Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, dan Pajak
Volume 1, Nomor 1, Maret 2024
e-ISSN: 3046-9422; p-ISSN: 3046-8752, Hal 112-132
DOI: https://doi.org/10.61132/jieap.v1i2.418
Available Online at : https: //ejournal.areai.or.id/index.php/JIEAP

Association of Corporate Performance and Supply Chain Management (A Competitive Advantage Perspective)

Wahyu Anggit Prasetya[1*], Fira Sofana Tuzzahrok[2], Rochiyati Murniningsih[3]
[1-3]Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

Alamat: Jl. Tidar No.21, Magersari, Kec. Magelang Sel., Kota Magelang, Jawa Tengah 59214
Korespondensi penulis: anggit.prasetya@unimma.ac.id

Abstract. *The purpose of this study was to examine the effect of supply chain management on company performance with competitive advantage as a mediating variable in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The sample in this study used culinary SMEs as the object of research. While the method used in sampling is purposive sampling. Samples were taken as many as 344 respondents with the criteria of culinary SMEs in Magelang Regency which had a minimum workforce of 5 people and the business was over 2 years old. The analytical tool used is path analysis using SmartPLS 3.0 software. The results show that supply chain management and competitive advantage partially have a positive effect on company performance, supply chain management has a positive effect on competitive advantage, and competitive advantage has an effect on company performance, and competitive advantage can mediate supply chain management relationships on company performance.*

Keywords: *Supply Chain Management; Business Performance; Competitive Advantage*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan dengan keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Sampel pada penelitian ini menggunakan UMKM kuliner sebagai objek penelitian. Sedangkan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Sampel yang diambil sebanyak 344 responden dengan kriteria UMKM kuliner di Kebupaten Magelang yang memiliki tenaga kerja minimal 5 orang dan usahanya berumur diatas 2 tahun. Alat analisis yang digunakan yaitu path analysis (analisis jalur) dengan menggunakan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa supply chain management dan keunggulan kompetitif secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, supply chain management berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, dan keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, dan keunggulan kompetitif dapat memediasi hubungan supply chain management terhadap kinerja perusahaan.

Kata kunci: Supply Chain Management; Kinerja Perusahaan; Keunggulan Kompetitif

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi yang mengalami kemajuan menjadikan persaingan yang sangat ketat. Kemajuan teknologi mendorong ilmu pengetahuan agar berkembang dalam menciptakan inovasi yang memiliki keunikan seperti ide kreatif yang sangat mengubah strategi sebuah bisnis, serta kenaikan kapasitas UMKM menjadi lebih berkembang dan jauh lebih baik. Era globalisasi memberikan dampak perubahan yang besar bagi UMKM. UMKM harus mampu mengikuti perkembangan zaman khususnya di dunia usaha, supaya UMKM memiliki kinerja dan kemampuannya untuk beradaptasi dengan lingkungan dan dapat bersaing dengan UMKM yang lain. Situasi dalam persaingan UMKM yang sangat tajam menuntut UMKM selalu menggunakan sistem manajemen yang baik agar meningkatkan kinerja usaha.

Received: April 12, 2024; Revised: Mei 18, 2024; Accepted: Junit 27, 2024; Published: Juni 30, 2024;

Selain itu, dampak pemasok bagi UMKM sangat berpengaruh untuk keberlangsungan usaha dan kinerja UMKM. Karena, UMKM harus memilih pemasok dan kualitas dalam memilih bahan baku agar meningkatkan keunggulan kompetitif dengan menyediakan produk dan berinovasi terhadap produk. Maka, kualitas produk UMKM memiliki kualitas sangat baik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memiliki keunggulan kompetitif dari pesaing yang lain. Dampak dari hal tersebut, dapat meningkatkan kinerja UMKM. *Supply Chain management* merupakan integrasi antar UMKM dalam meningkatkan efisiensi melalui pendekatan fungsi dalam mengintegrasikan aktivitas UMKM yang melibatkan dalam suatu rantai nilai *(value chain).*

Ada sejumlah elemen yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia, termasuk partisipasi UMKM. Namun UMKM juga berkontribusi terhadap perekonomian nasional dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat lokal. Selain itu, UMKM sendiri berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi bangsa. Di Indonesia, terdapat 64,2 juta UMKM dengan kontribusi sebesar Rp8.573,89 triliun atau 61,07% terhadap PDB, menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM). Di Indonesia, UMKM menyerap 97% angkatan kerja dan mampu meraup hingga 60,42% dari total investasi.

Peran besar UMKM adalah sebagai berikut:

a) PDB Indonesia mendapat manfaat signifikan dari UMKM, yang menyumbang 61,97% PDB negara pada tahun 2020, atau senilai Rp8.500 triliun.
b) Sekitar 97% tenaga kerja dunia usaha terserap oleh UMKM pada tahun 2020, hal ini menunjukkan keberhasilan mereka dalam melakukan hal tersebut. UMKM memiliki peran yang cukup besar dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia karena jumlah mereka yang besar sangat berkorelasi dengan sebaran lapangan kerja di dalam negeri.
c) Penerima kredit terbesar pada tahun 2018, sekitar Rp 1 triliun, adalah UMKM. (Idxchannel.com, 2022)

al Hakim & Yoga, (2018) menjelaskan sejauh mana suatu perusahaan mencapai tujuannya dan memenuhi visi dan misinya dapat dicirikan sebagai kinerjanya. Merupakan tugas perusahaan untuk menjalankan operasinya seefisien mungkin, dan hal ini dapat dinilai dengan membandingkan pencapaiannya dengan tujuan atau kinerjanya dengan pencapaian bisnis lain di sektor yang sama. Menurut Mas'amah, et al. (2019) Analisis rasio keuangan, yang melihat

rasio yang berkaitan dengan likuiditas, aktivitas, profitabilitas, dan utang, adalah teknik paling populer untuk mengevaluasi dan mengukur kinerja perusahaan.

