

**PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* DAN KEUNGGULAN  
BERSAING TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN**

**JURNAL**



Oleh:

Nama : Nila Anggini  
Nomor Mahasiswa : 14311328  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* DAN KEUNGGULAN BERSAING  
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN**

Nama : Nila Anggini  
Nomor Mahasiswa : 14311328  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasi

Yogyakarta, 15 Februari 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Nursya'bani Purnama S.E., M.Si.

# PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

Nila Anggini<sup>1</sup>, Nursya'bani Purnama<sup>2</sup>

[1nilaanggini66@gmail.com](mailto:nilaanggini66@gmail.com), [2nursyabanipurnama@yahoo.co.id](mailto:nursyabanipurnama@yahoo.co.id)

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Indonesia

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Supply Chain Management* dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan. Hipotesis penelitian ini *supply chain management* dan keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Subyek dalam penelitian ini berjumlah 30 dari industri *furniture* yang ada di Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey dengan pengambilan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada para industri *furniture*. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 16.0. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis mayor berpengaruh signifikan *Supply Chain Management* dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan. Namun pada kedua hipotesis minor menunjukkan bahwa keduanya ditolak.

Kata Kunci : *Supply Chain Management*, Keunggulan Bersaing, Kinerja Perusahaan

## ABSTRACT

*This research aims to know the influence of Supply Chain Management and competitive advantage on performance of the company. The hypothesis of this research supply chain management and the competitive advantage of significant effect on performance of the company. The subjects in this study amounted to 30 of furniture industry in Yogyakarta. This type of research is a research survey with data retrieval using a questionnaire which was distributed to the furniture industry. Testing instrument using the test validity and reliability test by using SPSS 16.0. Methods of data analysis using multiple linear regression. Research results show that the hypothesis of major influential Supply Chain Management and significant competitive advantage against the performance of the company. However, in the second minor hypothesis indicates that both declined.*

*Keywords: Supply Chain Management, Competitive Advantage, and Company Performance*

## 1. PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini berkembang dengan sangat pesat. Pada dunia usaha hal seperti ini menjadi tantangan agar perusahaan terus memacu usahanya agar selalu meningkatkan hasil produksi dan mencapai penjualan yang tinggi. Perusahaan dituntut untuk mengikuti perkembangan dengan selalu melakukan inovasi, efisiensi, dan pelayanan yang cepat supaya tetap unggul dipasar. Dalam menghadapi kondisi seperti ini perusahaan membutuhkan keunggulan strategi untuk bersaing agar tetap dapat bertahan. Menurut Porter (1993) Dengan adanya strategi keunggulan bersaing didalam perusahaan, diharapkan organisasi dapat mempertahankan posisi bersaingnya terhadap kompetitor.

Keunggulan bersaing pada dasarnya berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh organisasi kepada pembelinya yang melebihi biaya organisasi dalam menciptakannya. Nilai merupakan sesuatu yang pembeli bersedia membayar dan nilai yang unggul berasal dari tawaran harga yang lebih rendah dari pada yang ditawarkan pesaing dengan manfaat yang sepadan atau membarikan manfaat unik yang lebih daripada sekedar mengimbangi harga yang lebih tinggi (Porter, 1993). Menurut Ferdinand (2003) 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 yang relative tinggi.

Kinerja perusahaan merupakan tingkat pencapaian perusahaan dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas yang menjadi tanggung jawabnya dalam mengoptimalkan pencapaian visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan yang dapat dinilai dengan cara membandingkan pencapaian dengan target atau dengan kinerja beberapa perusahaan di industri yang sama. (Regina dan Devie, 2013) Agar suatu perusahaan dapat bersaing dan memiliki kinerja perusahaan yang baik maka dapat didukung dengan *Supply Chain Management*. (William J. Stevenson, 2014) *Supply Chain Management* adalah koordinasi strategis terhadap fungsi-fungsi bisnis dalam sebuah organisasi bisnis dan disepanjang rantai pasokannya dengan tujuan untuk mengintegrasikan manajemen pasokan dan permintaan. Menurut Jay Heizer dan Barry Render (2015) *Supply Chain Management* menggambarkan koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Tujuan dari *Supply Chain Management* adalah untuk mengkoordinasi kegiatan dalam rantai pasokan untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif dan manfaat dari rantai pasokan bagi konsumen akhir.

