

**PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM)* TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN DAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Pada UKM Tenun di Desa Gamplong Gamplong Sumberrahayu
Moyudan Sleman, Yogyakarta)**

JURNAL



oleh :

Nama : Fitho Firmandani
Nomor Mahasiswa : 14311291
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2019**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat suatu karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa persyaratan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 12 November 2019

Penulis



Fitho Firmandani

وَالْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

**PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM)* TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN DAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

(Studi Pada UKM Tenun di Desa Gamplong Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman,
Yogyakarta)

Hasil Penelitian

ISLAM

Diajukan Oleh:

Nama : Fitho Firmadani

Nomor Mahasiswa : 14311291

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Yogyakarta, 12 November 2019

Dosen Pembimbing,

Seti Nurul Ngaini Dra., M.M.

NIP : 83311020

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi, dimana persaingan bisnis di Indonesia pada saat ini, bisa di katakan bahwa perubahan yang terjadi sangat pesat. Perekonomian selalu mengalami perubahan dan peningkatan diikuti dengan banyaknya bisnis yang terus tumbuh mengikuti perkembangan zaman disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satunya kemajuan teknologi yang sangat pesat. Dengan semakin meningkatnya jumlah pesaing bisnis asing dan dalam negeri yang mengembangkan produk yang beraneka ragam dan berkualitas. perusahaan diharapkan untuk jeli dan cermat dalam menanggapi permintaan konsumen yang menginginkan kualitas sangat baik dengan harga rendah. Perusahaan dituntut untuk memaksimalkan kinerja baik dari segi eksternal dan internalnya, agar tetap bersaing di pasaran. Maka dari itu perusahaan harus dapat beradaptasi dalam segala keadaan yang semakin modern dan bergerak mengikuti segala perubahan yang ada. Untuk menghadapi hal tersebut maka dari itu perusahaan membutuhkan strategi keunggulan bersaing atau keunggulan kompetitif untuk dapat bertahan dan bersaing di pasar.

Keunggulan bersaing membantu perusahaan dalam rangka untuk mempertahankan pangsa pasar yang semakin ketat persaingannya, sehingga meminimalisir biaya sangatlah penting disini untuk di jadikan ujung tombak sebagai inovasi dalam persaingan pasar yang sangat ketat. Menurut porter (1993), keunggulan bersaing (*competitive advantage*) yaitu pada dasarnya perkembangan nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan kepada pembelinya, yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya. Dimana karakteristik fungsi atau manfaat nilai produk lebih unggul atau harga yang di tawarkan lebih rendah dari harga yang diterapkan pesaing. Hal ini lebih mengarah pada bagaimana perusahaan dapat menciptakan barang yang memiliki nilai lebih melalui tingkat kualitas produk dan harga yang dapat memenuhi permintaan dan selera konsumen, dimana perusahaan harus mampu mempertahankan keunggulannya terhadap pesaingnya yang terus meningkat.

Tingginya tingkat persaingan dalam segala bidang industri mengakibatkan banyak terjadinya perubahan-perubahan, diantaranya kenaikan tingkat persaingan industri, kenaikan harga bahan baku dan menurunnya ekspor keluar negeri akibatnya pangsa pasar menurun. Persaingan menjadi suatu kondisi yang perlu di perhatikan oleh setiap perusahaan, maka dari itu setiap perusahaan, harus memiliki strategi yang dapat di jadikan sebagai ujung tombak dalam menghadapi persaingan dan memenangkan persaingan di suatu lingkungan bisnis. Selain organisasi memiliki keunggulan kompetitif yang bertujuan untuk memenangkan persaingan, organisasi juga menggunakan keunggulan kompetitif sebagai cara untuk mencapai tujuan kinerja organisasi yang diharapkan (Regina dan Devie, 2013).

