

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian ini mengambil fokus pada UMKM bakpia yang ada di Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini adalah pengelola atau pemilik UMKM bakpia di Yogyakarta yang terdaftar dalam Direktori Database Disperindagkop Daerah Istimewa Yogyakarta 2015 (Disperindag, 2015). Responden UMKM yang terdaftar sebanyak 110. Peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 110, tetapi kuesioner yang kembali hanya sebanyak 102 UMKM, sedangkan 8 tidak disebar, karena baik pemilik atau pengelola tidak dapat ditemui.

##### 1. Jabatan Responden

Hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan jabatan responden yang dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan Responden**

<b>Jabatan Responden</b>	<b>Total Responden</b>	<b>Persentase</b>
Pemilik	28	27,5
Manajer Fungsional	74	72,5
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

Sumber: lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merupakan manajer fungsional yaitu berjumlah 74 orang atau 72,5% dan sisanya sebagai pemilik berjumlah 28 orang atau 27,5%.

## 2. Lama Usaha

Hasil dari penyebaran kuesioner, diperoleh data karakteristik responden penelitian berdasarkan lama usaha yang dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha**

<b>Keterangan</b>	<b>Total Responden</b>	<b>Persentase</b>
0 – 4,99 tahun	16	15,7%
5- 9,99 tahun	32	31,4%
> 10 tahun	54	52,9%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

Sumber: lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyebutkan lama usahanya > 10 tahun berjumlah 54 orang atau 52,9%. UMKM yang memiliki lama usaha 5-9,99 tahun berjumlah 32 orang atau 31,4%. UMKM yang memiliki usaha 0 – 4,99 tahun berjumlah 16 orang atau 15,7%.

## 3. Jumlah karyawan

Hasil dari penyebaran kuesioner, dapat diperoleh data karakteristik responden berdasarkan jumlah karyawan yang dapat dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan**

<b>Keterangan</b>	<b>Total Responden</b>	<b>Persentase</b>
1-5 karyawan	46	45,1%
6-10 karyawan	44	43,1%
> 10 karyawan	12	11,8%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

Sumber: lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa responden yang menyebutkan jumlah karyawan 1-5 orang yaitu berjumlah 46 UMKM atau 45,1%. Sedangkan UMKM yang memiliki jumlah karyawan 6-10 orang berjumlah 44 UMKM atau 43,1%. UMKM yang memiliki jumlah karyawan lebih dari 10 orang adalah 12 UMKM atau 11,8%.

## **B. Uji Kualitas Instrumen**

### **1. Hasil Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antar data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2010). Pada penelitian ini uji validitas dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment pearson* dengan signifikansi 5%. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka kuesioner yang digunakan dinyatakan valid dan sebaliknya apabila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka dinyatakan tidak valid. Berikut hasil uji validitas:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sig.</b>	<b><i>Pearson Correlation</i></b>	<b>Keterangan</b>
Manajemen rantai pasok	SCM1	0,000	0,620	Valid
	SCM2	0,000	0,650	Valid
	SCM3	0,000	0,652	Valid
	SCM4	0,000	0,664	Valid
	SCM5	0,000	0,349	Valid
	SCM6	0,000	0,599	Valid
	SCM7	0,000	0,301	Valid
	SCM8	0,000	0,416	Valid
	SCM9	0,000	0,319	Valid
	SCM10	0,000	0,497	Valid
	SCM11	0,000	0,463	Valid
	SCM12	0,000	0,436	Valid
	SCM13	0,000	0,392	Valid
Keunggulan Bersaing	KB1	0,000	0,579	Valid
	KB2	0,000	0,264	Valid
	KB3	0,000	0,786	Valid
	KB4	0,000	0,470	Valid
	KB5	0,000	0,589	Valid
	KB6	0,000	0,624	Valid
	KB7	0,000	0,461	Valid
	KB8	0,000	0,546	Valid
	KB9	0,000	0,765	Valid
	KB10	0,000	0,420	Valid
Kinerja Organisasi	KO1	0,000	0,634	Valid
	KO2	0,000	0,870	Valid
	KO3	0,000	0,629	Valid
	KO4	0,000	0,290	Valid
	KO5	0,000	0,379	Valid
	KO6	0,000	0,611	Valid
	KO7	0,000	0,225	Valid
	KO8	0,000	0,634	Valid
	KO9	0,000	0,870	Valid
	KO10	0,000	0,629	Valid

Sumber: lampiran 3

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan tersebut valid, hal ini dikarenakan nilai signifikan seluruh item pernyataan memiliki nilai lebih kecil dari 0,05.

