

IMPLEMENTASI STRATEGI TERHADAP SUPPLY CHAIN MANAGEMENT, KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA PERUSAHAAN

Miftakul Huda¹, Nani Hartati²,

¹Universitas Pelita Bangsa

²Universitas Pelita Bangsa

¹miftakulhuda@pelitabangsa.ac.id

²nani.hartati@pelitabangsa.ac.id

Abstract - This study aims to find out and analyze the influence of Strategy on Supply Chain Management (SCM), Competitive Advantage and Company Performance. The research was conducted in a manufacturing company in Jababeka 6 Cikarang with employees as respondents from manufacturing companies. Sampling using purpose sampling technique. The sample used was 333 respondents. According to the level of explorations, this study is a causal associative type using a questionnaire measured by a semantic differential scale and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) AMOS 24. The results showed that the strategy had a positive effect on SCM ($\beta = 0.780$ $p < 0.05$), SCM has a positive effect on competitive advantage ($\beta = 1.035$ $p < 0.05$), competitive advantage has a positive effect on company performance ($\beta = 0.734$ $p < 0.05$), SCM has a positive effect on company performance ($\beta = 0.248$ $p < 0.05$), SCM has an indirect effect on company performance through competitive advantage as a mediation of 0.760.

Keywords : strategy, supply chain management, competitive advantage, firm performance

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Strategi terhadap Supply Chain Management (SCM), Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. Penelitian dilakukan di Perusahaan manufaktur Kawasan Jababeka 6 Cikarang dengan responden karyawan Perusahaan manufaktur. Pengambilan sampel menggunakan teknik purpose sampling. Sampel yang digunakan sebanyak 333 responden. Menurut tingkat eksplanasinya, penelitian ini merupakan jenis asosiatif causal menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala semantic differensial dan dianalisa menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) AMOS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi berpengaruh positif terhadap SCM ($\beta=0,780$ $p<0,05$), SCM berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing ($\beta=1,035$ $p<0,05$), keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan ($\beta=0,734$ $p<0,05$), SCM berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan ($\beta=0,248$ $p<0,05$), SCM berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing sebagai mediasi sebesar 0,760.

Kata kunci : strategi, supply chain management, keunggulan bersaing, kinerja perusahaan

1. PENDAHULUAN

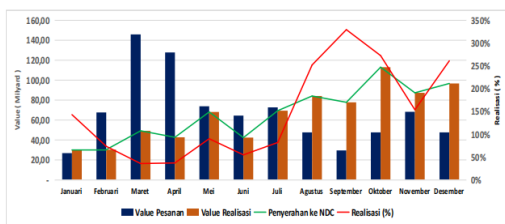
Persaingan bisnis yang ketat pada saat ini, memacu perusahaan agar mampu menghasilkan produk berkualitas yang dibutuhkan oleh konsumen. Untuk memenangkan persaingan dan mencapai keberhasilan organisasi, diperlukan strategi yang tepat. Sehingga dengan strategi tersebut dapat mengarahkan jalannya perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Assauri 2011). 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, responsif dan inovatif (Yamit 2012).

Keuntungan perusahaan yang menerapkan SCM adalah

pengembangan hubungan dan layanan pelanggan menjadi lebih baik, terciptanya mekanisme penyediaan kebutuhan produk dan jasa dengan minimum delay, perbaikan produktivitas dan bisnis proses, meminimalkan biaya penyimpanan dan transportasi, meminimalkan biaya langsung dan tak langsung, membantu tercapainya pengiriman yang tepat produk, tepat tempat dan tepat waktu, meningkatkan pengelolaan persediaan dan mendorong keberhasilan eksekusi, model *Just in Time*, membantu meminimalkan pemborosan, pengelolaan biaya dan efisiensi melalui proses SCM (Green et al. 2014) dan (Sulistyowati, Huda, and Nursaningsih 2020).

Perusahaan pada kawasan Jababeka 6 Cikarang, merupakan Perusahaan yang bergerak dibidang usaha penyediaan jasa dan produk dibidang industri manufaktur. Dalam menjalankan proses bisnisnya perusahaan manufaktur menguasai pengelolaan hulu sampai dengan ke hilir yaitu dari penyediaan bahan baku, manufaktur produk jadi, distribusi dan retail.

