

**PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP KEUNGGULAN
BERSAING DAN KINERJA ORGANISASI
(Studi UMKM Bakpia di Kota Yogyakarta)**

Liza Andriani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183 Telp. (0274) 287656
email: lizaandriani007@gmail.com

ABSTRAK

This research aims to examine The Influence of supply chain management on organizational performance through competitive advantage as an intervening variable. Data obtained by spreading questionnaires to respondents who are producers bakpia in Yogyakarta. Number of samples use 102 respondents using purposive sampling. Data analysis uses regression analysis and path analysis. The research proves that supply chain management has influence on competitive advantage, supply chain management has influence on organizational performance and competitive advantage has influence on organizational performance. Path analysis result explain that there's significant impact between SCM to organizational performance as an intervening variable in this research.

Keywords: Supply Chain Management, Competitive Advantage, Organizational Performance

PENDAHULUAN

Perkembangan Industri Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia semakin menjamur. Hal ini ditandai dengan pertumbuhan jumlah pelaku usaha industri UMKM di Indonesia dari tahun 2015 hingga saat ini tahun 2017, jumlah pelaku UMKM di Indonesia terus mengalami pertumbuhan(data UMKM 2015, 2016, 2017. Definisi UMKM menurut BPS (Badan Pusat Statistik) berdasarkan kuantitas tenaga kerja adalah usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai 19 orang, usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai 99 orang. Usaha Kecil dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang banyak

diminati. Khususnya UMKM bidang kuliner. Hal ini disebabkan karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang tidak akan lepas dari kehidupan sehari-hari.

Bakpia berasal dari China dengan nama asli Tou Luk Pia yang secara harfiah berarti kue atau roti yang berisikan daging. Di Indonesia sendiri, makanan ini dikenal dengan nama pia atau kue pia. Bakpia diadopsi dari makanan khas China yang dahulunya berisikan daging babi, namun seiring dengan perkembangannya, jenis isian bakpia disesuaikan dengan selera masyarakat Yogyakarta seperti dengan mengganti isian bakpia dengan menggunakan kacang hijau. Banyaknya daya beli masyarakat dari produk bakpia ini, sehingga muncul para pesaing yang bergerak di bidang yang sama. Produk bakpia yang di pasarkan saat ini sudah mencapai puluhan merek dengan kualitas yang berbeda. Hal ini memicu para pelaku UMKM Bakpia harus terus berinovasi, salah satunya ada yang dikembangkan dengan beraneka macam rasa isian seperti keju, coklat, tiramisu dan green tea.

Organisasi sepatutnya harus memperhatikan persaingan, dengan begitu organisasi harus mempunyai strategi yang dapat dijadikan sebagai ujung tombak dalam menghadapi persaingan dan memenangkan persaingan tersebut. Keunggulan bersaing selanjutnya merupakan strategi organisasi yang merupakan alat untuk mencapai tujuan dari suatu organisasi. Tujuan organisasi yaitu kinerja organisasi yang menghasilkan profit yang maksimal (Ferdinand, 2003). Organisasi yang mempunyai keunggulan bersaing yang bertujuan untuk unggul dari pesaing di dalam lingkungan bisnis dan sebagai cara untuk mencapai tujuan kinerja yang diharapkan.

Keunggulan bersaing pada dasarnya berkembang dari adanya nilai yang dapat dibuat oleh suatu organisasi kepada konsumennya yang lebih tinggi dari biaya organisasi dalam menciptakannya (Porter, 1993). Nilai adalah suatu yang konsumen ingin atau bersedia untuk membayarkan, dan nilai yang unggul diciptakan dari penawaran harga yang lebih rendah dari manfaat yang ditawarkan pesaing dengan manfaat yang sepadan sehingga memberikan manfaat yang unik yang tidak hanya sekedar mengimbangi harta yang lebih mahal. Hal tersebut tentu lebih mengarah pada bagaimana suatu organisasi dapat menciptakan produk yang memberikan nilai lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan atau dibayarkan oleh konsumen, sehingga konsumen merasa bahwa dengan mengonsumsi produk tersebut, konsumen merasakan keuntungan yang lebih besar dari apa yang dia berikan.