Penelitian *Supply Chain Management* yang dilakukan Suhong Li et al (2006), Rajwinder Singh et al (2010), Lisda Rahmasari (2011) Regina Suharto dan devie (2013), dan Bambang Munas Dwiyanto dkk (2013) menguji hubungan antara praktek *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan yang menghasilkan bahwa praktek *Supply Chain Management* berpengaruh positif terhadap peningkatan Keunggulan Bersaing dan meningkatkan Kinerja Perusahaan.

Perusahaan industri di Yogyakarta memberikan kontribusi yang baik dalam perdagangan. Salah satu industri yang ada di Yogyakarta adalah industri *Furniture*. *Supply Chain Management* diperlukan dalam industri ini karena bertujuan agar

perusahaan tetap dapat bersaing dengan keunggulan yang kompetitif. Persaingan harus selalu diperhatikan oleh perusahaan, sehingga perusahaan harus memiliki strategi untuk memenangkan persaingan pasar. Agar perusahaan dapat bertahan dan mampu bersaing serta memiliki kinerja perusahaan yang baik, maka bisa di dukung dengan penggunaan *Supply Chain Management* dalam perusahaan.

Dari latar belakang ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan judul “ **Pengaruh *Supply Chain Management* dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri *Furniture* di Yogyakarta)**”.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Supply Chain Management

(David Simchi Levi et al, 2000) *Supply Chain Management* merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mengefisiensikan integrasi pemasok, manufaktur, distributor, retailer, dan customer, sehingga barang yang diproduksi dalam jumlah yang tepat, waktu yang tepat, dan lokasi yang tepat untuk meminimumkan biaya dan memberikan kepuasan pada konsumen. *Supply chain management* adalah koordinasi strategis terhadap fungsi-fungsi bisnis dalam sebuah organisasi bisnis dan disepanjang rantai pasokannya dengan tujuan untuk mengintegrasikan manajemen pasokan dan permintaan (William J. Stevenson, 2014).

Jay Heizer dan Barry Render (2005) Manajemen rantai pasokan adalah pengintegrasian aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dari produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan. Seluruh aktivitas ini mencakup aktivitas pembelian, dan *outsourcing*, ditambah fungsi lain yang penting bagi hubungan antara pemasok dengan distributor. Tujuan dari manajemen rantai pasokan adalah untuk mengkoordinasi kegiatan dalam rantai pasokan untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif dan manfaat dari rantai pasokan bagi konsumen akhir (Jay Heizer dan Barry Render, 2015).

Suhong Li et al (2006) Indikator keberhasilan *Supply Chain Management* dapat dilihat dari:

#### a. *Strategic supplier partnership*

Kemitraan strategis dengan pemasok memungkinkan organisasi untuk bekerja lebih efektif dengan beberapa pemasok penting yang bersedia untuk berbagi tanggung jawab untuk keberhasilan produk. Kemitraan pemasok yang efektif dapat menjadi komponen penting dari rantai pasokan terdepan.

#### b. *Customer relationship*

Seluruh praktek yang digunakan untuk mengelola keluhan pelanggan, membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan. Hubungan yang baik diperlukan untuk keberhasilan pelaksanaan program *supply chain management* dengan mempertahankan loyalitas pelanggan, membedakan produk dari pesaing dan memperluas nilai pada pelanggan.

c. *Information Sharing*

Regina Suharto dan Devie (2013) Berbagi informasi antar mitra usaha dapat berupa taktik strategi, kondisi pasar secara umum, dan informasi mengenai pelanggan. Dengan saling melakukan pertukaran informasi antar anggota dalam *supply chain* maka informasi tersebut dapat digunakan sebagai sumber keunggulan bersaing.