Artinya item pernyataan yang digunakan dapat mengukur masing-masing variabel yang digunakan.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat ukur yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 (Arikunto, 2006). Berikut adalah hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
Manajemen Rantai Pasok	0,738	Reliabel
Keunggulan Bersaing	0,744	Reliabel
Kinerja Organisasi	0,779	Reliabel

Sumber: lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.5 didapatkan data hasil uji reliabilitas untuk tiga variabel. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Artinya variabel manajemen rantai pasok, Keunggulan Bersaing dan Kinerja Organisasi mempunyai konsistensi skor yang baik pada tiap item pernyataan yang digunakan dalam penelitian.

## C. Deskripsi Variabel

Penentuan batas kategori besarnya interval kelas (*i*) ditentukan sebagai berikut (Alni, dkk, 2013):

$$i = \frac{\text{range}}{\sum \text{kategori}}$$

$$i = \frac{5 - 1}{5}$$

$$i = 0,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan besarnya interval kelas di atas, diperoleh data batas mean dan kategori yang dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**  
**Batas Mean dan Kategori**

Batas Mean	Kategori
1,00 – 1,79	Sangat Rendah
1,80 – 2,59	Rendah
2,60 – 3,39	Sedang
3,40 – 4,19	Tinggi
4,20 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah

Hasil dari perhitungan data frekuensi skor kuesioner diperoleh *mean* (rata-rata) dari setiap variabel yang dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 4.7**  
**Kategori Variabel Berdasarkan Data Mean**

No.	Variabel	Mean	Kategori
1	Manajemen Rantai Pasok	3,91	Tinggi
2	Keunggulan Bersaing	3,97	Tinggi
3	Kinerja Organisasi	3,98	Tinggi

Sumber: lampiran 4

Berdasarkan hasil Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa rata-rata nilai dari frekuensi skor kuesioner seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel manajemen rantai pasok, keunggulan bersaing, dan kinerja organisasi termasuk dalam kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa responden menjawab pernyataan yang diberikan dengan rata-rata skor tinggi.

## D. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Tujuan dilakukan uji normalitas yaitu untuk menguji apakah pada model regresi yang digunakan, variabel bebas dan variabel terikatnya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Menurut Ghozali (2016) model regresi yang baik mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Ketentuan yang digunakan pada penelitian ini yaitu apabila nilai *asyp. Sig.* Lebih besar dari 0,05 maka data yang digunakan terdistribusi normal, begitupun sebaliknya. Uji normalitas ini diuji dengan menggunakan alat analisis SPSS 20.0 for Windows disajikan pada Tabel 4.8 berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Normalitas**

	<i>Unstandardized Residual 1</i>	<i>Unstandardized Residual 1</i>
Kolmogorov-Smirnov Z	1,162	1,087
Asymp. Sig. (2- Tailed)	0,078	0,188
Kesimpulan	Data Normal	Data Normal

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada persamaan berada di atas 0,05 yaitu 0,078 dan 0,188. Maka dapat disimpulkan bahwa dua model regresi dalam penelitian ini telah terdistribusi normal.

### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan) antar variabel bebas

(independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai *VIF* < 10 (Ghozali, 2016). Uji multikolinearitas ini diuji dengan menggunakan alat analisis SPSS 20.0 for Windows disajikan pada Tabel 4.9 berikut ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
Manajemen Rantai Pasok (X)	0,548	1,826
Keunggulan Bersaing (Z)	0,548	1,826

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan hasil Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* antara variabel manajemen rantai pasok dan keunggulan bersaing > 0,10 dan nilai *VIF* manajemen rantai pasok dan keunggulan bersaing < 10. Maka disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antara variabel bebas, sehingga asumsi multikolinearitas model regresi terpenuhi.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dilakukan uji heteroskedastisitas yaitu untuk mengetahui model regresi yang digunakan dalam penelitian ini apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Menurut Ghozali (2016) pengujian ada tidaknya heteroskedastisitas diantaranya dapat menggunakan uji Glejser. Uji ini dilakukan dengan meregresikan residual variabel bebas. Ketentuan yang digunakan yaitu jika variabel bebas memiliki tingkat signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika nilai signifikansi dari



variabel bebas  $< 0,05$  maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas ini diuji dengan menggunakan alat analisis SPSS 20.0 for Windows disajikan pada Tabel 4.10 berikut ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Sig.	Kesimpulan
SCM → Keunggulan Bersaing	0,832	Non Heteroskedastisitas
SCM → Kinerja Organisasi	0,278	Non Heteroskedastisitas
Keunggulan Bersaing → Kinerja Organisasi	0,192	Non Heteroskedastisitas

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji Glejser pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai signifikansi masing-masing pengujian secara statistik lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa varians residu dalam model regresi adalah konstan sehingga disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model atau model bebas heteroskedastisitas. Dengan demikian maka asumsi heteroskedastisitas model terpenuhi.

