



Pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi pada *coffee shop*

The influence of supply chain management on company performance with competitive advantage as a mediating variable in coffee shops

Jumadil Rezki, Lailan Tawila Berampu, Sharnuke Asrilsyak

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

Abstrak

Tujuan – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing sebagai variabel mediasi pada *coffee shop* di Kecamatan Binawidya.

Desain/metodologi/pendekatan – Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)*. Populasi penelitian adalah seluruh *coffee shop* di Kecamatan Binawidya yang berjumlah 109 unit usaha. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sensus dengan jumlah responden yang berhasil diolah sebanyak 98 pemilik atau manajer *coffee shop*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan SmartPLS 4 melalui pengujian outer model dan inner model.

Temuan – Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Supply Chain Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. *Supply Chain Management* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Selain itu, Keunggulan Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Secara tidak langsung, *Supply Chain Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing sebagai variabel mediasi.

Keterbatasan penelitian – Penelitian ini hanya dilakukan pada *coffee shop* di Kecamatan Binawidya sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada wilayah atau jenis usaha lain. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel utama, yaitu *Supply Chain Management*, Keunggulan Bersaing, dan Kinerja Perusahaan.

Implikasi – Hasil penelitian memberikan implikasi praktis bagi pengelola *coffee shop* untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan rantai pasok melalui penguatan hubungan dengan pemasok, pertukaran informasi, dan pengelolaan operasional yang lebih efisien guna meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan.

Kebaruan – Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian peran Keunggulan Bersaing sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *Supply Chain Management* dan Kinerja Perusahaan pada *coffee shop* skala mikro dan kecil di Kecamatan Binawidya.

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

Abstract

Purpose – This study aims to analyze the effect of *Supply Chain Management* on Company Performance through *Competitive Advantage* as a mediating variable at *coffee shops* in Binawidya District.

Design/methodology/approach – This study employed a quantitative approach using *Structural Equation Modeling (SEM)* based on *Partial Least Square (PLS)*. The population consisted of 109 *coffee shops* in Binawidya District. The sampling technique used a census method, with 98 respondents consisting of *coffee shop* owners or managers whose data were successfully processed. Data were collected through closed-ended questionnaires using a five-point Likert scale and analyzed using SmartPLS 4 through measurement model and structural model evaluation.

Findings – The results showed that Supply Chain Management had a positive and significant effect on Competitive Advantage. Supply Chain Management also had a positive and significant effect on Company Performance. In addition, Competitive Advantage had a positive and significant effect on Company Performance. Indirectly, Supply Chain Management had a positive and significant effect on Company Performance through Competitive Advantage as a mediating variable.

Research limitations – This study was limited to coffee shops in Binawidya District; therefore, the findings cannot be fully generalized to other business sectors or regions. In addition, this study only focused on three main variables, namely Supply Chain Management, Competitive Advantage, and Company Performance.

Implications – The findings provide practical implications for coffee shop managers to improve supply chain effectiveness through stronger supplier relationships, information sharing, and more efficient operational management in order to enhance competitive advantage and company performance.

Originality – The novelty of this study lies in examining the mediating role of Competitive Advantage in the relationship between Supply Chain Management and Company Performance in micro and small-scale coffee shops in Binawidya District.

Keywords: Supply Chain Management, Company Performance, Competitive Advantage

Histori Artikel:

Diterima: 14 April 2026, Direvisi: 12 Mei 2026, Disetujui: 13 Mei 2026, Dipublikasikan: 25 Mei 2026.

*Penulis Korespondensi:

jumadil.rezki2222@student.unri.ac.id

DOI:

<https://doi.org/10.60036/jbm.1129>

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis pada industri *coffee shop* di Indonesia, khususnya di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru, semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah *coffee shop* yang bermunculan dalam beberapa tahun terakhir. *Coffee shop* saat ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati minuman kopi, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, terutama generasi muda, mahasiswa, dan pekerja urban. Perubahan perilaku konsumen tersebut mendorong pelaku usaha *coffee shop* untuk terus meningkatkan kualitas layanan, efisiensi operasional, serta menciptakan nilai tambah agar mampu bertahan dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif. Dalam kondisi tersebut, perusahaan dituntut untuk memiliki strategi yang tepat agar mampu meningkatkan kinerja perusahaan secara berkelanjutan.

Kinerja perusahaan merupakan gambaran tingkat keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya secara efektif dan efisien. Dalam industri *coffee shop*, kinerja perusahaan tidak hanya dilihat dari aspek keuangan, seperti peningkatan penjualan dan laba usaha, tetapi juga dari aspek operasional seperti kecepatan pelayanan, ketepatan waktu penyajian, kepuasan pelanggan, dan loyalitas konsumen. Kinerja yang baik menjadi indikator penting keberhasilan *coffee shop* dalam mempertahankan eksistensi usahanya di tengah persaingan yang ketat.