Rantai pasokan adalah aliran barang atau jasa yang terdiri dari langkah-langkah, fasilitas, fungsi, dan aktivitas yang terlibat dalam pembuatan dan penyerahan barang atau jasa. (Ilmiyati & Munawaroh, 2016). Pandangan komprehensif tentang operasi rantai pasokan, mulai dari bahan mentah hingga konsumen akhir, disediakan oleh manajemen rantai pasokan. (Nurdianti et.al, 2017). Seluruh spektrum pemasok, produsen, distributor, agen, pengecer, dan pengguna akhir termasuk dalam rantai pasokan (Nuraini et.al, 2021).

Menurut Harahap et.al, (2021), Kemampuan seseorang atau sekelompok orang dalam menyelesaikan tugas dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya disebut dengan kinerja. Hal ini juga mengacu pada seberapa baik seorang individu berfungsi dan berperilaku dalam suatu organisasi sesuai dengan tugas yang diberikan kepadanya serta kuantitas, kualitas, dan waktu yang dihabiskan untuk tugas tersebut. Sebagai hasil dari tindakan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia, kinerja perusahaan merupakan representasi komprehensif dari keadaan organisasi selama periode waktu tertentu. Ketika mencapai tujuan, sasaran, visi, dan misi organisasi yang ditetapkan melalui perencanaan strategis, kinerja mengacu pada seberapa baik kinerja suatu program, aktivitas, atau kebijakan (Sutrisno et.al, 2014). Proses penilaian pekerjaan menuju tujuan dan sasaran dalam pengelolaan sumber daya manusia untuk menghasilkan barang dan jasa dikenal dengan pengukuran kinerja. Ini mencakup data tentang kemanjuran dan efisiensi tindakan dalam mencapai tujuan organisasi (Rumapea et.al, 2018).

2. KAJIAN TEORITIS

Kinerja Perusahaan

Suharto (2013) menyatakan bahwa untuk mewujudkan visi, misi, tujuan dan sasaran organisasi, diperlukan suatu gambaran akan tingkat pencapaian tugas yang dikenal sebagai Kinerja. Kinerja sebuah perusahaan dapat dilihat dari beberapa dimensi. Beberapa penelitian terdahulu merumuskan setidaknya ada 3 dimensi pengukuran yang paling popular digunakan diantaranya kinerja keuangan (financial performance), kinerja operasional (operationak performance), dan kinerja berbasis pasar (market based performance) (Kaplan & Norton, 1992)(Glunk & Wilderom, 1996)(Carton, 2004). Suharto (2013) menyatakan bahwa pengukuran kinerja berbasis pasar lebih relevan untuk perusahaan yang sudah go-publik.

Dalam kasus UMKM, dimana mayoritas atau bahkan semuanya tidak menggalang dana secara public dalam pasar saham, maka kombinasi pengukuran yang lebih tepat adalah menggunakan kinerja operasional dan keuangan (Carton, 2004).

Supply Chain Management

Ilmiati & Munawaroh (2016) menyatakan bahwa aliran produk atau jasa, yang terdiri dari pesanan, fasilitas, aktivitas, dan fungsi yang terlibat dalam memproduksi dan mengirimkan barang atau jasa, disebut rantai pasokan. Manajemen rantai pasok adalah gambaran menyeluruh mengenai aktivitas rantai pasok mulai dari bahan mentah hingga konsumen akhir (Sucahyowati, 2011). Seluruh spektrum pemasok, produsen, distributor, agen, pengecer, dan pengguna akhir termasuk dalam rantai pasokan (Pongoh, 2016).

Yun & Kurniawan (2017)menyatakan terdapat beberapa aspek dalam supply chain management, diantaranya adalah:

a) Strategic Supplier Partnership

   Merupakan hubungan jangka Panjang antara organisasi dan pemasok. Hubungan ini diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah secara strategis untuk organisasi. Hubungan ini memungkinkan pemasok untuk dapat mengetahui desain produk dari organisasi, yang pada gilirannya memungkinkan pemasok untuk menseleksi komponen alternatif dan teknologinya secara efektif dan efisien.

b) Customer Relationship

   Merupakan pengelolaan terhadap hubungan dengan pelanggan, baik terkait dengan complain, kepuasan pelanggan, dan juga hubungan jangka panjang. Customer relationship yang efektif memungkinkan organisasi untuk memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan menciptakan loyalitas mereka untuk produk yang ditawarkan organisasi.

c) Information Sharing

   Merupakan penyediaan informasi penting kepada pihak yang terhubung dalam rantai pasokan. Aspek yang dicakup dalam information sharing ini antara lain status persediaan, status pesanan, data biaya, dll.

