

PENGARUH PENERAPAN *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING PADA CV SURYA SEJATI MOTOR

¹Kusumaningsyah Widyatera Yustifa, ²Kristiawati Indriana, ³Soedarmanto, ⁴Arisanti Dian
STIAMAK Barunawati Surabaya (Jl. Perak Bar. No.173, Surabaya, Jawa Timur)
E-mail: ¹raraserve@gmail.com, ²indriana.k@stiamak.ac.id,
³soedarmanto@stiamak.ac.id, ⁴dian.arisanti@stiamak.ac.id

Abstrak

Supply chain management adalah pendekatan yang mengintegrasikan berbagai organisasi seperti pemasok, produsen, distributor, pengecer, dan pelanggan untuk meningkatkan efisiensi operasional. Tujuannya untuk mengembangkan, menguji, dan menganalisis pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing di CV Surya Sejati Motor. Metode yang digunakan adalah metode Survey, dengan melibatkan 45 pelanggan aktif di wilayah Kecamatan Sawahan. Data dikumpulkan melalui *field research*, dengan menggunakan data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan supply chain management terhadap keunggulan bersaing dengan nilai 0,778 dan p-value $0,000 < 0,05$. Keunggulan bersaing juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan nilai 0,325 dan p-value $0,000 < 0,05$. Keunggulan bersaing secara signifikan memediasi pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan dengan nilai 4,229 dan p-value $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya adalah bahwa supply chain management memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing sebagai mediasi.

Kata Kunci: *Supply Chain Management; Keunggulan Bersaing; Kinerja Perusahaan; dan Mediasi.*

Abstract

Supply chain management is an approach that integrates various organizations such as suppliers, manufacturers, distributors, retailers, and customers to improve operational efficiency. The aim is to develop, test, and analyze the effect of supply chain management on company performance through competitive advantage at CV Surya Sejati Motor. The method used is the Survey method, involving 45 active customers in the Sawahan District area. Data were collected through field research, using primary and secondary data. The results of the study showed a positive and significant effect of supply chain management on competitive advantage with a value of 0.778 and a p-value of $0.000 < 0.05$. Competitive advantage is also proven to have a positive and significant effect on company performance with a value of 0.325 and a p-value of $0.000 < 0.05$. Competitive advantage significantly mediates the effect of supply chain management on company performance with a value of 4.229 and a p-value of $0.000 < 0.05$. The conclusion is that supply chain management has a significant effect on company performance through competitive advantage as a mediator.

Keywords: *Supply Chain Management; Competitive Advantage; Company Performance; and Mediation.*

I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, para pelaku usaha harus menjaga tingkat produksi dari berbagai aspek. Menurut Carvalho, dkk. (2012), kinerja perusahaan harus terus ditingkatkan agar dapat bersaing secara efektif di pasar global. Kinerja organisasi dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik dalam aspek keuangan maupun operasional. Kinerja perusahaan merupakan indikator utama keberhasilan strategi bisnis yang diterapkan. Menurut Su & Gargeya (2012), salah satu cara terbaik untuk bersaing adalah dengan mengimplementasikan manajemen rantai pasokan yang efisien dan efektif.

Semakin bertambah ketatnya persaingan, perusahaan harus lebih inovatif dalam mengelola operasi bisnis mereka. Meskipun kualitas produk tetap penting, efisiensi dalam proses distribusi dan manajemen rantai pasokan menjadi kunci keberhasilan. Perusahaan yang ingin unggul harus dapat mengirimkan produk kepada konsumen dengan cepat dan tepat waktu. Inilah mengapa konsep Manajemen Rantai Pasokan atau Supply Chain Management (SCM) menjadi sangat vital. SCM melibatkan koordinasi semua proses, mulai dari pemasok bahan baku hingga pengiriman produk akhir kepada konsumen akhir (Jamaludin, 2022). Berdasarkan survei oleh MarkPlus Insight (2020), 78% eksekutif perusahaan menyatakan bahwa SCM sangat penting untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Survei yang dilakukan oleh "PWC and MIT Forum for Supply Chain Innovation" menunjukkan bahwa gangguan pada Supply Chain akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan secara signifikan.

Manajemen rantai pasok yang efektif dapat meningkatkan keuntungan dan efisiensi operasional dalam bisnis. Hal ini melibatkan integrasi berbagai elemen seperti pemasok, administrasi, pergudangan, dan penyimpanan dengan tujuan mengurangi biaya dan memberikan layanan yang memuaskan kepada pelanggan. Tujuan utama dari setiap rantai pasok adalah untuk memaksimalkan nilai keseluruhan yang dihasilkan (Siburian, Hidayati, dan Pituringsih 2022).

Setiap manajer perusahaan harus mampu merencanakan, melaksanakan, mengendalikan proses manajemen rantai pasok. Organisasi bisnis dapat memastikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui penerapan manajemen rantai pasokan yang efisien yang memungkinkan mereka mengurangi total biaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dibandingkan dengan pesaing lain di pasar.