Salah satu indikator penting dalam menilai kinerja operasional *coffee shop* adalah *delivery speed* atau kecepatan pelayanan kepada pelanggan. Kecepatan pelayanan mencerminkan seberapa efisien proses operasional perusahaan, mulai dari penerimaan pesanan, proses produksi, hingga penyajian produk kepada pelanggan. *Delivery speed* yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat pengalaman konsumen, serta mendorong kemungkinan pelanggan untuk kembali melakukan pembelian. Untuk melihat kondisi awal kinerja operasional *coffee shop* di Kecamatan Binawidya, dilakukan prasurevei terhadap lima

coffee shop terbesar di wilayah tersebut. Hasil prasarvei menunjukkan bahwa seluruh *coffee shop* mampu melayani pelanggan dalam waktu kurang dari lima menit. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara umum kinerja operasional *coffee shop* di Kecamatan Binawidya sudah tergolong baik, terutama dalam aspek kecepatan pelayanan.

Meskipun demikian, dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan tidak cukup hanya mengandalkan kinerja operasional yang baik, tetapi juga perlu memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaing, baik melalui kualitas produk, harga yang kompetitif, pelayanan yang unggul, maupun pengalaman pelanggan yang lebih baik. Menurut Michael Porter, keunggulan bersaing tercipta ketika perusahaan mampu memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan dibandingkan pesaingnya. Keunggulan tersebut sangat penting bagi *coffee shop* agar dapat mempertahankan pelanggan, menarik konsumen baru, serta memperluas pangsa pasar.

Keunggulan bersaing dalam bisnis *coffee shop* dapat tercermin dari kemampuan perusahaan dalam menarik jumlah pelanggan secara konsisten. Banyaknya jumlah pengunjung menunjukkan bahwa *coffee shop* mampu menciptakan daya tarik tersendiri, baik dari sisi kualitas produk, suasana tempat, harga, maupun pelayanan. Berdasarkan hasil prasarvei terhadap lima *coffee shop* terbesar di Kecamatan Binawidya, diketahui bahwa jumlah rata-rata pengunjung harian berada pada kisaran 150 hingga 250 orang per hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa persaingan *coffee shop* di Kecamatan Binawidya sangat kompetitif, dan masing-masing pelaku usaha telah berupaya menciptakan keunggulan untuk memenangkan pasar.

Salah satu faktor penting yang dapat mendukung terciptanya keunggulan bersaing sekaligus meningkatkan kinerja perusahaan adalah penerapan *Supply Chain Management* (SCM) yang efektif. *Supply Chain Management* merupakan pengelolaan terintegrasi terhadap aliran bahan baku, informasi, dan produk mulai dari pemasok hingga sampai kepada konsumen akhir. Dalam bisnis *coffee shop*, SCM memiliki peran penting dalam memastikan ketersediaan bahan baku berkualitas, menjaga stabilitas pasokan, menekan biaya operasional, serta menjamin kelancaran proses produksi dan pelayanan kepada pelanggan. Pengelolaan rantai pasok yang baik akan membantu *coffee shop* memberikan layanan yang cepat, menjaga kualitas produk, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk menilai efektivitas *Supply Chain Management* adalah *lead time reduction*, yaitu kemampuan perusahaan dalam mempercepat waktu pengadaan bahan baku dari pemasok. *Lead time* yang singkat memungkinkan perusahaan mengurangi risiko keterlambatan pasokan, menghindari kekosongan stok, serta menjaga kelancaran operasional. Berdasarkan hasil prasarvei terhadap lima *coffee shop* terbesar di Kecamatan Binawidya, diketahui bahwa seluruh *coffee shop* memiliki dua pemasok utama dengan waktu pengiriman bahan baku yang relatif cepat, yaitu antara satu hingga empat hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa *coffee shop* di Kecamatan Binawidya telah menerapkan sistem rantai pasok yang cukup baik untuk mendukung aktivitas operasionalnya.

Meskipun demikian, penerapan *Supply Chain Management* dalam bisnis *coffee shop* tetap menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi permintaan pelanggan, perubahan harga bahan baku, keterlambatan pasokan, serta keterbatasan koordinasi dengan mitra pemasok. Tantangan tersebut dapat memengaruhi efisiensi operasional, kualitas layanan, dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana *Supply Chain Management* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, baik secara langsung maupun melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *Supply Chain Management* terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi pada *coffee shop* di Kecamatan Binawidya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi bagi pelaku usaha *coffee shop* dalam merumuskan strategi pengelolaan rantai pasok yang lebih efektif, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait peningkatan daya saing dan kinerja perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Kinerja perusahaan tidak hanya mencerminkan hasil akhir yang dicapai, tetapi juga menunjukkan bagaimana proses kerja, pengelolaan sumber daya, dan strategi perusahaan dijalankan secara efektif dan efisien. Kinerja atau performance sering diartikan sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Namun demikian, kinerja memiliki makna yang lebih luas karena tidak hanya menunjukkan hasil akhir, tetapi juga mencakup bagaimana proses kerja berlangsung dalam organisasi. Kinerja organisasi merupakan hasil yang dihasilkan perusahaan yang mampu meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Setiap organisasi memiliki tujuan yang harus dicapai sesuai standar yang telah ditentukan, sehingga evaluasi kinerja perlu dilakukan secara berkala untuk menilai sejauh mana target perusahaan telah tercapai.

Nilai dan keunggulan perusahaan dapat dilihat melalui seberapa baik kinerja perusahaan tersebut. Kinerja perusahaan yang baik akan berdampak pada peningkatan laba, efisiensi operasional, serta keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, dalam mengelola kinerja perusahaan, perlu diperhatikan aspek fungsional yang berkaitan dengan manajemen, struktur organisasi, perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, hingga perbaikan secara berkelanjutan agar perusahaan dapat mencapai kinerja yang optimal.

