

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap *Supply Chain Responsiveness*

Hasil pengujian hipotesis pertama dapat diketahui p-value *Supply Chain Management* terhadap *Supply Chain Responsiveness* sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti *Supply Chain Management (SCM)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap respon rantai pasokan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan “Terdapat pengaruh positif *Supply Chain Management* terhadap *Supply Chain Responsiveness*” **diterima.**

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *Supply Chain Management* maka semakin tinggi *Supply Chain Responsiveness* pada UKM di Yogyakarta. Sehingga untuk meningkatkan *Supply Chain Responsiveness* maka UKM dapat meningkatkan indikator *plan, source, make, dan delivery*. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan sebelumnya oleh Thatte et al. (2013) dan Adriansyah (2016) yang menunjukkan bahwa *Supply Chain Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Supply Chain Responsiveness*. Menurut Gupta & Goyal (1989) menjadi responsif biasanya dianggap sebagai respon adaptif terhadap ketidakpastian lingkungan. Bowersox & Closs (1996) menganjurkan kebutuhan organisasi untuk menjadi responsif ketika hukuman terkait dengan ketidakpastian yang tinggi. Hukuman ini untuk suatu organisasi dapat mencakup biaya kehabisan stok atau membawa persediaan yang salah dan dapat dikurangi melalui sistem responsif, dengan mengadopsi praktek SCM yang efektif.

5.2 Pengaruh *Supply Chain Responsiveness* terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil pengujian hipotesis kedua dapat diketahui p-value *Supply Chain Responsiveness* terhadap keunggulan bersaing sebesar ($0.606 < 0,05$). Hal ini berarti *Supply Chain Responsiveness* berpengaruh secara langsung dan signifikan positif terhadap keunggulan bersaing pada UKM di Yogyakarta. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif *Supply Chain Responsiveness* terhadap Keunggulan Bersaing” **tidak diterima**. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ortiz & Gomez (2017) yang menemukan bahwa *Supply Chain Responsiveness* tidak berpengaruh pada Keunggulan Bersaing

5.3 Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis ketiga dapat diketahui p-value keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan sebesar ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada UKM di Yogyakarta. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan” **diterima**.

Hal ini berarti semakin baik keunggulan bersaing maka kinerja perusahaan semakin meningkat. Sehingga untuk meningkatkan Kinerja Perusahaan maka UKM dapat meningkatkan indikator harga, kualitas, *delivery dependability*, inovasi produk, dan *Time to Market*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suhong Li et al. (2006), Suharto dan Devie (2013) yang menemukan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif memiliki makna perusahaan memiliki kapabilitas dan dapat bersaing pada satu atau lebih kapabilitas berikut dibandingkan pesaingnya yaitu: harga lebih rendah, kualitas lebih tinggi, waktu pengiriman lebih cepat. Kapabilitas-kapabilitas tersebut akan meningkatkan kinerja perusahaan secara menyeluruh (Min & Mentzer, 2000). Keunggulan kompetitif akan membawa pada peningkatan kinerja perusahaan secara menyeluruh dan kinerja rantai pasokan. Dengan perkataan lain, keunggulan kompetitif akan membawa dampak pada peningkatan kinerja perusahaan, kepuasan konsumen, loyalitas

konsumen, dan efektivitas hubungan antar perusahaan dalam rantai pasokan khususnya terkait dengan reliabilitas, responsiveness, fleksibilitas, biaya, dan aset (Anatan, 2010). Perusahaan yang mampu menawarkan barang dengan harga lebih rendah dan kualitas lebih tinggi akan mampu meningkatkan penjualan, sehingga profit margin dan *return on investment* dapat ditingkatkan pula. Perusahaan dengan inovasi produk dan waktu pengiriman yang cepat dapat meningkatkan pangsa pasar dan penjualan yang memiliki makna bahwa perusahaan memiliki tingkat responsif, fleksibilitas, dan reliabilitas yang tinggi sehingga kemampuan untuk meningkatkan aset perusahaan lebih tinggi (Anatan, 2010).

5.4 Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil pengujian hipotesis keempat dapat diketahui p-value *Supply Chain Management* (SCM) terhadap keunggulan bersaing sebesar ($0.002 < 0.05$). Hal ini berarti *Supply Chain Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM di Yogyakarta. Dengan demikian hipotesis keempat dalam penelitian ini yang menyatakan “Terdapat pengaruh positif *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing” dapat diterima.

Hal ini berarti semakin baik manajemen rantai pasokan maka keunggulan bersaing semakin meningkat. Sehingga untuk meningkatkan keunggulan bersaing maka UKM dapat meningkatkan indikator *plan*, *source*, *make*, dan *delivery*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suhong Li et al. (2006), Suharto dan Devie (2013) yang menemukan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *Supply Chain Management* terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan manufaktur di Surabaya. *Supply Chain Management* adalah seperangkat pendekatan untuk mengefisienkan integrasi supplier, manufaktur, gudang dan penyimpanan, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat, untuk meminimasi biaya dan memberikan kepuasan layanan terhadap konsumen. Tujuan yang dicapai dari *Supply Chain* adalah untuk memaksimalkan nilai yang dihasilkan secara keseluruhan. *Supply Chain* yang terintegrasi akan meningkatkan keseluruhan nilai yang dihasilkan oleh *Supply Chain* tersebut sehingga mampu bersaing di pasar.

5.5 Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis kelima dapat diketahui p-value *Supply Chain Management* terhadap Kinerja perusahaan sebesar ($0.004 < 0.05$). Hal ini berarti *Supply Chain Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada UKM di Yogyakarta. Dengan demikian hipotesis kelima yang menyatakan “Terdapat pengaruh positif *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan” **diterima**.

Hal ini berarti semakin baik manajemen rantai pasokan maka kinerja perusahaan semakin meningkat. Sehingga untuk meningkatkan kinerja perusahaan maka UKM dapat meningkatkan indikator *plan*, *source*, *make*, dan *delivery*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Suhong Li et al. (2006), Thatte et al. (2013), dan Adriansyah(2016) yang menemukan bahwa *Supply Chain Management* berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan. *Supply Chain Management* adalah seperangkat pendekatan untuk mengefisienkan integrasi supplier, manufaktur, gudang dan penyimpanan, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat, untuk meminimasi biaya dan memberikan kepuasan layanan terhadap konsumen. Untuk meningkatkan distribusi barang dan jasa, berbagi informasi serta finansial dari hulu ke hilir, maka diperlukan pengelolaan secara komprehensif. Penerapan manajemen rantai pasokan untuk penyediaan barang dan jasa inilah yang sangat diperlukan dalam rangka meningkatkan daya saing yang baik serta memberikan dampak pada kinerja perusahaan yang maksimal.