PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi Vol. 8 No. 4, Oktober 2025
e-ISSN : 2622-6383

Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Perusahaan Sebagai Melalui Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Linus Motor Deli Serdang)

Tony Junior Barus[1*], Maidalena[2], Atika[3]
tonyjunior060102@gmail.com[1]
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia [1*,2,3]

Abstrak

Persaingan bisnis yang kian ketat menuntut perusahaan untuk mengelola Manajemen Rantai Pasokan (MRP) secara efektif guna mencapai efisiensi operasional dan respons pasar yang superior. Meskipun MRP diyakini sebagai sumber Keunggulan Kompetitif, masih terdapat kebutuhan untuk menguji secara empiris peran spesifik dari keunggulan tersebut dalam mentranslasikan praktik MRP menjadi Kinerja Perusahaan yang lebih tinggi di berbagai konteks industri. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis secara mendalam model mediasi di mana Keunggulan Kompetitif berperan vital dalam menjembatani pengaruh praktik MRP terhadap peningkatan Kinerja Perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 30. Pengumpulan data menggunakan lembar angket, sedangkan strategi analisis menggunakan Analisis Jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai pengaruh langsung X terhadap Z adalah 0,204, dan pengaruh tidak langsung X terhadap Y melalui Z adalah 0,649 yang berarti bahwa pengaruh langsung lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa X melalui Z memiliki pengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap Y.
Kata Kunci: Manajemen Rantai Pasok; Keunggulan Kompetitif; Kinerja Perusahaan

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, persaingan dalam industri jasa otomotif semakin ketat, terutama di daerah Deli Serdang yang memiliki banyak bengkel kendaraan bermotor. Bengkel Linus Motor adalah salah satu usaha yang berusaha untuk tetap kompetitif di tengah peningkatan jumlah kompetitor dan tuntutan pelanggan yang semakin tinggi terhadap pelayanan cepat dan berkualitas. Untuk mengatasi tantangan ini, banyak bengkel yang mulai menerapkan supply chain management guna meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Perlu kita ketahui bahwa dengan adanya sebuah aktivitas manajemen dapat melahirkan sebuah pencapaian keberhasilan sesuai dengan visi dan misi yang dijalankan (Rifaldi Dwi Syahputra & Nuri Aslami, 2023). Namun, tidak semua bengkel berhasil menerapkan strategi ini dengan optimal, mengingat berbagai keterbatasan seperti kurangnya teknologi, sumber daya manusia yang terbatas, dan tantangan dalam menjalin kemitraan yang efektif dengan pemasok (Anjasmara & Subari, 2023)

Salah satu aspek penting yang diyakini dapat mendukung keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan adalah penerapan supply chain yang efektif (Hidayat et al., 2024). Supply Chain Management adalah rangkain kegiatan yang diperlukan untuk merencanakan, mengendalikan, dan menjalankan arus produk (Putri Khairani Pratiwi et al., 2023). Dengan pengelolaan rantai pasokan yang baik, Bengkel Linus Motor diharapkan mampu mengoptimalkan alur distribusi suku cadang, menjaga kestabilan pasokan, dan

meningkatkan efisiensi operasional. Hal ini penting karena ketergantungan pada pasokan suku cadang sering kali mempengaruhi waktu pengerjaan perbaikan dan ketersediaan layanan. Keterlambatan atau ketidakpastian pasokan dapat berdampak langsung pada kepuasan pelanggan dan reputasi bengkel. Guna meningkatkan kinerja perusahaan serta daya saingnya demi kelanjutan usaha yang mana seperti diketahui pasar semakin kompetitif dan daya saingnya yang tinggi. Beberapa perusahaan terus berupaya meningkatkan keefektifan dalam menerapkan strategi manajemen rantai pasok yang dilakukan oleh perusahaan (Haryanto & Lunarindiah, 2023).

