

## PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* TERHADAP PERTUMBUHAN LABA DENGAN KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI PEMEDIASI

Zaki Fakhroni<sup>1)\*</sup>, Inna Dwi Rohmasari<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman

email: [zaki.fakhroni@feb.unmul.ac.id](mailto:zaki.fakhroni@feb.unmul.ac.id)

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman

email: [innadwirs@gmail.com](mailto:innadwirs@gmail.com)

### ABSTRACT

*The phenomenon of supply chain management which is considered capable of increasing company competitiveness and competitive advantage has been proven to generate profits and company performance. As a growth ratio used to assess company performance, we examine the effect of supply chain management on positive profit growth in a sample of 8 food and beverage sub-sector companies listed on the IDX for the period 2012-2021. Then we examine the effect of supply chain management on competitive advantage, competitive advantage on profit growth, and supply chain management on profit growth through competitive advantage. Using path analysis, we find that supply chain management has a positive and significant effect on profit growth, competitive advantage has a positive and significant effect on profit growth, and competitive advantage has a partial mediating effect on profit growth.*

**Keywords:** *Supply Chain Management; Profit Growth; Competitive Advantage*

### ABSTRAK

Fenomena mengenai *supply chain management* yang dianggap menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan dan keunggulan kompetitif teruji dapat menghasilkan laba dan kinerja perusahaan. Sebagai salah satu indikator pertumbuhan yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan, kami menguji dampak *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba positif pada 8 sampel perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2012-2021. Kemudian menguji dampak *supply chain management* terhadap keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif terhadap pertumbuhan laba serta *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba melalui keunggulan kompetitif. Dengan analisis jalur, kami menemukan bahwa *supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba, *supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba serta keunggulan kompetitif memiliki efek mediasi sebagian atas pengaruh *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba.

**Kata Kunci:** *Supply Chain Management; Pertumbuhan Laba; Keunggulan Kompetitif*

## 1 PENDAHULUAN

Dalam menghadapi lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, setiap perusahaan dituntut untuk menerapkan strategi perusahaan demi kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan tersebut. Berdasarkan teori *stakeholder*, menurut Rudito (2014) pertumbuhan laba memiliki keuntungan sebagai strategi perusahaan untuk menjaga kelangsungan dan stabilitas bisnis serta mempertahankan hubungan yang menghasilkan keuntungan jangka panjang. Untuk mencapai tujuan perusahaan, manajemen perusahaan perlu mengambil kebijakan yang terkait dengan kegiatan operasional karena hal ini memiliki peran penting dalam meningkatkan laba. Peningkatan laba yang dicapai mencerminkan peningkatan kinerja perusahaan.

Menurut Suharto (2013), untuk mencapai persaingan dan kinerja perusahaan yang baik, pelaksanaan *supply chain management* menjadi faktor penting. *Supply chain management* berfungsi sebagai alat untuk mengoptimalkan kegiatan operasional perusahaan guna mengurangi biaya dan memenuhi kepuasan konsumen (Wulandari et al., 2017). Dengan mengoptimalkan pelaksanaan *supply chain management* secara efektif, perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Dalam proses peningkatan kinerja perusahaan, *supply chain management* dengan beberapa aktivitasnya menurut Simchi-Levi et al (2000) dalam Adi Wibowo & Wirangga (2019) yang termasuk dalam lingkupnya adalah koordinasi, penjadwalan, dan pengendalian dalam hal pengadaan, produksi, persediaan dan pengiriman produk kepada konsumen secara efektif. Manfaat yang akan diperoleh dari *supply chain management* antara lain kepuasan konsumen, peningkatan pendapatan, penurunan biaya dan perusahaan semakin berkembang sehingga investor akan berinvestasi lebih besar pada

suatu perusahaan. Dengan sejumlah manfaat tersebut tentunya perusahaan akan mendapati kinerja perusahaan yang baik. Hal ini sejalan dengan penelitian Wulandari et al., (2017) yang menunjukkan bahwa *supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

*Supply chain management* erat kaitannya dengan persediaan. Pasalnya, perusahaan dengan *supply chain management* dapat menyesuaikan permintaan dengan produksi sehingga akan mengurangi biaya persediaan, termasuk di dalamnya biaya penyimpanan. Sejalan dengan pendapat Hu et al. (2012), *supply chain management* menjadi alat efektif untuk mengurangi persediaan, meningkatkan perputaran persediaan dan mengurangi biaya persediaan, termasuk di dalamnya biaya penyimpanan (Widianto, 2012). Perputaran persediaan memiliki signifikansi dalam mengukur efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan persediaan dan mengurangi biaya penyimpanan. Oleh karena itu, memiliki tingkat perputaran yang tinggi sangat penting bagi perusahaan. Tingginya tingkat perputaran persediaan mencerminkan keberhasilan manajemen perusahaan dalam pengendalian secara efektif, yang merupakan komponen penting dari aktivitas *supply chain management*. Dengan kata lain, semakin tinggi perputaran persediaan, semakin baik pelaksanaan *supply chain management*. Semakin tinggi perputaran persediaan artinya perusahaan mampu menekan biaya yang timbul dalam persediaan sehingga akan memperbesar laba suatu perusahaan dan akan berdampak pada meningkatnya pertumbuhan laba.