Indikator kinerja perusahaan digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Menurut Li et al. (2006), kinerja perusahaan dapat diukur melalui dua indikator utama, yaitu kinerja operasional dan kinerja keuangan. Kedua indikator tersebut saling berkaitan dalam menunjukkan efektivitas perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis.

Kinerja operasional merupakan ukuran non-keuangan yang menggambarkan efektivitas aktivitas operasional perusahaan. Selain kinerja keuangan, penting juga untuk mengukur kinerja non-keuangan sebagai bentuk evaluasi keberhasilan operasional perusahaan. Kinerja non-keuangan atau kinerja operasional mampu memberikan gambaran terhadap peluang bisnis yang telah tersedia namun belum terealisasi secara finansial. Carton dan Hofer (2006) menyatakan bahwa kinerja operasional dapat diukur melalui pangsa pasar, peluncuran produk baru, kualitas, efektivitas pemasaran, dan kepuasan pelanggan. Pendapat ini juga didukung oleh Venkatraman dan Ramanujam (1986), yang menegaskan bahwa indikator operasional menjadi ukuran penting dalam menilai kemampuan perusahaan dalam merespons kebutuhan pasar dan menciptakan kepuasan pelanggan.

Selain kinerja operasional, kinerja keuangan juga menjadi indikator penting dalam mengukur keberhasilan perusahaan. Kinerja perusahaan umumnya dinilai melalui pengukuran berbasis data akuntansi atau data keuangan. Kinerja keuangan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, meningkatkan penjualan, menjaga pertumbuhan usaha, serta menciptakan nilai perusahaan. Dalam konteks bisnis, pencapaian target keuntungan menjadi salah satu tujuan utama perusahaan, sehingga pengelolaan keuangan yang baik akan mendukung peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaing, sehingga perusahaan mampu mempertahankan posisinya di pasar yang

kompetitif. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, keunggulan bersaing menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Li et al. (2006) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing dapat dilihat dari kemampuan Perusahaan dalam bersaing melalui harga, kualitas, delivery dependability, inovasi produk, dan time to market. Definisi ini menegaskan bahwa keunggulan bersaing berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk membedakan dirinya dari pesaing melalui keunikan nilai yang ditawarkan.

Indikator keunggulan bersaing digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan memiliki kemampuan lebih dibandingkan pesaingnya. Li et al. (2006) menjelaskan bahwa indikator keunggulan bersaing terdiri dari harga, kualitas, dan inovasi produk. Harga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menawarkan produk secara kompetitif. Kotler (2005) mendefinisikan harga sebagai jumlah dari nilai yang dipertukarkan pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu pengorbanan ekonomi yang dilakukan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan barang maupun jasa. Kualitas mencerminkan mutu produk atau jasa yang diberikan, sedangkan inovasi produk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan pembaruan yang sesuai kebutuhan pasar.

Supply Chain Management

Supply Chain Management (SCM) merupakan konsep manajemen yang berperan penting dalam mengintegrasikan seluruh aktivitas rantai pasok mulai dari pemasok hingga konsumen akhir. SCM bertujuan untuk memastikan bahwa aliran bahan baku, informasi, dan produk berjalan secara efektif, efisien, dan tepat waktu sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi secara optimal. Dalam konteks bisnis modern, penerapan SCM yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan efisiensi operasional, menekan biaya, serta mendukung daya saing perusahaan. Perusahaan yang menerapkan strategi *Supply Chain Management* (SCM) mampu menciptakan daya saing menghasilkan produk berkualitas, meningkatkan kinerja, memaksimalkan pendapatan, mengoptimalkan biaya, memberikan ketepatan proses, waktu layanan dan harga yang kompetitif. Hal tersebut dapat dicapai jika Perusahaan mampu beroperasi secara efisien, berkualitas, cepat, fleksibel, responsive dan inovatif (Yamit 2012)

Heizer dan Render (2015) mendefinisikan *Supply Chain Management* sebagai suatu rangkaian aktivitas yang terintegrasi, mulai dari pengadaan material dan pelayanan jasa, kemudian mengubahnya menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, hingga mendistribusikannya kepada konsumen. Definisi ini menunjukkan bahwa SCM bukan hanya berkaitan dengan proses distribusi, tetapi juga mencakup koordinasi seluruh aktivitas operasional yang saling terhubung dalam rantai pasok.

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2002), *Supply Chain Management* adalah suatu sistem di mana perusahaan mendistribusikan produk dan jasanya kepada pelanggan melalui jaringan organisasi yang saling terhubung. Rantai pasok ini melibatkan berbagai pihak yang memiliki kepentingan yang sama, yaitu pemasok, produsen, distributor, toko eceran, dan pelanggan. Setiap pihak dalam rantai pasok memiliki peran penting dalam menjaga kelancaran arus barang, informasi, dan layanan agar proses bisnis berjalan secara optimal.