Meskipun konsep manajemen rantai pasokan telah banyak dikaji dalam berbagai industri, penelitian mengenai penerapannya dalam konteks bengkel kendaraan bermotor, khususnya bengkel skala kecil seperti Linus Motor di daerah Deli Serdang, masih terbatas. Sebagian besar studi sebelumnya lebih berfokus pada sektor manufaktur atau ritel besar, dan belum banyak yang membahas topik yang berfokus pada skala usaha kecil dan menengah di industri jasa otomotif. Maka dari itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan itu dengan menganalisis sejauh mana penerapan manajemen rantai pasokan serta kinerja perusahaan dapat berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada Bengkel Linus Motor.

Rantai Pasok (Supply Chain) merupakan salah satu jaringan yang menghubungkan beberapa perusahaan atau organisasi yang melakukan kegiatan produksi ataupun jasa, yang nantinya akan menghasilkan suatu produk jadi lalu menjualnya ke tangan customer sebagai pemakai akhir ataupun melalui toko retail (Devyana, Rahmani, et al., 2023). Dalam jaringan tersebut, beberapa perusahaan memiliki kepentingan utama, termasuk pemasok, produsen, distributor, pengecer, dan konsumen. Manajemen rantai pasokan ini berperan penting dalam memastikan bahwa barang atau jasa diproduksi dan didistribusikan secara akurat sesuai dengan spesifikasi kuantitas, lokasi, dan waktu (Aprilianingsih et al., 2022).

Kinerja perusahaan dicirikan sebagai kondisi perusahaan dalam kurun waktu tertentu yang mana hasil atau target yang diinginkan perusahaan tersebut dipengaruhi oleh tindakan operasional perusahaan dalam menggunakan sumber dayanya. Kualitas produk dan pelayanan adalah suatu kegiatan penggabungan antara pemasaran, rekayasa, prosuksi yang digunakan agar memberikan kemauan pelanggan (Abduh Malik Ahmad Arrasyid & Nurbaiti, 2022). Kinerja mengacu pada tindakan perusahaan dalam periode tertentu, dinilai menggunakan biaya standar historis, dengan fokus pada efisiensi, tanggung jawab, dan akuntabilitas manajemen (Srimindarti, 2004).

Peneliti menggunakan metrik dari Balanced Scorecard untuk menilai kinerja perusahaan (Mariza Ita, 2003). Indikator ini memungkinkan perusahaan untuk mendokumentasikan hasil upaya kinerja keuangan dan memfasilitasi kemajuan organisasi dalam mendorong pertumbuhan di masa mendatang. Menunjukkan keseimbangan tujuan yang ingin dicapai organisasi melalui kerangka kerja pengukuran kinerja strategis (Andriani, 2014). Motivasi karyawan diartikan sebagai keinginan dan dorongan untuk melaksanakan kewajiban dan tanggung jawabnya secara tepat (Indramora Siregar & Atika, 2021). Keunggulan kompetitif digambarkan sebagai kapasitas perusahaan untuk menghasilkan nilai yang unik dan tidak dapat ditiru oleh pesaing. Tujuannya adalah untuk membangun posisi yang unggul dibandingkan dengan pesaingnya (Prasetyo & Ngaini, 2022).

Secara umum, literatur telah mengkonfirmasi adanya hubungan positif antara Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management/SCM) yang efektif dengan Kinerja Perusahaan yang lebih baik. Implementasi SCM yang matang—meliputi integrasi informasi, kolaborasi pemasok, dan manajemen risiko—diakui sebagai pendorong utama efisiensi operasional dan pengurangan biaya, yang pada akhirnya meningkatkan metrik kinerja keuangan dan non-keuangan. Namun, sebagian besar studi terdahulu cenderung berfokus pada hubungan direct atau langsung ini, atau hanya melihat SCM sebagai prediktor tunggal, sehingga menyisakan celah untuk mengeksplorasi mekanisme yang

lebih kompleks dan mediasi dari hubungan tersebut. Meskipun Keunggulan Kompetitif (Competitive Advantage) sering disebut sebagai hasil dari SCM yang kuat, peran spesifiknya sebagai variabel mediasi belum sepenuhnya terangkum secara konsisten dan mendalam dalam model penelitian empiris. Beberapa studi mungkin mengukur Keunggulan Kompetitif hanya sebagai variabel independen atau variabel dependen, tetapi kurangnya penelitian yang secara eksplisit menguji model mediasi penuh atau parsial di mana SCM (→) Keunggulan Kompetitif (→) Kinerja Perusahaan menciptakan celah teoritis. Studi yang ada sering mengasumsikan efek mediasi ini daripada mengujinya secara statistik dengan teknik seperti analisis jalur atau bootstrapping, yang diperlukan untuk memberikan justifikasi mekanistik yang lebih kuat.

