

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil analisis data Pengaruh Supply Chain Management terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing. Subjek atau responden dalam penelitian ini adalah pelanggan CV Surya Sejati Motor. Jumlah kuesioner yang disebarakan secara keseluruhan berjumlah 20 kuesioner. Selanjutnya data akan dianalisis yaitu menggunakan program Smart PLS for windows versi 4.

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

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

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

Lokasi strategis CV Surya Sejati Motor di Jl. Kedungdoro Blok C No.36-46, Sawahan, Kota Surabaya, memungkinkan akses yang mudah bagi pelanggan. Fasilitas ini berfungsi sebagai tempat penjualan sparepart mobil. Sebagai Supplier resmi, CV Surya Sejati Motor menjamin ketersediaan suku cadang asli dan layanan yang dilakukan oleh tim penjualan yang telah berpengalaman selama bertahun – tahun. CV Surya Sejati Motor sebagai penyedia layanan otomotif yang terpercaya di Surabaya.

4.1.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian

Gambaran umum adalah analisis yang dilakukan untuk memahami nilai suatu variabel atau beberapa variabel (independen) tanpa melakukan perbandingan atau korelasi dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2016). Ini mencakup karakteristik responden dan penilaian konsumen terhadap variabel-variabel penelitian.

1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki – laki dan perempuan. Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan jenis kelamin seperti ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Presentase
Laki – Laki	51,1%
Perempuan	48,9%

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan data tersebut, dapat terlihat bahwa manajer pemilik atau yang bertanggung jawab di setiap perusahaan adalah laki – laki yaitu sebanyak 23 orang atau sebesar 51,1%, sementara jumlah perempuan adalah 22 orang atau 48,9%. Hal ini menunjukkan bahwa yang menjadi karyawan adalah laki – laki dibandingkan perempuan.

2. Umur Responden

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan umur seperti ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2 Umur Responden

Umur	Jumlah	Persentase
18 – 30	32	71,1%
31 – 40	13	28,9%
Total	45	100%

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pegawai atau karyawan pada setiap perusahaan adalah berumur antara 18 – 30 tahun yaitu sebanyak 32 orang atau sebesar 71,1%, berusia antara 31 – 40 tahun sebanyak 13 orang atau 28,9% . Hal ini menunjukkan bahwa yang menjadi staff / karyawan mayoritas sudah dewasa, dan manajer yang telah memiliki pengalaman dalam pekerjaannya.

3. Pendidikan Terakhir

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan pendidikan terakhir seperti ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut :

Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA/SMK	20	44.4%
D3/S1	24	53.3%
S2	1	2.2%
Total	45	100%

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pegawai atau karyawan pada setiap perusahaan adalah berpendidikan SMA/SMK sebanyak 20 orang (44,4%), berpendidikan D3/S1 sebanyak 24 orang (53,3%), dan yang

berpendidikan S2 hanyalah 1 orang (2,2%). Hal ini menunjukkan bahwa yang menjadi staff / karyawan mayoritas sudah dewasa, dan manajer yang telah memiliki pengalaman dalam pekerjaannya.

4. Lama Sebagai Pelanggan

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan lama sebagai pelanggan seperti ditunjukkan pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Lama Sebagai Pelanggan

Lama Berlangganan	Jumlah	Persentase
1 Tahun	13	28.9%
1 - 5 Tahun	19	42.2%
6 - 10 Tahun	4	8.9%
> 10 Tahun	9	20.0%
Total	45	100%

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pegawai atau karyawan pada setiap perusahaan adalah lama berlangganan dalam 1 tahun terakhir adalah sebanyak 13 orang (28,9%), berlangganan dalam 1-5 tahun terakhir sebanyak 19 orang (42,2%), berlangganan 6-10 tahun terakhir sebanyak 4 orang (8,9%), dan yang berlangganan lebih dari 10 tahun terakhir sebanyak 9 orang (20,0%). Hal ini menunjukkan bahwa yang menjadi staff / karyawan mayoritas sudah dewasa, dan manajer yang telah memiliki pengalaman dalam pekerjaannya.