*Supply chain management* berpotensi menjadi strategi dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Sebagai sarana dalam meningkatkan kinerja perusahaan melalui biaya operasional dan pemenuhan kebutuhan

dan harapan konsumen, *supply chain management* merupakan sumber daya yang bernilai atau *valueable* bagi perusahaan. Merujuk pada teori *resource based view* (RBV), memandang bahwa keunggulan kompetitif merupakan sumber daya yang unik yaitu sumber daya tersebut bermanfaat/bernilai atau *valueable* sehingga mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dibanding pesaing lain.

Keunggulan kompetitif merupakan keunggulan perusahaan di atas pesaing dalam kemampuannya memberikan nilai atau manfaat yang tinggi bagi investor, konsumen dan *supplier*. Perusahaan perlu memberikan nilai yang lebih baik kepada konsumen dengan kualitas dan loyalitas yang tinggi, menjaga harga yang lebih rendah daripada pesaing. Selain itu, perusahaan juga harus menarik minat pemasok dan bersaing dalam menarik perhatian investor (Sunarsih, 2016).

Kemampuan perusahaan dalam memberikan nilai bagi konsumen menurut Porter (1985) merumuskan dua strategi bersaing yaitu strategi *low cost* atau upaya memenuhi permintaan konsumen dengan harga terendah dan upaya merespon permintaan konsumen secara cepat (strategi inovatif). Memilih strategi bersaing yang tepat dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang optimal dan menciptakan nilai konsumen. Menurut Suharto (2013), dengan melibatkan kerjasama yang erat antara perusahaan, pemasok dan konsumen melalui *supply chain management*, dapat meningkatkan keunggulan kompetitif. Penelitian yang dilakukan oleh Firmandani (2019) menunjukkan bahwa *supply chain management*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

Dalam konsep kemampuan perusahaan untuk menarik perhatian investor, Menurut Peteraf (1993), keunggulan kompetitif dapat diartikan sebagai pencapaian keuntungan yang tidak biasa atau tingkat pengembalian yang melebihi rata-rata. Hal ini mendefinisikan

bahwa penciptaan keunggulan kompetitif dapat dilakukan juga dengan kemampuan perusahaan dalam memperoleh pengembalian atas sumber dayanya yang lebih besar dari pada biaya modal (Gjerde et al., 2010). Perusahaan dengan tingkat pengembalian lebih besar menandakan laba yang bisa memenuhi harapan para investor dan kinerja perusahaan yang baik (yang ditunjukkan pada nilai EVA).

Beberapa studi dilakukan mengenai *supply chain management* dan keunggulan kompetitif dengan menggunakan berbagai model penelitian yang berbeda. Firmandani (2019) melakukan penelitian dan menyimpulkan membuktikan *supply chain management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Adi Wibowo & Wirangga (2019) menemukan bahwa *supply chain management* yang diproyeksi dengan *inventory turnover* (ITO) memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Kemudian, Ilmiyati & Munawaroh (2016) melakukan penelitian yang membuktikan bahwa keunggulan kompetitif sebagai penghubung antara *supply chain management* dan kinerja perusahaan. Riset yang dilakukan oleh Supriyanto (2014) memiliki hasil penelitian bahwa keunggulan kompetitif dengan proksi EVA berpengaruh pada pertumbuhan laba. Kemudian, Nanda Reni (2019) membuktikan EVA memiliki pengaruh simultan terhadap pertumbuhan laba. Penelitian ini dilaksanakan untuk menguji pengaruh *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba dengan keunggulan kompetitif sebagai pemediasi.

Dalam penelitian ini yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah menggunakan pertumbuhan laba sebagai variabel dependen sekaligus menjadi variabel baru yang akan diteliti mengenai korelasinya terhadap variabel *supply chain management* dan keunggulan kompetitif. Dengan latar belakang yang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh *Supply*

*Chain Management* Terhadap Pertumbuhan Laba, dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Pemediator, Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2021.

## 2 KAJIAN LITERATUR

### **Teori Stakeholder**

Teori *stakeholder* pertama kali diperkenalkan oleh Freeman pada tahun 1962. Freeman (1994) memberikan definisi bahwa stakeholder adalah kelompok atau individu yang memiliki kemampuan untuk atau dipengaruhi oleh upaya mencapai tujuan tertentu. Ghozali dan Chariri (2007) juga memberikan pandangan yang serupa, mereka menjelaskan bahwa *stakeholder* terdiri dari pihak-pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan dengan perusahaan dan dapat mempengaruhi atau dipengaruhi olehnya, baik secara langsung maupun tidak langsung. *Stakeholder* internal mencakup pemegang saham, manajer dan karyawan, sementara *stakeholder* eksternal meliputi investor, *supplier*, konsumen, pemerintah dan masyarakat.