Kinerja perusahaan merupakan tingkat pencapaian perusahaan merupakan aktivitas dalam memaksimalkan dan mengoptimalkan tanggung jawab yang dapat dinilai dengan membandingkan target dan pencapaian perusahaan dengan perusahaan yang sama dalam satu industri bisnis (Regina dan Devie, 2013). Dalam upaya memperoleh keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan yang baik dapat didukung dengan *Supply Chain Management*. Menurut William J. Stevenson, (2014) *Supply Chain Management* adalah koordinasi dalam sebuah organisasi terhadap fungsi-fungsi bisnis strategis dan didalam rantai pemasokan bertujuan untuk mengintegrasikan manajemen rantai pasokan dan permintaan. *Supply Chain Management* merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai efisiensi pengintegrasian supplier atau pemasok, manufaktur, gudang penyimpanan barang, sehingga barang yang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, waktu yang tepat, lokasi yang tepat untuk meminimalisir biaya yang dikeluarkan dan mencapai layanan yang dibutuhkan hingga konsumen akhir (Simchi Levi, 2003).

Tujuan *Supply Chain Management* yaitu, untuk mengkoordinasi kegiatan dalam rantai pasokan untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif dan manfaat dari rantai pasokan bagi konsumen akhir (Hwizer dan Render, 2015). Dengan manajemen rantai pasokan, sebuah perusahaan akan mampu membangun keunggulan bersaing di lingkungan bisnis dalam jangka panjang.

Memanfaatkan dan memaksimalkan *supply chain* dengan baik akan berdampak pada kinerja dan keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing

perusahaan dengan pasokan barang yang tepat dan terintegrasi. Perusahaan harus terus membuat strategi agar dapat bersaing, menguasai pasar sehingga rencana dan cita-cita perusahaan dapat tercapai. Dengan menentukan strategi rantai pasokan yang optimal, dampaknya pada kinerja perusahaan yang baik.

Definisi Operasional Variabel

1. *Supply Chain Management*

Supply Chain Management merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai efisiensi pengintegrasian supplier atau pemasok, manufaktur, gudang penyimpanan barang, sehingga barang yang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, waktu yang tepat, lokasi yang tepat untuk meminimalisir biaya yang dikeluarkan dan mencapai layanan yang dibutuhkan hingga konsumen akhir (Simchi Levi, 2003).

Tujuan *Supply Chain Management* yaitu, untuk mengoordinasi kegiatan dalam rantai pasokan untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif dan manfaat dari rantai pasokan bagi konsumen akhir (Hwizer dan Render, 2015). Menurut Suhong li, Bhanubragu-nathan, T.S Ragu-Nathan, S. Subba Rao (2006). Indikator keberhasilan *Supply Chain Management* bisa dilihat dari :

a. *Strategy Supplier Partnership*

Strategy Supplier Partnership didefinisikan sebagai hubungan jangka panjang antara organisasi dengan suppliernya (Regina dan Devi, 2015).

b. *Customer Relationship*

Customer Relationship merupakan beberapa kumpulan praktek yang memiliki tujuan untuk mengelolah keluhan pelanggan. Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Hubungan yang baik sangat di dibutuhkan untuk keberhasilan pelaksanaan *Supply Chain Management* dengan meningkatkan dan mempertahankan *loyalitas* pelanggan, dengan membedakan produk dari pesaing dan memberikan nilai lebih untuk pelanggan.

c. *Information Sharing*

Regina Suharo dan Devi (2013), berbagai informasi antar mitra usaha seperti, rencana strategi, kondisi pasar secara umum, dan informasi mengenai pelanggan. Melalui saling bertukar informasi tentang pelanggan, melakukan pertukaran informasi antar anggota dalam *Sipply Chain* maka, informasi tersebut bisa dijadikan keunggulan bersaing perusahaan.

2. Keunggulan Bersaing

Suhong Li et al, (2006), keunggulan bersaing merupakan sejauh mana suatu organisasi mampu menciptakan posisi dan mempertahankan diri dari pesaingnya. Jadi ini merupakan kemampuan yang memungkinkan suatu organisasi untuk dapat membedakan dirinya dari pesaingnya dan merupakan hasil dari keputusan kritis manajemen. Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong (2003), keunggulan bersaing merupakan keunggulan terhadap pesaing yang didapat dari menawarkan suatu nilai yang lebih rendah atau dengan memberikan manfaat yang lebih besar karena harganya lebih tinggi.