Chopra dan Meindl (2004) menjelaskan bahwa tujuan utama *Supply Chain Management* adalah memaksimalkan nilai keseluruhan yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, serta meminimalkan total biaya seperti biaya pemesanan, penyimpanan, bahan baku, transportasi, dan biaya operasional lainnya. Dengan demikian, SCM tidak hanya berorientasi pada efisiensi internal perusahaan, tetapi juga pada penciptaan nilai tambah bagi pelanggan.

Kinerja *Supply Chain Management* dipengaruhi oleh beberapa indikator penting yang menunjukkan tingkat efektivitas pengelolaan rantai pasok. Li et al. (2006) menyatakan bahwa indikator *Supply Chain Management* meliputi strategic supplier partnership, customer

relationship, dan information sharing. Ketiga indikator ini menjadi aspek penting dalam menilai sejauh mana perusahaan mampu mengelola rantai pasok secara efektif.

Information sharing merupakan proses berbagi informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu antar anggota rantai pasok. Simatupang dan Sridharan (2002) menjelaskan bahwa information sharing memungkinkan seluruh mitra rantai pasok menggunakan basis data yang sama untuk memantau aliran produk dan pesanan dari produsen ke konsumen. Dengan adanya pertukaran informasi yang baik, perusahaan dapat mengurangi hambatan operasional, meningkatkan koordinasi, serta mempercepat pengambilan keputusan.

Long-term relationship atau hubungan jangka panjang merupakan hubungan kerja sama yang dibangun secara berkelanjutan antara perusahaan dengan pemasok maupun pelanggan. Hubungan jangka panjang yang baik akan meningkatkan kepercayaan, stabilitas kerja sama, serta keberlanjutan rantai pasok.

Cooperation atau kerja sama merupakan kemampuan perusahaan untuk berkolaborasi dengan pihak lain dalam menciptakan nilai tambah. Fawcett et al. (2008) menyatakan bahwa cooperation adalah kemampuan untuk bekerja sama dalam menciptakan dan mengelola nilai tambah guna memenuhi kebutuhan konsumen. Pendapat ini diperkuat oleh Indrajit dan Djokopranoto (2002), yang menyatakan bahwa kerja sama merupakan alternatif terbaik dalam menciptakan *Supply Chain Management* yang optimal.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) yang dianalisis menggunakan software SmartPLS versi 4. Penelitian dilaksanakan pada *coffee shop* yang berada di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru, dengan waktu pelaksanaan selama kurang lebih 2 minggu. Populasi penelitian adalah seluruh *coffee shop* di Kecamatan Binawidya yang berjumlah 109 unit usaha. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik atau manajer *coffee shop* yang memahami operasional usaha dan sistem rantai pasok yang diterapkan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, yaitu melibatkan seluruh anggota populasi sebagai responden penelitian. Penggunaan metode sensus dipilih karena jumlah populasi relatif terbatas dan masih memungkinkan untuk dijangkau secara keseluruhan, sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi populasi secara menyeluruh. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala *Likert* lima poin yang digunakan untuk mengukur variabel *Supply Chain Management*, keunggulan bersaing, dan kinerja perusahaan. Data primer diperoleh secara langsung dari pemilik atau manajer *coffee shop* melalui penyebaran kuesioner, wawancara, dan observasi lapangan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen usaha, data jumlah *coffee shop* di Kecamatan Binawidya, serta literatur pendukung lainnya. Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS melalui pengujian outer model untuk menilai validitas dan reliabilitas konstruk, serta pengujian inner model untuk menganalisis pengaruh *Supply Chain Management* terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi (Ghozali, 2008).

Operasional Variabel

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Skala Pengukuran
Kinerja Perusahaan (Y)	Kinerja perusahaan adalah hasil dari kerja perusahaan dalam memperkuat dan meningkatkan nilai perusahaan	1. Kinerja Operasional 2. Kinerja Keuangan	Ordinal

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Skala Pengukuran
		Li, Bhanu ragunathan, T.S Ragu-Nathan, S. Subba Rao (2006)	
Supply Chain Management (X)	Supply Chain Management adalah Integrasi proses memperoleh sumber daya dan layanan, mengubahnya menjadi barang setengah jadi dan barang jadi, dan mengirimkannya ke konsumen dikenal sebagai manajemen rantai pasokan. Heizer dan Render (2009)	1. <i>Strategic Supplier Partnership</i> 2. <i>Customer Relationship</i> 3. <i>Information Sharing</i> Li et al. (2006)	Ordinal
Keunggulan Bersaing (Z)	keunggulan bersaing adalah sejauh mana <i>coffee shop</i> di kecamatan bina widya dapat bertahan dan membedakannya dengan <i>coffee shop</i> yang lain.	1. Harga 2. kualitas 3. inovasi Li et al. (2006)	Ordinal

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Tabel 2. Demografi Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki – Laki	86	87,8%
	Perempuan	12	12,2%
Usia Bekerja	< 6 Bulan	0	-
	6 -12 Bulan	9	9,2%
	12 – 24 Bulan	18	18,3%
	> 24 Bulan	71	72,5%
Jumlah Karyawan	Usaha Mikro	≤ 10	87%
	Usaha Kecil	≤ 50	11%
	Usaha Menengah	≤ 300	-

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa dari total 98 responden, sebanyak 86 orang atau 87,8% berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 12 orang atau 12,2% berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki.