Teori *stakeholder* dalam penelitian ini berperan dalam menjelaskan hubungan antara *supply chain management* dengan pertumbuhan laba. Ghozali dan Chariri (2014), seperti yang disebutkan Nikmah (2020), menyatakan bahwa cara perusahaan mengelola pemangku kepentingan tergantung pada strategi yang diterapkan. Selain meningkatkan laba, pelaksanaan *supply chain management* juga merupakan cara lain yang dapat memberikan manfaat dan menjaga hubungan yang baik dengan pemangku kepentingannya. Pernyataan ini sejalan dengan pandangan Ganika (2016), yang menjelaskan bahwa hasil dari aktivitas *supply chain* mencerminkan kinerja yang dapat diukur dan mencerminkan keberhasilan koordinasi yang memuaskan pemangku kepentingan.

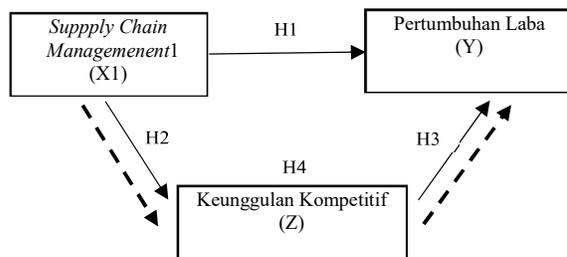
### **Teori Resource Based View (RBV)**

Teori berbasis sumber daya (RBV)

pertama kali dikemukakan oleh Wernfelt (1984) dalam tulisannya yang berjudul “*A Resource-based view of the firm*”, dan kemudian dikembangkan oleh Barney (1991) dalam tulisannya yang berjudul “*Firm Resource and Sustained Competitive Advantage*”. Teori RBV meyakini bahwa sumber daya dan kapabilitas perusahaan memiliki peran penting dalam daya saing dan kinerja perusahaan. Asumsi dari teori *resource based view* (RBV) yaitu bagaimana perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dengan mengelola sumber daya yang dimilikinya sesuai dengan kapabilitas perusahaan yang ada (Barney, 2001). Barney (2001) menyebutkan bahwa sumber daya perusahaan adalah sumber utama keunggulan kompetitif. Kelompok sumber daya yang unik yang dimiliki dan dikelola oleh perusahaan memungkinkan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Sumber daya yang unik ini merujuk pada sumber daya yang memiliki sifat-sifat tertentu, yaitu memiliki nilai (*valueable*), langka (*rare*), tidak dapat ditiru (*inimitable*), dan tidak terganti (*non substituable*). *Supply chain management* merupakan sumber daya perusahaan yang bermanfaat/bernilai atau *valueable* bagi perusahaan. Walaupun tidak memenuhi semua kriteria sumber daya yang unik, perusahaan dengan pengoptimalan *supply chain management* dapat mencapai laba yang tinggi, hal ini akan memungkinkan perusahaan untuk melanjutkan operasionalnya dan berfokus pada upaya mencapai keunggulan kompetitif (Liu, 2017).

Kapabilitas bersaing meliputi kemampuan perusahaan meluncurkan produk baru dengan cepat, menjalin kemitraan yang kuat dengan pemasok, merespon perubahan kondisi pasar, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Berbagai kapabilitas bersaing ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mencapai kinerja yang baik sebagai upaya perusahaan untuk memberikan nilai yang lebih baik kepada konsumen dibandingkan dengan pesaing lain.

Dalam rangka memberikan nilai yang lebih baik bagi investor, menurut Peteraf (1993), keunggulan kompetitif dapat diartikan sebagai pencapaian keuntungan yang tidak biasa atau tingkat pengembalian yang melebihi rata-rata. Hal ini mendefinisikan bahwa penciptaan keunggulan kompetitif dapat dilakukan juga dengan kemampuan perusahaan dalam memperoleh pengembalian atas sumber dayanya yang lebih besar dari pada biaya modal (Gjerde et al., 2010). Perusahaan yang memiliki tingkat pengembalian yang tinggi menunjukkan adanya potensi laba yang dapat memenuhi harapan para investor dan mencerminkan kinerja perusahaan yang baik.



Gambar 1. Model Penelitian

### Pengembangan Hipotesis

#### *Supply Chain Management Terhadap Pertumbuhan Laba*

Teori *stakeholder* menjelaskan tentang hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* baik internal maupun eksternal dimana perusahaan harus mengutamakan kepentingan *stakeholder*. Ganika (2016), menjelaskan bahwa hasil dari aktivitas *supply chain* mencerminkan kinerja yang dapat diukur dan mencerminkan keberhasilan koordinasi yang memuaskan pemangku kepentingan. Keberhasilan manajemen perusahaan terletak pada pengendalian persediaan yang efektif melalui tingkat perputaran persediaan yang tinggi. Perputaran persediaan tinggi, akan mengurangi biaya penyimpanan dan berpotensi meningkatkan laba perusahaan. Sebaliknya, perputaran

persediaan rendah, menunjukkan kurangnya pengendalian persediaan yang efektif sehingga mengakibatkan biaya penyimpanan yang tinggi dan berpotensi mengurangi laba perusahaan.