## 2.2 Keunggulan Bersaing

Suhong Li et al (2006) Keunggulan kompetitif adalah sejauh mana suatu organisasi mampu menciptakan posisi mempertahankan dari pesaingnya. Ini terjadi dari kemampuan yang memungkinkan suatu organisasi untuk membedakan dirinya dari pesaingnya dan merupakan hasil dari keputusan kritis manajemen. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Manfaat inilah yang bersedia dibayar oleh pembeli dari nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat yang setara (Porter, 1993).

Suhong Li et al (2006) Indikator keberhasilan keunggulan bersaing dapat dilihat dari:

a. Harga

Philip Kotler et al (2008) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan *positioning* nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Harga bukan hanya angka-angka dilabel, tetapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi.

b. Kualitas

Regina dan Devie (2013) kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing sebuah produk. Kualitas merupakan suatu istilah relatif yang sangat tergantung pada situasi. Produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mempunyai kecocokan penggunaan bagi dirinya sendiri (Zulian Yamit, 2011).

c. Inovasi Produk

Menurut Amabile (1996) dalam Regina dan Devie (2013) inovasi adalah konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk atau proses yang baru. Inovasi merupakan hasil dari gagasan kreatif yang dimiliki perusahaan. Sehingga perusahaan diharapkan dapat membentuk pemikiran-pemikiran baru dalam menghadapi pesaing maupun pelanggan dengan berbagai macam permintaan yang ada.

d. *Time to market*

(Regina dan Devie 2013) pada saat perusahaan mampu meluncurkan produk barunya lebih cepat dibandingkan dengan pesaing, maka hal ini memungkinkan organisasi mampu merebut pangsa pasar terlebih dahulu bahkan mampu memimpin pasar dan akan menghasilkan laba yang lebih tinggi.

e. *Delivery dependability*

Saling ketergantungan antara *partner* dalam jaringan *supply chain* akan menguatkan *delivery product* dan jasa dari hulu ke hilir. *Delivery Dependability* juga akan menciptakan hubungan jangka panjang yang saling membutuhkan. Sehingga ketersediaan produk dan ketepatan waktu pengiriman akan dapat tercapai.

### 2.3 Kinerja Perusahaan

(Lisda, 2011) Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empiric suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Kinerja usaha mengacu pada seberapa baik suatu perusahaan berorientasi pada pasar serta tujuan *finansialnya*. Kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi dalam upaya mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi tersebut (Bastian, 2001).

Suhong Li et al (2006) Indikator keberhasilan keunggulan bersaing dapat dilihat dari:

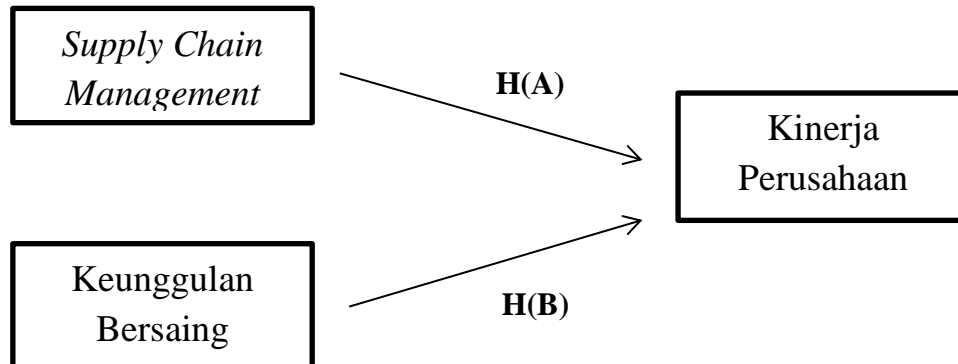
a. Kinerja Organisasi

Kinerja non-keuangan ini juga dikenal sebagai kinerja operasional dimana aspek-aspeknya mampu mengukur kinerja ketika informasi yang tersedia terkait dengan peluang yang sudah ada, namun belum terealisasi secara keuangan (Carton, 2004).

b. Kinerja Keuangan

Kinerja biasanya dinilai menggunakan pengukuran berbasis data akuntansi atau data keuangan. Data dari tahun-tahun sebelumnya sangat sedikit dapat menunjukkan potensi masa depan dari sebuah perusahaan ( Hesti, 2016).