Terdapat celah metodologis terkait pengukuran dan kontekstualisasi. Banyak penelitian SCM-Kinerja cenderung menggunakan data cross-sectional (satu waktu) yang sulit menangkap sifat dinamis dari proses SCM dan perolehan keunggulan kompetitif seiring waktu. Selain itu, temuan-temuan dari negara maju atau industri tertentu (misalnya manufaktur besar) mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke konteks negara berkembang (misalnya Indonesia) atau sektor yang berbeda (misalnya UMKM atau jasa). Oleh karena itu, penelitian perlu mengisi celah empiris ini dengan menggunakan metodologi yang kuat—seperti Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)—dan mengaplikasikannya pada sampel industri dan geografis yang spesifik dan relevan untuk menghasilkan bukti yang lebih kaya dan berorientasi pada konteks.

Timbul juga kesenjangan variabel dalam kerangka SCM yang digunakan. SCM adalah konstruk multidimensi, namun banyak penelitian hanya menggunakan satu atau dua dimensi (misalnya integrasi saja). Ada kebutuhan untuk menguji bagaimana kombinasi atau interaksi dari berbagai dimensi SCM (misalnya, integrasi internal, integrasi pelanggan, dan integrasi pemasok) secara kolektif memengaruhi Keunggulan Kompetitif, dan seberapa besar kontribusi setiap dimensi dalam memediasi dampak terhadap Kinerja Perusahaan. Membongkar mekanisme interaksi ini akan memberikan panduan manajerial yang lebih presisi, mengidentifikasi elemen SCM yang paling berpengaruh dalam menciptakan Keunggulan Kompetitif yang berujung pada peningkatan Kinerja.

Berdasarkan kesenjangan di atas, penelitian ini bertujuan untuk secara definitif menguji dan mengkonfirmasi peran Keunggulan Kompetitif sebagai variabel mediasi yang menghubungkan SCM dengan Kinerja Perusahaan dalam konteks spesifik (misalnya, industri manufaktur di Indonesia). Kontribusi utama penelitian ini adalah mengisi celah teoritis dengan memvalidasi model mediasi yang diperluas; mengisi celah empiris dengan menyediakan bukti berbasis konteks baru; dan memberikan kontribusi manajerial dengan mengidentifikasi jalur kausal yang jelas, memungkinkan manajer untuk memprioritaskan investasi SCM yang paling mungkin diterjemahkan menjadi Keunggulan Kompetitif berkelanjutan dan, pada akhirnya, peningkatan Kinerja Perusahaan yang signifikan.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitaif. Metode kuantitatif sangat objektif karena data yang dikumpulkan berupa angka yang dapat diukur dan dibandingkan secara objektif. Ini berarti hasil penelitian lebih stabil dan tidak terganggu oleh opini pribadi peneliti (Sugiyono, 2018). Objek penelitian ini yaitu Bengkel Linus Motor. Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pegawai Linus Motor. Sample penelitian diambil menggunakan *total sampling* yang dilakukan atas pertimbangan dan kriteria peneliti (Hantono, 2020). Adapun jumlah populasi dan sampel pada penelitian ini adalah 30 orang pegawai linus motor. Pengumpulan data menggunakan lembar angket, sedangkan strategi analisis menggunakan Analisis Jalur. Pendekatan analisis jalur mengevaluasi dampak langsung dan tidak langsung dari variabel yang diusulkan yang diakibatkan oleh pengaruh perlakuan terhadap variabel tersebut (Sudaryono, 2011).