Untuk mencapai keunggulan kompetitif maka diperlukan satrategi dasar yaitu Menurut Suhong li, Bhanubragu-nathan, T.S Ragu-Nathan, S. Subba Rao (2006).

a. Harga (*price*)

Kotler (2005), mendefinikan bahwa harga merupakan jumlah nilai yang di peruntukan konsumen untuk memakai atau menggunakan suatu produk dan jasa. Disimpulkan, harga merupakan pengorbanan ekonomi yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan suatu manfaat dari pemakaian atau penggunaan suatu barang dan jasa. Harga yang unggul merupakan nilai yang lebih rendah atau sesuai dengan kualitas atau ,manfaat yang diperoleh.

b. Kualitas (*Quality*)

Menurut Regina dan Devi (2013), kualitas produk adalah fokus utama dari suatu perusahaan, kualitas merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya saing dari suatu produk. Produk akan berkualitas apabila produk tersebut memliki kecocokanpenggunaan bagi dirinya sendiri (Zulian Yamit 2011).

c. Inovasi Produk

Amabile (1996), dalam Regina dan Devi (2013) inovasi merupakan rancangan yang luas dalam membahas penerapan ide-ide, proses atau produk yang baru. Inovasi adalah ide-ide kreatif yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Sehingga perusahaan mampu untuk membuat ide-ide baru dalam menghadapi pesaing bisnis maupun pelanggan dalam berbagai bentuk macam permintaan.

d. *Time to Market*

Regina dan Devi (2013), *Time to Market* adalah sejauh mana perusahaan atau organisasi mampu meluncurkan produk barunya lebih cepat dibanding pesaingnya, maka hal ini memungkinkan organisasi atau perusahaan mampu untuk merebut pasar lebih dulu seperti suatu produk yang belum ada dimana-mana, bahkan mampu untuk memimpin pasar dan mampu menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi dari pesaingnya.

e. *Delevery Dependability*

Delevery Dependability Merupakan hubungan jangka panjang dapat menciptakan keunggulan kompetitif seperti ketepatan ketersediaan barang dan pengiriman barang yang tepat. Saling ketergantungan antara *partner* dalam jaringan *Supply Chain* yang dapat menguatkan *Delevery product* dan jasa dari hulu ke hilir.

3. Kinerja Perusahaan

Kinerja organisasi mengacu pada seberapa baik organisasi mencapai tujuanyang berorientasi dan tujuan keungannya Ibrahim Karimi Rafiee (2014). Menurut Suhong li, Bhanubragu-nathan, T.S Ragu-Nathan, S. Subba Rao (2006). Kinerja perusahaan bisa diukur dari indikator :

a. Kinerja Operasional

Menurut (Carton,2004) kinerja non-keungan yang di kenal dengan Kinerja Operasional adalah yangmana aspek-aspeknya dapat mengukur Kinerja kita informasi yang disajikan tergantung pada peluang yang sudah ada, tetapi belum terealisasi secara keuangan.

b. Kinerja Keuangan

Kinerja biasanya dinilai menggunakan pengukuran yang berbasis akuntansnsi atau data keuangan (Regina dan Devi,2013).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong dalam penelitian survey yang menggnakan kuesioner untuk berkomunikasi dengan responden. Populasi penelitian ini adalah seluruh penanggung jawab dan manajer pada UKM Kerajinan Tenun di Desa Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman Yogyakarta. Instrumen pada penelitian ini yang berupa angket baku, dimana terdapt terdapat tiga variabel yaitu *Supply Chain Managemen*, Keunggulan bersaing dan Kinerja Perusahaan. Angket yang diberikankan dengan jumlah 33 prtanyaan. 13 pertanyaan tentang *Supply Chain Managemen*, 10 pertanyaan tentang Keunggulan Bersaing dan 10 pertanyaan tentang Kinerja Perusahaan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Pengujian instrument dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