H1 Terdapat pengaruh positif supply chain management terhadap kinerja perusahaan

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif didefinisikan sebagai kemampuan organisasi untuk menambahkan nilai lebih bagi pelanggannya dibandingkan pesaingnya dan dengan demikian

mencapai posisi keunggulan relative, tantangannya adalah mempertahankan keunggulan apa pun setelah tercapai (Thompson et al , 2013). Suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif ketika perusahaan tersebut menerapkan strategi penciptaan nilai yang tidak diterapkan oleh kompetitor saat ini atau kompetitor potensial (Agha et al., 2012). Ilmiyati & Munawaroh (2016) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dapat dilihat dari harga, kualitas, delivery dependability, produk inovatif, time to market.

H2 Terdapat pengaruh positif supply chain management terhadap keunggulang kompetitif

H3 Terdapat pengaruh positif keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan

H4 Keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi antara supply chain management dengan kinerja perusahaan.

3. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini berjumlah 2.425 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner wilayah Magelang. Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Adapun kriteria yang digunakan untuk penentuan sampel pada penelitian ini adalah:

a) UMKM kuliner di Kabupaten Magelang yang memiliki tenaga kerja minimal 5 orang.
b) UMKM kuliner yang usahanya berumur diatas 2 tahun. Penentuan kriteria ini dikarenakan apabila usia usaha ≥ 2 tahun UMKM dianggap telah melewati fase kritis dalam kegagalan usahanya.

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 344 unit UMKM dengan menggunakan rumus *Slovin*.

Teknik Pengumpulan Data

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan hasil kuesioner yang telah disebar kepada responden yang dituju. Penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan secara langsung maupun online menggunakan google form yang disebarkan melalui media sosial. Setelah kuesioner dibagikan, responden akan mengisi pertanyaan-pertanyaan yang ada mengenai kinerja perusahaan, supply chain management, keunggulan kompetitif. penelitian ini menggunakan skala likert dengan skor 1

sampai 5 (sangat tidak setuju (skor 1), tidak setuju (skor 2), netral (skor 3), setuju (skor 4) dan sangat setuju (skor 5).

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki (Denitha, 2016). Indikator variabel pada penelitian ini diadopsi dari penelitian (Ilmiyati & Munawaroh, 2016) yaitu:

1. Kinerja Keuangan Kinerja keuangan adalah kinerja perusahaan yang berbasis pada hasil penjualan, target marginal, pertumbuhan penjualan, target biaya produksi dan tingkat produktivitas perusahaan. Oleh karena itu kinerja keuangan yang dapat diukur melalui persepsi konsumen.
2. Kinerja Operasional Kinerja Operasional adalah kinerja perusahaan dalam menguasai pangsa pasar, melakukan peluncuran produk baru, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Supply Chain Management

Menurut Alfino (2022), perusahaan dalam mengimplementasikan Supply Chain Management (SCM), bertujuan untuk meningkatkan daya saing yang diwujudkan dalam peningkatan kinerja operasional. Pembagian informasi (Information sharing) merupakan elemen penting dalam supply chain management, karena dengan adanya pembagian informasi yang transparan dan akurat dapat mempercepat proses rantai pasokan mulai dari supplier sampai ke pasar atau ke tangan konsumen. Hubungan jangka panjang (Long Term Relationship) bisa tercipta dengan adanya hubungan yang berkesinambungan antara semua pihak yang terlibat dalam supply chain management, dan dengan kerjasama (Cooperation) yang baik dan saling menguntungkan hal tersebut dapat dilakukan. Selanjutnya adalah proses yang terintegrasi (Process integration) dari penggabungan keseluruhan semua kegiatan yang ada di manajemen rantai pasokan agar semua kegiatan berjalan dengan lancar.

Indikator pada variabel ini mengacu pada penelitian sebelumnya Yun & Kurniawan, (2017) yaitu:

a) Strategi Supplier Partnership Adebambo, et al (2014) menjelaskan bahwa strategik kemitraan pemasok merupakan "the long term relationship between the organization and its suppliers. Dijelaskan sebagai hubungan jangka panjang antara organisasi dan pemasoknya. Strategic supplier parnership didesain sebagai leverage dari strategik dan kapabilitas operasional dari masing-masing organisasi untuk membantu pencapaian yang signifikan dari manfaat yang diterima. Beberapa keuntungannya supplier lebih dahulu mengetahui produk disain sehingga dapat menawarkan biaya serta disain alternatif, serta menseleksi komponen alternatif dan teknologinya dan berkontribusi dalam menyelesaian desain.
b) Customer Relationship Customer relationship dijelaskan sebagai bagaimana karyawan mengelola komplain dari pelanggan, mengelola hubungan jangka panjang dengan pelanggan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Keberhasilan SCM bagaimana mengitegrasikan downstream dan integrasi dengan pemasok pada upstream. Hubungan yang dekat dengan pelanggan serta dengan diferensiasi produk yang dihasilkan dibanding pesaing, akan membantu keberlangsungan loyalitas pelanggan dan menghasilkan nilai bagi pelanggan. Customer relationship akan mengembangkan strategik SCM yang efektif.
c) Information Sharing Information sharing mengacu pada bagaimana penyediaan infomasi yang dikomunikasikan kepada rekan supply chain. Beberapa elemen dalam infomation sharing termasuk pembagian data, pemprosesan, persediaan, presentasi, retrival, dan menyampaikan permintaan dan data peramalan. Status persedaan, lokasi, status pesanan, data biaya, dan status kinerja.