Menurut Jahanshahi *et al.* (2012) Kinerja organisasi adalah hasil yang sesungguhnya atau output yang dapat dihasilkan oleh suatu organisasi yang selanjutnya dibandingkan atau diukur dengan hasil yang diharapkan. Suatu organisasi dapat bersaing dan memiliki kinerja yang optimal harus didukung dengan adanya manajemen rantai pasok yang optimal. Manajemen rantai pasok merupakan serangkaian pendekatan untuk mengefesiesikan integrasi antara supplier, manufaktur, gudang, dan inventory sehingga produk yang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, dengan waktu yang tepat yang bertujuan agar meminimalkan biaya dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Christopher menjelaskan bahwa manajemen rantai pasok merupakan jaringan organisasi yang melibatkan hubungan *upstream & downstream* dalam

memproses aktivitas yang berbeda yang memberikan nilai dalam bentuk produk atau layanan kepada konsumen

Menerapkan manajemen rantai pasokan menjadi salah satu cara pelaku UMKM untuk menjaga kualitas produk yang dijualnya. Mengapa *Supply Chain Management* menjadi salah satu cara untuk menjaga kualitas produk, karena *Supply Chain Management* merupakan integrasi antara pemasok (*supplier*) kepada produsen, produsen kepada distributor, dan distributor kepada konsumen. Sehingga proses dari hulu hingga hilir dapat terkontrol dengan integrasi tersebut membuat kualitas produk mudah untuk dikontrol.

Untuk dapat menjalankan manajemen rantai pasok, maka diperlukan dukungan dari berbagai pihak dalam organisasi. Mulai dari pihak internal organisasi maupun eksternal. Dewasa ini, konsumen banyak dimanjakan oleh produsen, hal ini terjadi karena semakin banyaknya jenis produk makanan khas yang ada di pasar. Hal tersebut dapat dilihat dari maraknya kue kekinian yang lebih memberikan inovasi dan warna baru kepada konsumen. Strategi perusahaan yang selalu berfokus pada konsumen (*customer oriented*), Jika dahulu produsen melakukan strategi dengan melakukan pembagian segmen pada konsumen, maka sekarang konsumen lebih dimanjakan lagi dengan pelemparan produk menurut keinginan setiap individu bukan menurut keinginan segmen tertentu dan mendorong untuk selalu memberikan inovasi. Banyaknya jenis produk makanan khas yang semakin beragam setiap jenisnya, mengakibatkan produsen kesulitan dalam memuaskan harapan dari konsumen. Dengan menerapkan praktik *Supply Chain Management* produsen akan mampu memberikan kepuasan terhadap para konsumen.

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Regina Suharto dan Devie pada tahun 2013. Judul penelitiannya yaitu “Analisa pengaruh *Supply Chain Management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan”. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh signifikan dan positif antara *Supply Chain Management* pada perusahaan manufaktur di Surabaya yang baik akan mampu meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan, penerapan *Supply Chain Management* yang baik akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan, baik kinerja keuangan dan kinerja operasional dan keunggulan bersaing perusahaan yang meningkat akan mampu meningkatkan kinerja perusahaannya.

Kemajuan usaha yang semakin pesat tentu saja dapat kita lihat, dalam hal perkembangan usahanya, baik perusahaan perorangan maupun berbagai perusahaan berbentuk badan hukum tidak dapat menghindarkan diri dari kinerja *Supply Chain Management* untuk dapat memajukan perusahaan itu sendiri. Dengan demikian UMKM wajib menerapkan kinerja manajemen rantai pasok dan meningkatkan hubungan sesama perusahaan, penyuplai dan konsumen, sehingga dapat tercapai efisiensi produksi dan kepercayaan konsumen. Melalui pendekatan praktik manajemen rantai pasok pelaku UMKM Bakpia di Yogyakarta diharapkan dapat meningkatkan keunggulan bersaing yang dapat mendorong kinerja organisasinya.

KAJIAN TEORI

Manajemen Rantai Pasok

Heizer & Rander (2004), mendefinisikan Manajemen Rantai Pasokan sebagai kegiatan pengelolaan kegiatan-kegiatan dalam rangka memperoleh bahan mentah menjadi barang dalam proses atau barang setengah jadi dan barang jadi kemudian

mengirimkan produk tersebut ke konsumen melalui sistem distribusi. Kegiatan-kegiatan ini mencakup fungsi pembelian tradisional ditambah kegiatan penting lainnya yang berhubungan antara pemasok dengan distributor.

Kinerja Organisasi

Menurut Mulyadi (2007) kinerja juga didefinisikan sebagai keberhasilan personel dalam mewujudkan sasaran strategis di empat perspektif yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis, serta pembelajaran dan pertumbuhan.