## 2.4 Kerangka Penelitian



## 2.5 Hipotesis Penelitian

- Mayor : Ada Hubungan positif *Supply Chain Management* dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan.
- Minor (A) : Ada Hubungan positif *Supply Chain Manageme* terhadap Kinerja Perusahaan.
- Minor (B) : Ada Hubungan positif Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan.

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini tergolong dalam penelitian survey yang menggunakan kuesioner untuk berkomunikasi dengan responden. Populasi penelitian ini adalah semua manajer atau pemilik usaha *furniture* di Yogyakarta. Metode penarikan sampel menggunakan *purposive sampling* yang diambil sebanyak 30 manajer atau pemilik usaha *furniture* di Yogyakarta yang memiliki pengalaman atau sudah berdiri minimal 2 tahun produksi. Instrumen pada penelitian ini berupa angket baku, dimana terdapat tiga variabel yaitu *supply chain managemen* keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Pengujian instrument dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

### Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah regresi linier berganda yang berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu juga digunakan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan linieritas.



#### 4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji asumsi klasik pada uji normalitas adalah data yang digunakan berdistribusi dengan normal. Hasil uji multikolinearitas dengan nilai Centered VIF ditemukan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas. Uji atokorelasi menunjukkan bahwa data yang digunakan tidak mengalami masalah autokorelasi. Selanjutnya, uji heteroskedastisitas menunjukkan hasil dimana tidak ditemukan masalah heterokedastisitas pada data yang digunakan. Dan uji linieritas yang dilakukan data dinyatakan linier.

**Tabel 4.1** Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.667	.700		2.383	.024		
SC	.191	.259	.177	.739	.466	.434	2.302
KB	.355	.198	.429	1.796	.084	.434	2.302

a. Dependent Variable: KP

Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa hipotesis minor (A) yaitu ada hubungan positif *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan dinyatakan **ditolak** karena hipotesis tersebut memiliki p-value sebesar 0.466, dengan nilai Beta sebesar 0.177. Hipotesis minor (B) yaitu ada hubungan positif keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan juga dinyatakan **ditolak** karena hipotesis tersebut memiliki p-value sebesar 0.084, dengan nilai Beta sebesar 0.429. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa **kedua hipotesis baik hipotesis minor (A) maupun hipotesis minor (B) dinyatakan ditolak** karena p-value > 0.05. Dengan hasil regresi yang didapat maka model persamaannya adalah sebagai berikut  $Y = 1.667 + 0.191 X_1 + 0.355 X_2$ .

**Tabel 4.2** Hasil Uji F  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2.486	2	1.243	6.641	.005 <sup>a</sup>
Residual	5.053	27	.187		
Total	7.539	29			

a. Predictors: (Constant), KB, SC

b. Dependent Variable: KP

Berdasarkan table 4.2 diatas menunjukkan  $F = 6.641$  dan  $p\text{-value} = 0.005$  maka hipotesis dinyatakan **diterima** karena  $p\text{-value}$  kurang dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh bersama-sama variabel *supply chain management* dan kinerja perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

**Tabel 4.3** Hasil Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.667	.700		2.383	.024		
	SC	.191	.259	.177	.739	.466	.434	2.302
	KB	.355	.198	.429	1.796	.084	.434	2.302

a. Dependent Variable: KP

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui bahwa hasil dari pengujian menunjukan bahwa variabel *supply chain management* (X1) diketahui hasilnya adalah 0.466 yang berarti  $0.466 > 0.05$  sehingga **ditolak**. Dari tabel 4.17 juga dapat diketahui bahwa dari hasil pengujian menunjukan variabel keunggulan bersaing (X2) diketahui hasilnya adalah 0.084 yang berarti  $0.084 > 0.05$  sehingga **ditolak**. Jadi kesimpulannya adalah kedua hipotesis yang telah di uji t adalah hasilnya ditolak.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Pengujian Hipotesis Pertama