3. Keunggulan Kompetitif

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 (Porter & Hepplemann, 2015). Indikator pada variabel ini mengacu pada penelitian sebelumnya (Ilmiyati & Munawaroh, 2016) yaitu:

a) Harga Harga merupakan di mana perusahaan memberikan harga yang kompetitif atau lebih rendah dari pesaing.

b) Kualitas Kualitas merupakan hal utama dalam perusahaan untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Perusahaan menawarkan produk yang berkualitas agar pelanggan meningkat dan loyal.
c) Delivery Dependability Delivery Dependability merupakan saling ketergantungan antar partner dalam manajemen rantai pasokan akan menguatkan pengiriman produk dari hulu hingga hilir. Delivery dependability juga akan menyebabkan hubunngan jangka panjang kepada pemasok.
d) Produk Inovatif Produk Inovatif merupakan penentu keberhasilan dan kelangsungan suatu perusahaan. Perusahaan harus melakukan inovasi produk seiring dengan kebutuhan pelanggan dan menyediakan produk dengan keunggulan baru dibandingkan pesaing.
e) Time to Market Time to Market adalah sejauh mana perusahaan mampu meluncurkan dan memperkenalkan produk baru yang lebih cepat dari pesaingnya dan megembangkan produk baru sehingga mampu merebut pangsa pasar telebih dahulu bahkan mampu memimpin pasar dan menghasilkan laba yang lebih tinggi.

Uji Instrumen Data (Outer Model)

1. Uji Validitas

Pengukuran validitas meliputi pengujian seberapa baik nilai suatu instrument yang dikembangkan dalam mengukur suatu penelitian. Semakin tinggi nilai instrumen maka semakin baik dalam mewakili pertanyaan penelitian Wijaya, (2019). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode Confirmatory Faktor Analysis (CFA) dengan melihat nilai loading factor dan Average Variance Extracted (AVE) untuk tiap indikator variabel. Sebuah instrument dikatakan valid yaitu dilihat dari nilai Loading Factor harus lebih dari 0,70 dan nilai Average Variance Extracted (AVE) harus lebih dari 0,50 dan Discriminant Validity adalah nilai crossloading faktor yang berguna apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai. Caranya dengan membandingkan nilai konstruk yang dituju harus lebih besar dengan nilai konstruk yang lain (Ghozali & Latan, 2015).

2. Uji Reliabilitas

Uji realiabilitas dilakukan untuk membuktikan konsistensi dan ketepatan instrument dalam mengukur variabel. Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program SmartPLS 3.0. Sebuah instrument dikatakan reliabel yaitu dilihat dari nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,70 dan nilai Composite Reliability lebih dari 0,70 (Ghozali & Latan, 2015).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan path analysis (analisis jalur) dengan bantuan software SmartPLS versi 3.0. Adapun persamaan analisis jalur sebagai berikut:

$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + e$

$Z = a + b1.X1 + e$

Analisis Model (Inner Model)

1. Uji F

Pengukuran Uji F adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relative dari suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Pengukuran f-square disebut juga efek perubahan. Artinya, perubahan nilai saat variabel eksogen tertentu dihilangkan dari model, akan dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel yang dihilangkan memiliki dampak substansif pada konstruk endogen Juliandi, (2018).

Juliandi, (2018) kriteria Uji F adalah sebagai berikut :

a) Jika nilai = 0.02 → Efek yang kecil dari variabel eksogen terhadap endogen
b) Jika nilai = 0.15 → Efek yang sedang atau moderat dari variabel eksogen terhadap endogen
c) Jika nilai = 0.35 → Efek yang besar dari variabel eksogen terhadap endogen

2. R Square

R-Square adalah ukuran proporsi variasi nilai variabel yang dipengaruhi (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (eksogen). Ini berguna untuk memprediksi apakah model adalah baik atau buruk Juliandi, (2018). Kriteria dari R-Square menurut Juliandi, (2018) adalah:

a) Jika nilai (adjusted) = 0.75 → model adalah substansial (kuat)
b) Jika nilai (adjusted) = 0.50 → model adalah moderate (sedang)
c) Jika nilai (adjusted) = 0.25 → model adalah lemah (buruk)

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Ghozali & Latan, (2015) mengatakan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika t hitung > t tabel atau nilai

signifikansi uji t < 0,05 maka disimpulkan bahwa secara individual variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji Sobel

Pengujian hipotesis dengan multiple mediation model bisa dilaksanakan dengan prosedur yang dikenalkan oleh Sobel (1982). Serta diketahui dengan uji Sobel (Sobel Test) dan Bootstrapping dengan formula software SmartPLS 3.0 Ghozali & Latan, (2015). Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independent (X) kepada variabel dependent (Y) melalui variabel intervening (Z). Pengaruh tidak langsung diperoleh dengan cara mengalihkan koefisien jalur dari masing-masing hubungan. Standar error koefisien a atau jalur variabel independent dengan variabel mediasi ditulis dengan Sa dan standar error koefisien b atau jalur variabel mediasi dengan variabel dependent ditulis Sb, besarnya standar error tidak langsung Sab (indirect effect). Apabila nilai Z atau sobel test statistic ≥ 1,96 dan nilai signifikansi < 0,05 maka variabel tersebut dapat dikatakan mampu memediasi hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent (Ghozali & Latan, 2015).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Tanggapan atas kuesioner yang diberikan kepada responden direkapitulasi dengan tujuan analisis data. Analisis deskriptif pada penelitian ini meliputi nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata dan standar deviasi. Kuesioner yang dibagikan terdiri dari 3 variabel yaitu kinerja perusahaan dengan 15 pertanyaan, supply chain management 12 pertanyaan, dan keunggulan kompetitf 8 pertanyaan. Jumlah kuesioner yang didapat sebanyak 344 kuesioner dan seluruhnya dapat diolah.