Selanjutnya, berdasarkan lama bekerja, diketahui bahwa tidak terdapat responden dengan masa kerja kurang dari 6 bulan. Sebanyak 9 orang atau 9,2% memiliki masa kerja 6–12 bulan, 18 orang atau 18,3% memiliki masa kerja 12–24 bulan, dan sebanyak 71 orang atau 72,5% telah bekerja lebih dari 24 bulan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman kerja yang cukup lama, sehingga dinilai memahami kondisi operasional *coffee shop* secara baik.

Berdasarkan jumlah karyawan, diketahui bahwa sebagian besar usaha yang diteliti termasuk kategori usaha mikro, yaitu sebanyak 87 *coffee shop* dengan jumlah karyawan maksimal 10 orang. Sementara itu, sebanyak 11 *coffee shop* termasuk kategori usaha kecil dengan jumlah karyawan maksimal 50 orang, dan tidak terdapat *coffee shop* yang termasuk kategori

usaha menengah. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas *coffee shop* di Kecamatan Binawidya masih didominasi oleh usaha berskala mikro, dengan struktur organisasi yang relatif sederhana namun tetap berpotensi berkembang.

Hasil Outer Model

Evaluation of Measurement Model atau outer model ini berguna untuk mengukur hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya atau dapat dikatakan bahwa model pengukuran ini mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Terdapat beberapa pengujian yang dilakukan yakni: Convergent Validity (loading factor dan average variance extracted), Discriminant Validity (fornell-larcker criterion dan cross loading), Composite Reliability serta Cronbach's Alpha. Adapun hasil pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

Hasil Loading Factor

Tabel 3. Hasil Loading Factor

Item	Keunggulan Bersaing (Z)	Kinerja Perusahaan (Y)	Supply Chain Management (X)	Keterangan
X1			0.759	Valid
X2			0.87	Valid
X3			0.866	Valid
X4			0.758	Valid
X5			0.741	Valid
X6			0.793	Valid
Y1		0.848		Valid
Y2		0.803		Valid
Y3		0.708		Valid
Y4		0.727		Valid
Y5		0.841		Valid
Y6		0.827		Valid
Z1	0.877			Valid
Z2	0.868			Valid
Z3	0.786			Valid
Z4	0.861			Valid
Z5	0.875			Valid
Z6	0.869			Valid

Sumber: Hasil Olahan Smart PLS, 2025

Hasil Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 4. Hasil Average Variance Extracted

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Keunggulan Bersaing	0.734	Valid
Kinerja Perusahaan	0.631	Valid
Supply Chain Management	0.639	Valid

Sumber: Hasil Olahan Smart PLS, 2025

Hasil Fornell-Larcker Criterion

Tabel 5. Hasil Fornell-Larcker Criterion

Keunggulan Bersaing Kinerja Perusahaan Supply Chain Management			
Keunggulan Bersaing	(0.857)		
Kinerja Perusahaan	0.786	(0.794)	
Supply Chain Management	0.521	0.713	(0.799)

Sumber: Hasil Olahan Smart PLS, 2025

Hasil Cross Loading

Tabel 6. Hasil Cross Loading

Item	Keunggulan Bersaing	Kinerja Perusahaan	Supply Chain Management
X1	0.371	0.501	0.759
X2	0.531	0.617	0.870
X3	0.559	0.712	0.866
X4	0.285	0.386	0.758
X5	0.233	0.414	0.741
X6	0.387	0.657	0.793
Y1	0.741	0.848	0.607
Y2	0.722	0.803	0.434
Y3	0.521	0.708	0.468
Y4	0.447	0.727	0.601
Y5	0.613	0.841	0.638
Y6	0.658	0.827	0.640
Z1	0.877	0.647	0.438
Z2	0.868	0.706	0.392
Z3	0.786	0.612	0.349
Z4	0.861	0.599	0.469
Z5	0.875	0.646	0.527
Z6	0.869	0.802	0.486

Sumber: Hasil Olahan Smart PLS, 2025

Hasil Croanbach Alpha dan Composite Reliability

Tabel 7. Hasil Composite Reability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Nilai Kritis	Keterangan
Keunggulan Bersaing	0.927	0.932	0,7	Reliabel
Kinerja Perusahaan	0.882	0.891	0,7	Reliabel
Supply Chain Management	0.889	0.915	0,7	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025

Hasil Inner Model

Evaluation of Structural Model atau model struktural menggambarkan hubungan antara variabel laten dalam suatu model yang didasarkan pada teori dari penelitian. Hubungan tersebut menggambarkan hubungan antara variabel eksogen dan endogen. Pola hubungan ini dianalisis dengan teknik statistika yaitu path analysis. Dari *inner model* ini nantinya akan diperoleh besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen baik langsung maupun tidak langsung.