Menurut Ilmiyati & Munawaroh (2016), memiliki *supply chain management* yang baik menjadi hal yang penting bagi perusahaan untuk tetap bersaing dan meningkatkan laba. Ini juga mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dan berpotensi meningkatkan pertumbuhan laba. Dalam penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Adi Wibowo & Wirangga (2019) membuktikan bahwa *supply chain management* yang diprosikan oleh perputaran persediaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Diduga *supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba.

#### *Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Kompetitif*

Teori *resource based view* (RBV) menjelaskan bagaimana perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui pengelolaan sumber daya yang sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut. *Supply chain management* adalah suatu strategi yang memungkinkan perusahaan mencapai keunggulan kompetitif dengan mengoptimalkan pelayanan serta kepuasan konsumen. Perusahaan dapat memenuhi permintaan konsumen dengan harga terendah (strategi *low cost*) dan upaya merespon permintaan konsumen secara cepat (strategi inovatif). Jika kedua strategi dilaksanakan maka perusahaan akan memperoleh keunggulan kompetitif.

Christopher (1992) menyatakan bahwa semakin baik hubungan atau kolaborasi antara semua elemen yang terkait dalam rantai pasokan dengan konsumen, semakin besar kemungkinan untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Selanjutnya, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suharto (2013) menunjukkan bahwa *supply chain management yang efektif* dapat meningkatkan keunggulan kompetitif. Dengan menjalin hubungan yang baik dengan pemasok dan konsumen, *supply chain management* mampu meningkatkan keunggulan kompetitif.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wulandari et al., (2017), ditemukan bahwa *supply chain management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu diatas, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Diduga *supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

### **Keunggulan Kompetitif Terhadap Pertumbuhan Laba**

Teori *resource based view* (RBV) menjelaskan bagaimana perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui pengelolaan sumber daya yang sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut.

Tujuan utamanya adalah menciptakan nilai yang lebih baik bagi konsumen, Battisti et al., (2020), menyebutkan bahwa keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui pengembangan seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang unik seperti kualitas produksi, inovasi, dan kepuasan konsumen. Keunggulan kompetitif akan mendorong perusahaan untuk mencapai kinerja yang unggul. Kemampuan perusahaan menciptakan nilai yang lebih baik bagi investor, menurut Gjerde et al. (2010), keunggulan kompetitif dicapai oleh perusahaan ketika mereka mampu menghasilkan pengembalian yang melebihi biaya modal dari sumber daya yang dimilikinya. Pengukuran keunggulan kompetitif ini sejalan dengan laba yang memenuhi harapan investor dan kinerja perusahaan yang baik, yang ditunjukkan oleh nilai ekonomis tambahan (EVA) yang

tinggi. Hal ini pada akhirnya akan menyebabkan pertumbuhan laba yang meningkat.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nanda Reni (2019), EVA (*economic value added*) memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba. Kemudian penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Supriyanto (2014), ditunjukkan bahwa EVA memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Diduga keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba.

### **Supply Chain Management Terhadap Pertumbuhan Laba Melalui Keunggulan Kompetitif**

Teori (RBV) menjelaskan bagaimana perusahaan mencapai keunggulan kompetitif melalui pengelolaan sumber daya yang sesuai dengan kapabilitas perusahaan tersebut. *Supply chain management* merupakan sumber daya perusahaan yang bermanfaat/bernilai atau *valueable* bagi konsumen dan perusahaan. Meskipun tidak memenuhi semua kriteria dalam sumber daya yang unik, apabila perusahaan dapat mengoptimalkan pemanfaatan *supply chain management* untuk mencapai laba yang optimal, maka perusahaan akan mampu menjalankan kegiatan operasional dan mengarahkan upaya pada pencapaian keunggulan kompetitif (Liu, 2017).

Keunggulan kompetitif dari *supply chain management* adalah memaksimalkan nilai bagi konsumen dalam upaya memenuhi permintaan konsumen dengan harga terendah (strategi *low cost*) dan merespon permintaan konsumen secara cepat (strategi inovatif). Keduanya menjelaskan tentang bagaimana perusahaan dapat menghasilkan laba serta menunjukkan kinerja perusahaan yang baik.

Dengan demikian, perusahaan akan mampu menciptakan nilai tambah ekonomis bagi para *stakeholder*, dimana perusahaan mampu menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih besar dari pada biaya modal (EVA). Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif (yang ditunjukkan oleh EVA) yang meningkat akan menaikkan laba pada suatu perusahaan dan akan berdampak pada meningkatnya pertumbuhan laba.

Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H4: Diduga keunggulan kompetitif memediasi hubungan *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba.

### 3 METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan jenis penelitian data kuantitatif, yaitu data yang dapat diukur dalam bentuk angka. Data yang digunakan adalah laporan keuangan perusahaan yang terdaftar pada sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode pada 2012-2021.

#### Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari semua perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2021. Jumlah total populasi dalam penelitian ini adalah 19 perusahaan. Dengan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, dengan tujuan untuk mengeliminasi unsur-unsur yang tidak sesuai. Berikut adalah kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi dalam pemilihan sampel.

1. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian 2012-2021.
2. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang listing secara konsisten di Bursa Efek Indonesia Indonesia selama periode penelitian 2012-2021.
3. Perusahaan sub sektor makanan dan

minuman yang memiliki laba positif selama periode penelitian 2012-2021.

4. Perusahaan dengan kelengkapan data yang tersedia dengan lengkap dari tahun 2012-2021.

Setelah proses penyaringan sampel, ditemukan 8 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2021 yang memenuhi kriteria sebagai sampel dalam penelitian ini.

#### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode dokumentasi. Suatu pendekatan penelitian yang menggunakan data yang dipublikasikan sebelumnya. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah laporan keuangan yang terdaftar pada sektor makanan dan minuman periode 2012-2021 yang telah dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia dan website perusahaan yang bersangkutan.

#### Operasional Variabel Penelitian

##### Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu pertumbuhan laba. Laba dikatakan mengalami pertumbuhan atau peningkatan jika hasil selisih laba periode sekarang dikurangi dengan laba periode sebelumnya adalah positif (Gunawan & Wahyuni, 2013). Pertumbuhan laba dihitung dengan cara mengurangi laba bersih tahun ini dengan laba bersih tahun lalu. Dengan persamaan sebagai berikut:

##### Variabel Independen

$$\text{Pertumbuhan Laba} = \text{Laba bersih } t - \text{laba bersih } i. t$$

##### Supply Chain Management

Variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu *Supply chain management*. Pengukuran *supply chain management* dalam penelitian ini mengacu pada peneliti-peneliti sebelumnya (Russel & Taylor, 2011; Adi Wibowo & Wirangga, 2019) bahwa *supply chain management* diukur menggunakan proksi ITO (*inventory turnover*). Dalam tinjauan

literatur tersebut, peneliti menyatakan bahwa ITO (*inventory turnover*) dapat mengindikasikan efisiensi atau ketidakefisienan manajemen perusahaan dalam mengendalikan persediaan.

Menurut Kasmir (2016) *inventory turnover* dihitung dengan membagi harga pokok penjualan dengan rata-rata persediaan. Dengan persamaan sebagai berikut:

$$ITO = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Rata - Rata Persediaan}}$$

$$\text{Rata - Rata Persediaan} = \frac{\text{Pers. Barang Jadi Awal} + \text{Pers. Barang Jadi Akhir}}{2}$$

### Variabel Intervening Keunggulan Kompetitif

Pengukuran keunggulan kompetitif dalam penelitian ini mengacu pada peneliti-peneliti sebelumnya (Garvey dan Milbourn, 2000; Cheng et al, 2014), yang menggunakan EVA (*economis value added*) sebagai proksi untuk mengukur keunggulan kompetitif. Tinjauan literatur dari peneliti-peneliti tersebut menyatakan bahwa EVA mampu menggambarkan nilai holistik suatu perusahaan, termasuk aspek keuangan dan non-keuangan, serta mempertimbangkan biaya modal. Menurut Rudianto (2013) EVA dihitung dengan cara mengurangi NOPAT (*net operating profit after tax*) dengan biaya modal. Dengan persamaan sebagai berikut:

$$EVA = NOPAT - B. Modal \times Modal Investasi$$

## 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengujian Model Struktural atau Inner Model

#### Analisis Variant ( $R^2$ ) atau Uji Determinasi

Tabel 4.1 Nilai R-Square ( $R^2$ )

Sumber: Output SmartPLS, 2023

	<i>R-Squares</i>
Keunggulan Kompetitif	0.131
Pertumbuhan Laba	0.334

Berdasarkan hasil nilai R-Square pada tabel di atas menunjukkan bahwa 33,4% variabel pertumbuhan laba

dipengaruhi oleh variabel *supply chain management* artinya *supply chain management* memiliki pengaruh cukup (moderat) terhadap pertumbuhan laba. Disisi lain, 13,1% variabel keunggulan kompetitif dipengaruhi variabel *supply chain management*, artinya *supply chain management* memiliki pengaruh lemah terhadap keunggulan kompetitif.