#### **E. Analisis Data dan Uji Hipotesis**

Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis yang sebelumnya diajukan. Untuk dapat menjawab pertanyaan dan membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, maka data yang terkumpul dari kuesioner diolah dengan cara ditabulasi dan selanjutnya dianalisis. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan *path analysis*. Untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji t, sedangkan untuk

menguji pengaruh mediasi digunakan uji sobel. Berikut hasil analisis data dan uji hipotesis dalam penelitian ini:

### **1. Analisis Regresi**

Analisis regresi digunakan untuk meramalkan pengaruh variabel independen (variabel bebas) terhadap suatu variabel dependen (variabel terikat) atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas (x) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (y). Kriteria pengujian adalah hipotesis diterima apabila signifikansi < 0,05. Bentuk persamaan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **Persamaan Regresi 1**

$$Z = bX$$

#### **Persamaan Regresi 2**

$$Y = b_1X + b_2Z$$

Keterangan:

- Y = variabel kinerja organisasi
- Z = variabel keunggulan bersaing
- X = variabel Manajemen rantai pasok
- b = koefisien regresi

Perhitungan analisis regresi dalam penelitian ini terbagi dalam 2 model regresi sebagai berikut:

#### **a. Model Regresi 1**

Analisis regresi ini digunakan untuk membuktikan hipotesis 1 penelitian ini tentang pengaruh antara manajemen rantai pasok

terhadap keunggulan bersaing. Adapun hasil regresi disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Regresi 1**

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficient</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>			
(Constant)	9,856	3,299			0,004
Mnj Rantai Pasok (X)	0,587	0,065	0,673	9,091	0,000

*Dependent Variable: Keunggulan Bersaing(Z)*

Sumber: lampiran 6

Berdasarkan Tabel tersebut diperoleh persamaan regresi untuk uji regresi model 1 antara manajemen rantai pasok terhadap keunggulan bersaing sebagai berikut:

$$Z = bX$$

$$Z = 0,673X$$

Berdasarkan persamaan tersebut, variabel manajemen rantai pasok mempunyai koefisien positif. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila manajemen rantai pasok meningkat maka akan mengakibatkan variabel keunggulan bersaing meningkat. Sebaliknya, jika variabel manajemen rantai pasok menurun maka akan mengakibatkan variabel keunggulan bersaing menurun.

Untuk menjawab hipotesis 1 ( $H_1$ ) penelitian ini dapat dilihat menggunakan uji t dari hasil analisis regresi di atas, diperoleh hasil uji t dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 9,091 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $Sig. < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok

mempunyai pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan analisis tersebut maka hipotesis pertama yang menyatakan “manajemen rantai pasok berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing” **terbukti**.

b. Model Regresi 2

Analisis regresi 2 digunakan untuk membuktikan hipotesis 2 dan hipotesis 3 penelitian ini. Adapun hasil regresi disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Regresi 2**

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficient</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>			
(Constant)	12,952	3,230		12,952	3,230
Mnj Rantai Pasok (X)	0,203	0,082	0,254	0,203	0,082
Keungg. Bersaing (Z)	0,415	0,094	0,455	0,415	0,094
<i>Dependent Variable: Kinerja Organisasi (Y)</i>					

Sumber: lampiran 6

Berdasarkan Tabel tersebut diperoleh persamaan regresi untuk uji regresi model 1 antara manajemen rantai pasok terhadap keunggulan bersaing sebagai berikut:

$$Y = b_1X + b_2Z$$

$$Y = 0,254X + 0,455Z$$

Berdasarkan persamaan tersebut, variabel manajemen rantai pasok (X) dan keunggulan bersaing (Z) mempunyai koefisien positif. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila manajemen rantai pasok dan keunggulan bersaing meningkat maka akan mengakibatkan variabel kinerja organisasi meningkat. Sebaliknya, jika variabel manajemen

rantai pasok dan keunggulan bersaing menurun maka akan mengakibatkan variabel kinerja organisasi menurun.

Untuk menjawab hipotesis 2 (H<sub>2</sub>) penelitian ini dapat dilihat menggunakan uji t dari hasil analisis regresi di atas, diperoleh hasil uji t untuk pengaruh manajemen rantai pasok terhadap kinerja organisasi dari nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 2,475 dengan tingkat signifikansi 0,015 (Sig. < 0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi (Y). Berdasarkan analisis tersebut maka hipotesis kedua yang menyatakan “manajemen rantai pasok berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi” **terbukti**.