Evaluation of structural model dievaluasi dengan menggunakan R-Square dan model fit. Adapun hasil pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Hasil R-Square

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi (*Adjusted R-Square*)

	R-square	R-square adjusted
Keunggulan Bersaing	0.272	0.264
Kinerja Perusahaan	0.744	0.738

Sumber: Hasil Olahan Smart PLS, 2025

Hasil Collinierity VIF

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas (*Collinearity Statistics*)

Variabel	VIF
Keunggulan Bersaing -> Kinerja Perusahaan	1.373
Supply Chain Management -> Keunggulan Bersaing	1.000
Supply Chain Management -> Kinerja Perusahaan	1.373

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS, 2025

Hasil Uji Bootstrapping

Tabel 10. Hasil Uji Bootstrapping

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	T-Statistics (O/STDEV)	P-values
Supply Chain Management → Keunggulan Bersaing	0.521	0.529	7.185	0.000
Supply Chain Management → Kinerja Perusahaan	0.416	0.421	7.794	0.000
Keunggulan Bersaing → Kinerja Perusahaan	0.569	0.566	11.003	0.000
Supply Chain Management → Keunggulan Bersaing → Kinerja Perusahaan	0.297	0.298	7.223	0.000

Sumber: Hasil Olahan Smart PLS, 2025

Pembahasan

Pembahasan Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Artinya, Supply Chain Management (SCM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada coffee shop di Kecamatan Binawidya. Semakin baik penerapan Supply Chain Management, maka semakin tinggi pula keunggulan bersaing yang dimiliki coffee shop. Sebaliknya, semakin rendah penerapan Supply Chain Management, maka semakin rendah pula keunggulan bersaing coffee shop. Dengan demikian, hipotesis pertama dinyatakan terbukti.

Supply Chain Management terbukti berperan penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing coffee shop. Melalui pengelolaan rantai pasok yang baik, coffee shop dapat menjaga ketersediaan bahan baku, memperlancar proses operasional, menjaga kualitas produk, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Penerapan Supply Chain Management yang efektif juga membantu coffee shop menekan biaya operasional, mempercepat pelayanan, serta

meningkatkan fleksibilitas dalam merespons perubahan permintaan pasar. Kondisi ini akan memperkuat posisi coffee shop dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Li et al. (2006) yang menyatakan bahwa praktik Supply Chain Management seperti strategic supplier partnership, customer relationship, dan information sharing mampu meningkatkan competitive advantage perusahaan. Melalui hubungan yang baik dengan pemasok dan pengelolaan informasi yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, menjaga kualitas produk, serta menciptakan nilai tambah bagi pelanggan.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung teori keunggulan bersaing dari Porter (1985) yang menjelaskan bahwa perusahaan dapat menciptakan keunggulan bersaing melalui efisiensi biaya, diferensiasi produk, dan kemampuan memberikan nilai lebih kepada pelanggan dibandingkan pesaing. Dalam konteks coffee shop, penerapan SCM yang baik memungkinkan perusahaan menjaga konsistensi kualitas bahan baku, mempercepat pelayanan, serta meningkatkan kemampuan usaha dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepat waktu. Kondisi tersebut menjadi faktor penting dalam menciptakan keunggulan usaha di tengah persaingan coffee shop yang semakin kompetitif.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Barima (2022) yang menunjukkan bahwa Supply Chain Management berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, penelitian Ramlawati et al. (2022) juga menyatakan bahwa Supply Chain Management berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Pembahasan Pengaruh Supply Chain Management terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima. Artinya, Supply Chain Management (SCM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada coffee shop di Kecamatan Binawidya. Semakin baik penerapan Supply Chain Management, maka semakin baik pula kinerja perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah penerapan Supply Chain Management, maka kinerja perusahaan juga cenderung menurun. Dengan demikian, hipotesis kedua dinyatakan terbukti.

Supply Chain Management memberikan pengaruh langsung terhadap peningkatan kinerja perusahaan karena mampu meningkatkan efisiensi operasional usaha. Dalam usaha coffee shop, penerapan SCM yang baik akan membantu menjaga stabilitas pasokan bahan baku, meminimalkan keterlambatan distribusi, mengurangi pemborosan, serta menjaga kualitas pelayanan kepada pelanggan. Ketersediaan bahan baku yang terjamin dan pelayanan yang konsisten akan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan, penjualan, serta laba usaha.

Temuan ini sejalan dengan teori Chopra dan Meindl (2004) yang menyatakan bahwa tujuan utama Supply Chain Management adalah memaksimalkan nilai perusahaan melalui pengelolaan aliran barang, informasi, dan distribusi secara efisien. Pengelolaan rantai pasok yang baik akan membantu perusahaan mengurangi biaya operasional, meningkatkan efisiensi proses bisnis, serta menjaga kelancaran aktivitas operasional perusahaan.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung teori Li et al. (2006) yang menjelaskan bahwa praktik Supply Chain Management dapat meningkatkan operational performance dan financial performance perusahaan. Dalam konteks coffee shop, pengelolaan rantai pasok yang baik membantu perusahaan menjaga kualitas bahan baku kopi, mempercepat proses pelayanan, mengurangi risiko kekosongan stok, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Kondisi tersebut secara langsung berdampak pada peningkatan penjualan dan keberhasilan usaha.

Temuan ini menunjukkan bahwa Supply Chain Management bukan hanya berfungsi sebagai kegiatan operasional, tetapi juga sebagai strategi penting dalam meningkatkan keberhasilan usaha. Coffee shop yang mampu menerapkan SCM secara optimal akan lebih

mudah mencapai target usaha, mempertahankan pelanggan, serta meningkatkan daya saing bisnisnya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Kaban dan Salim (2021) yang menyatakan bahwa Supply Chain Management berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian dari Permana (2023) juga menyatakan bahwa Supply Chain Management berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Pembahasan Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima. Artinya, keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada coffee shop di Kecamatan Binawidya. Semakin tinggi keunggulan bersaing yang dimiliki coffee shop, maka semakin baik pula kinerja perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah keunggulan bersaing, maka semakin rendah pula kinerja perusahaan. Dengan demikian, hipotesis ketiga dinyatakan terbukti.