Adapun indikator penelitian akan disajikan dalam tabel berikut:

Variabel	Keterangan	Indikator
Manajemen Rantai Pasok (X)	Manajemen rantai pasokan ialah suatu metode manajemen yang dimaksudkan untuk mengefisiensikan integrasi dalam hal pemasok, gudang serta penyimpanan sehingga nantinya barang yang diproduksi serta didistribusi berada dalam jumlah yang sesuai mulai dari lokasi dan waktunya yang juga tepat sehingga biaya yang dikeluarkan pun minimum dan memberikan kepuasan kepada customer.	1. Hubungan Kemitraan stratejik 2. Hubungan pelanggan 3. *Level of Information sharing* 4. *Level of Information Quality* 5. *Postponement* (Penundaan) (Li et al., 2006)
Keunggulan Kompetitif (Y)	Keunggulan kompetitif dimaksudkan untuk memberikan nilai lebih yang tidak dimiliki oleh kompetitor sehingga perusahaan tidak kalah saing dan menciptakan posisi yang lebih unggul daripada pesaingnya.	1. Harga 2. Kualitas 3. *Delivery dependability* 4. Produk inovatif 5. *Time to market* (Li et al., 2006)
Kinerja Perusahaan (Z)	Kinerja perusahaan didefinisikan sebagai suatu level pencapaian suatu perusahaan dalam melaksanakan tugas untuk mencapai sasaran, misi visi serta tujuan perusahaan.	1. *Financial Perspective* 2. *Customer Perspective* 3. *Internal Business Process Perspective* 4. *Learning And Growth Perspective* 5. *Cause-And-Effect Relationship* (Neely et al., 2005).

Hasil dan Pembahasan

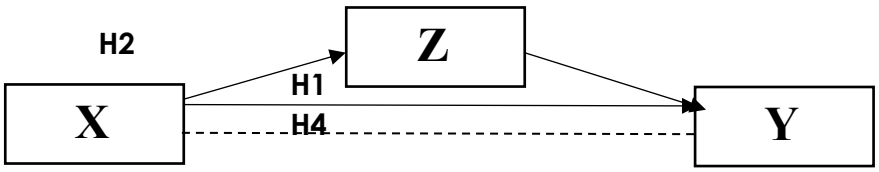
Hasil Penelitian

Subjudul 1

Analisis Jalur *(Path Analysis)*

Teknik analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan kausal yang ada dalam analisis regresi. Paul Webley (1997) menjelaskan bahwa Analisis jalur merupakan pengembangan dari regresi berganda yang dirancang untuk menentukan jumlah dan signifikansi hubungan kausal hipotetis di antara sekelompok variabel (Arikunto, 2002). Lebih lanjut, path analysis mempunyai kedekatan dengan regresi berganda; atau dengan kata lain, regresi berganda merupakan bentuk khusus dari path analysis. Teknik ini juga dikenal sebagai model sebab-akibat (*causing modeling*) (Sarwono, 2011). Studi ini menginterpretasikan analisis jalur sebagai model mediasi, di mana variabel Z nantinya berperan sebagai perantara yang mengubah pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Kerangka Hipotesis



Hipotesis:

H1: Manajemen Rantai Pasok (X) berpengaruh langsung terhadap Keunggulan Kompetitif (Y)

H2: Manajemen Rantai Pasok (X) berpengaruh langsung terhadap Kinerja Perusahaan (Z)

H3: Kinerja Perusahaan (Z) berpengaruh langsung terhadap Keunggulan Kompetitif (Y)

H4: Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan (X) terhadap Keunggulan Kompetitif (Y) melalui Kinerja Perusahaan (Z)

Koefisien Jalur Model I

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.967[a]	.935	.933	.860

a. Predictors: (Constant), Manajemen Rantai Pasok
b. Dependent Variable: Keunggulan Kompetitif

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	297.155	1	297.155	401.722	.000[b]
	Residual	20.712	28	.740		
	Total	317.867	29			

a. Dependent Variable: Keunggulan Kompetitif
b. Predictors: (Constant), Manajemen Rantai Pasok

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.638	.779		.818	.420
	Manajemen Rantai Pasok	.952	.047	.967	20.043	.000