Untuk menjawab hipotesis 3 (H<sub>3</sub>) penelitian ini dapat dilihat menggunakan uji t dari hasil analisis regresi di atas, diperoleh hasil uji t pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja organisasi dari nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 4,424 dengan tingkat signifikansi 0,000 (Sig. < 0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing (Z) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi (Y). Berdasarkan analisis tersebut maka hipotesis ketiga yang menyatakan “manajemen rantai pasok berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi” **terbukti**.

## 2. *Path Analysis*

Analisis jalur (*path analysis*) merupakan analisis pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana pengaruh variabel bebas tersebut dapat disebabkan oleh variabel bebas lainnya. Konsep analisis jalur ini sering dinamakan dengan analisis *moderating* atau *intervening*, dimana variabel bebas dapat secara langsung atau tidak langsung berpengaruh terhadap variabel terikat.

Untuk menguji signifikansi dari pengaruh tidak langsung antara manajemen rantai pasok terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing dilakukan uji sobel sebagai berikut:

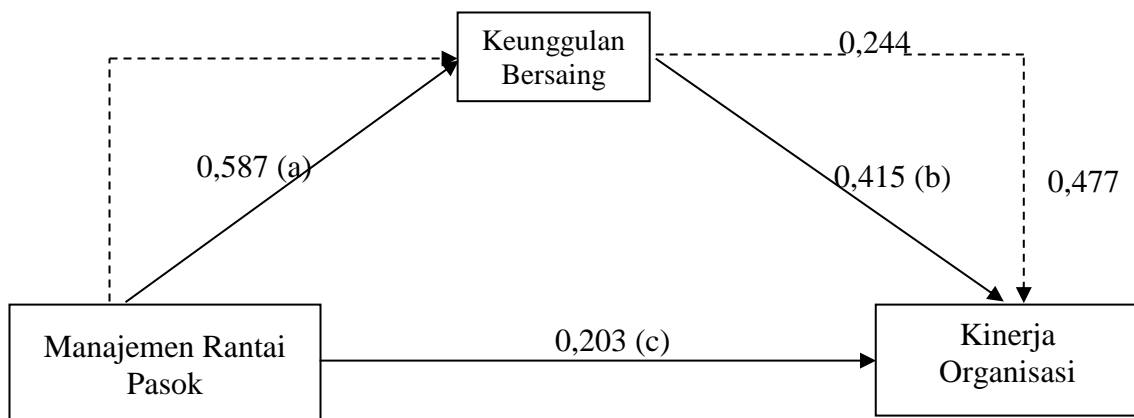
$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Signifikansi uji sobel dilihat dengan membandingkan  $t_{\text{hitung}}$  dengan  $t_{\text{tabel}}$ . Untuk mengetahui besar  $t$  maka  $ab$  dibagi dengan *standard error*  $ab$  ( $Sab$ ) (Ghozali, 2016).  $a$  merupakan koefisien pengaruh antara manajemen rantai pasok ( $X$ ) terhadap keunggulan bersaing ( $Z$ ) dan  $b$  merupakan koefisien pengaruh keunggulan bersaing ( $Z$ ) terhadap kinerja organisasi ( $Y$ ). Pengaruh antar variabel diperoleh dari nilai *unstandardized coefficient Beta* pada analisis regresi sebelumnya. Gambaran pengaruh antar variabel dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Pengaruh Antar Variabel**

Pengaruh langsung SCM ke Keunggulan Bersaing (a)	=	0,587 (a)
--	---	-----------

Pengaruh langsung Keunggulan Bersaing ke Kinerja Organisasi (b)	= 0,415 (b)
Pengaruh langsung SCM ke Kinerja organisasi (c)	= 0,203 (c)
Pengaruh tidak langsung SCM ke Keunggulan Bersaing ke Kinerja Organisasi (a x b)	= (0,587 x 0,415) = 0,244
Total Pengaruh (a x b) + c	= 0,244 + 0,203 = 0,447



**Gambar 4.1 Model Analisis Jalur**

Berdasarkan perhitungan di atas dan Gambar 4.1 dapat diketahui bahwa  $ab$  sebesar 0,244. Selanjutnya untuk mengetahui nilai  $t$  maka dihitung *standard error*  $ab$  sebagai berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

$$Sab = \sqrt{(0,415)^2(0,065)^2 + (0,587)^2(0,094)^2 + (0,065)^2(0,094)^2}$$

$$Sab = \sqrt{(0,172 \times 0,004) + (0,345 \times 0,008) + (0,004 \times 0,008)}$$

$$Sab = \sqrt{(0,00688) + (0,00276) + (0,000032)}$$

$$Sab = \sqrt{0,009672} = 0,098$$

Berdasarkan hasil  $Sab$  selanjutnya dapat dihitung nilai  $t$  statistik pengaruh manajemen rantai pasok (X) terhadap kinerja organisasi (Y) melalui keunggulan bersaing (Z). Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka tidak ada pengaruh signifikan manajemen rantai pasok terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka ada pengaruh signifikan manajemen rantai pasok terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing.