Keunggulan bersaing terbukti berperan penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Coffee shop yang memiliki keunggulan dalam harga, kualitas produk, dan inovasi akan lebih mudah menarik pelanggan, mempertahankan loyalitas pelanggan, serta memperluas pangsa pasar. Keunggulan dalam kualitas pelayanan, suasana tempat, dan diferensiasi produk juga akan memberikan nilai tambah yang membedakan coffee shop dari pesaingnya.

Temuan ini mendukung teori Porter (1985) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan customer value yang lebih tinggi dibandingkan pesaing melalui strategi diferensiasi maupun efisiensi biaya. Dalam bisnis coffee shop, kemampuan menciptakan kualitas produk yang konsisten, inovasi menu, pelayanan yang cepat, dan suasana yang nyaman menjadi bentuk nilai tambah yang mampu meningkatkan minat dan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh Wardana et al. (2024) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian dari Sinaga et al. (2021) juga menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Pembahasan Pengaruh Tidak Langsung Supply Chain Management terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis keempat diterima. Artinya, Supply Chain Management berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. Semakin baik penerapan Supply Chain Management, maka semakin tinggi keunggulan bersaing yang dimiliki coffee shop, sehingga kinerja perusahaan juga semakin meningkat. Dengan demikian, hipotesis keempat dinyatakan terbukti.

Penerapan Supply Chain Management yang baik akan membantu coffee shop menciptakan keunggulan bersaing melalui efisiensi operasional, kualitas produk yang konsisten, ketepatan pelayanan, serta kemampuan merespons kebutuhan pelanggan dengan cepat. Keunggulan bersaing yang tercipta dari praktik SCM tersebut kemudian akan mendorong peningkatan kinerja perusahaan, baik dari sisi operasional maupun keuangan.

Temuan ini sejalan dengan teori Li et al. (2006) yang menyatakan bahwa praktik Supply Chain Management merupakan sumber strategic advantage yang dapat meningkatkan competitive advantage dan organizational performance secara simultan. Pengelolaan rantai pasok yang efektif memungkinkan perusahaan menciptakan efisiensi biaya, meningkatkan kualitas pelayanan, dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan sehingga berdampak pada peningkatan kinerja usaha.

Selain itu, teori Porter (1985) juga menjelaskan bahwa perusahaan yang mampu mengelola aktivitas bisnis secara efektif akan lebih mudah menciptakan diferensiasi dan

mempertahankan posisi bersaing di pasar. Dalam konteks *coffee shop*, kelancaran rantai pasok membantu perusahaan menjaga konsistensi kualitas produk, mempercepat pelayanan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan.

Namun demikian, pengaruh tidak langsung Supply Chain Management terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing masih lebih kecil dibandingkan pengaruh langsungnya. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berperan sebagai partial mediation dalam hubungan antara Supply Chain Management dan kinerja perusahaan. Artinya, Supply Chain Management tetap memiliki pengaruh langsung yang kuat terhadap peningkatan kinerja perusahaan, meskipun sebagian pengaruhnya juga disalurkan melalui keunggulan bersaing.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Wardana et al. (2024) yang menyatakan bahwa Supply Chain Management berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. Penelitian dari Huda, M., & Hartati, N. (2022) juga menyatakan bahwa Supply Chain Management berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Supply Chain Management* (SCM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan pada *coffee shop* di Kecamatan Bina Widya. Penerapan SCM yang baik membantu *coffee shop* dalam mengelola rantai pasok secara lebih efektif, menjaga ketersediaan bahan baku, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat hubungan dengan pemasok dan pelanggan. Kondisi ini secara langsung mampu meningkatkan kualitas layanan, menekan biaya operasional, dan mendukung terciptanya keunggulan usaha.

Selain itu, Keunggulan Bersaing juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Keunggulan bersaing yang dibangun melalui harga yang kompetitif, kualitas produk yang konsisten, dan inovasi layanan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, serta daya saing usaha di tengah persaingan *coffee shop* yang semakin ketat. Dengan demikian, *coffee shop* yang mampu menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaing akan memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan kinerja usahanya.

Secara tidak langsung, *Supply Chain Management* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan SCM yang optimal tidak hanya berdampak langsung pada kinerja usaha, tetapi juga memperkuat posisi bersaing yang pada akhirnya turut meningkatkan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, *Supply Chain Management* menjadi faktor penting yang harus diperhatikan *coffee shop* untuk mencapai keberhasilan usaha secara berkelanjutan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada *coffee shop* di Kecamatan Bina Widya, Kota Pekanbaru, sehingga hasil penelitian ini belum tentu dapat digeneralisasikan secara luas pada wilayah lain atau jenis usaha yang berbeda. Karakteristik pelanggan, kondisi persaingan, serta lingkungan usaha di daerah lain kemungkinan memiliki perbedaan yang dapat memengaruhi hasil penelitian.