Berdasarkan alasan tersebut maka Kinerja organisasi masih relevan dan penting untuk diteliti saat ini. Penelitian ini menggunakan teori *Dynamic Capabilities*, dimana teori ini merupakan cara yang memungkinkan perusahaan lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Teori ini menekankan pada kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengkonfigurasi ulang kompetensi internal dan eksternal untuk merespon perubahan lingkungan yang cepat (Munir, Cahyono, & Patricia, 2023). Dalam *Supply Chain Management*, kemampuan dinamis ini diperlukan agar perusahaan dapat beradaptasi dan merespons perubahan dalam rantai pasokan secara efektif.

Menurut Alam & Tui (2022), keunggulan bersaing merupakan konsep kunci dari manajemen strategik, yaitu suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan bersaing ketika perusahaan tersebut memiliki sesuatu yang tidak dimiliki oleh pesaing, melakukan sesuatu yang belum mampu dilakukan oleh perusahaan lain. Keunggulan bersaing mengacu pada kemampuan perusahaan untuk

menciptakan nilai unik yang tidak dimiliki oleh pesaing dan tidak dapat ditiru. Siburian, Hidayati, and Pituringasih (2022) menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan suatu bentuk strategi untuk membantu kelangsungan hidup perusahaan. Keunggulan bersaing juga merupakan sarana untuk mencapai tujuan akhir perusahaan, yaitu meningkatkan kinerja perusahaan.

Supply Chain Management merupakan sarana untuk mengoptimalkan kegiatan perusahaan dalam operasional perusahaan guna meminimalkan biaya dan mencapai kepuasan pelanggan yang diwujudkan dengan terciptanya hubungan yang baik dengan pemasok, produksi yang baik dan hubungan dengan pelanggan yang baik. Kegagalan dalam operasional perusahaan saat memproduksi produk/jasa atau dalam level apapun dapat menyebabkan biaya kegagalan meningkat yang kemudian akan menyebabkan profitabilitas perusahaan menurun dan menyebabkan daya beli juga menurun (Siburian, Hidayati, and Pituringasih 2022). Supply Chain Management dapat meminimalisir biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dan dapat meningkatkan nilai kualitas produk di mata pelanggan sehingga profitabilitas perusahaan akan meningkat. Kondisi ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Yusuf & Soediantono, 2022).

Banyak faktor yang dapat meningkatkan produksi perusahaan, seperti meningkatkan kualitas sumber daya manusia, meningkatkan kualitas bahan baku, dan menekan tingkat kegagalan produksi pada perusahaan. Kualitas bahan baku sangat erat kaitannya dengan pemasok. Interaksi perusahaan dengan pemasok untuk mendapatkan bahan baku yang digunakan untuk produksi merupakan salah satu kegiatan yang erat kaitannya dengan rantai pasokan atau Supply Chain Management. Pengelolaan kegiatan operasional perusahaan dalam rangka memperoleh barang mentah, mengolah barang mentah menjadi barang dalam proses dan/atau barang jadi, kemudian mengirimkan barang tersebut kepada konsumen melalui sistem distribusi merupakan kegiatan yang terintegrasi kedalam Supply Chain Management (Yusuf & Soediantono, 2022).

Model kerangka konseptual ini selanjutnya akan diuji pada CV Surya Sejati Motor, Pada penerapan Supply Chain Management sendiri terdapat sistem pengolahan data yang sangat berperan penting dalam keberlangsungan kerja sehingga tidak terjadi selisih antara stok dan barang, dapat pula memudahkan saat pengambilan barang yang dibutuhkan oleh customer. Supplier memiliki tanggung jawab dan kewajiban yang besar untuk menyediakan barang kebutuhan customer dan perusahaan. Ketepatan dan kecepatan adalah kunci dari keberhasilan dalam sistem ini sehingga kinerja perusahaan dapat menghasilkan yang terbaik dan mampu bersaing dengan kompetitor atau pesaing lain di pangsa pasar. Dengan mencapai tingkat target penjualan, Perusahaan terus mengembangkan ide sehingga perusahaan sangat terlihat jelas mampu bersaing dengan kompetitor perusahaan lainnya.

Penelitian ini akan mengkaji keterkaitan antara Supply Chain Management dengan kinerja perusahaan melalui Pengaruh Supply Chain Management terhadap kinerja perusahaan telah diuji secara empiris dalam penelitian (Murtadlo, 2018). Dalam penelitian ini akan ditambahkan variabel keunggulan bersaing sebagai variabel intervening dalam menguji pengaruh Supply Chain Management terhadap kinerja perusahaan dengan asumsi bahwa keunggulan bersaing merupakan batu loncatan bagi perusahaan untuk mencapai kinerja yang baik. Hal ini didukung oleh pendapat Murtadlo, (2018) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan suatu bentuk strategi untuk membantu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Keunggulan dalam bersaing merupakan sarana untuk mencapai tujuan akhir perusahaan yaitu meningkatkan kinerja

perusahaan. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa Manajemen Rantai Pasokan memiliki pengaruh terhadap keunggulan kompetitif