5. Posisi/Jabatan

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan posisi / jabatan responden seperti ditunjukkan pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Posisi / Jabatan Responden

Jabatan	Jumlah	Persentase
Staff Operasional	11	24.4
Admin	8	17.8

Manajer	6	13.3
Sales	4	8.9
Karyawan	3	6.7
Accounting Staff	2	4.4
Administrasi	2	4.4
Admin Operasional	1	2.2
Admin Penjualan	1	2.2
Direktur Utama	1	2.2
Helper	1	2.2
Kernet	1	2.2
Kurir pengiriman	1	2.2
Mahasiswa	1	2.2
Supervisor	1	2.2
VMC Lead	1	2.2
Total	45	100%

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pemilik atau yang bertanggung jawab Pada CV Surya Sejati Motor, mayoritas berstatus sebagai karyawan yaitu sebanyak 37 orang atau sebesar 79,8%, mahasiswa sebanyak 1 orang atau sebesar 2,2%, manajer sebanyak 6 orang atau sebesar 13,3%, supervisor sebanyak 1 orang atau sebesar 2,2%, sisanya adalah direktur utama yaitu sebanyak 1 orang atau sebesar 2,2%.

4.1.3 Data Khusus Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode product moment. Suatu item dianggap valid jika memiliki koefisien korelasi (r hitung) dengan nilai probabilitas kurang dari 0,05. Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.6 berikut :

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Konvergen

	Supply Chain Management	Keunggulan Bersaing	Kinerja Perusahaan
A2	0,863		
A3	0,801		
A4	0,876		
A5	0,812		
A6	0,740		
A7	0,880		
B1			0,788
B2			0,813
B3			0,756
B5			0,789
B6			0,832
C1		0,819	
C2		0,866	
C3		0,838	
C4		0,785	
C5		0,882	
C6		0,770	
C7		0,887	

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Convergent Validity dari model pengukuran dengan indikator reflektif dievaluasi berdasarkan korelasi antar skor item yang diestimasi menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Indikator reflektif individu dianggap memiliki validitas tinggi jika faktor loading ≥ 0.7 (Arifin, dkk., 2023) terhadap konstruk yang diukur. Namun, menurut Ariesta, dkk. (2023), untuk penelitian konfirmatori, nilai faktor loading antara 0.6 hingga 0.70. Dalam penelitian ini, nilai batas yang digunakan adalah 0.70. Oleh

karena itu, item dengan nilai outer loading < 0.7 akan dikeluarkan dan dilakukan analisis ulang.

Berdasarkan analisis model pengukuran yang dilakukan terhadap praktik Supply Chain Management, hasil menunjukkan bahwa variabel ini memiliki validitas yang baik berdasarkan perkiraan parameter indikatornya dan signifikansi statistiknya. Contohnya, nilai outer model dari indikator berkisar antara 0,149 sampai 0,887 dengan outer model yang dicapai yaitu di atas 0,70 dalam kumpulan data yang terlihat dalam (Tabel 4.4 tentang model pengukuran validitas). Temuan yang serupa diperoleh untuk Supply Chain Management, keunggulan bersaing, dan kinerja perusahaan.

Berdasarkan Tabel 4.4, hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) menunjukkan bahwa semua nilai p -value $< 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ke-18 item pernyataan yang ada di instrumen penelitian tersebut valid, dan seluruh item pernyataan tersebut layak digunakan sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Konstruk digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas yang ditentukan dengan nilai composite reliability yang lebih besar dari 0,7. Selain itu, reliabilitas konstruk juga dapat dievaluasi menggunakan uji Cronbach's Alpha, dengan syarat nilai harus lebih dari 0.6, dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk

	Cronbach 's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)	Keterangan
Keunggulan Bersaing	0.928	0.931	0,942	0,699	Reliabel
Kinerja Perusahaan	0.853	0.875	0,890	0,577	Reliabel

Supply Chain Management	0.863	0.910	0,901	5,593	Reliabel
-------------------------	-------	-------	-------	-------	----------

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian memiliki nilai composite reliability (CR) $> 0,7$ dan nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$. Semua nilai tersebut memenuhi persyaratan yang ditetapkan, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik.