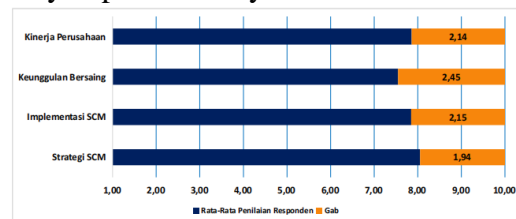


Sumber : Perusahaan Manufaktur (2021)

Gambar 1. Profil nilai pesanan produksi terhadap realisasi produksi dan penyerahan hasil produksi customer

Gambar 1. menggambarkan bahwa profil nilai pesanan produksi terhadap realisasi produksinya pada bulan Februari sampai dengan Juli masih belum mampu memenuhi pesanan produksi (dibawah 100%). Pada bulan Januari dan Agustus sampai dengan

Desember secara bertahap mulai dapat memenuhi pesanan produksi dari bulan sebelumnya. Beberapa faktor penyebab tidak terpenuhinya pesanan produksi antara lain kelengkapan pemenuhan item bahan baku produksi oleh supplier tidak optimal, kapasitas mesin produksi dan permintaan pasar yang meningkat drastis. Profil penyerahan menunjukkan trend meningkat sejalan dengan hasil produksinya secara periodik Realisasi (%) Value (Milyard)disetiap bulannya sampai dengan akhir tahun. Kondisi yang demikian akan mempengaruhi proses pengelolaan gudang NDC antara lain kapasitas gudang, jadwal pengiriman, sumber daya manusia dan biaya operasionalnya.



Sumber : Data di olah, (2021)

Gambar 2. Gap hasil rata-rata penilaian responden

Hasil survei pendahuluan 120 responden (Gambar 2) menunjukkan bahwa terdapat gab penilaian responden dari poin terendah 1 sampai dengan poin tertinggi 10, dari Strategi SCM sebesar 1,94, Implementasi SCM sebesar 2,15,Keunggulan Bersaing sebesar 2,45 dan Kinerja Perusahaan sebesar 2,14.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana pengaruh strategi terhadap SCM? 2) Bagaimana pengaruh SCM terhadap keunggulan bersaing? 3) Bagaimana pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan? 4) Bagaimana pengaruh SCM terhadap kinerja perusahaan, baik secara

langsung maupun tidak langsung melalui keunggulan bersaing?

2. METODE PENELITIAN

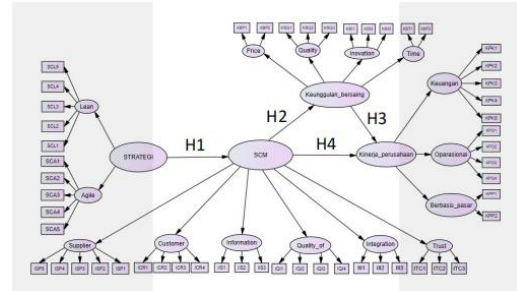
Berdasarkan hasil yang ingin dicapai, penelitian ini merupakan penelitian terapan, dari sumber data primer yang bersifat kuantitatif dengan metode survei kuesioner. Menurut tingkat eksplanasi termasuk dalam penelitian asosiatif kausal. Penelitian ini bertujuan agar dapat melakukan sesuatu yang jauh lebih baik, lebih efektif dan efisien serta untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antar variabel.

Pengambilan sampel di penelitian ini termasuk dalam kategori non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Dimana pemilihan sampel didasarkan pada pertimbangan atau penilaian subjektif dan tidak menggunakan teori probabilitas serta yang sebagai sampel adalah orang yang berhubungan dan atau terlibat dalam aktivitas SCM.

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode analisis dengan SEM_AMOS. Sesuai dengan literatur bahwa analisa dengan SEM berbasis covarian (Covarian Based-SEM, CB-SEM) jumlah sampel yang direkomendasikan berkisar 200 – 800 sampel (Wati 2017). Menurut (Ferdinand 2014) bahwa sampel yang dibutuhkan untuk analisis dengan Structural Equation Model (SEM) minimum adalah 100 sampel. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 333 responden.