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan, menguji, dan menganalisis pengaruh Supply Chain Management (SCM) terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan di CV Surya Sejati Motor. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah SCM memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, serta bagaimana SCM mempengaruhi kinerja perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis hubungan antara keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan serta pengaruh mediasi keunggulan bersaing dalam hubungan antara SCM dan kinerja perusahaan.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dibahas pada uraian diatas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Supply Chain Management berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing?
2. Apakah pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan di CV Surya sejati motor?
3. Apakah pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan di CV Surya Sejati motor
4. Apakah supply chain management berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing di CV Surya Sejati Motor?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian adalah untuk mengembangkan menguji dan menganalisis sebagai berikut:

1. Pengaruh Supply Chain Management Berpengaruh Signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing di CV Surya Sejati Motor.
2. Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan di CV Surya Sejati Motor.
3. Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Perusahaan di CV Surya Sejati Motor.
4. Pengaruh Supply Chain Management berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing di CV Surya Sejati Motor.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat bagi perusahaan :

1. Perusahaan dapat mengoptimalkan alur kerja, mengurangi biaya, dan meningkatkan waktu respon terhadap permintaan pasar.
2. Membantu perusahaan dalam merancang strategi untuk memperkuat posisi di pasar.
3. Dapat memberikan wawasan tentang bagaimana SCM berkontribusi pada peningkatan profitabilitas dan pertumbuhan pendapatan.

Manfaat Bagi STIAMAK Barunawati Surabaya :

1. Hasil penelitian dapat diintegrasikan ke dalam kurikulum dan materi pengajaran, khususnya dalam program studi yang berkaitan dengan manajemen bisnis dan industri,

- sehingga mahasiswa mendapatkan pengetahuan yang relevan dengan praktik industri terkini.
2. Penelitian ini dapat membuka peluang untuk kolaborasi antara STIAMAK Barunawati Surabaya dengan industri lokal, di mana mahasiswa dan dosen dapat terlibat dalam proyek nyata untuk menerapkan konsep SCM dan mengevaluasi dampaknya terhadap kinerja perusahaan
 3. Hasil penelitian dapat menjadi dasar untuk riset lanjutan dan publikasi ilmiah yang dapat meningkatkan reputasi akademik STIAMAK Barunawati Surabaya serta memberikan kontribusi pada komunitas akademis yang lebih luas.

II. METODE PENELITIAN.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey, di mana pernyataan diajukan kepada responden dan jawabannya direkam untuk dianalisis secara kritis (Sigit, & Amirullah, 2021). Penelitian ini dilakukan di CV Surya Sejati Motor selama tiga bulan, dari tanggal 1 April hingga 1 Juni 2024, dengan objek penelitian adalah pemilik perusahaan di Jl. Kedungdoro Blok B17 No.36-46, Sawahan, Surabaya. Ruang lingkup penelitian ini adalah pengaruh Supply Chain Management terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing.

Supply Chain Management (SCM) adalah seperangkat pendekatan yang diterapkan untuk mencapai efisiensi integrasi antara supplier, manufaktur, gudang, dan penyimpanan sehingga barang dapat diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, di lokasi yang tepat, dan pada waktu yang tepat untuk meminimalkan biaya serta memberikan layanan yang memuaskan konsumen. Indikator SCM meliputi strategi kemitraan dengan supplier, hubungan dengan pelanggan, berbagi informasi, dan integrasi SCM. Kinerja perusahaan merupakan tolak ukur penting yang mencerminkan apakah suatu perusahaan telah mencapai keunggulan kompetitif atau tidak. Indikator kinerja perusahaan dapat diukur melalui kinerja keuangan, operasional, dan berbasis pasar. Keunggulan bersaing adalah perkembangan terhadap nilai yang lebih besar dibandingkan dengan rata-rata keunggulan yang diperoleh pesaing. Indikator keunggulan bersaing, yaitu harga, kualitas, ketergantungan pengiriman, inovasi produk, dan waktu ke pasar.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang dikumpulkan melalui penelitian lapangan (field research). Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara dengan pihak perusahaan CV Surya Sejati Motor. Data sekunder dikumpulkan dari sumber lain, seperti sejarah perusahaan, artikel, literatur, dan tulisan ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan statistik untuk mengetahui pengaruh Supply Chain Management terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing. Analisis dilakukan melalui Analisa Outer Model, Analisa Inner Model, pengujian hipotesis, dan analisis kuesioner.

II.1 Supply Chain Management

Supply Chain Management adalah serangkaian pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan pemasok, produsen, gudang, dan penyimpanan secara efisien, sehingga barang dapat diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah, lokasi, dan pengelolaan waktu yang efektif guna mengurangi biaya dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan (Yusuf & Soediantono, 2022).