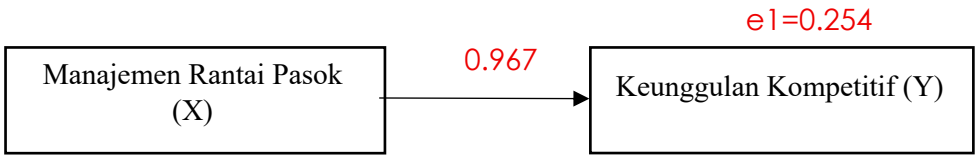
a. Dependent Variable: Keunggulan Kompetitif

Diketahui Nilai R Square = 0,935, diartikan X menyumbang 93,5% pengaruh dalam Y, sedangkan sisanya 6,5% disebabkan oleh faktor lain tidak masuk dalam analisis. Untuk nilal el (nilai untuk koefisien jalur model 1) dapat dihitung dengan e1=√(1-0.935)= 0.254

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus (a/2: n-k-1) = (0,005/2: 30-1-1). Pada nilai t tabel didapat bahwa nilai t tabel adalah sebesar 2.048, kemudian berdasarkan nilai t hitung pada tabel koefisien yaitu variabel Manajemen Rantai Pasokan memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ (20.043 > 2.048).

Output dari Model Regresi I terungkap dalam tabel Koefisien dan tabel ANOVA nilai sig X = 0.000 < 0.05 diartikan variabel X memberikan pengaruh langsung terhadap variabel Y.

Adapun diagram jalurnya untuk model I yaitu:



Koefisien Jalur Model II

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.871[a]	.758	.741	1.607

a. Predictors: (Constant), Keunggulan Kompetitif, Manajemen Rantai Pasok

b. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	218.936	2	109.468	42.387	.000[b]
	Residual	69.731	27	2.583		
	Total	288.667	29			

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Keunggulan Kompetitif, Manajemen Rantai Pasok

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.386	1.473		1.620	.117
	Manajemen Rantai Pasok	.191	.348	.204	.550	.587
	Keunggulan Kompetitif	.641	.353	.672	1.815	.081

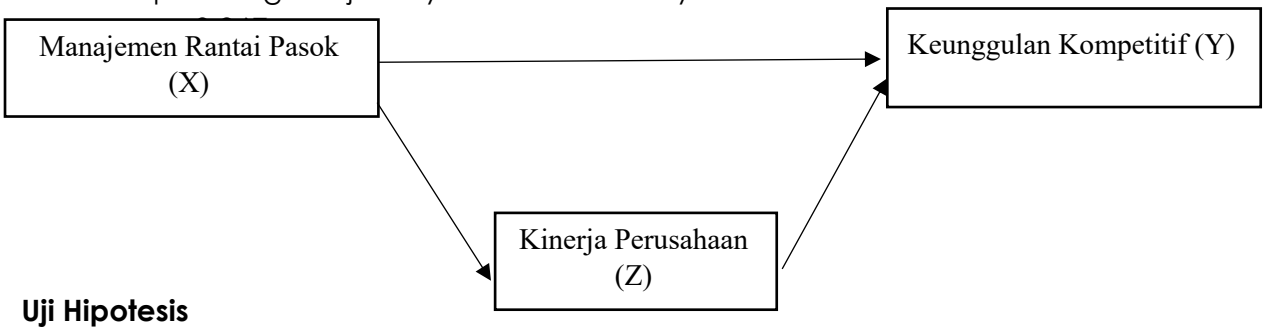
a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Nilai R Square = 0,758, diartikan bahwa X dan Y menyumbang 75,8% pengaruh terhadap Z, sedangkan sisanya 24,2% disebabkan oleh faktor lain. Sementara untuk nilal e2 (nilai untuk koefisien jalur model 2) ialah e2= √ (1-0.758) = 0.491

Pada hasil Model Regresi II dalam tabel Koefisien, terlihat bahwa nilai signifikansi X = 0.587 > 0.05 dan signifikansi Y = 0.081 > 0.05, diartikan Model Regresi II menunjukkan bahwa variabel X dan Y tidak memberikan pengaruh langsung pada Z..