Keunggulan bersaing

Menurut Porter (1993) mengungkapkan bahwa “persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Hal ini mengandung pengertian bahwa kegagalan tergantung pada keberanian perusahaan untuk bersaing, tidak mungkin keberhasilan bisa diperoleh”. Adanya persaingan antara perusahaan dapat menentukan kegiatan perusahaan secara tepat yang dapat mendorong kinerjanya, salah satunya adalah inovasi kerja, budaya kohesif atau pelaksanaan kerja yang optimal. Keunggulan bersaing adalah pencarian terhadap posisi persaingan yang menguntungkan dalam suatu industri atau area fundamental tempat persaingan terjadi. Keunggulan bersaing memiliki tujuan agar menegakkan posisi perusahaan secara menguntungkan sehingga dapat mempertahankan dari kekuatan-kekuatan yang dapat menentukan persaingan di suatu industri (Denitha, 2016)

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah pemilik atau manajer fungsional UMKM Bakpia di Kota Yogyakarta. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa hasil penyebaran kuesioner. Teknik sampling yang digunakan

dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Untuk memperoleh data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini maka dilakukan metode survei dengan menggunakan kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

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

Tabel 4.1
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.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4.2
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.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	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.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.	Kesimpulan
SCM \rightarrow Keunggulan Bersaing	0,832	Non Heteroskedastisitas
SCM \rightarrow Kinerja Organisasi	0,278	Non Heteroskedastisitas
Keunggulan Bersaing \rightarrow Kinerja Orang.	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.

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 4.5
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
<i>Dependent Variable: Keunggulan Bersaing(Z)</i>					

Sumber: lampiran 6

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

$$Z = bX$$

$$Z = 0,367X$$

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.**

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.

Model Regresi 2

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

Tabel 4.6
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 (H₂) 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_{hitung} 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**.

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.

Untuk menjawab hipotesis 3 (H_3) 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_{hitung} 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**.

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.

Path Analysis

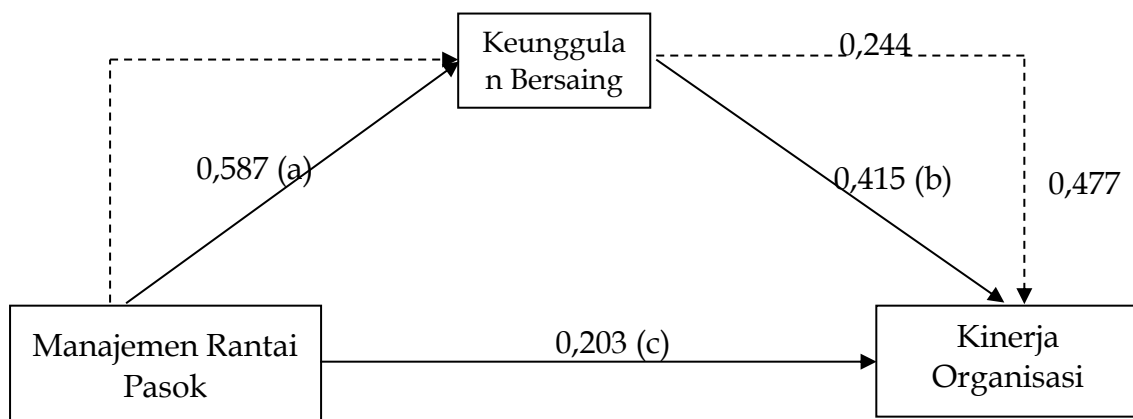
Untuk menguji signifikansi dari pengaruh tidak langsung antara manajemen rantai pasok terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing dilakukan uji Sobel sebagai berikut:

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

Signifikansi uji sobel dilihat dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Untuk mengetahui besar t maka ab dibagi dengan *standard error* ab (Sab) (Ghozali, 2016). Gambaran pengaruh antar variabel dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.7
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.