II.2 Kinerja Perusahaan

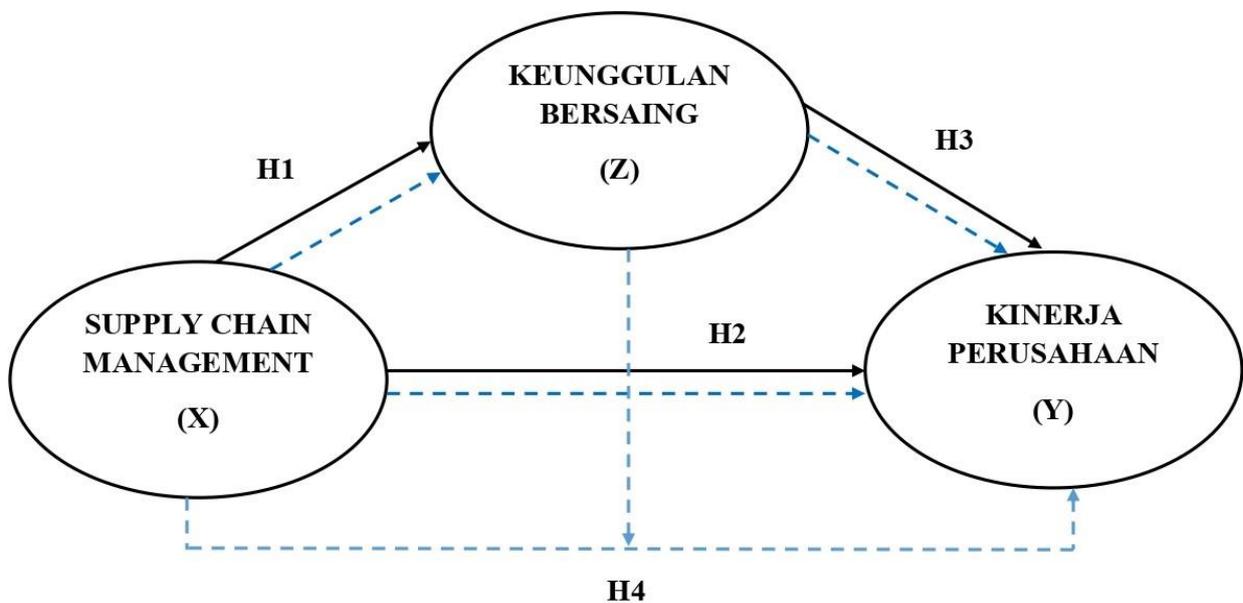
Menurut Ventrakaman dan Ramanujam (2020), mengemukakan bahwa “kinerja perusahaan bisa diukur melalui tiga indikator utama yaitu kinerja keuangan, kinerja operasional, dan kinerja pasar”. Evaluasi kinerja keuangan sering kali melibatkan data akuntansi, seperti tingkat profitabilitas yang mencakup return on assets (ROA), return on investment (ROI), return on sales (ROS), dan return on equity (ROE). Di sisi lain, pengukuran kinerja non-keuangan telah mendapatkan perhatian yang lebih besar dalam beberapa tahun terakhir dengan fokus pada faktor-faktor seperti inovasi produk, efektivitas pemasaran, dan kepuasan pelanggan (Carton, 2024).

II.3 Keunggulan Bersaing

Heizer dan Render (2024) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing terwujud ketika produk perusahaan mampu bersaing dengan baik dalam hal mutu, harga, pengiriman produk, dan fleksibilitas dibandingkan dengan kompetitornya di pasar. Menurut McLeod, Jr., Raymond, dan George P. Schell (2021), perusahaan perlu memiliki keunggulan strategis, taktis, dan operasional untuk dapat bersaing dengan baik di pasar. Strategi ini harus disusun berdasarkan kondisi internal dan eksternal perusahaan serta diimplementasikan secara efektif untuk menciptakan keunggulan dalam operasi sehari-hari dan bersaing di pasar.

II.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah struktur konseptual yang menggabungkan teori, fakta, dan observasi untuk membentuk dasar penelitian ilmiah (Priangani, 2023). Berfungsi sebagai peta jalan yang mengarahkan alur penelitian, memastikan bahwa setiap aspek penelitian terhubung dan relevan. Kerangka berpikir juga membantu dalam merumuskan hipotesis dan memvalidasi temuan dengan bukti empiris. Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya, termasuk penelitian oleh Murtadlo (2018) yang menunjukkan bahwa Supply Chain Management berdampak positif secara signifikan pada kinerja karyawan melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening.





Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024

II.5 Hipotesa

Hipotesis ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. H1 : Supply Chain Management (X) berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing
2. H2 : Supply Chain Management (X) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan
3. H3 : Keunggulan Bersaing (Z) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan
4. H4 : Supply Chain Management berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing

III HASIL DAN PEMBAHASAN.