Dalam hipotesis pertama yaitu pengaruh *supply chain management* dan keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan tabel 4.16 didapatkan hasil nilai F sebesar 6.641 dan  $p\text{-value}$  sebesar 0.005. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *supply chain management* dan keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan karena hasil  $0.005 < 0.05$ , sehingga terdapat pengaruh signifikan *supply chain management* keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan. Jadi semakin tinggi *supply chain management* dan keunggulan bersaing maka dapat meningkatkan dan kinerja perusahaan apabila keduanya digabung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Li et al (2006) memberikan bukti empiris bahwa praktek-praktek *supply chain management* tidak langsung mempengaruhi kinerja perusahaan tetapi dimediasi oleh keunggulan bersaing.

Penelitian lain Abdillah (2015) yang menunjukkan bahwa variabel-variabel manajemen rantai pasokan dan keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

#### 4.2.2 Pengujian Hipotesis Kedua

Dalam hipotesis kedua yaitu pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan bahwa variabel *supply chain management* ada pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.17 yang menunjukkan p-value sebesar 0.466, dengan nilai Beta sebesar 0.177, yang artinya  $0.466 > 0.005$ . Hal ini dapat dijelaskan terkait dengan kinerja perusahaan dalam riset-riset *supply chain management*. Dalam perkembangan penelitian tentang *supply chain management*, selama ini diakui bahwa praktik-praktik *supply chain management* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, tetapi pada studi yang dilakukan oleh Rajwinder (2010) *supply chain management* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan hal ini dikarenakan kegagalan dalam waktu penyimpanan, kelemahan lokasi, hubungan pribadi, meminjam, variasi produk, biaya operasional yang tinggi, pajak, *turnover* karyawan yang tinggi, banyaknya keterampilan, dan prediksi permintaan. Semua faktor ini yang menyebabkan kesenjangan antara praktik yang digunakan dalam kinerja organisasi. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ariani dan Bambang (2013) menyatakan terdapat indikator lain yang dapat berpengaruh antara *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan yaitu 1) *Information sharing* dengan pembagian informasi dalam segi *financial*, *production*, dan *design*, bertukar informasi secara berkesinambungan, dan informasi dapat membantu semua pihak terkait. 2) *Long-term relationship* dengan proyek jangka panjang merupakan dasar hubungan dengan *supplier*, kerjasama merupakan dasar hubungan jangka panjang, hubungan berlangsung dalam jangka waktu yang lama. 3) *Cooperation* dengan berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan, kerjasama ditetapkan berdasarkan kondisi yang obyektif, dan meningkatkan hubungan berkelanjutan. Dan 4) *Process integration*: aktivitas logistik diutamakan, aktivitas logistik memiliki integrasi yang baik dan arus material efektif.

#### 4.2.3 Pengujian Hipotesis Ketiga

Dalam hipotesis yang ketiga yaitu pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan bahwa keunggulan bersaing ada pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.17 yaitu p-value sebesar 0.084, dengan nilai Beta sebesar 0.429, yang artinya  $0.084 > 0.05$ . Hal ini dapat dijelaskan terkait dengan kinerja perusahaan dalam riset-riset keunggulan bersaing. Dalam perkembangan penelitian tentang keunggulan

bersaing, selama ini diakui bahwa praktik-praktik keunggulan bersaing memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, tetapi pada studi yang dilakukan oleh Anatan (2014) keunggulan kompetitif tidak memiliki efek yang signifikan pada kinerja perusahaan yang dijelaskan oleh peranan keunggulan kompetitif yang terkait dengan penelitian *supply chain management*. Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Li et al (2006) memberikan bukti empiris bahwa praktek-praktek *supply chain management* tidak langsung mempengaruhi kinerja perusahaan tetapi dimediasi oleh keunggulan bersaing. Sehingga *supply chain* dan keunggulan bersaing secara bersama-sama dapat berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Namun ketika hanya salah satu saja maka pengaruh yang diberikan tidak signifikan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Kadarningsih (2013) terdapat faktor lain dalam keunggulan bersaing yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan yaitu seperti kualitas pelayanan outlet, diferensiasi, citra perusahaan, kualitas hubungan dengan outlet, serta adaptabilitas lingkungan.

