasi Supply Chain And Just In Time*, Cetakan I, Maret 2020 ISBN 978-979-762-972-4 Penerbit CV. Mujahid Press Anggota IKAPI, <http://www.mujahidpress.com>
e-mail: percetakanmujahidpress@yahoo.co.id.

Beben Bahrena at al, 2018. *Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Marketing Dan Inovasi Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. *Jurnal Ekonomi Manajemen* Volume 4 Nomor 1 (Mei 2018) 8-18. ISSN 2477-2275 (Print)
<http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>.

Dan, Kompetitif et al. 2022. "Perkembangan Permintaan." 1(4): 535–44.