CV Surya Sejati Motor, yang berlokasi di Surabaya, Jawa Timur, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif, khususnya sebagai penyedia suku cadang. Dengan kode ISIC 4510 dan 4530, perusahaan ini terlibat dalam penjualan sparepart mobil. Sebagai bagian dari industri otomotif yang kompetitif, CV Surya Sejati Motor menawarkan berbagai produk dari merek-merek ternama seperti Astra Toyota, Astra Daihatsu, Astra Isuzu, dan Indomobil Prima Niaga (Hino) yang dikenal dengan kualitas dan desain yang memenuhi standar internasional.

Perusahaan ini memiliki komitmen untuk menyediakan layanan yang lengkap bagi pelanggan, mulai dari penjualan hingga layanan purna jual. Jam operasional yang ditetapkan dari Senin hingga Sabtu, pukul 10.00 hingga 16.30 WIB, menunjukkan dedikasi mereka untuk melayani kebutuhan pelanggan dengan fleksibilitas waktu. Dengan nomor telepon (031) 5312850, CV Surya Sejati Motor memudahkan pelanggan untuk menghubungi mereka untuk berbagai keperluan, termasuk layanan pengiriman yang mereka tawarkan sebagai bagian dari komitmen mereka untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan.

Tabel 1. Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	23	51,1%
Perempuan	22	48,9%
Total	45	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Tabel 1 menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin. Dari total 45 responden, 23 orang (51,1%) adalah laki-laki dan 22 orang (48,9%) adalah perempuan.

Tabel 2. Klasifikasi Responden berdasarkan Umur Responden

Umur Responden	Frekuensi	Presentase
18 – 30 Tahun	32	71,1%
31 – 40 Tahun	13	28,9%
Total	45	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Tabel 2 menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan umur. Dari total 45 responden, mayoritas berusia antara 18 hingga 30 tahun, dengan jumlah 32 orang atau 71,1% dari total responden. Responden yang berusia antara 31 hingga 40 tahun berjumlah 13 orang atau 28,9%.

Tabel 3. Klasifikasi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
SMA/SMK	20	44.4%
D3/S1	24	53.3%
S2	1	2.2%
Total	45	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Tabel 3 menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh. Dari total 45 responden, mayoritas memiliki pendidikan terakhir D3 atau S1, dengan jumlah 24 orang atau 53,3% dari total responden. Sebanyak 20 orang atau 44,4% responden memiliki pendidikan terakhir SMA atau SMK. Hanya 1 orang atau 2,2% dari responden yang memiliki pendidikan terakhir S2.

Tabel 4. Klasifikasi Responden berdasarkan Lama Sebagai Pelanggan

Lama Sebagai Pelanggan	Frekuensi	Presentase
1 Tahun	13	28.9%
1 - 5 Tahun	19	42.2%
6 - 10 Tahun	4	8.9%
> 10 Tahun	9	20.0%
Total	45	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Tabel 4 menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan lama mereka menjadi pelanggan. Dari total 45 responden, sebagian besar telah menjadi pelanggan selama 1 hingga 5 tahun, dengan jumlah 19 orang atau 42,2% dari total responden. Sebanyak 13 orang atau 28,9% responden baru menjadi pelanggan selama 1 tahun. Ada 9 orang atau 20,0% responden yang telah menjadi pelanggan lebih dari 10 tahun, dan 4 orang atau 8,9% responden telah menjadi pelanggan selama 6 hingga 10 tahun.

Tabel 5. Klasifikasi Responden berdasarkan Posisi / Jabatan

Posisi / Jabatan	Frekuensi	Presentase
Staff Operasional	11	24.4
Admin	8	17.8
Manajer	6	13.3
Sales	4	8.9
Karyawan	3	6.7
Accounting Staff	2	4.4
Administrasi	2	4.4
Admin Operasional	1	2.2
Admin Penjualan	1	2.2

Direktur Utama	1	2.2
Helper	1	2.2
Kernet	1	2.2
Kurir pengiriman	1	2.2
Mahasiswa	1	2.2
Supervisor	1	2.2
VMC Lead	1	2.2
Total	45	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Tabel 5 menggambarkan klasifikasi responden berdasarkan posisi atau jabatan mereka. Dari total 45 responden, mayoritas bekerja sebagai Staff Operasional, berjumlah 11 orang atau 24,4% dari total responden. Posisi Admin dipegang oleh 8 orang atau 17,8%, dan Manajer sebanyak 6 orang atau 13,3%. Posisi lainnya termasuk Sales dengan 4 orang (8,9%), Karyawan dengan 3 orang (6,7%), Accounting Staff dan Administrasi masing-masing 2 orang (4,4%). Posisi yang masing-masing diisi oleh satu orang (2,2%) mencakup Admin Operasional, Admin Penjualan, Direktur Utama, Helper, Kernet, Kurir pengiriman, Mahasiswa, Supervisor, dan VMC Lead.