3. Outer Model

Pengujian pertama yaitu validitas dimana melihat outer loading dengan kriteria yang digunakan nilai harus $> 0,7$.

Tabel 4.8 Outer Loadings

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

C5	0.882	Valid
C6	0.770	Valid
C7	0.887	Valid

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Hasil dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebanyak 18 variabel telah mempunyai nilai outer loading $> 0,7$ semua pada masing-masing item dan dapat disimpulkan terdapat 18 data telah valid, dan terdapat 2 data yang tidak valid. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai Cronbach's Alpha dan composite reliability. Keduanya harus $> 0,7$ untuk dapat dikategorikan sebagai reliabel. Adapun perhitungannya antara lain.

4. Inner Model

Dalam evaluasi ini, pertama-tama dilakukan untuk melihat nilai r-square yang dikategorikan sebagai kuat jika nilainya 0,75; kategori sedang jika nilainya 0,50; serta kategori lemah jika nilainya 0,25. Adapun perolehan perhitungan sebagai berikut :

Tabel 4.9 R-Square

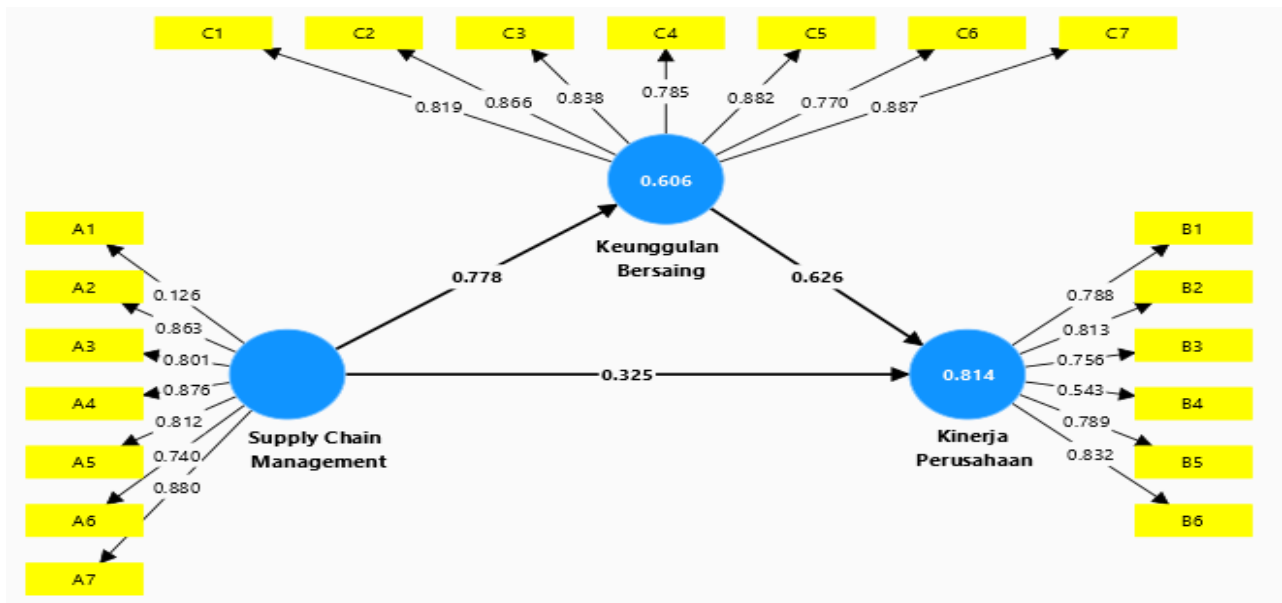
	R-square	R-square adjusted
Keunggulan	0.606	0.597
Bersaing		
Kinerja Perusahaan	0.814	0.805

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.9 diperoleh nilai r-square di variabel keunggulan bersaing senilai 0.606 dimana memiliki arti bahwa variabel keunggulan bersaing bisa diterangkan oleh variabel manajemen rantai pasokan dan dalam kategori Sedang. Adapun untuk nilai r-square variabel kinerja perusahaan senilai 0.814 berarti bahwa sebagian besar variabel performa kerja perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel supply chain management dan keunggulan bersaing sebesar 81%, yang termasuk dalam kategori kuat.