Tabel 1. Statistik Deskripstif Variabel

Variabel	N	Min	Max	Mean	Standard Deviation
Keunggulan Kompetitif	344	31	75	54,727	8,738
Supply Chain Managemenet	344	26	60	48,547	7,359
Kinerja Perusahaan	344	18	40	31,578	5,062

Berdasarkan **Tabel 1**, nilai Outer Loading masing-masing indikator terhadap variabelnya sudah lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lain. Dapat dilihat dalam nilai maksimum, nilai minimum, dan nilai rata-rata diatas menunjukkan bahwa kevalidannya.

Uji Instrumen (Outer Model)

4. Uji Validitas

Berdasarkan **Tabel 2** diketahui bahwa nilai loading factor indikator supply chain management dan kinerja perusahaan menunjukkan pada nilai loading factor > 0,70 dan nilai AVE >0,50. Artinya setiap butir pernyataan benar (valid) dalam mengukur variabel kinerja perusahaan, supply chain management, dan keunggulan kompetitif. Sedangkan pada variabel keunggulan kompetitif menunjukkan nilai loading factor > 0,70 dan nilai Average Variance Extracted (AVE) > 0,50 maka setiap butir pernyataan benar (valid) dalam mengukur variabel kinerja perusahaan, supply chain management, dan keunggulan kompetitif.

Tabel 2. Uji Validitas *(Convergent Validity)*

No	Variabel	Indikator	Loading Faktor	AVE	Keterangan
1	Kinerja Perusahaan	KP.2	0,850	0,716	Valid
		KP.3	0,895		Valid
		KP.4	0,864		Valid
		KP.11	0,771	0,766	Valid
2	*Supply Chain Management*	SCM.2	0,841		Valid
		SCM.3	0,903		Valid
		SCM.4	0,898		Valid
3	Keunggulan Kompetitif	KK.3	0,757	0,650	Valid
		KK.4	0,811		Valid
		KK.6	0,814		Valid
		KK.7	0,821		Valid
		KK.8	0,828		Valid

Pada **Tabel 3** diketahui nilai cross loading dari setiap indikator sudah memenuhi kriteria dan discriminant validity sehingga indikator dinyatakan valid.

Tabel 3. Uji Validitas *(Discriminant Validity)*

	Cross Loading		
	Keunggulan Kompetitif	**Kinerja Perusahaan**	***Supply Chain Management***
KK.4	0,811		
KK.6	0,814		
KK.7	0,821		
KK.8	0,828		
KP.11		0,771	
KP.2		0,85	
KP.3		0,895	
KP.4		0,864	
SCM.2			0,841
SCM.3			0,903
SCM.4			0,898

5. Uji Reliabilitas

Berdasarkan **Tabel 4** diketahui bahwa semua variabel yang dipakai adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai cronbach alpha pada tiap variabel > 0,70 dan nilai composite reliability > 0,70. Pada variabel keberlangsungan nilai cronbach alpha sebesar 0,899 dan nilai composite reliability sebesar 0,922. Pada variabel diversifikasi nilai cronbach alpha sebesar 0,850 dan nilai composite reliability sebesar 0,899. Pada variabel kreativitas nilai cronbach alpha sebesar 0,929 dan nilai composite reliability sebesar 0,947. Artinya, setiap instrumen pada penelitian ini memiliki derajat konsistensi yang baik atau jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu. Maka dapat disimpukan nilai f^2 adalah variabel X1 (Supply Chain Management) dan X2 (Keunggulan Kompetitif) terhadap Y (Kinerja).

Tabel 4. Uji Reliabilitas

No	**Variabel**	***Cronbach's Alpha***	***Composite Reliability***	**Keterangan**
1	Kinerja Perusahaan	0,867	0,910	Reliabel
2	*Supply Chain Management*	0,855	0,912	Reliabel
3	Keunggulan Kompetitif	0,868	0,903	Reliabel

Analisis Model (Inner Model)

1. Uji F (Goodness of fit)

Uji F digunakan untuk melihat perubahan nilai saat variabel eksogen tertentu dihilangkan dari model, akan dapat digunakkan untuk mengevaluasi apakah variabel yang dihilangkan memiliki dampak substansif pada konstruk endogen. Kriteria Uji F (1) jika nilai f^2 = 0.02 → Efek yang kecil dari variabel eksogen terhadap endogen, (2) jika nilai f^2 = 0.15 → Efek yang sedang atau moderat dari variabel eksogen terhadap endogen, (3) jika nilai f^2 = 0.35 → Efek yang besar dari variabel eksogen terhadap endogen.