Tabel 6. Outer Loadings

Variabel	Kode Item	Outer Loading	Keterangan
Supply Chain Management	A2	0.863	Valid
	A3	0.801	Valid
	A4	0.876	Valid
	A5	0.812	Valid
	A6	0.740	Valid
	A7	0.880	Valid
	Kinerja Perusahaan	B1	0.788
B2		0.813	Valid
B3		0.756	Valid
B5		0.789	Valid
B6		0.832	Valid
Keunggulan Bersaing		C1	0.819
	C2	0.866	Valid
	C3	0.838	Valid
	C4	0.785	Valid
	C5	0.882	Valid
	C6	0.770	Valid
	C7	0.887	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Tabel 6 menampilkan hasil Outer Loadings dari variabel Supply Chain Management, Kinerja Perusahaan, dan Keunggulan Bersaing. Setiap item pada ketiga variabel tersebut menunjukkan outer loading yang valid. Untuk variabel Supply Chain Management, item-item seperti A2, A3, A4, A5, A6, dan A7 memiliki outer loading yang berkisar antara 0.740 hingga 0.880. Kinerja Perusahaan diwakili oleh item-item B1, B2, B3, B5, dan B6 dengan outer loading antara 0.756

hingga 0.832. Sedangkan untuk Keunggulan Bersaing, item-item seperti C1 hingga C7 menunjukkan outer loading antara 0.770 hingga 0.887. Keseluruhan item pada variabel-variabel tersebut memenuhi kriteria validitas, sehingga dapat diandalkan dalam analisis lebih lanjut.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Keunggulan Bersaing	0.928	0.931	0,942	0,699	Reliabel
Kinerja Perusahaan	0.853	0.875	0,890	0,577	Reliabel
Supply Chain Management	0.863	0.910	0,901	5,593	Reliabel

Sumber: *Data Diolah Peneliti, 2024*

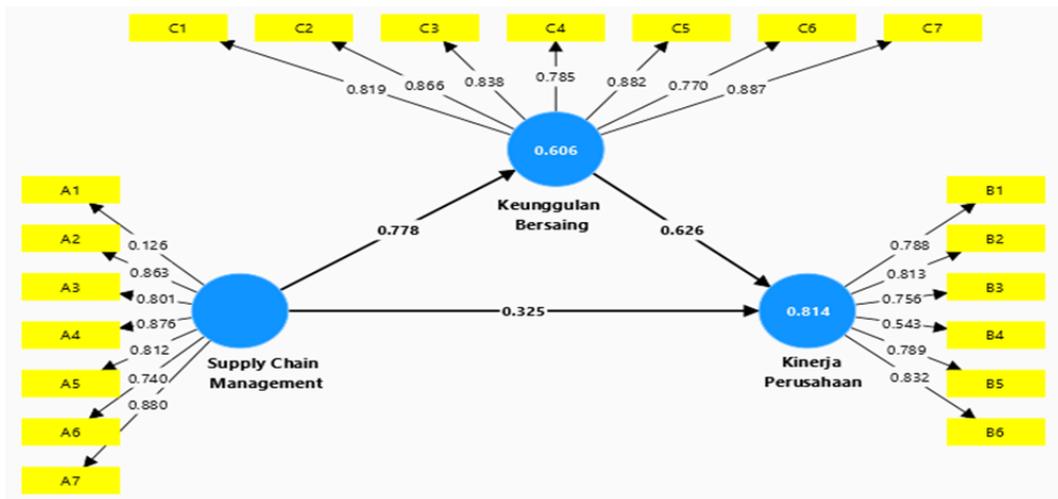
Tabel 7 menunjukkan hasil uji reliabilitas konstruk untuk tiga variabel: Keunggulan Bersaing, Kinerja Perusahaan, dan Supply Chain Management. Keunggulan Bersaing memiliki nilai Cronbach's alpha sebesar 0.928, Composite Reliability (rho_a) sebesar 0.931, Composite Reliability (rho_c) sebesar 0.942, dan Average Variance Extracted (AVE) sebesar 0.699, yang menunjukkan bahwa variabel ini reliabel. Kinerja Perusahaan menunjukkan nilai Cronbach's alpha sebesar 0.853, Composite Reliability (rho_a) sebesar 0.875, Composite Reliability (rho_c) sebesar 0.890, dan AVE sebesar 0.577, juga dinyatakan reliabel. Supply Chain Management memiliki nilai Cronbach's alpha sebesar 0.863, Composite Reliability (rho_a) sebesar 0.910, Composite Reliability (rho_c) sebesar 0.901, dan AVE sebesar 5.593, menunjukkan reliabilitas yang tinggi.

Tabel 8. Hasil Uji R-Square

	R-square	R-square adjusted
Keunggulan Bersaing	0.606	0.597
Kinerja Perusahaan	0.814	0.805

Sumber: *Data Diolah Peneliti, 2024*

Tabel 8 menampilkan hasil uji R-Square untuk dua variabel. Hasilnya Variabel Keunggulan Bersaing memiliki nilai R-square sebesar 0.606 dan R-square adjusted sebesar 0.597, menunjukkan bahwa 60.6% dari variabilitas dalam Keunggulan Bersaing dalam kategori sedang. Sementara itu, Kinerja Perusahaan memiliki nilai R-square sebesar 0.814 dan R-square adjusted sebesar 0.805, menunjukkan bahwa 81.4% dari variabilitas dalam Kinerja Perusahaan termasuk dalam kategori kuat.