Pada penelitian ini Populasinya adalah seluruh UKM Kerajinan Tenun di Desa Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman Yogyakarta. Dengan jumlah total 160. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh penanggung jawab dan manajer pada UKM Kerajinan Tenun di Desa Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman Yogyakarta. Untuk mewakili seluruh seluruh populasi dengan keterbatasan waktu penulis maka peneliti mengambil sampel dari keseluruhan populasi dengan menggunakan teknik *convience sampling* dari pengambilan sampel *non-probability sampling*. Menurut Sekaran (2006), pengambilan sampel yang mudah atau *convience sampling* merupakan pengumpulan informasi dari anggota populasi yang dengan senang hati bersedia memberikannya. Karena tidak ada kriteria khusus dalam pengambilan sampel atau dengan kata lain semua layak dijadikan sampel penelitian. Penyebaran kuisisioner dilakukan sebanyak 114 kuisisioner.

3. HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya memiliki nilai p -value $< 0,05$. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan butir dinyatakan valid, dan seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian tersebut dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan ringkasan hasil pengujian reliabilitas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* seluruh variabel lebih besar dari 0,6, maka seluruh butir pertanyaan dalam variabel penelitian tersebut adalah handal, dan seluruh butir pertanyaan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Dalam pengujian model regresi, uji asumsi klasik perlu dilakukan dalam penelitian untuk menguji apakah model regresi tersebut baik atau tidak. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linieritas.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data-data yang digunakan dalam analisis regresi ini telah berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1

Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		114
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.30593197
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.897

Asymp. Sig. (2-tailed)	.396
------------------------	------

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2019

Hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa residual hasil analisis regresi memiliki probabilitas sebesar $0,396 > 0,05$. Dengan demikian data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas suatu model dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1, maka model regrasi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2
Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	SCM (X)	.781	1.280
	Keunggulan Kompetitif (Z)	.781	1.280

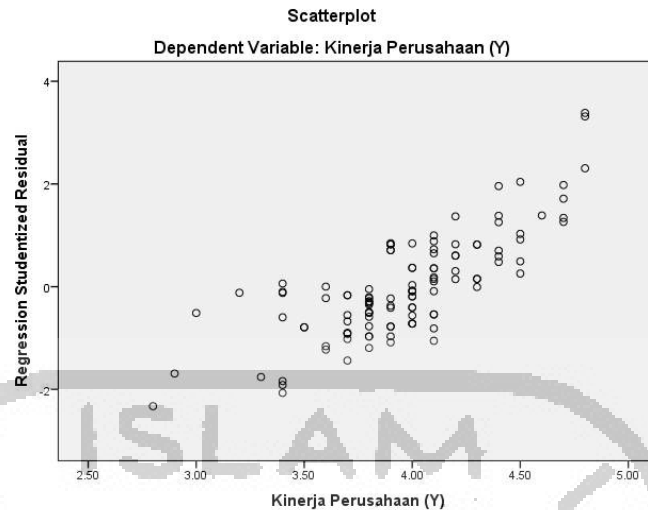
Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa seluruh variabel *independent* yang terdiri dari *Supply Chain Management* dan Keunggulan bersaing memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1.

Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikonieritas

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap heteroskedastisitas dilakukan dengan *scatterplot* yaitu dengan melihat sebaran residual untuk setiap pengamatan terhadap nilai prediksi Y. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada lampiran dan salah satunya ditunjukkan pada gambar 4.1 berikut



Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas terlihat data residual pada model regresi, data menyebar baik diatas maupun dibawan titik 0 dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

Hasil Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda untuk *Supplay Chain Management*(X) dan keunggulan bersaing(Z) terhadap Kinerja Perusahaan(Y) mempunyai formula : $Y = B_0 + B_1X + B_2Z + e_1$

Hasil analisis regresi linier berganda dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.3

Estimasi Regresi Linear Berganda

Variabel Penelitian	b	Beta	T	Sig
(Constant)	1.278		3.919	0.000
SCM (X)	0.445	0.450	5.332	0.000
Keunggulan Kompetitif (Z)	0.242	0.265	3.141	0.002
R^2	0.384			
F	34.532		Sig.F	0.000

Sumber : Data primer Diolah, 2019

Pada Tabel 4.3 di atas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program komputer didapat hasil yaitu : $Y = 1,278 + 0,450 X + 0,265 Z$

$$e1 = \text{Standar error } (\sqrt{1 - R^2}) = \sqrt{(1 - 0,384)} = 0,785$$

Uji F

Analisis dari hasil uji F (uji serentak) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan bahwa variabel-variabel *Supply Chain Management* dan Keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman.

Hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 34,532 dan **p value** sebesar 0,000, sehingga $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel *Supply Chain Management* dan Keunggulan bersaing pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman secara signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

Uji T

Uji T dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel terikatnya atau dependen. Dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan tingkat signifikansi 5%.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *Supply Chain Management* (X) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 5,332 dan p value sebesar 0,000 yang berarti $0,000 < 0,05$ artinya ada pengaruh variabel *Supply Chain Management* secara signifikan terhadap Kinerja Perusahaan pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman. Tabel 4.3 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Keunggulan bersaing (X) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 3,141 dan p value sebesar 0,002 yang berarti $0,002 < 0,05$, artinya ada pengaruh variabel Keunggulan bersaing secara signifikan terhadap Kinerja Perusahaan pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman.

Interpretasi Persamaan Regresi

Setelah dilakukan pengujian model regresi dengan uji F yang hasilnya signifikan dan dilakukan pengujian untuk masing – masing variabel dengan uji t,

yang semuanya signifikan, maka hasil analisis tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut ;

a = konstanta adalah sebesar 1,278, artinya jika tidak ada perubahan variabel manajemen rantai pasokan dan Keunggulan bersaing maka besarnya Kinerja Perusahaan akan sebesar 1,278 satuan.

b1 = Variabel *Supply Chain Management* (X) mempengaruhi Kinerja Perusahaan dengan koefisien BETA positif sebesar 0,450. Adanya pengaruh positif sebesar 0,450 ini menunjukkan bahwa jika meningkat satu-satuan manajemen rantai pasokan pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman maka variabel kinerja meningkat sebesar 0,450.

b2 = Variabel Keunggulan bersaing (Z) mempengaruhi Kinerja Perusahaan dengan koefisien BETA yang positif sebesar 0,265. Adanya pengaruh positif sebesar 0,265 ini menunjukkan bahwa jika meningkat satu-satuan Keunggulan bersaing pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman maka variabel Kinerja akan meningkat sebesar 0,265.

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (*R square*) pengaruh *Supply Chain Management* dan keunggulan bersaing terhadap Kinerja Perusahaan adalah sebesar 0,384. Hasil ini dapat diartikan bahwa Kinerja Perusahaan dapat dijelaskan sebesar 38,4% oleh variabel manajemen rantai pasokan dan Keunggulan bersaing serta sisanya sebesar 61,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

Hasil Regresi Linear Sederhana

Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing

Model regresi linear sederhana untuk *Supply Chain Management* (X) terhadap Keunggulan Bersaing (Z) mempunyai formula : $Z = B_0 + B_1X + e_2$

Hasil analisis regresi linier sederhana dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4

Estimasi Regresi Linear Sederhana

Variabel Penelitian	B	Beta	T	sig
(Constant)	1.946		5.478	0.000
SCM (X)	0.507	0.468	5.601	0.000
R ²	0.219			

Dep. Var: Keunggulan Bersaing

Sumber : Data primer Diolah, 2019

Pada Tabel 4.12 di atas perhitungan regresi linear sederhana dengan menggunakan program komputer didapat hasil : $Z = 1,946 + 0,468X$

$$e1 = \text{Standar error } (\sqrt{1 - R^2}) = \sqrt{(1 - 0,219)} = 0,884$$

Uji T

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *Supply Chain Management* (X) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 5,601 dan p value sebesar 0,000 yang berarti $0,000 < 0,05$ artinya ada pengaruh variabel *Supply Chain Management* secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan : ***Supply Chain Management* berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing, dapat didukung.**

Interpretasi Persamaan Regresi

a = konstanta adalah sebesar 1,946, artinya jika tidak ada perubahan variabel manajemen rantai pasokan maka besarnya Keunggulan bersaing akan sebesar 1,946 satuan.