Tabel 5. Uji F

	Kinerja Perusahaan	***Supply Chain Management***	**Keunggulan Kompetitif**
Kinerja Perusahaan			
Supply Chain Management	0,254		0,214
Keunggulan Kompetitif	0,124		

2. R-Square

R-Square adalah ukuran proporsi variasi nilai variabel yang dipengaruhi (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (eksogen). Ini berguna untuk memprediksi apakah model adalah baik atau buruk Kriteria dari R-Square. Kriteria R-Square (1) jika nilai (adjusted) = 0.75 → model adalah substansial (kuat) (2) jika nilai (adjusted) = 0.50 → model adalah moderate (sedang) (3) jika nilai (adjusted) = 0.25 → model adalah lemah (buruk).

Tabel 6. R-Square

	R-Square	**R Square Adjusted**
Kinerja Perusahaan	0,358	0,355
Keunggulan Kompetitif	0,111	0,108

Pengujian nilai R-square **Tabel 6** adalah sebagai berikut R-square adjusted 0,355, artinya variabel X1 (supply chain management) dan X2 (keunggulan kompetitif) dalam menjelaskan Y (kinerja perusahaan) adalah sebesar 35,5% dengan demikian model tergolong lemah.

3. Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Berdasarkan **Tabel 7** menunjukkan bahwa hasil pengujian dirrect effect menunjukkan koefisien jalur (path analysis) adalah positif, maka nilai original sample menunjukkan sebagai berikut; (1) supply chain management terhadap kinerja perusahaan dengan nilai koefisien jalur = 0,428 dan P-Value = 0,000 (<0,05) artinya, pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan adalah positif signifikan, (2) supply chain management terhadap keunggulan kompetitif dengan nilai koefisien jalur = 0,333 dan P-Value 0,000 (<0,05) artinya, pengaruh supply chain management terhadap keunggulan kompetitif adalah positif signifikan, (3) keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan dengan nilai koefisien jalur = 0,299 dan P-Value 0,000 (<0,05) artinya, pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan adalah positif signifikan.

Tabel 7. *Dirrect Effect*

	Original Sample	***P- Value***
Supply Chain Management -> Kinerja Perusahaan	0,428	0,000
Supply Chain Management -> Keunggulan Kompetitif	0,333	0,000
Keunggulan Kompetitif -> Kinerja Perusahaan	0,299	0,000

4. Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Berdasarkan **Tabel 8** menunjukkan nilai P-Value 0,000 (<0,05) maka signifikan, artinya keunggulan kompetitif dapat memediasi pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan.

Tabel 8. *Indirrect Effect*

	Original Sample	***P- Value***
Supply Chain Management -> Keunggulan Kompetitif-> Kinerja Perusahaan	0,100	0,000

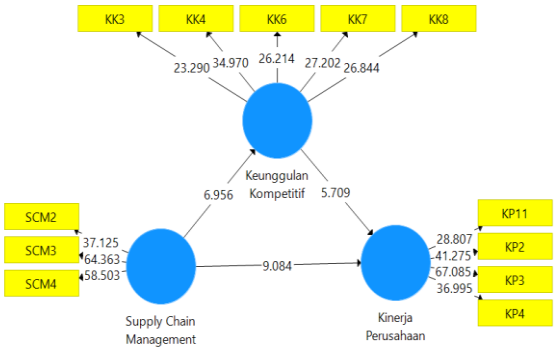
5. Pengaruh Total (Total Effect)

Berdasarkan **Tabel 9** menunjukkan total effect dari hubungan supply chain management dan kinerja perusahaan adalah 0,528, total effect hubungan suplly chain management dan keunggulan kompetitif adalah 0,333, dan total effect hubungan kenggulan kompetitif dan kinerja perusahaan ada;ah 0,299.

Tabel 9. *Total Effect*

	Original Sample	***P- Value***
Supply Chain Management -> Kinerja Perusahaan	0,528	0,000
Supply Chain Management -> Keunggulan Kompetitif	0,333	0,000
Keunggulan Kompetitif -> Kinerja Perusahaan	0,299	0,000

Berdasarkan pada pengolahan data dengan menggunakan software SmartPLS 3.0 diperoleh model fit sebagai berikut :



Gambar 1. Model Fit

Uji Hipotesis

1. Uji F (Goodness of fit)

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan metode boostrapping. Metode boostrapping juga dapat melihat nilai koefisien jalur strukturalnya. Hasil uji boostrapping adalah sebagai berikut :

Tabel 10. Pengujian Hipotesis

	Original Sample	**T-Statistics**	**P- Value**	**Keterangan**
Supply Chain Management -> Kinerja Perusahaan	0,528	12,057	0,000	H1 Diterima
Supply Chain Management -> Keunggulan Kompetitif	0,333	6,956	0,000	H2 Diterima
Keunggulan Kompetitif -> Kinerja Perusahaan	0,299	5,709	0,000	H3 Diterima

2. Uji Sobel

Pengujian pengaruh tidak langsung pada penelitian ini menggunakan uji sobel. Pada penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel keunggulan kompetitif dapat memediasi hubungan antara supply chain management terhadap variabel kinerja perusahaan.

Berdasarkan perhitungan uji sobel, didapatkan hasil nilai sobel test sebesar 4,356 (4,356 > 1,96) dan nilai signifikansi < 0,05 (0.000 < 0,05) yang artinya bahwa keunggulan kompetitif dapat memediasi hubungan antara supply chain management terhadap kinerja perusahaan, sehingga hipotesis keempat (H4) diterima.