Kerangka Pemikiran

Model kerangka pemikiran pada Gambar 3. terdapat 4 (empat) variabel yang terdiri dari Strategi, SCM, Keunggulan Bersaing & Kinerja Perusahaan.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas Konstruk

Uji reliabilitas merupakan uji untuk mengukur konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah variabel bentukan yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator tersebut mengindikasikan sebuah variabel bentukan yang umum (Haryono 2017). Terdapat dua cara uji yang dapat digunakan yaitu composit (construct) reliability (CR) dan *variance extrated* (VE). Cut-off value dari construct reliability adalah minimal 0,70 sedangkan variance extracted minimal 0,50 (Ghozali 2017).

Bagia Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada nilai (CR & VE) 1ndCFA dimensi lean (0,7 & 0,6); agile (0,7 & 0,6); 2nd CFA variabel strategi (0,8 & 0,8); 1ndCFA dimensi supplier partnership (0,7 & 0,7); customer relationship (0,8 & 0,7); information sharing (0,8 & 0,8); quality of information sharing (0,8 & 0,8); integration intensity (0,7 & 0,7); trust and commitment (0,7 & 0,6); 2nd CFA variabel SCM (0,7 & 0,6); 1ndCFA dimensi price (0,7 & 0,7); Quality (0,7 & 0,7); Innovation (0,8 & 0,7); time to market (0,8 & 0,8); 2nd CFA variabel keunggulan bersaing (0,7 & 0,7); 1ndCFA dimensi kinerja keuangan (0,8 & 0,8); kinerja operasional (0,8 & 0,7); kinerja berbasis pasar (0,8 & 0,8); 2nd CFA variabel kinerja perusahaan (0,9 &

0,9). Seluruh dimensi dan indikator dari konstruk penelitian memiliki nilai faktor hasil uji Construct Reliability lebih dari 0,7 dan Variance Extract lebih dari 0,5 artinya bahwa semua indikator dan dimensi pada penelitian ini valid dan reliabel.

Uji Goodness of Fit

Hasil uji struktur model lengkap dan modifikasi model diperoleh data Goodness of Fit seperti yang tertera di tabel 1.

Tabel 1. Data Goodness of Fit

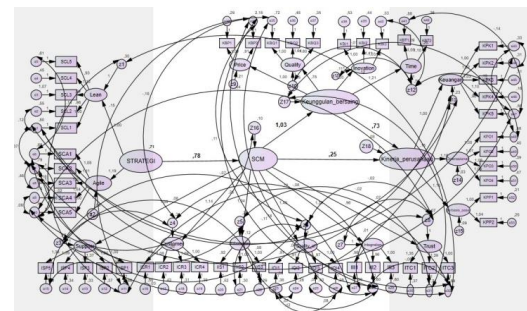
Goodness of Fit	Batas Penerimaan yang dipersyaratkan *)	Hasil setelah modifikasi model	Keputusan
CMIN/DF	≤ 2,00	1,658	Good Fit
GFI	> 0,90	0,793	Marginal Fit
AGFI	> 0,90	0,763	Marginal Fit
NFI	> 0,90	0,880	Marginal Fit
RFI	> 0,90	0,868	Marginal Fit
IFI	> 0,90	0,949	Good Fit
TLI	> 0,90	0,943	Good Fit
CFI	> 0,90	0,948	Good Fit
RMSEA	≤ 0,08	0,047	Good Fit

Absolute Fit Indices pengujian yang membandingkan secara langsung matriks kovarians sampel dengan estimasi. Salah satunya adalah uji chi-square (χ^2). Setelah dilakukan modifikasi model diperoleh nilai chi-square hitung sebesar 2080,600 > chi-square tabel 90,573. Hal tersebut menunjukkan bahwa model menjadi tidak valid karena matriks kovarian sampel menjadi sangat berbeda dengan matrik estimasinya. Dengan melihat tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya model menjadi tidak fit. Hal ini terjadi karena naiknya jumlah sampel atau naiknya jumlah indikator cenderung akan menaikkan chi-square. Oleh karena itu kesimpulan untuk kasus yang jumlah sampel besar dan jumlah indikator banyak harus dilengkapi dengan alat uji lainnya seperti Goodness of Fit (GFI), Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) dan Root Mean Residual (RMR) (Santoso 2018). Hasil uji GFI diperoleh nilai 0,793 dan AGFI sebesar 0,763. Angka GFI dan AGFI berkisar antara 0 sampai 1, dengan pedoman semakin mendekati angka 1 akan semakin baik