5. Uji Hipotesis

Dalam penelitian pengujian hipotesis dilakukan dengan secara langsung ataupun tidak. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode bootstrapping. Kriteria untuk menerima hipotesis adalah jika nilai T-statistik lebih besar dari 1,96 dan nilai p-value kurang dari 0,05.



Gambar 4.1 Model Struktural SEM-PLS

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Dalam uji hipotesis ini, dilakukan dengan mengamati nilai p-value untuk setiap koefisien. Jika nilai p-value adalah $\geq 1,96$, maka hipotesis dapat diterima. Sebaliknya, jika nilai p-value $< 1,96$, maka tidak signifikan dan hipotesis ditolak. Uji hipotesis juga melibatkan evaluasi T Statistik (O/Sterr) dan P-value; nilai T Statistik (O/Sterr) yang kurang dari 1,96 menunjukkan ketidaksignifikan dan hipotesis akan ditolak. Dari hasil pengujian ini, semua variabel memperoleh nilai T Statistik (O/Sterr) di atas 1,96 dan signifikan. Oleh karena itu, hasil uji hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengujian secara parsial variabel Supply Chain Management (SCM) memiliki memiliki probabilitas T Statistik (O/STERR) $> 1,96$ yang menunjukkan bahwa variabel Supply Chain Management memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Arah koefisien regresi positif menunjukkan adanya pengaruh positif Supply Chain Management terhadap keunggulan bersaing. Artinya semakin baik penerapan Supply Chain Management maka akan meningkatkan keunggulan bersaing, dengan demikian hipotesis pertama di terima.
2. Pengujian secara parsial variabel keunggulan bersaing memiliki probabilitas T Statistik (O/STERR) $> 1,96$ yang menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Arah koefisien regresi positif menunjukkan adanya pengaruh positif keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan. Artinya semakin baik keunggulan bersaing maka akan meningkatkan kinerja perusahaan, dengan demikian hipotesis dua diterima.
3. Pengujian secara parsial variabel Supply Chain Management (SCM) memiliki memiliki probabilitas T Statistik (O/STERR) $> 1,96$ yang menunjukkan bahwa variabel Supply Chain Management memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Arah koefisien regresi positif menunjukkan adanya pengaruh positif Supply Chain Management terhadap kinerja perusahaan. Artinya semakin baik penerapan Supply Chain Management maka akan meningkatkan kinerja perusahaan, dengan demikian hipotesis tiga di terima.
4. Pengujian secara parsial variabel Supply Chain Management (SCM) memiliki memiliki probabilitas T Statistik (O/STERR) $> 1,96$ yang mengindikasikan bahwa variabel Supply Chain Management berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing. Arah koefisien regresi positif menunjukkan

adanya pengaruh positif Supply Chain Management terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing. Artinya semakin baik penerapan Supply Chain Management maka akan meningkatkan kinerja perusahaan, dengan demikian hipotesis empat di terima.

a. Variabel Kinerja Perusahaan (Y)

Hasil analisis deskriptif pada variabel Kinerja Perusahaan dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.10 Penilaian Variabel Kinerja Perusahaan

No	Variabel Kinerja Perusahaan	Mean	Penilaian
1	Perusahaan kami mampu mencapai keuntungan (profit) yang telah ditargetkan.	0,788	Baik
2	Perusahaan kami mampu mencapai tingkat produktivitas yang telah ditargetkan.	0,813	Baik
3.	Perusahaan kami senantiasa memperkenalkan produk baru di saat yang tepat	0,756	Baik
4.	Perusahaan kami mampu memenuhi kebutuhan pelanggan.	0,543	Tidak Baik
5.	Perusahaan kami mampu meningkatkan pangsa pasar produk kami.	0,789	Baik
6.	Perusahaan kami mampu meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk kami.	0,832	Baik
TOTAL		4,521	

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti yang terdapat pada Tabel 4.10, rata-rata penilaian dari responden terhadap Kinerja Perusahaan adalah 4,521. Evaluasi tersebut menunjukkan bahwa penilaian tertinggi diberikan pada aspek "usaha kami menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan dan persepsi pelanggan" dengan rata-rata 3,978 (skala: sangat baik), sedangkan penilaian terendah adalah pada aspek "usaha kami untuk memenuhi kebutuhan pelanggan" dengan rata-rata 0,543 (skala: tidak baik). Hasil ini menunjukkan bahwa manajer memberikan penilaian positif terhadap Kinerja Perusahaan dengan koefisien jalur sebesar 0,626.