Tabel 11. Uji Sobel

	Sobel Test Statistic	***P- Value***	**Keterangan**
Supply Chain Management -> Keunggulan Kompetitif-> Kinerja Perusahaan	4,35675641	0,0000132 0	H4 Diterima

Pembahasan

a) Pengaruh Supply Chain Management terhadap Kinerja Perusahaan

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif supply chain management terhadap kinerja perusahaan. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa supply chain management berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, artinya hipotesis pertama yang diajukan diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkatnya supply chain management maka akan semakin meningkat atau semakin baik kinerja perusahaan UMKM kuliner wilayah Kabupaten Magelang.

Diterimanya hipotesis yang diajukan pada penelitian sesuai dengan Theory Supply Chain Management Lambert, (2017) Pengembangan tim yang fokus pada pelanggan yang menyediakan manfaat bersama dari produk dan jasa dengan bekerjasama bersama pelanggan yang signifikan. Melalui supply chain management yang semakin berkembang, pelaku usaha mendapatkan kualitas kinerja perusahaan yang baik. Selain itu, dengan adanya supply chain management pelaku usaha akan lebih terbantu dalam melakukan serangkaian kegiatan yang terdiri dari koordinasi, penjadwalan, dan pengendalian terhadap pengadaan, produksi, persediaan, dan pengiriman produk. Menurut Avittathur & Gosh (2020) menyatakan kalau pentingnya memiliki strategi supply chain management yang paling ideal dengan klasifikasi produk perusahaan. Kombinasi yang tepat antara efisiensi dan daya tanggap meningkatkan kinerja supply chain management dan mengurangi persediaan dan biaya operasi secara bersamaan Rafid, et al., (2017). Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Ilmiyati & Munawaroh (2016) yang menyatakan supply chain management berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

b) Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Kompetitif

Hipotesis kedua yang diajukan pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif supply chain management terhadap keunggulan kompetitif. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa supply chain management berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, artinya hipotesis kedua yang diajukan diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkat supply chain management maka keunggulan kompetitif akan semakin meningkat. Kemudian hasil penelitian oleh (Handoko et al, 2015) menunjukkan bahwa praktek SCM memiliki dampak positif pada keunggulan kompetitif. Selain itu, kini telah banyak organisasi yang mulai menyadari bahwa SCM adalah kunci untuk membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk produk dan atau jasa mereka di pasar yang semakin ramai dan bersaing ketat. Dari beberapa penelitian didapat gambaran bahwa terdapat hubungan antara praktek manajemen rantai pasok dengan keunggulan kompetitif suatu organisasi atau perusahaan.

Menurut Porter & Heppelmann (2015), keunggulan bersaing (competitive advantage) pada dasarnya berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh organisasi kepada pembelinya yang melebihi biaya organisasi dalam menciptakannya. Dalam memperoleh keunggulan bersaing bisa dilakukan dengan cara fokus pada penekanan biaya produksi suatu barang hingga pada titik biaya terendah. Namun, tetap mampu dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Penekanan biaya bisa dilakukan dengan cara melakukan inovasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yun & Kurniawan (2017) yang menyatakan bahwa supply chain management berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

c) Pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Perusahaan

Hipotesis ketiga yang diajukan pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan. Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, artinya hipotesis ketiga yang diajukan diterima. Semakin baik keunggulan kompetitif maka akan semakin baik pula kinerja perusahaannya. Keunggulan kompetitif berkelanjutan merupakan arah strategi organisasi yang bukan merupakan tujuan akhir, tetapi merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi, yaitu kinerja organisasi yang menghasilkan keuntungan (profit) relatif tinggi (Lenggogeni & Ferdinand, 2016). Sehingga, organisasi memiliki keunggulan kompetitif yang bertujuan untuk memenangkan persaingan di dalam lingkungan bisnis,

organisasi juga menggunakan keunggulan kompetitif sebagai salah satu cara untuk mencapai tujuan kinerja organisasi yang diinginkan.

Keunggulan bersaing kemampuan sebuah organisasi untuk melakukan kegiatan atau aktivitasnya yang para kompetitor tidak bisa melakukan, dan dengan pertimbangan harga yang lebih rendah, atau keunggulan yang dapat mengungguli produk pesaing. Keunggulan bersaing mempresentasikan strategi yang baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Nurdianti, 2017) dengan menyatakan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

d) Keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi antara supply chain management dengan kinerja perusahaan

Hipotesis keempat yang diajukan pada penelitian ini adalah keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi antara supply chain management dengan kinerja perusahaan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa keunggulan kompetitf dapat memediasi pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis keempat pada penelitian ini diterima. Strategi bersaing adalah pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan di dalam suatu industri, area fundamental tempat persaingan terjadi. Strategi bersaing bertujuan untuk menegakan posisi yang menguntungkan dan dapat dipertahankan terhadap kekuatan-kekuatan yang menentukan persaingan industri Denitha, (2016). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Widyanesti & Masyithah, (2018) dengan hasil yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitf dapat menjadi variabel mediasi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan dengan keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi. Pengujian dan analisis data menggunakan bantuan SmartPLS 3.0. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada empat hipotesis yang diajukan pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Supply chain management berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.
2. Supply chain management berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.
3. Keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.
4. Keunggulan kompetitif dapat memediasi pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

Yun, Y., & Kurniawan, A. (2017). Analisis supply chain management terhadap keunggulan bersaing pada koperasi produksi pangan di Kabupaten Bandung Barat. GEMA: Jurnal Gentiaras Manajemen dan Akuntansi, 9(2), 160-172.