Gambar 2. Model Struktural SEM-PLS

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Pada gambar 1 menunjukkan model SEM-PLS. Pengujian secara terpisah menunjukkan bahwa variabel Supply Chain Management (SCM) memiliki nilai T Statistik (O/STERR) yang lebih besar dari 1,96, menandakan bahwa SCM berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing juga menunjukkan nilai T Statistik (O/STERR) yang lebih besar dari 1,96, yang berarti bahwa variabel ini memiliki dampak signifikan terhadap kinerja perusahaan. SCM juga menunjukkan nilai T Statistik (O/STERR) yang lebih besar dari 1,96 dalam hal pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing.

Tabel 9. Path Coefficient

Variabel Laten	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Keunggulan Bersaing→Kinerja Perusahaan	0.626	0.626	0.122	5.148	0.000
Supply Chain Management→Keunggulan Bersaing	0.778	0.785	0.071	10.894	0.000

Supply Chain Management→ Kinerja Perusahaan	0.325	0.328	0.136	2.397	0.017
---	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Tabel 9 menyajikan hasil uji koefisien jalur atau path coefficient untuk variabel-variabel dalam model penelitian. Hasil menunjukkan bahwa hubungan antara Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan memiliki koefisien jalur sebesar 0.626 dengan nilai T-statistik 5.148 dan p-value 0.000, menandakan hubungan yang signifikan secara statistik. Hubungan antara Supply Chain Management dan Keunggulan Bersaing memiliki koefisien jalur sebesar 0.778, dengan nilai T-statistik 10.894 dan p-value 0.000, juga menunjukkan hubungan yang signifikan. Selain itu, hubungan antara Supply Chain Management dan Kinerja Perusahaan memiliki koefisien jalur sebesar 0.325, nilai T-statistik 2.397, dan p-value 0.017, menunjukkan hubungan yang signifikan tetapi lebih lemah dibandingkan dengan hubungan sebelumnya.

Tabel 10. *Specific Indirect Effect*

Variabel Laten	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Supply Chain Management→ Kinerja Perusahaan	0.487	0.492	0.115	4.229	0.000

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Tabel 10 menampilkan hasil uji efek tidak langsung atau specific indirect effect dalam model penelitian. Hasil menunjukkan bahwa efek tidak langsung dari Supply Chain Management terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing memiliki koefisien sebesar 0.487, dengan nilai T-statistik 4.229 dan p-value 0.000.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Pernyataan	Hasil	Keterangan
Pertama	Supply Chain Management berpengaruh signifikan	Dengan nilai sebesar (10,894) dengan signifikan p-value (0,000 < 0,05)	Diterima

	terhadap Keunggulan Bersaing.		
Kedua	Supply chain management berpengaruh signifikan terhadap Kinerja perusahaan.	Sebesar 2,397 dengan signifikan p-value (0,000 < 0,05)	Diterima
Ketiga	Keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.	Sebesar 5,148 dengan signifikan p-value (0,000 < 0,05)	Diterima
Keempat	Supply Chain Management berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing.	Supply chain management terhadap Kinerja perusahaan melalui Keunggulan bersaing berpengaruh signifikan sebagai mediasi sebesar 4,229 pada p-value (0,000 < 0,05) dengan nilai pengaruh yang positif lebih besar dari pengaruh langsung.	Diterima

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Supply Chain Management (SCM) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik praktik manajemen rantai pasokan yang diterapkan, maka kinerja perusahaan akan semakin baik. Supply Chain Management (SCM) merupakan suatu proses kegiatan rantai pasokan mulai dari penyediaan bahan baku sampai proses hingga pelanggan merasa puas. Menurut Permana, & Soediantono, (2022) Pelanggan yang merasa puas ini menyebabkan kinerja perusahaan baik secara finansial maupun operasional meningkat. Perusahaan dalam hal ini juga mengutamakan kepuasan pelanggan dengan selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan sehingga Perusahaan juga melakukan inovasi terhadap produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Menurut Alam, (2022).

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa Supply Chain Management (SCM) berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik manajemen rantai pasok yang diterapkan maka akan semakin baik pula keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Alam, (2022) perusahaan dalam praktiknya selalu menjaga

hubungan baik dengan pemasok bahan baku agar mendapatkan harga yang lebih terjangkau dan pasokan yang stabil. Perusahaan juga selalu mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepat waktu karena memiliki persediaan bahan baku yang selalu tersedia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Menurut Makalew, dkk., (2019).