### Analisis F-Squares ( $F^2$ ) atau Effects Size

Tabel 4.2 Nilai F-Square ( $F^2$ )

	SCM	KK	PL
Supply Chain Management		0.151	0.122
Keunggulan Kompetitif			0.201
Pertumbuhan Laba			

Sumber: Output SmartPLS, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa *supply chain management* terhadap keunggulan kompetitif memiliki pengaruh yang cukup (moderat) yakni sebesar 0.151. *Supply chain management* terhadap pertumbuhan laba memiliki pengaruh yang cukup (moderat) sebesar 0.122. Sedangkan keunggulan kompetitif terhadap pertumbuhan laba memiliki pengaruh yang cukup (moderat) yakni sebesar 0.201.

### Path Coefficient

#### Path Coefficient Direct Effect

Tabel 4.3 Hasil Uji Path Coefficient Direct

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values	Hipotesis
Supply Chain Management → Pertumbuhan Laba	0.305	0.294	0.121	2.515	0.012	Diterima
Supply Chain Management → Keunggulan Kompetitif	0.362	0.360	0.112	3.225	0.001	Diterima
Keunggulan Kompetitif → Pertumbuhan Laba	0.393	0.406	0.119	3.311	0.001	Diterima

Sumber: Output SmartPLS, 2023

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficient direct effect* pada tabel di atas dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba adalah signifikan ( $p$ -values = 0.012) dan *supply chain management* secara positif mempengaruhi pertumbuhan laba ( $C = 0.305$ ). *Supply chain management* terhadap keunggulan

kompetitif memiliki pengaruh yang signifikan ( $p\text{-values} = 0.001$ ) dan *supply chain management* secara positif mempengaruhi keunggulan kompetitif ( $C = 0.362$ ). Sedangkan pengaruh keunggulan kompetitif terhadap pertumbuhan laba adalah signifikan ( $p\text{-values} = 0.001$ ) dan keunggulan kompetitif secara positif mempengaruhi pertumbuhan laba ( $C = 0.393$ ).

### Path Coefficient Indirect Effect

Tabel 4.4 Hasil Uji Path Coefficient Indirect Effect

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values	Hipotesis
Supply Chain Management → Pertumbuhan Laba	0.142	0.148	0.070	2.021	0.044	Diterima

Sumber: Output SmartPLS, 2023

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficient indirect effect* pada tabel di atas dapat diinterpretasikan bahwa keunggulan kompetitif memiliki pengaruh mediasi atas pengaruh *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba ( $p\text{-values} 0.044 > 0.05$ ) dan sifat mediasinya adalah mediasi sebagian mengingat  $0.142 < 0.305$  ( $C' < C$ ).

### Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Pertumbuhan Laba

Berdasarkan hasil *path coefficient direct effect* pada tabel 3 diketahui bahwa variabel *supply chain management* memiliki nilai sig  $0.014 < 0.05$  yang artinya variabel *supply chain management* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima. Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan Ilmiyati & Munawaroh (2016), yang menunjukkan bahwa penerapan manajemen rantai pasokan yang baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Kemudian Adi Wibowo & Wirangga (2019) menunjukkan bahwa *supply chain management* dengan proksi perputaran persediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja

perusahaan. Begitu juga dengan Petra et al. (2020) yang menunjukkan bahwa perputaran persediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder*, penting untuk menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan stakeholder. Tujuannya adalah agar stakeholder merasa puas dengan kinerja perusahaan sehingga stakeholder mampu bekerja sama dengan perusahaan dalam jangka waktu yang panjang, baik itu dari investor, *supplier*, konsumen, ataupun organisasi lainnya yang memiliki pengaruh terhadap perusahaan. Adanya *supply chain management* diharapkan oleh manajer dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan melalui biaya operasional serta pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen. Disisi lain, *supply chain management* diyakini sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan perputaran persediaan. Perputaran persediaan yang meningkat mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan konsumen dan mampu menyesuaikan permintaan dengan produksi. Hal ini tentunya akan mengurangi persediaan dan biaya penyimpanan yang mampu ditekan sehingga akan meningkatkan laba perusahaan. Sejalan dengan pengukuran *supply chain management*, dimana semakin besar laba yang diperoleh maka semakin meningkat pertumbuhan laba.

### Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Kompetitif

Berdasarkan hasil *path coefficient direct effect* pada tabel 3 diketahui bahwa variabel *supply chain management* memiliki nilai sig  $0.001 < 0.05$  yang artinya variabel *supply chain management* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H2) diterima. Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan Suharto (2013) yang menyatakan bahwa *supply chain management* yang baik akan meningkatkan keunggulan kompetitif.