model tersebut dalam menjelaskan data yang ada. Maka dengan angka tersebut yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa model sudah dapat dianggap fit. Uji RMR bertujuan untuk menghitung residu atau selisih dari kovarians sampel dengan kovarians estimate, Hasil uji RMR didapatkan nilai 0,076. Semakin kecil hasil RMR semakin baik menandakan semakin dekatnya angka sampel dengan estimasinya. Maka dengan perolehan angka RMR yang sangat kecil mendekati 0 menunjukkan model sudah dapat dianggap fit. RMSEA diperoleh 0,047 dibawah 0,08 maka model dapat dianggap fit (Santoso 2018).

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan teknik bootstrap, karena setelah dilakukan penghapusan 40 data outlier masih menunjukkan distribusi non normal secara multivariate. Bootstrap merupakan prosedur resampling dimana sampel asli diperlakukan sebagai populasi. Multiple sub sample dengan ukuran sample sama dengan sample asli kemudian diambil secara random dengan replacement dari populasi. Dengan metode ini peneliti dapat menciptakan multiple sample dari original data base (Ghozali 2017).



Gambar 4. Hasil Output Uji Hipotesis

Gambar 4. diatas merupakan hasil output uji hipotesis dengan menggunakan metode Bootstrap setelah dilakukan modifikasi model.

Tabel 2. Hasil Output Uji Hipotesis

			Estimate	S.E.	C.R.	P
SCM	←	STRATEGI	,780	,073	10,673	***
Keunggulan_bersaing	←	SCM	1,035	,116	8,907	***
Kinerja_perusahaan	←	SCM	,248	,076	3,252	,001
Kinerja_perusahaan	←	Keunggulan_bersaing	,734	,089	8,225	***

Hasil analisis pada Tabel 2. menunjukkan bahwa pada hipotesis H1, strategi berpengaruh positif terhadap SCM dengan tingkat signifikan 0,001. Nilai parameter estimated sebesar 0,780, bahwa setiap peningkatan satu satuan strategi dapat meningkatkan SCM sebesar 0,780. Sedangkan SCM juga berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dengan nilai parameter sebesar 0,248. Sehingga diperoleh pengaruh tidak langsung strategi terhadap kinerja perusahaan sebesar 0,193 ($0,780 \times 0,248$). Hal ini menjelaskan bahwa strategi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan melalui SCM sebagai mediasi. SCM juga berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dengan nilai parameter sebesar 1,035. Sehingga diperoleh pengaruh tidak langsung strategi terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,807 ($0,780 \times 1,035$). Hal ini menjelaskan bahwa strategi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing melalui SCM sebagai mediasi.

Hipotesis H2 Tabel 2. menunjukkan bahwa, SCM berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dengan tingkat signifikan 0,001. Nilai parameter estimated sebesar 1,035, bahwa setiap peningkatan satu satuan SCM dapat meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 1,035

Tabel 3. Nilai paramater estimated SCM terhadap dimensi *supplier partnership, customer relationship, information sharing, quality of information sharing, integration intensity dan trust and commitment.*

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Quality_of	←	SCM	1,428	,115	12,421	***	
Information	←	SCM	1,335	,102	13,137	***	
Trust	←	SCM	,959	,083	11,540	***	

Pada Tabel 3. menunjukkan bahwa hubungan terkuat variabel *Supply Chain Management* dijelaskan oleh dimensi *quality of information sharing* dengan nilai *loading factor* sebesar 1,428, kemudian *integration intensity* dengan nilai *loading factor* 1,382, *information sharing* dengan nilai *loading factor* 1,335, *customer relationship* dengan nilai *loading factor* 1,144, *supplier partnership* dengan nilai *loading factor* 1,000 dan yang terlemah oleh dimensi *trust and commitment* dengan nilai *loading factor* 0,959. Artinya bahwa persepsi responden menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur mampu memberikan data informasi berkualitas yang dibutuhkan oleh mitra usaha. Pertukaran data informasi dengan mitra kerja yang telah berjalan harus lebih ditingkatkan yang meliputi kecukupan data, akurasi, ketepatan waktu dan sistem proses pertukarannya harus dioptimalkan. Hasil penelitian terdahulu yang mendukung yaitu (Suharto 2013) membuktikan bahwa SCM berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing; (Pramana 2015) membuktikan bahwa SCM berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing perusahaan manufaktur di Jawa Timur; (Handoko, Aryanto, and So 2015) membuktikan bahwa SCM practice berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Hipotesis H3 pada tabel 1. menunjukkan bahwa, keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dengan tingkat signifikan 0,001. Nilai parameter estimated sebesar 0,734, bahwa setiap peningkatan satu satuan keunggulan bersaing dapat meningkatkan kinerja perusahaan sebesar 0,734.