Penilaian tersebut tercermin dari kemampuan perusahaan dalam mencapai target pangsa pasar, menyediakan produk/jasa berkualitas, dan mencapai tingkat produktivitas yang ditargetkan.

b. Variabel Supply Chain Management (X)

Supply Chain Management terdiri dari 7 item pernyataan, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 4.11 berikut :

Tabel 4.11 Penilaian Variabel Supply Chain Management

No	Variabel Supply Chain Management	Mean	Penilaian
1.	Perusahaan kami senantiasa mengutamakan kualitas sebagai kriteria utama dalam memilih pemasok.	0,126	Tidak Baik
2.	Perusahaan kami membantu (memberi masukan) kepada pemasok dalam meningkatkan kualitas produk	0,863	Baik
3.	Perusahaan kami senantiasa mengukur dan mengevaluasi kepuasan pelanggan.	0,801	Baik
4.	Perusahaan kami memiliki hubungan yang baik dan kolaboratif dengan pelanggan.	0,876	Baik
5.	Perusahaan sering berbagi informasi penting dengan Anda.	0,812	Baik

6.	Proses bisnis di perusahaan kami terintegrasi dengan baik di sepanjang rantai pasokan.	0,740	Baik
7.	Perusahaan kami secara efektif mengkoordinasikan kegiatan rantai pasokan untuk mencapai tujuan bersama.	0,880	Baik
TOTAL		5,098	

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Hasil analisis deskriptif dari Tabel 4.11 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap Supply Chain Management adalah 5,098. Evaluasi juga mengindikasikan bahwa penilaian tertinggi tercatat pada aspek "baik" dengan rata-rata 4,972 (sangat baik), sedangkan penilaian terendah terjadi pada pernyataan "perusahaan selalu menginformasikan isu-isu yang dapat mempengaruhi perusahaan kami" dengan rata-rata 0,740 (cukup). Dari data ini, terlihat bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap variabel Supply Chain Management. Hal ini berarti pelanggan telah memberikan penilaian yang setuju terhadap variabel Supply Chain Management karena berada pada interval 0,778. Hal ini disebabkan karena perusahaan telah memiliki Strategy Supplier Partnership yang baik, menjalin Customer Relationship yang kuat dan terbuka dalam Information Sharing.

c. Variabel Keunggulan Bersaing (Z)

Hasil analisis deskriptif pada variabel Keunggulan bersaing dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.12 Penilaian Variabel Keunggulan Bersaing

No	Variabel Keunggulan Bersaing	Mean	Penilaian
1.	Perusahaan kami senantiasa menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing.	0,819	Baik

2.	Perusahaan kami senantiasa menawarkan harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dibandingkan dengan pesaing.	0,866	Baik
3.	Perusahaan kami senantiasa menawarkan produk yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan pesaing.	0,838	Baik
4.	Perusahaan kami senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen sesuai dengan jumlah pesanan dibandingkan dengan pesaing.	0,785	Baik
5.	Perusahaan kami bergerak cepat dalam mengembangkan produk baru dibandingkan dengan pesaing.	0,882	Baik
6.	Perusahaan kami selalu mendukung terhadap inisiatif dan kreativitas karyawan.	0,770	Baik
7.	Perusahaan kami senantiasa menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing	0,887	Baik
TOTAL		5,847	

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.12, rata-rata penilaian responden terhadap Keunggulan Bersaing adalah 5,847. Evaluasi menunjukkan bahwa penilaian tertinggi diberikan pada perusahaan yang menawarkan produk berkualitas tinggi dibandingkan pesaing, dengan rata-rata 0,887 (baik), sedangkan penilaian terendah diberikan pada perusahaan yang menawarkan harga yang sama rendahnya atau lebih rendah dibandingkan pesaing, dengan rata-rata 0,770 (cukup). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memberikan penilaian positif terhadap variabel Keunggulan Bersaing, dengan nilai dalam rentang 0,626. Penilaian ini tercermin dari strategi perusahaan dalam menawarkan harga yang kompetitif, pengiriman barang tepat waktu, inovasi

produk, serta menjadi pionir dalam industri dibandingkan dengan pesaing.