Dengan menjalin hubungan yang baik dengan pemasok dan konsumen, *supply chain management* dapat meningkatkan keunggulan kompetitif. Kemudian, mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ilmiyati & Munawaroh (2016), yang menunjukkan bahwa manajemen rantai pasokan yang efektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

Hal ini sejalan dengan teori *resource based view* (RBV), yaitu upaya perusahaan mencapai keunggulan kompetitif dengan mengelola sumber daya yang sesuai dengan kapabilitas perusahaan terkait. *Supply chain management* adalah sebuah strategi yang memiliki potensi untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui pengendalian biaya operasional dan peningkatan pelayanan serta kepuasan konsumen. Melalui kapabilitasnya dalam melayani konsumen, perusahaan yang melaksanakan *supply chain management* melakukan upaya dengan memenuhi permintaan konsumen dengan harga terendah (*strategi low cost*) dan upaya merespon permintaan konsumen secara cepat (*strategi inovatif*). Perusahaan menggunakan kapabilitasnya dalam strategi *low cost* dengan menawarkan harga yang kompetitif, yaitu harga yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaing atau sebanding dengan kualitas dan manfaat yang diberikan. Sedangkan kapabilitas perusahaan dengan strategi inovatif dilakukan dengan menciptakan dan mengembangkan produk baru yang unggul dibanding pesaing dan meningkatkan respon yang cepat terhadap permintaan dan kebutuhan konsumen. Kedua strategi ini merupakan upaya pencapaian keunggulan kompetitif yang dilakukan oleh perusahaan agar menghasilkan kinerja diatas pesaingnya.

### **Pengaruh Keunggulan Kompetitif Terhadap Pertumbuhan Laba**

Berdasarkan hasil *path coefficient direct effect* pada tabel 3 diketahui bahwa variabel *supply chain management*

memiliki nilai  $\text{sig } 0.001 < 0.05$  yang artinya variabel keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H3) diterima.

Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan Ilmiyati & Munawaroh (2016) yang menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Menawarkan harga yang lebih terjangkau, kualitas yang tinggi, pengiriman cepat, dan terus menerus melakukan inovasi produk telah terbukti meningkatkan penjualan dan laba perusahaan. Kemudian hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nanda Reni (2019) dan Supriyanto (2014) menunjukkan bahwa EVA berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Hal ini sejalan dengan teori *resource based view* (RBV), yaitu upaya perusahaan mencapai keunggulan kompetitif dengan mengelola sumber daya yang sesuai dengan kapabilitas perusahaan terkait. Kemampuan perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif adalah dengan menciptakan nilai ekonomis yang lebih tinggi untuk pemangku kepentingan, konsumen dan pemasok dibanding pesaing lain. Kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai yang lebih baik bagi investor adalah memberikan manfaat atau keuntungan yang lebih besar dari pada biaya yang dikeluarkan. Perusahaan yang mampu menghasilkan pengembalian yang lebih tinggi dari biaya modal yang dikeluarkan menunjukkan kemampuan dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Hal ini sejalan dengan pengukuran keunggulan kompetitif, di mana perusahaan dengan tingkat pengembalian yang lebih besar menandakan laba yang dapat memenuhi harapan investor dan kinerja perusahaan yang baik (ditunjukkan oleh EVA yang tinggi), yang pada gilirannya dapat menghasilkan peningkatan pertumbuhan

laba.

### **Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Pertumbuhan Laba melalui Keunggulan Kompetitif**

Berdasarkan hasil *path coefficient indirect effect* pada tabel 4 diketahui bahwa variabel keunggulan kompetitif memiliki nilai sig  $0.044 > 0.05$  yang artinya keunggulan kompetitif memiliki pengaruh mediasi terhadap hubungan *supply chain management* dan pertumbuhan laba. Dengan sifat mediasi sebagian mengingat  $C' > C$ . Maka dapat disimpulkan (H4) diterima.

Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan Firmandani (2019) mendapati bahwa keunggulan kompetitif memiliki peran sebagai penghubung antara *supply chain management* dan kinerja perusahaan.

Hal ini sejalan dengan teori *resource based view* (RBV), dimana ketika keunggulan kompetitif dijadikan sebagai variabel yang menjembatani pengaruh *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba. *Supply chain management* merupakan sumber daya yang dimiliki dan harus dikelola dengan kapabilitas perusahaan untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang unggul. Kapabilitas perusahaan dalam mengelola *supply chain management* adalah kemampuannya dalam menciptakan nilai tambah bagi investor, *supplier* dan konsumen. Kemampuan perusahaan dalam memberikan nilai yang lebih baik bagi konsumen adalah memberikan harga lebih rendah, kualitas lebih tinggi dan waktu pengiriman lebih cepat maka akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan dan ini merupakan suatu keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan pesaing. Kemampuan perusahaan untuk membangun kemitraan yang baik dengan *supplier* akan berpengaruh langsung terhadap biaya dan tingkat responsif kebutuhan konsumen. Kemampuan perusahaan agar dapat

menarik perhatian investor adalah memaksimalkan penggunaan sumber daya yang dimiliki perusahaan yaitu *supply chain management* yang dijadikan sebagai kunci untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang unggul. Dengan kapabilitas tersebut, perusahaan yang menerapkan *supply chain management* akan mampu mengungguli pesaing lain dalam perolehan laba yang besar sehingga hal ini akan berdampak pada meningkatnya pertumbuhan laba.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah diperoleh. Maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2021.
2. *Supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2021.
3. Keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2021.
4. Keunggulan kompetitif memiliki pengaruh mediasi sebagian (partial mediation) atas pengaruh *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2021.