Tabel 4. Nilai parameter estimated keunggulan bersaing terhadap dimensi.

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Inovation	<== Keunggulan_bersaing	1,201	,109	10,965	***	
Price	<== Keunggulan_bersaing	1,000				
Quality	<== Keunggulan_bersaing	,778	,083	9,344	***	
Time	<== Keunggulan_bersaing	1,206	,121	9,937	***	
KBP1	<== Price	1,000				
KBP2	<== Price	,913	,101	9,083	***	
KBQ1	<== Quality	1,000				
KBQ2	<== Quality	1,635	,125	13,113	***	
KBQ3	<== Quality	1,603	,119	13,414	***	
KBH1	<== Inovation	1,000				
KBH2	<== Inovation	1,109	,056	19,841	***	
KBH3	<== Inovation	1,030	,056	18,478	***	
KBT1	<== Time	1,000				
KBT2	<== Time	1,098	,049	22,619	***	

Pada Tabel 4. menjelaskan bahwa hubungan terkuat variabel keunggulan bersaing dijelaskan oleh dimensi *time to market* dengan nilai *loading factor* 1,206 kemudian *innovation* dengan nilai *loading factor* 1,201, *price* dengan nilai *loading factor* 1,000 dan yang terlemah oleh dimensi *quality* dengan nilai *loading factor* 0,778. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap perusahaan manufaktur mengharapkan adanya peningkatan kecepatan merespon kebutuhan pasar pada waktu yang tepat dibandingkan dengan pesaing ketika meluncurkan produk inovasi yang berkualitas. Menurut (Heizer and Render 2015) bahwa keunggulan bersaing dapat dibangun melalui *product differentiation*, *cost leadership* dan *quick respond*. Inovasi produk dalam hal ini tidak hanya produk jadi tetapi juga produk layanan atau jasa yang berkualitas sesuai *standard operation procedure* yang telah ditetapkan perusahaan. Sedangkan kualitas yang harus diperbaiki adalah kualitas tahapan proses awal sampai akhir, kualitas waktu, jumlah dan produk. Perusahaan harus mampu memenuhi *lead time* pengiriman atau layan sesuai dengan yang telah disampaikan ke konsumen. Hasil penelitian terdahulu yang mendukung yaitu (Pramana 2015) membuktikan keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan manufaktur