B = Variabel *Supply Chain Management* (X) mempengaruhi Keunggulan Bersaing dengan koefisien BETA positif sebesar 0,468. Adanya pengaruh positif sebesar 0,468 ini menunjukkan bahwa jika meningkat satu-satuan manajemen rantai pasokan pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman maka variabel Keunggulan bersaing meningkat sebesar 0,468.

Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi (*R square*) pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 0,219. Hasil ini dapat diartikan bahwa Keunggulan Bersaing dapat dijelaskan sebesar 21,9% oleh

variabel *Supply Chain Management* dan sisanya sebesar 78,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan

Model regresi linear sederhana untuk Keunggulan bersaing (Z) terhadap Kinerja Perusahaan (Y) mempunyai formula : $Y = B_0 + B_4Z + e_3$

Hasil analisis regresi linier sederhana dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Estimasi Regresi Linear Sederhana

Variabel Penelitian	B	Beta	T	sig
(Constant)	2.262		7.541	0.000
KEUNGGULAN BERSAING (Z)	0.434	0.475	5.714	0.000
R ²	0.226			

Dep. Var: Keunggulan Bersaing

Sumber : Data primer Diolah, 2019

Pada Tabel 4.5 di atas perhitungan regresi linear sederhana dengan menggunakan program komputer didapat hasil : $Y = 2,262 + 0,475Z$

$$e_1 = \text{Standar error } (\sqrt{1 - R^2}) = \sqrt{(1 - 0,226)} = 0,880$$

Uji T

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing (Z) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 5,714 dan p value sebesar 0,000 yang berarti $0,000 < 0,05$ artinya ada pengaruh variabel Keunggulan Bersaing secara signifikan terhadap kinerja perusahaan pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan : **Keunggulan Bersaing berpengaruh terhadap kinerja perusahaan , dapat didukung.**

Interpretasi Persamaan Regresi

a = konstanta adalah sebesar 2,262, artinya jika tidak ada perubahan variabel Keunggulan Bersaing maka besarnya kinerja perusahaan akan sebesar 2,262 satuan.

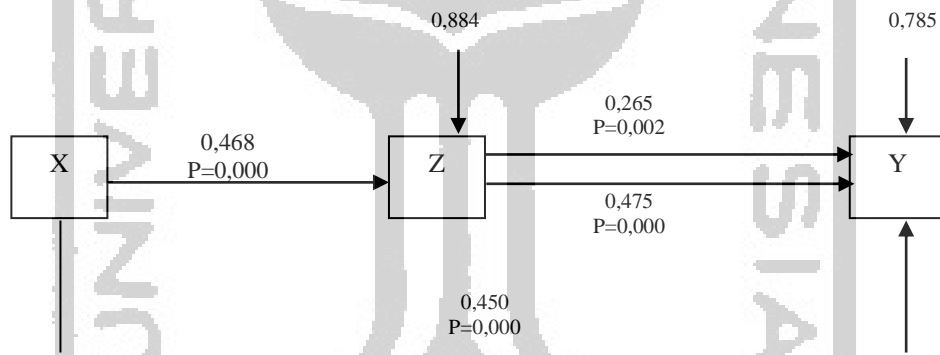
B = Variabel Keunggulan Bersaing (Z) mempengaruhi kinerja perusahaan dengan koefisien BETA positif sebesar 0,475. Adanya pengaruh positif sebesar 0,475 ini menunjukkan bahwa jika meningkat satu-satuan Keunggulan Bersaing pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman maka variabel kinerja meningkat sebesar 0,475.

Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi (*R square*) pengaruh Keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan sebesar 0,262. Hasil ini dapat diartikan bahwa kinerja perusahaan dapat dijelaskan sebesar 22,6% oleh variabel Keunggulan bersaing dan sisanya sebesar 71,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

Model Diagram Jalur

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda dan analisis regresi linier sederhana maka dapat digambarkan diagram jalur sebagai berikut:



Gambar 4.2. Diagram Jalur Model Penelitian

Dari hasil analisis jalur dapat ditentukan besarnya pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung sebagai berikut :

- a) Pengaruh langsung X ke Z = 0,468
- b) Pengaruh langsung Z ke Y = 0,265
- c) Pengaruh tidak langsung X ke Z ke Y = $0,468 \times 0,265 = 0,124$
- d) Pengaruh langsung X ke Y = 0,450
- e) Pengaruh Total = $0,450 + 0,124 = 0,574$

Berdasarkan gambar diagram jalur dapat diketahui bahwa pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing secara signifikan

terbukti. Hal ini dibuktikan dengan koefisien jalur (Beta) sebesar 0,468 dan $\text{sig}=0,000<0,05$. Begitu juga dengan pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan terbukti signifikan, dengan koefisien jalur (beta) sebesar 0,265 dan $\text{sig}=0,002<0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa Keunggulan bersaing berpengaruh secara tidak langsung terhadap Kinerja Perusahaan dengan koefisien jalur tidak langsung sebesar 0,124. Hasil uji sobel test menunjukkan bahwa Z hitung sebesar 2,8699 dan sig sebesar $0,0041<0,05$, maka peran keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi atas pengaruh *Supply Chain Management* terhadap kinerja perusahaan pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman terbukti secara signifikan.

Berdasarkan analisis jalur diatas maka hipotesis ketiga yang menyatakan “**Supply Chain Management berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi**” **didukung.**

4. PEMBAHASAN

Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti semakin baik manajemen rantai pasokan maka keunggulan bersaing semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Suhong Li *et.al.*, (2006), Suharto dan Devie (2013), Anatan (2010), dan penelitian Pratama (2015) menemukan bahwa *Supply Chain Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan

Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan. Hal ini berarti semakin baik keunggulan bersaing maka kinerja perusahaan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Suhong Li *et.al.*, (2006), Suharto dan Devie (2013) dan Pratama (2015) yang menemukan bahwa

keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Pengaruh keunggulan bersaing Dalam Memediasi Hubungan *Supply Chain Management* Terhadap kinerja perusahaan

Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan keunggulan bersaing dalam memediasi pengaruh Praktek *Supply chain* terhadap Kinerja Perusahaan. Hal ini berarti semakin baik keunggulan bersaing telah mampu memediasi hubungan antara *Supply Chain Management* terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Suhong Li *et.al.*, (2006) menemukan bahwa keunggulan bersaing merupakan mediator yang signifikan atas hubungan SCM dengan kinerja perusahaan.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Supplay Chain Management mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti semakin baik variabel *Supplay Chain Management* maka semakin baik pula keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini berarti semakin tinggi keunggulan bersaing yang dilakukan perusahaan akan dapat meningkatkan Kinerja perusahaan. *Supplay Chain Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi pada UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman Yogyakarta.

Saran

Meningkatkan praktek *Supply Chain Management* di UKM Tenun Di Desa Gamplong, Sumber Rahayu Moyudan Sleman, terutama pada indikator customer relationship yaitu usaha kami selalu menginformasikan isu-isu yang dapat mempengaruhi bisnis kami. Peningkatan hubungan dengan seluruh konsumen perlu ditingkatkan sehingga informasi yang dimiliki UKM tentang produk-produk barunya akan lebih cepat direspon oleh konsumen, sehingga diharapkan akan meningkatkan penjualan produknya, misalnya melalui media sosial yang saat ini merupakan infrastruktur pemasaran yang paling efektif.