Uji hipotesis ketiga menunjukkan hasil bahwa keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Artinya semakin baik atau tinggi keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan maka kinerja perusahaan juga akan semakin baik. Perusahaan sudah memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan baik secara finansial maupun operasional. Menurut Alam, (2022) Perusahaan perlu meningkatkan kualitas dan kepercayaan pelanggan di masa mendatang agar dapat mencapai target penjualan dan laba, sehingga kinerja perusahaan juga semakin baik dan meningkat.

Terakhir yaitu hasil pengujian kausalitas menunjukkan bahwa Supply Chain Management mempengaruhi Kinerja Perusahaan secara signifikan melalui Keunggulan Bersaing sebagai mediator, dengan nilai 4,229 dan p-value 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung (melalui keunggulan bersaing) lebih besar dibandingkan pengaruh langsung. Temuan ini sejalan dengan penelitian Anatan (2020), yang menyebutkan bahwa keunggulan bersaing tidak secara signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan, dan menunjukkan peran penting keunggulan bersaing dalam konteks Supply Chain Management.

Persaingan bisnis antar perusahaan baik nasional maupun internasional semakin ketat yang mendorong perusahaan untuk terus berinovasi agar menghasilkan kinerja yang maksimal. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk merebut pangsa pasar adalah dengan memiliki keunggulan bersaing yang menjadi tanda bahwa perusahaan berbeda atau lebih unggul dari yang lain. Perusahaan juga perlu menerapkan manajemen rantai pasokan yang optimal. Menurut Mani dkk. (2020) penerapan manajemen rantai pasokan mampu mengurangi pengaruh persaingan bisnis karena manajemen rantai pasokan dapat menghasilkan keunggulan bersaing.

IV. PENUTUP.

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai korelasi antara supply chain management dan keunggulan bersaing adalah 0,778. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, kita dapat menyimpulkan bahwa hubungan ini memiliki dampak yang signifikan.

2. Nilai korelasi antara supply chain management dan kinerja perusahaan adalah 0,325. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, kita dapat menyimpulkan bahwa hubungan ini juga memiliki dampak yang signifikan.
3. Nilai korelasi antara keunggulan bersaing dan faktor lain (mungkin supply chain management atau variabel lainnya) adalah 0,626. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, kita dapat menyimpulkan bahwa hubungan ini signifikan.
4. Nilai korelasi antara Supply Chain Management, Kinerja Perusahaan, dan Keunggulan Bersaing berpengaruh signifikan sebagai mediasi sebesar 4,229 dengan p-value $0,000 < 0,05$ dengan nilai pengaruh yang positif lebih besar dari pengaruh langsung.

DAFTAR REFERENSI.

- Alam, N. (2022). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Pada Perusahaan Manufaktur. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 367-382.
- Alam, N., & Tui, S. (2022). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Pada Perusahaan Manufaktur. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 367-382.
- Anatan, L. (2010). Pengaruh Implementasi Praktik-Praktik Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja Rantai Pasok dan Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Karisma*, 4(2), 106-117.
- Carvalho, H., Azvedo, S., & Cruz-Machado, V. (2012). Agile and resilient approaches to supply chain management: influence on performance and competitiveness. *Logistics research*, 4, 49-62.
- Jamaludin, M. (2022). Perencanaan Supply Chain Management (Scm) Pada Pt. Xyz Bandung Jawa Barat. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 13(2), 70-83.
- Makalew, A. G., Jan, A. H., & Karuntu, M. M. (2019). Analisis peran supply chain management terhadap keunggulan bersaing pada PT. Mitra Kencana Distribusindo Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- Mani, V., Jabbour, C. J. C., & Mani, K. T. (2020). Supply chain social sustainability in small and medium manufacturing enterprises and firms' performance: Empirical evidence from an emerging Asian economy. *International Journal of Production Economics*, 227, 107656.
- Munir, N., Cahyono, R., & Patricia, M. (2023). Strategi Peningkatan Kapabilitas Dinamis Perusahaan Properti. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 7(1), 18-29.
- Murtadlo, K. (2018). Pengaruh kompetensi kewirausahaan, kompetensi sumber daya manusia, dan supply chain management terhadap kinerja UKM dan keunggulan bersaing. *Sketsa Bisnis*, 5(1), 15-27.
- Permana, A. I., & Soediantono, D. (2022). The role of eco supply chain on environment and operational performance of indonesian defense industry. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(3), 73-84.
- Siburian, D., Hidayati, S., & Pituringsih, E. (2022). Efektivitas Penerapan Supply Chain Management, Efisiensi Biaya Operasional Pada Kinerja Perusahaan Di Moderasi Keunggulan Kompetitif. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(5), 1332.
- Sigit, S. E., & Amirullah, S. E. (2021). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif & kualitatif*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).

- Su, J., & Gargeya, V. B. (2012). Strategic sourcing, sourcing capability and firm performance in the US textile and apparel industry. *Strategic Outsourcing: An International Journal*, 5(2), 145-165.
- Yusuf, A., & Soediantono, D. (2022). Supply chain management and recommendations for implementation in the defense industry: a literature review. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(3), 63-77.