Widyanesti, S., & Masyithah, S. (2018). The influence of supply chain management practices and marketing capability on firm performance through competitive advantage. MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, 8(2), 208.

Thompson, A., Janes, A., Peteraf, M., Sutton, C., Gamble, J., & Strickland, A. (2013). Crafting and executing strategy: The quest for competitive advantage: Concepts and cases. McGraw Hill.

Sutrisno, S., Herdiyanti, H., Asir, M., Yusuf, M., & Ardianto, R. (2022). Dampak kompensasi, motivasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan di perusahaan: Review literature. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 3(6), 3476-3482.

Suharto, R. J. (2013). Analisa pengaruh supply chain management terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. Business Accounting Review, 1(2), 226-235.

Sucahyowati, H. (2011). Manajemen rantai pasokan (Supply Chain Management). Majalah Ilmiah Gema Maritim, 13(1), 20-28.

Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. Sociological Methodology.

Rumapea, M., Sinaga, J., & Saragih, R. E. (2018). Pengaruh penerapan sistem informasi akuntansi manajemen, metode pengukuran kinerja dan sistem penghargaan terhadap kinerja manajerial pada rumah sakit Estomihi Medan. Methomika: Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi, 2(1), 63-73.

Rafid, S. A., Mohib, A. A., & Hossain, M. F. (2017). Practice of SCM performance drivers and procurement process: Case study on Globe Pharmaceuticals Limited. Practice, 8(10).

Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2015). How smart, connected products are transforming companies. Harvard Business Review, 93(10), 96-114.

Pongoh, M. (2016). Analisis penerapan manajemen rantai pasokan pabrik gula aren Masarang. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 4(3).

Nurdianti, A. R., Prastawa, H., & Budiawan, W. (2017). Analisa pengaruh praktek manajemen rantai pasok terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi pada UMKM handycraft dan tas di Semarang. Industrial Engineering Online Journal, 6(2).

Nuraini, N., Sarkum, S., & Halim, A. (2021). Analysis of company capability, supply chain management of competitive advantage, and company performance. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 4(1), 87-104.

Mas'amah, F., Salim, M. A., & Priyono, A. A. (2019). Pengaruh rasio profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi empiris perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan

minuman yang terdaftar di BEI periode tahun 2015-2017). E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 8(10).

Lenggogeni, L., & Ferdinand, A. T. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian. Diponegoro Journal of Management, 5(3), 840-851.

Lambert, D. M., & Enz, M. G. (2017). Issues in supply chain management: Progress and potential. Industrial Marketing Management, 62, 1-16.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard: Measures that drive performance.

Juliandi, A. (2018). Structural equation model partial least square (SEM-PLS) dengan SmartPLS. Modul Pelatihan, 1(4), 1-6.

Ilmiyati, A., & Munawaroh, M. (2016). Pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan (Studi pada usaha kecil dan menengah di Kabupaten Bantul). Jurnal Manajemen Bisnis, 7(2), 226–251.

Harahap, L. R., Anggraini, R., Ellys, E., & Effendy, R. Y. (2021). Analisis rasio keuangan terhadap kinerja perusahaan PT Eastparc Hotel, Tbk (masa awal pandemi COVID-19). COMPETITIVE Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 5(1), 57-63.

Handoko, B. L., Aryanto, R., & So, I. G. (2015). The impact of enterprise resources system and supply chain practices on competitive advantage and firm performance: Case of Indonesian companies. Procedia Computer Science, 72, 122-128.

Glunk, U., & Wilderom, C. P. (1996). Organizational effectiveness = corporate performance? Why and how two research traditions need to be merged.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Denitha, A. P. (2016). Pengaruh praktek supply chain management terhadap kinerja perusahaan yang dimediasi oleh keunggulan bersaing pada UKM Kerajinan Sapu Rayung Mungkid Magelang (Doctoral dissertation, UPN "Veteran" Yogyakarta).

Carton, R. B. (2004). Measuring organizational performance: An exploratory study.

Avittathur, B., & Ghosh, D. (2020). Supply chain management as a competitive advantage. In Excellence in Supply Chain Management (pp. 35-44). Routledge.

Alfino, N. M. D., Safitri, W., & Jamhur, A. I. (2022). Implementasi supply chain management pada toko grosir dan eceran berbasis web (Studi kasus: Toko Anugrah). Jurnal Sains Informatika Terapan, 1(1), 34-38.

Al Hakim, M. F., & Yoga, I. (2018). Analisis pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan studi kasus pada industri roti dan kue di Surakarta (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta).

Agha, S., Alrubaiee, L., & Jamhour, M. (2012). Effect of core competence on competitive advantage and organizational performance. International Journal of Business and Management, 7(1), 192.

Adebambo, H. O., Ashari, H., & Nordin, N. (2014). Sustainable environmental manufacturing practice (SEMP) and firm performance: Moderating role of environmental regulation. Journal of Management and Sustainability, 4(1), 167.