Meningkatkan Keunggulan bersaing terutama pada indikator harga yaitu Usaha kami menawarkan harga yang sama rendahnya atau lebih rendah dibanding pesaing. Banyak pesaing dalam industri tenun yang menawarkan harga lebih rendah, karena diproduksi secara lebih modern misalnya dari produk-produk china yang memberikan persaingan cukup ketat. Tanpa harus mengurangi harga produk, namun mempertahankan kualitas produk sebagai produk tradisional yang memiliki ciri dan keunikan tertentu diharapkan akan memberikan daya tarik bagi konsumen sehingga akan dapat meningkatkan penjualannya.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, Teresa, M dkk., 1996, "Assesing The Work Environment for Creativity", *Academy of Management Journal*, 39(5) : 1554-1184
- Anatan, Lina. (2010). "Pengaruh Implementasi Praktik-praktik Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja Rantai Pasok dan Keunggulan Kompetitif". Universitas Kristen Maranata Bandung. *Karisma* Vol. 4(2): 106-117.
- Carton, Robert B. (2004). *Measuring Organizational Peformance : An Explaratory Study*. A Dissertation Submitted to the Graduate Faculty of The University of Georgia in Partial.
- Ghozali Imam, (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, BP Undip Semarang
- Ghozali, imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro

- Heizer, Jay dan Barry Render. (2015). Operation Management. Edisi 11. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Jahanshahi, A. A., Rezaie, M., Nawaser, K., Ranjbar, V., & Pitamber, B. K. (2012, June 6). Analyzing the Effect of Electronic Commerce on Organizational Performance : Evidence from Small and Medium Enterprises. *African Journal of Business Management*, 6(15), 6486- 6496.
- Kasiram. Moh. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif – kuantitatif. Malang : UIN Maliki Press
- Kehoe, J. 1995. *Basic item analysis for multiple-choice tests*. ERIC/AE Digest. www.eric.ed.gov
- Kotler, Philips dan Gary Armstrong. (2003). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi ke-9. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Lambert, D.M., Cooper, M.C.,Janus D. Pagh, J.D. (1998) , “Supply Chain Management: Implementation Issues and Research Opportunities”, *The International Journal of Logistics Management*, Vol. 9, No.2 (1998), p. 1
- Lambert, D. M. dan Cooper, M. C. 2000. Issues in Supply Chain Management. *Journal Industrial Marketing Management* Vol 29 page 65-83. Dalam Daniel Dumke. 2014. Supply Chain Risk Management. Diakses pada <http://scrmblog.com/review/issues-in-supply-chain-management> tanggal 29 September 2018
- Li,S. Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan T.S. & Subba Rao, S. (2006). “*The Impact Of SCM Practices On Competitive Advantage and Organizational Performance*,” Omega.
- Maddeppungeng, Andi. (2017). ”Pengaruh Manajemen Rantai Pasok (MRP) pada Daya Saing dan Kinerja Perusahaan Jasa Kontruksi di DKI-Jakarta”. *Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Jurnal Konstruksia*, Vol 9 no 2.
- Mentzer et al. 2001. “Defining Supply Cahin Management.” *Journal of Business Logistics*, Vol. 22, No. 2.
- Porter, Michael E., (1993) *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, Erlangga, Jakarta.
- Pramana, Yongki Kristianto. (2015). ”Analisa Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan

Manufaktur di Jawa Timur. Manajemen/Fakultas Bisnis dan Ekonomika.
Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 4 No.2.

Sekaran, Uma. (2006). Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Jilid 1, Edisi 4,
Jakarta, Salemba Empat.

Sekaran, Uma. 2011. Metode Penelitian untuk Binsis. Jakarta : Salemba Empat.

Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:
Afabeta

Suharto, R. dan Devie, 2013, Analisa Pengaruh SCM Terhadap Keunggulan
Bersaing dan Kinerja Perusahaan, *Business Accounting Review*, Vol.1,
No.2.

Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.
(Bandung: ALFABETA)

Stevenson , William J. dan Sum Chee Choung (2014). Manajemen Operasi
Prespektif ASIA. Edisi 9, Buku 2 Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Storer M. , Hyland P. , Ferrer M. , Santa R., Griffiths A. (2014), “*Strategic supply
chain management factors influencing agribusiness innovation
utilization*”, *The International Journal of Logistics Management* Vol. 25
No. 3, 2014 pp. 487-521.

Yamit, Zulian. 2011. Manajemen Produksi & Operasi (Edisi Pertama).
Yogyakarta: Ekonisia

Zokaei K. , Hines P. (2007), “Achieving consumer focus in supply chains”,
International Journal of Physical Distribution & Logistics Management
Vol. 37 No. 3, 2007 pp. 223-247.