Pada output Regresi tersebut diketahui bahwa nilal signifikansi variabel Y terhadap Z = 0.081 > 0.05. Hasil ini memberi kesimpulan bahwa Z tidak berpengaruh langsung terhadap Y

Adapun diagram jalurnya untuk model II yaitu:



Uji Hipotesis

a. Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Keunggulan Kompetitif

Untuk mengetahui apakah variabel Manajemen Rantai Pasok berpengaruh terhadap keunggulan Kompetitif, maka dilihat dari hasil probabilitasnya yaitu sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari nilai batas 0,005 (0,000 < 0,005). Sedangkan dilihat dari nilai t tabel

dan t hitung menunjukkan bahwa t hitung sebesar 20.043 dan t tabel sebesar 2.048 itu berarti 20.043 > 2.048 maka H0 ditolak dan H1diterima, yang berarti bahwa variabel Manajemen Rantai Pasok berpengaruh signifikan terhadap variabel Keunggulan Kompetitif.

b. Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Perusahaan

Untuk mengetahui apakah variabel Manajemen Rantai Pasok berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan, maka dilihat dari hasil probabilitasnya yaitu sebesar 0,587 yang berarti lebih besar dari nilai batas 0,005 (0,587 > 0,005). Sedangkan dilihat dari nilai t tabel dan t hitung menunjukkan bahwa t hitung sebesar 0.550 dan t tabel sebesar 2.048 itu berarti 0.550 < 2.048 maka H0 diterima dan H1ditolak, yang berarti bahwa variabel Manajemen Rantai Pasok tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Kinerja Perusahaan.

c. Pengaruh Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Kompetitif

Untuk mengetahui apakah variabel Kinerja Perusahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Kompetitif, maka dilihat dari hasil probabilitasnya yaitu sebesar 0,081 yang berarti lebih besar dari nilai batas 0,005 (0,081 > 0,005). Sedangkan dilihat dari nilai t tabel dan t hitung menunjukkan bahwa t hitung sebesar 1.815 dan t tabel sebesar 2.048 itu berarti 1.815 < 2.048 maka H0 diterima dan H1ditolak, yang berarti bahwa variabel Kinerja Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keunggulan Kompetitif.

d. Pengaruh Manajemen Rantai Pasok melalui Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Kompetitif

Pengaruh langsung yang diberikan Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Perusahaan sebesar 0.204. Sedangkan pengaruh tidak langsung Manajemen Rantai Pasok melalui Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Kompetitif adalah perkalian antara nilal beta Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Perusahaan dengan nilai beta Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Perusahaan yaitu : 0.967 x 0.672 = 0.649. Maka pengaruh total yang diberikan adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu: 0.204 + 0.649 = 0.853.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai pengaruh langsung Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Perusahaan adalah 0.204 dan pengaruh tidak langsung Manajemen Rantai Pasok terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Kinerja Perusahaan adalah 0.853 yang berarti bahwa pengaruh langsung lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Manajemen Rantai Pasok melalui Kinerja Perusahaan memiliki pengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap Keunggulan Kompetitif.

Pembahasan Penelitian

Temuan studi pada Linus Motor Deli Serdang mengkonfirmasi hipotesis bahwa praktik MRP yang efektif, seperti integrasi pemasok, berbagi informasi, dan efisiensi logistik, akan berkorelasi positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam mengelola aliran barang, informasi, dan keuangan dari hulu ke hilir merupakan fondasi penting untuk mencapai hasil operasional dan finansial yang unggul. Di Linus Motor Deli Serdang, misalnya, kecepatan pengadaan suku cadang atau efektivitas sistem inventaris yang didukung oleh MRP berkontribusi langsung pada efisiensi biaya dan kepuasan pelanggan, yang merupakan indikator kinerja utama.

Keunggulan Kompetitif di sini dapat mencakup fleksibilitas, responsifitas pasar, diferensiasi produk/layanan, atau keunggulan biaya. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa MRP bukan hanya tentang logistik, tetapi merupakan sumber strategis untuk menciptakan diferensiasi. Ketika Linus Motor Deli Serdang berhasil menerapkan MRP yang optimal, mereka dapat menawarkan layanan yang lebih cepat atau harga yang lebih kompetitif dibandingkan pesaing. Dengan demikian, MRP berperan sebagai mesin internal yang mengolah efisiensi operasional menjadi nilai eksternal yang dapat dirasakan oleh pelanggan, sehingga secara efektif membangun benteng pertahanan pasar bagi

perusahaan.