Kedua, data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang bersifat self-report, sehingga jawaban responden sangat bergantung pada persepsi, pemahaman, dan tingkat kejujuran masing-masing responden. Kondisi ini memungkinkan adanya bias subjektivitas dalam pengisian kuesioner yang dapat memengaruhi akurasi data penelitian.

Ketiga, penelitian ini hanya memfokuskan pada tiga variabel utama, yaitu *Supply Chain Management*, Keunggulan Bersaing, dan Kinerja Perusahaan. Padahal, masih terdapat faktor lain

yang berpotensi memengaruhi kinerja perusahaan, seperti inovasi produk, kualitas sumber daya manusia, strategi pemasaran, kondisi ekonomi, maupun tingkat loyalitas pelanggan. Keterbatasan ini menjadi pertimbangan penting bagi penelitian selanjutnya agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif.

Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pengelola *coffee shop*, khususnya dalam meningkatkan keberhasilan usaha melalui pengelolaan rantai pasok yang lebih baik. Secara praktis, penelitian ini menunjukkan bahwa *coffee shop* perlu membangun komunikasi yang lebih baik dengan supplier agar perubahan harga bahan baku dapat diketahui lebih cepat, sehingga pelaku usaha dapat menyesuaikan strategi pembelian maupun harga jual secara lebih efektif.

Selain itu, *coffee shop* juga perlu menjaga konsistensi kualitas rasa produk melalui penggunaan bahan baku yang terstandar, takaran yang tepat, serta pelatihan karyawan secara berkala. Konsistensi rasa menjadi salah satu faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan dan memperkuat keunggulan bersaing usaha. Pengelolaan operasional, seperti pengaturan jadwal kerja karyawan yang menyesuaikan jam sibuk dan jam sepi, juga perlu diperhatikan agar pelayanan lebih optimal dan efisiensi usaha tetap terjaga.

Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkuat pemahaman mengenai pentingnya peran *Supply Chain Management* dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan pada usaha *coffee shop*. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan model penelitian yang lebih luas dengan menambahkan variabel lain, memperluas wilayah penelitian, atau menguji jenis usaha yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih mendalam dan representatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Carton, R. B., & Hofer, C. W. (2006). *Measuring organizational performance: Metrics for entrepreneurship and strategic management research*. Edward Elgar Publishing.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2004). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation* (2nd ed.). Pearson Prentice Hall.
- Fawcett, S. E., Gregory, S. R., & McCarter, M. W. (2008). Benefits, barriers, and bridges to effective supply chain management. *Supply Chain Management: An International Journal*, 13(1), 35–48. <https://doi.org/10.1108/13598540810850300>
- Ghozali, I. (2008). *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen operasi: Manajemen keberlangsungan dan rantai pasokan* (11th ed.). Salemba Empat.
- Indrajit, R. E., & Djokopranoto, R. (2002). *Konsep manajemen rantai pasokan (Supply chain management): Strategi mengelola bisnis di era globalisasi*. Grasindo.
- Kaban, L., & Salim, J. (2021). The effect of supply chain management and competitive advantage on company performance at PT Ahlindo Perkasa Alam. *JIM UPB*, 9(2). <https://doi.org/10.33884/jimupb.v9i2.3663>
- Keunggulan bersaing: Implikasi dari supply chain management dan kinerja perusahaan. (2023). *Perwira Journal of Economics & Business*, 3(1), 97–102. <https://doi.org/10.54199/pjeb.v3i01.191>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran* (11th ed., Vol. 1). PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Subba Rao, S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance.

- Omega: The International Journal of Management Science*, 34(2), 107–124.
<https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.08.002>
- Miftakul Huda, & Hartati, N. (2022). Implementasi strategi terhadap supply chain management, keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. *Jurnal Soshum Insentif*, 5(1), 28–35.
<https://doi.org/10.36787/jsi.v5i1.646>
- Permana, K. B. (2023). Analisis peran supply chain management (SCM) dalam meningkatkan kinerja perusahaan. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(6), 2275–2287. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i06.1015>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Ramlawati, Murniati, S., Haditomo, A. H. C., Mambuhu, N., Indriakati, A. J., & Fitriana. (2022). Analyzing mediation effect of competitive advantage on firm performance as measured by total quality management and supply chain management. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(1), 66–74. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.01.07>
- Simatupang, T. M., & Sridharan, R. (2002). The collaborative supply chain. *International Journal of Logistics Management*, 13(1), 15–30.
<https://doi.org/10.1108/09574090210806333>
- Sinaga, J., Anggraeni, E., & Slamet, A. S. (2021). The effect of supply chain management practices and information and communication technology on competitive advantage and firm performance (Case study: SMEs of processed food in Jakarta). *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(1), 91.
<https://doi.org/10.17358/ijbe.7.1.91>
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches. *Academy of Management Review*, 11(4), 801–814.
<https://doi.org/10.5465/amr.1986.4283976>
- Wardana, A., & Kusmantini, T. (2024). Pengaruh supply chain management terhadap kinerja UKM yang dimediasi oleh keunggulan bersaing. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 23(2).
<https://doi.org/10.32722/eb.v23i2.6757>
- Yamit, Z. (2012). *Manajemen produksi dan operasi* (2nd ed.). EKONISIA.