di Jawa Timur; (Suharto 2013) membuktikan keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Hipotesis H4 pada tabel 1. menunjukkan bahwa, SCM berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dengan tingkan signifikan 0,001. Nilai parameter estimated sebesar 0,248, bahwa setiap peningkatan satu satuan SCM dapat meningkatkan kinerja perusahaan sebesar 0,248. Responden menilai bahwa indikator kinerja operasional yang meliputi perputaran persediaan, level persediaan, kesesuaian waktu pengiriman dan tingkat pemenuhan harus terus di optimalkan dan ditingkatkan monitoringnya. Selanjutnya indikator yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam merebut pangsa pasar dan *customer satisfaction* harus di tingkatkan secara intensif. Monitoring kinerja keuangan yang meliputi sales, profit, growth, tingkat produktivitas dan *cost reduction* harus selalu direview berkala dan berkelanjutan. Hasil penelitian terdahulu yang mendukung yaitu (Ince et al. 2013) membuktikan SCM *practices* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan di Turki; (Suharto 2013) membuktikan SCM berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan; (Paulraj, Chen, and Blome 2017) membuktikan bahwa *sustainable SCM practices* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan; (Pramana 2015) membuktikan bahwa SCM berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan Manufaktur di Jawa Timur; (Handoko et al. 2015) membuktikan bahwa SCM *practices* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan di Indonesia; (Youssef and El-Nakib 2015) praktek supply chain berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan pasar modal di Mesir.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa data, penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi berpengaruh positif terhadap *Supply Chain Management*. Setiap peningkatan satu satuan strategi dapat meningkatkan *Supply Chain Management* sebesar 0,780.
2. *Supply Chain Management* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Setiap peningkatan satu satuan *Supply Chain Management* dapat meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 1,035.
3. Keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Setiap peningkatan satu satuan keunggulan bersaing dapat meningkatkan kinerja perusahaan sebesar 0,734.
4. *Supply Chain Management* berpengaruh positif secara langsung dan tidak langsung terhadap kinerja perusahaan. Pengaruh langsung *Supply Chain Management* terhadap kinerja perusahaan sebesar 0,248. Setiap peningkatan satu satuan *Supply Chain Management* dapat meningkatkan kinerja perusahaan sebesar 0,248.
5. Perusahaan perlu memperkuat budaya perusahaan dimana trust dan komitmen adalah modal utama perusahaan ke konsumen. Dengan adanya kepercayaan konsumen dan komitmen pegawai maka aktivitas pendukung lainnya seperti *supplier phartnership*, *customer relationship*, informasi *sharing* dan *integrasi intensity* menjadi lebih diterima dan diimplementasikan dengan efektif.
6. Penelitian selanjutnya perlu menambah jumlah sampel yang lebih banyak dan menguji pada kelompok industri yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Jakarta: Lembaga FEUI.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *STRUCTURAL EQUATION MODELING*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Green, Kenneth W., R. Anthony Inman, Laura M. Birou, and Dwayne Whitten. 2014. "Total JIT (T-JIT) and Its Impact on Supply Chain Competency and Organizational Performance." *International Journal of Production Economics* 147(PART A):125–35. doi: 10.1016/j.ijpe.2013.08.026.
- Handoko, Bambang Leo, Rudy Aryanto, and Idris Gautama So. 2015. "The Impact of Enterprise Resources System and Supply Chain Practices on Competitive Advantage and Firm Performance: Case of Indonesian Companies." *Procedia Computer Science* 72:122–28. doi: 10.1016/j.procs.2015.12.112.
- Haryono, Siswoyo. 2017. *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS*. Luxima Metro Media.
- Heizer, Jay, and Barry Render. 2015. *Operations Management (Manajemen Operasi)*. 11th ed. edited by D. anoegrah Wati and I. Almahdy. Jakarta: Salemba Empat.
- Ince, Huseyin, Salih Zeki Imamoglu, Halit Keskin, Aliekber Akgun, and Mehmet Naci Efe. 2013. "The Impact of ERP Systems and Supply Chain Management Practices on Firm Performance: Case of Turkish Companies." *Procedia - Social and*

- Behavioral Sciences* 99:1124–33.
doi: 10.1016/j.sbspro.2013.10.586.
- Paulraj, Antony, Injazz J. Chen, and Constantin Blome. 2017. “Motives and Performance Outcomes of Sustainable Supply Chain Management Practices: A Multi-Theoretical Perspective.” *Journal of Business Ethics* 145(2):239–58. doi: 10.1007/s10551-015-2857-0.
- Pramana, YK. 2015. “Analisa Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan Manufaktur Di Jawa Timur.” *Journal Ilmiah Mahasiswa UBAYA* 4(2).
- Santoso, Singgi. 2018. *Konsep Dasar Dan Aplikasi SEM Dengan Amos 24*. Jakarta: Alex Media Kumputindo.
- Suharto, R. ;. Devi. 2013. “Analisa Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan.” *Business Accounting Review* 1(2).
- Sulistyowati, Niken, Miftakul Huda, and Irawati Nursaningsih. n.d. “How TQM Mediates JIT in Improving Operational Performance of Industrial Companies.” *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. *Www.Ijicc.Net* 14(8):2020.
- Wati, LN. 2017. *Metodologi Penelitian Terapan, Aplikasi SPSS, EVIEWS, Amrt PLS Dan AMOS*. Mujahid Press.
- Yamit, Zulian. 2012. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. kedua. Jogjakarta: EKONISIA.
- Youssef, Amr, and Islam El-Nakib. 2015. “Investigating the Impact of Supply Chain Practices on the Financial Performance of Active Firms in Egyptian Stock Market.” *International Journal of Supply Chain Management* 4(4):28–42.