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

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin besar manajemen rantai pasok akan meningkatkan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama penelitian ini terbukti.
2. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin besar manajemen rantai pasok akan meningkatkan kinerja organisasi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua penelitian ini terbukti.
3. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin besar keunggulan bersaing akan meningkatkan kinerja organisasi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga penelitian ini terbukti.
4. Hasil ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing dapat berperan sebagai variabel mediasi antara variabel manajemen rantai pasok terhadap kinerja organisasi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, selanjutnya peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menjelaskan bahwa manajemen rantai pasok berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja organisasi. Saran yang diberikan yaitu pada pemilik atau pengelola UMKM Bakpia di Yogyakarta agar dapat meningkatkan sistem manajemen rantai pasok sehingga dapat memberikan kinerja yang optimal bagi organisasi dan menciptakan nilai unggul sehingga dapat bersaing baik melalui hubungan dengan penyalur, hubungan dengan konsumen dan *information sharing*.
2. Hasil penelitian ini juga menjelaskan bahwa variabel keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Berdasarkan hal tersebut diharapkan agar perusahaan menciptakan keunggulan yang lain dari pada pesaing sehingga dapat menjadi senjata yang digunakan untuk mengoptimalkan kinerja organisasi dan meningkatkan penjualan sehingga mencapai profit yang maksimal. Selain itu, adanya era digital dan sistem *onliner shopping* UMKM diharapkan dapat meningkatkan kreativitas dan semakin inovatif dalam hal mengembangkan UMKMnya agar dikenal lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, Teresa M. 1996. "Assesing The Work Environment For Creativity". *Academy of Management Journal*. p.1154- 1184
- Anie Prasetyo, D. E. N. I. T. H. A. 2016. Pengaruh Praktek Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kinerja organisasi Yang Dimediasi Oleh Keunggulan Bersaing Pada UKM Kerajinan Sapu Rayung Mungkid Magelang (Doctoral dissertation, UPN"VETERAN"YOGYAKARTA).
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Be Merged*. Netherlands: Tilburg University
- Brah, S. and Lim, H. 2006. The effects of technology and TQM on the performance of logistics companies, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 36 No. 3, pp. 192-209.
- Carton, R. B. 2004. *Measuring organizational performance: an exploratory study* (Doctoral dissertation, University of Georgia).
- Cho, I., Ellinger, A. D., Ellinger, A. E. & Klein, A. (n.d.). *Examining the Relationship Between Dimension of Organizational Learning and Firms' Financial and Knowledge Performance in the Korean Business Context*.
- Christopher, Martin. (1998). *Logistic and Supply Chain Management : Strategies for Reducing Cost and Improving Service*, London : Prentice-Hall,Inc
- Cooper, R. G. 2000. *Product innovation and technology strategy*. *Research-Technology Management*, 43(1), 38-41.
- Corporate Performance? Why and How Two Research Traditions Need To*
- Daft, R. 2003. *Management*, Mason: South-Western College Pub
- Ferdinand, Augusty Tae 2003. *Sustainable Competitive Advantage: Sebuah Explorasi Model Konseptual*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Goyal, S.K., dan Cardenas-Barron, L.E. 2001. "Note on: 'An optimal batch size for a competitiveness and improving performance". *Journal of Operations Management* 2001 ;17(4):411-28.
- Hansen, Don R., dan Mowen Maryanne M, 2000. *Manajemen Biaya: Akuntansi dan Pengendalian*, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Harrison A and van Hoek, R. 2008. *Logistics Management and Strategy* 3th edition, Harlow, England: Pearson Education, first published in 2002
- Heizer, Jay, and Barry Render. 2004. *Operation Management*, Seventh Edition, Pearson Prentice Hall Inc. USA
- Holweg, M. 2005, "An Investigation into Supplier Responsiveness", *International Journal of Logistics Management*, 16(1), pp. 96-119
- Jahanshahi, Asghar Afshar et al., 2012, "Electronic Commerce Applications among Indian Small and Medium Enterprises", *Information Management and Business*
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2003. *Dasar- Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi ke-9. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Koufteros, X. A. 1995. *Time-Based Manufacturing: Developing a Nomological Network of Constructs and Instrument Development*, Doctoral Dissertation, University of Toledo, Toledo, OH
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T.S. & Subba Rao, S. 2006. "The Impact of

- Supply Chain Management Practise on Competitive Advantage and Organizational Performance," Omega, 34(1). 107 - 124.*
- Porter, Michael E. 1993. *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Erlangga, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Simchi, David-Levi, Philip Kamin Sky & Edith Simchi Levi. 2000. *Designing And Managing The Supply Chain : Concept, Strategies And Empirical Studies*. Singapore : IrwinMcGraw-Hill
- Stonebrake, Peter W.;Leong G. Keony. 1994. *Operations Strategy: Focusing on Competitive Excellence*, Allyin and Bacon, USA
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis* , Bandung : ALFABETA.
- Suharto Regina dan Devie. 2013. Analisa Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*. Vol. 1. NO 2
- Sunyoto, Danang. 2012. *Model Analisis Jalur Untuk Riset Ekonomi*. Bandung : CV. Yrama Widya.
- Ursula, G. & Wilderom, C. P. M. 1997. *Organizational Effectiveness =*
- Vessey, I. (1991). *Cognitive fit: A theory-based analysis of the graphs versus tables literature*. *Decision Sciences*, 22(2), 219-240.
- Widarjono, A. 2010. Analisis statistika multivariat terapan. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.