### **Saran**

1. Perusahaan sudah sewajarnya melakukan pelaksanaan *supply chain management* yang dijadikan sebagai alat untuk menciptakan nilai tambah bagi *stakeholder* meliputi investor, *supplier*

- dan konsumen. Manajemen perusahaan diharapkan dapat mengoptimalkan pelaksanaan *supply chain management* sesuai dengan prinsip strategi *efficient supply chain* dan *responsive supply chain*. Dengan bertujuan untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik dan berdampak pada peningkatan pertumbuhan laba.
2. Dalam rangka menjaga keberlanjutan keunggulan kompetitif, perusahaan diharapkan memiliki kemampuan untuk memilih dengan bijak sumber daya yang akan dioptimalkan guna meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Tindakan ini sangat penting karena berdampak langsung pada penciptaan nilai perusahaan (dinyatakan dengan EVA).
  3. Bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian yang serupa, diharapkan untuk mencoba mengganti variabel dependen seperti profitabilitas maupun nilai perusahaan. Kemudian bisa menambah variabel-variabel lain untuk memperkuat temuan empiris, atau mengganti proksi-proksi yang dapat mewakili variabel independen dan mediasi. Diharapkan juga untuk mempertimbangkan menggunakan objek penelitian yang berbeda, misalnya perusahaan manufaktur, dan melibatkan sampel yang lebih besar, serta memperluas periode penelitian yang berbeda dari penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adi Wibowo, S. S., & Wirangga, A. (2019). *Supply Chain Performance Dan Kinerja Perusahaan*. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 3(1), 116–125. <https://doi.org/10.30871/jama.v3i1.1113>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of Management*, 27(6), 643–650. <https://doi.org/10.1177/014920639102700602>
- Barney, J., Wright, M., & Ketchen, D. J. (2001). The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. *Journal of Management*, 27(6), 625–641. <https://doi.org/10.1177/014920639102700601>
- Battisti, E., Miglietta, N., Nirino, N., & Villasalero Diaz, M. (2020). Value creation, innovation practice, and competitive advantage: Evidence from the FTSE MIB index. *European Journal of Innovation Management*, 23(2), 273–290. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2018-0211>
- Cheng, B., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). Corporate social responsibility and access to finance. *Strategic Management Journal*, 35(1), 1–23. <https://doi.org/10.1002/smj.2131>
- Firmandani, F. (2019). Pengaruh Supply Chain Management (SCM) Terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Pemediasi (Studi Pada UKM di Desa Gamplong Sumber Rahayu Moyudan Sleman, Yogyakarta). May, 1–9.
- Freeman, R. E. (1994). The Politics of Stakeholder Theory. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 409–421. <https://doi.org/10.5840/10.2307/3857340>
- Ganika, G. (2016). Keterkaitan Antara Orientasi Rantai Pasok, Berbagi

- Informasi Dan Kepuasan Inter-Relasi Antar Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1).
- Garvey, T. G., Milbourn, & Todd, T. (2000). Discussion of EVA versus Earnings:
- Ghazali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square* : Konsep, Teknik dan Aplikasi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gjerde, Ø., Knivsflå, K., & Sættem, F. (2010). Evidence on competitive advantage and superior stock market performance. *Managerial and Decision Economics*, 31(4), 277–301.  
<https://doi.org/10.1002/mde.1488>
- Hu, S., Ye, Q., Chi, W., & Flynn, B. B. (2012). *Supply Chain Structure, Inventory Turnover, and Financial Performance: Evidence from Manufacturing Companies in China*. *SSRN Electronic Journal*, 1–32.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.1670261>
- Ilmiyati, A., & Munawaroh, M. (2016). Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Perusahaan (Studi pada Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Bantul). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 226–251
- Liu, C. H. (2017). *Creating competitive advantage: Linking perspectives of organization learning, innovation behavior and intellectual capital*. *International Journal of Hospitality Management*, 66, 13-23.
- Nanda Reni, L. (2019). Analisis *Economic Value Added* dan *Market Value Added* Terhadap Pertumbuhan Laba di Perusahaan Jasa Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 15–62.
- Peteraf, M. A. (1993). *The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View*. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179–191.  
<https://doi.org/10.4324/9780203847589>
- Rudianto. (2013). *Aluntansi Manajemen : Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta : Erlangga.
- Suharto, R. (2013). Analisa Pengaruh SCM Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*, 1(2), 1–10.
- Wulandari, W., Sari, R. N., & L, A. A. (2017). Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 462–479.  
<https://doi.org/10.24912/je.v21i.31>