4.2 Analisis Kuantitatif

Analisis Kuantitatif adalah metode untuk mengolah data menggunakan statistik inferensial yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Dalam penelitian ini, metode Path Analisis atau analisis jalur digunakan, yang melibatkan analisis regresi linear berganda dan regresi linier sederhana. Sebelum melakukan analisis jalur, dilakukan juga uji demografi.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil analisis Regresi Linier Sederhana menunjukkan bahwa variabel Keunggulan Bersaing dan Supply Chain Management berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Perusahaan di CV Surya Sejati Motor, Surabaya. Selain itu, temuan juga menunjukkan bahwa Supply Chain Management memiliki pengaruh tidak langsung terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing. Penelitian ini konsisten dengan penemuan sebelumnya oleh Li et.al. (2006) dan Suharto dan Divie (2013), yang menegaskan adanya hubungan signifikan antara Supply Chain Management dengan keunggulan bersaing, Supply Chain Management dengan kinerja perusahaan, serta Keunggulan Bersaing dengan Kinerja Perusahaan.

a. Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara manajemen rantai pasokan dengan keunggulan bersaing, dengan nilai korelasi sebesar 0,778 dan nilai p-value sebesar $0,000 < 0,05$. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik manajemen rantai pasokan, semakin meningkat pula keunggulan bersaing perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan studi sebelumnya oleh Suhong Li et.al. (2006), Suharto dan Devie (2013), Anatan (2010), serta Pratama (2015), yang juga menemukan bahwa manajemen rantai pasokan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Manajemen Rantai Pasokan merujuk pada serangkaian pendekatan untuk

mengoptimalkan integrasi supplier, manufaktur, gudang, dan penyimpanan, sehingga produk diproduksi dan didistribusikan dengan tepat jumlah, lokasi, dan waktu untuk meminimalkan biaya dan meningkatkan layanan pelanggan. Tujuan utama dari setiap rantai pasokan adalah untuk memaksimalkan nilai keseluruhan yang dihasilkan. Integrasi rantai pasokan yang baik dapat meningkatkan nilai keseluruhan rantai pasokan tersebut, sehingga memungkinkan perusahaan bersaing lebih efektif di pasar.

b. Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, dengan nilai korelasi sebesar 0,325 dan p-value $0,000 < 0,05$. Ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi keunggulan bersaing, semakin meningkat kinerja perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhong Li et.al. (2006), Suharto dan Devie (2013), serta Pratama (2015), yang juga menemukan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing berarti memiliki kapabilitas dan kemampuan untuk bersaing dalam satu atau lebih aspek berikut dibandingkan pesaingnya: harga yang lebih rendah, kualitas yang lebih tinggi, dan waktu pengiriman yang lebih cepat. Kapabilitas-kapabilitas ini akan meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Mentzer et al., 2000). Keunggulan bersaing membawa peningkatan kinerja perusahaan secara menyeluruh dan kinerja rantai pasokan. Dengan kata lain, keunggulan bersaing berdampak positif pada peningkatan kinerja perusahaan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, serta efektivitas hubungan antar perusahaan dalam rantai pasokan, terutama terkait dengan reliabilitas, responsivitas, fleksibilitas, biaya, dan aset (Anatan, 2010).