Berikut adalah perhitungan rumus  $t$  hitung:

$$t = \frac{ab}{Sab} = \frac{0,244}{0,098} = 2,490$$

Berdasarkan hasil tersebut diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,490. Nilai  $t_{hitung}$  tersebut dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ , dimana diperoleh  $t_{tabel}$  berdasarkan signifikansi 5% dan  $df = 100 (102-2)$  yaitu 1,984. Dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,490 > 1,984$ ). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara manajemen rantai pasok terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening.

## **F. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Keunggulan Bersaing**

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa variabel manajemen rantai pasok mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Jadi semakin baik manajemen rantai pasok maka akan meningkatkan keunggulan bersaing produk UMKM bakpia di Yogyakarta. Oleh karena pengaruhnya signifikan, maka variabel manajemen rantai pasok penting untuk dipertimbangkan UMKM bakpia dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Hasil ini



dapat menunjukkan bahwa hipotesis pertama penelitian ini yaitu “manajemen rantai pasok berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing” **terbukti**.

Manajemen rantai pasok adalah usaha untuk mengintegrasikan pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas pembuatan suatu produk untuk meningkatkan efisiensi operasi, kualitas dan layanan kepada pelanggan. Dengan meningkatkan manajemen rantai pasok tentunya dengan indikator-indikator yang ada maka akan semakin meningkatkan keunggulan bersaing produk bakpia di Yogyakarta. Dengan meningkatkan efisiensi manajemen rantai pasok pada perusahaan maka perusahaan akan senantiasa menawarkan harga lebih kompetitif sehingga dapat menawarkan harga yang sama rendah atau lebih rendah dibandingkan dengan pesaing.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suharto dan Devie (2013) yang membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara manajemen rantai pasok terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan manufaktur di Surabaya. Penelitian lain menurut Novitasari (2016) menjelaskan hasil bahwa manajemen rantai pasok berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada UKM Kerajinan Gerabah di Kasongan.

## **2. Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Organisasi**

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa variabel manajemen rantai pasok mempunyai pengaruh positif dan

signifikan terhadap kinerja organisasi. Jadi semakin baik manajemen rantai pasok maka akan meningkatkan kinerja organisasi pada UMKM bakpia di Yogyakarta. Oleh karena penggarunya signifikan, maka variabel manajemen rantai pasok penting untuk dipertimbangkan UMKM bakpia dalam meningkatkan kinerja organisasi. Hasil ini dapat menunjukkan bahwa hipotesis kedua penelitian ini yaitu “Manajemen rantai pasok berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi” **terbukti**.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suharto dan Devie (2013) yang membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara manajemen rantai pasok terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Surabaya. Penelitian lain menurut Novitasari (2016) menjelaskan hasil bahwa manajemen rantai pasok berpengaruh positif terhadap kinerja UKM Kerajinan Gerabah di Kasongan.

### **3. Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Organisasi**

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa variabel keunggulan bersaing mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi. Jadi semakin tinggi keunggulan bersaing maka akan meningkatkan kinerja organisasi pada UMKM bakpia di Yogyakarta. Oleh karena penggarunya signifikan, maka variabel keunggulan bersaing penting untuk dipertimbangkan UMKM bakpia dalam meningkatkan kinerja organisasi. Hasil ini dapat menunjukkan bahwa hipotesis ketiga penelitian ini yaitu “keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi” **terbukti**.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suharto dan Devie (2013) yang membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Surabaya. Penelitian lain menurut Novitasari (2016) menjelaskan hasil bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja UKM Kerajinan Gerabah di Kasongan.

#### **4. Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Organisasi melalui Keunggulan Bersaing**

Berdasarkan hasil pengujian analisis jalur diperoleh hasil bahwa variabel *supply chain management* berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Li et al (2006) memberikan bukti empiris bahwa praktik manajemen rantai pasok tidak langsung mempengaruhi kinerja perusahaan tetapi dimediasi oleh keunggulan bersaing.