## **5. PENUTUP**

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan pada hipotesis mayor dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan *supply chain management* dan keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan, artinya semakin tinggi *supply chain management* dan keunggulan bersaing maka kinerja perusahaan akan meningkat. Pada variabel *supply chain management* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan terjadi tidak signifikan, artinya semakin tinggi *supply chain* maka tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Serta variabel keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja perusahaan terjadi tidak signifikan, artinya semakin tinggi keunggulan bersaing maka tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Rajwinder Singh et al (2010) melakukan penelitian yang berjudul “*Relating Organised Retail Supply Chain Management Practices, Competitive Advantage and Organisational Performance*”
- Ariani, Desi dan Bambang Munas Dwiyanto (2013) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan” Vol.2 No.3. Diponegoro *Journal Of Management*.
- Levi, David Simchi, Philip Kamin Sky & Edith Simchi Levi. (2000). *Designing and Managing the Supply Chain: Concept, Strategies and Case Studies*.
- Bastian, Indra (2001). Akuntansi Sektor Publik di Indonesia. Penerbit BPFE, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Rahmasari, Lisda., (2011). Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersain. Majalah Ilmiah Informatika Vol. No.3. Fakultas Ekonomi Universitas AKI.
- 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.
- Suharto, R. dan Devie, 2013, Analisa Pengaruh SCM Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan, *Business Accounting Review*, Vol.1, No.2.
- Ferdinand, Augusty Tae (2003). *Sustainable Competitive Advantage: Sebuah Explorasi Model Konseptual*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Carton, Robert B. (2004) *Measuring Organizational Performance: An Exploratory Study. A Dissertation Submitted To The Graduate Faculty Of The University Of Georgia In Partial*.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Bisnis, Bandung: ALFABETA. Bandung.
- Sekaran, Uma. (2006). Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Jilid 1, Edisi 4, Jakarta, Salemba Empat.
- Abdillah, Agry, (2015). Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kerajinan Kulit di Manding Bantul). Universitas Islam Indonesia.
- Agung Nugroho, (2005). Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS, Andi Yogyakarta, Yogyakarta.
- Kehoe, J. 1995. *Basic item analysis for multiple-choice tests*. ERIC/AE Digest. [www.eric.ed.gov](http://www.eric.ed.gov)

- Ghozali, Imam (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS, Cetakan Keempat, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ana Kadarningsih Keunggulan Bersaing ; Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dan Dampaknya pada Kinerja Selling-In ( Studi pada Outlet Binaan PT. Indosat Semarang ) Media Ekonomi & Teknologi Informasi Vol.21 No. 1 Maret 2013 : 01 - 18
- Rowland Bismark Fernando Pasaribu. (2008). Pengaruh Variabel Fundamental Terhadap Harga Saham Perusahaan Go Public di BEI.
- Stevenson , William J. dan Sum Chee Choung (2014). Manajemen Operasi Prespektif ASIA. Edisi 9, Buku 2 Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2015. *Operation Management*. Edisi 11. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Porter, Michael E., (1993) Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul, Erlangga, Jakarta.
- Sukardi (2004). Metodologi Penelitian Pendidikan. Yogyakarta: Sinar Grafika Offset.
- Novitasari, Hesti Ika. (2016). Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Kuncoro, Mudrajad. (2007). Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi Ketiga. (UPP) STIM YKPN.
- Sugiyono, (2007). Statistika untuk Penelitian. ALFABETA. Bandung.
- Jogiyanto, (2008). Pedoman Survei Kuesioner: Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias, dan Meningkatkan Respon. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.
- Sugiyono, (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. ALFABETA. Bandung.