Perusahaan yang dapat menawarkan produk dengan harga lebih rendah dan kualitas lebih tinggi dibandingkan pesaing akan mampu meningkatkan penjualan, sehingga margin keuntungan dan return on investment juga meningkat. Perusahaan yang berinovasi dan memiliki waktu pengiriman cepat mampu meningkatkan pangsa pasar dan penjualan, yang menunjukkan tingkat responsivitas, fleksibilitas, dan

reliabilitas yang tinggi, sehingga kemampuan untuk meningkatkan aset perusahaan juga lebih tinggi (Anatan, 2010).

c. Pengaruh keunggulan bersaing Terhadap kinerja perusahaan

Penelitian menunjukkan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, dengan nilai 0,626 dan p-value $0,000 < 0,05$. Ini berarti bahwa semakin baik keunggulan bersaing, semakin signifikan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan.

Model konsep Manajemen Rantai Pasokan yang dikembangkan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa praktik-praktik Manajemen Rantai Pasokan berdampak langsung pada kinerja rantai pasokan (Suhong Li et.al., 2006, Suharto dan Devie, 2013). Praktik-praktik tersebut diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan setelah mencapai keunggulan bersaing. Sebagai contoh, strategi kemitraan dengan pemasok secara langsung mempengaruhi biaya dan respons terhadap kebutuhan konsumen (Carr & Pearson, 1999), sementara praktik hubungan dengan konsumen mempengaruhi respons perusahaan terhadap kebutuhan konsumen (De Toni & Nassimbeni, 2000). Tingginya tingkat berbagi informasi juga mengurangi biaya (Lin, Huang, & Lin, 2002).

d. Supply Chain Management berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing

Hasil pengujian kausalitas menunjukkan bahwa Supply chain management berpengaruh signifikan terhadap Kinerja perusahaan melalui Keunggulan bersaing sebagai mediasi sebesar 4,229 pada p-value $0,000 < 0,05$ dengan nilai pengaruh yang positif lebih besar dari pengaruh langsung. Penelitian ini sejalan dengan temuan Anatan (2020) yang menunjukkan bahwa keunggulan bersaing tidak memiliki efek signifikan pada kinerja perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan peran keunggulan bersaing dalam konteks manajemen rantai pasokan. Penelitian oleh Li et al. (2019) memberikan bukti empiris bahwa praktik-praktik keunggulan bersaing dapat memediasi hubungan antara manajemen rantai pasokan dan kinerja perusahaan.

Dengan demikian, manajemen rantai pasokan dan keunggulan bersaing secara bersama-sama dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Ini menunjukkan bahwa ketepatan persediaan barang dan pengiriman tepat waktu merupakan faktor utama yang mempengaruhi kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing sebagai mediator. Di sisi lain, indikator yang paling lemah dalam menjelaskan pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing sebagai mediator adalah harga yang lebih rendah.

Tabel 4.13 Path Coefficients

Variabel Laten	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Keunggulan _Bersaing -> Kinerja _Perusahaan	0.626	0.626	0.122	5.148	0.000
Supply Chain _Management -> Keunggulan _Bersaing	0.778	0.785	0.071	10.894	0.000
Supply Chain _Management -> Kinerja _Perusahaan	0.325	0.328	0.136	2.397	0.017

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Tabel 4.14 Specific Indirect Effects

Variabel Laten	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Supply Chain _Management -> Kinerja _Perusahaan	0.487	0.492	0.115	4.229	0.000

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, maka rincian hasil uji hipotesis pada penelitain ini di tunjukkan pada di bawah ini:

Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis Penelitian

HIPOTESIS	PERNYATAAN	HASIL	KETERANGAN
Pertama	Supply chain management berpengaruh signifikan Keunggulan bersaing	Dengan nilai sebesar (10,894) dengan signifikan p-value ($0,000 < 0,05$)	Diterima
Kedua	Supply chain management berpengaruh signifikan terhadap Kinerja perusahaan	Sebesar 2,397 dengan signifikan p-value ($0,000 < 0,05$)	Diterima
Ketiga	Keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan	Sebesar 5,148 dengan signifikan p-value ($0,000 < 0,05$)	Diterima
Keempat	Supply Chain Management berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing	Supply chain management terhadap Kinerja perusahaan melalui Keunggulan bersaing berpengaruh signifikan sebagai mediasi sebesar 4,229 pada p-value ($0,000 < 0,05$) dengan nilai pengaruh yang positif lebih besar dari pengaruh langsung.	Diterima

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