Temuan studi ini sangat penting karena menunjukkan bahwa pengaruh MRP terhadap Kinerja Perusahaan tidak terjadi secara instan atau langsung sepenuhnya, melainkan harus melalui proses pembentukan Keunggulan Kompetitif terlebih dahulu. Dengan kata lain, investasi waktu dan sumber daya dalam mengintegrasikan rantai pasokan akan meningkatkan kemampuan kompetitif (mediasi), dan kemampuan kompetitif inilah yang pada akhirnya mendorong peningkatan kinerja secara signifikan. Hal ini menjelaskan mengapa sebuah perusahaan harus fokus menciptakan keunggulan (misalnya, keandalan pengiriman) agar investasi MRP mereka benar-benar membuahkan hasil kinerja finansial dan non-finansial yang maksimal.

Hasil studi Linus Motor Deli Serdang ini memperkuat teori-teori manajemen strategis dan rantai pasokan, seperti Resource-Based View (RBV), yang menyatakan bahwa sumber daya dan kapabilitas unik (seperti MRP yang terintegrasi) adalah sumber keunggulan yang berkelanjutan. Secara praktis, temuan ini menyiratkan bahwa manajemen Linus Motor perlu memprioritaskan peningkatan integrasi teknologi informasi dengan pemasok dan distributor mereka, serta mengembangkan kompetensi karyawan dalam mengelola kompleksitas rantai pasokan. Pembahasan ini juga perlu menyoroti bahwa Keunggulan Kompetitif yang dimediasi adalah Keunggulan Kompetitif yang berkelanjutan, bukan sekadar keuntungan jangka pendek.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat direkomendasikan untuk memperluas sampel ke berbagai perusahaan otomotif di wilayah lain, atau menggunakan pendekatan longitudinal untuk mengamati dinamika pengaruh MRP dari waktu ke waktu. Selain itu, variabel mediasi lain seperti Inovasi Produk atau Orientasi Pasar dapat dipertimbangkan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme yang menghubungkan MRP dengan Kinerja Perusahaan.Dalam dunia bisnis yang kompetitif, manajemen rantai pasokan menjadi faktor kunci dalam peningkatan keunggulan saing dan kinerja suatu perusahaan (Rahayu et al., 2024). Manajemen rantai pasok yang efektif tidak hanya berkontribusi pada efisiensi operasional, tetapi juga mempengaruhi daya saing perusahaan di pasar (Indriani et al., 2020).

Simpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa Manajemen Rantai Pasokan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung maupun tidak langsung terhadap Kinerja Perusahaan pada Linus Motor Deli Serdang. Pengaruh tidak langsung ini dikarenakan Keunggulan Kompetitif terbukti mampu bertindak sebagai variabel mediasi yang kuat. Artinya, praktik manajemen rantai pasokan yang efektif dapat meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan (seperti kecepatan, fleksibilitas, dan biaya rendah), dan selanjutnya, keunggulan kompetitif inilah yang secara substansial berkontribusi pada peningkatan kinerja keseluruhan perusahaan. Peneliti menyarankan untuk melakukan audit rantai pasokan secara berkala dan mengimplementasikan teknologi seperti Enterprise Resource Planning (ERP) atau sistem pelacakan untuk meningkatkan visibilitas dan responsivitas, menetapkan target SCM yang terukur yang secara langsung berhubungan dengan dimensi Keunggulan Kompetitif yang ingin dicapai (misalnya, mengurangi lead time hingga 15% untuk mencapai keunggulan kecepatan), dan menganalisis Key Performance Indicators (KPI) yang mencakup metrik Keunggulan Kompetitif (misalnya, pangsa pasar, loyalitas pelanggan, atau margin keuntungan relatif terhadap pesaing) bersamaan dengan KPI SCM (misalnya, biaya transportasi, inventory turnover, atau tingkat pengembalian).

Referensi

Abdul, M. A. A., Arrasyid, & Nurbaiti. (2022). Analisis kualitas produk dan layanan terhadap loyalitas pelanggan di Amaro Coffee Shop. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *1*(4).

Andriani, D. (2014). Analisis Balance Scorecard (Bsc) sebagai alat pengukur kinerja pada Pt. Novell Pharmaceutical Laboratories Cabang Pekanbaru.

Anjasmara, I. R., & Subari, S. (2023). Analisis manajemen rantai pasok (Supply Chain Management) cabai rawit di Kabupaten Kediri. *Agriscience*, *4*(1), 165–183. https://doi.org/10.21107/agriscience.v4i1.15888

Aprilianingsih, L., Ekowati, T., & Nurfadillah, S. (2022). Analisis manajemen rantai pasok benih padi lokal di PT Saprotan Benih Utama, Kabupaten Sragen. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, *7*(1), 22–35. https://doi.org/10.24198/agricore.v7i1.39335

Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian*. Rineka Cipta.

Devyana, M., Rahmani, N. A. B., & Dharma, B. (2023). Analisis manajemen rantai pasokan industri rumahan tahu di Dusun I Sidorukun Kabupaten Labuhan Batu. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *7*(2), 1553–1567. https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3224

Hantono. (2020). *Metodologi penelitian skripsi dengan aplikasi SPSS*. (Penerbit tidak teridentifikasi, sebutkan jika diketahui).

Haryanto, J., & Lunarindiah, G. (2023). Pengaruh strategi manajemen rantai pasok terhadap kinerja operasional dengan mediasi kompetensi organisasi pada usaha mikro, kecil dan menengah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, *3*(1), 1187–1196. https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15978

Hidayat, N., Asmanita Wati, N. Z., & Oktaviani, N. (2024). Analisis manajemen rantai pasok (Supply Chain Management) guna optimalisasi distribusi usaha mikro kecil menengah pengepulan kepiting di Wilayah Tarakan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *5*(4), 2628–2636. https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.1144

Ilmiyati, A., & Munawaroh, M. (2016). Pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja operasional (Studi pada Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Bantul). *Jurnal Manajemen Bisnis*, *7*(2), 226–251.

Indramora Siregar, O., & Atika. (2021). Peran etika kerja dan motivasi kerja bagi kinerja karyawan PT. Sun Life Financial Cabang Medan. *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, *1*(03).

Indriani, D., Mulyatini, N., & Herliana, E. (2020). Analisis manajemen rantai pasokan dalam meningkatkan performa bisnis (Studi pada Pabrik Roti Java Family Bakery Banjar Anyar Kabupaten Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, *2*(2), 36–59.

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*, *34*(2), 107–124. https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.08.002

Mariza Ita. (2003). Pengukuran kinerja dengan Balanced Scorecard. *The Winners*, *4*(2), 127–137.

Neely, A., Gregory, M., & Platts, K. (2005). Performance measurement system design: A literature review and research agenda. *International Journal of Operations and*

Production Management, *25*(12), 1228–1263. https://doi.org/10.1108/01443570510633639

Prabowo, I., & Nasito, M. (2023). Pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja operasional pada SRC (Sampoerna Retail Community). *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *1*(6), 541–553.

Prasetyo, M. B., & Ngaini, S. N. (2022). Pengaruh manajemen rantai pasok terhadap daya saing melalui efisiensi produksi. *Selekta Manjemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis &Manajemen*, *01*(04), 209–220.

Putri, K. P. AnniO, I. L. N., & Rizka, A. T. (2023). Analisa aplikasi Supply Chain Management Telkom (SCMT) untuk pendataan pengeluaran & pengembalian barang NTE PT. Telkom Datel Sibolga. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, *3*(1), 247–253. https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i1.3129

Rahayu, H., Elwan, M., & Dewinta. (2024). Analisis manajemen rantai pasok dalam meningkatkan kinerja operasional pabrik penggilingan padi (Studi Kasus Pada UD Putra Tunggal Kolaka Timur). *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 310–325.

Rifaldi Dwi Syahputra, & Nuri Aslami. (2023). Prinsip-prinsp utama manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, *1*(3), 51–61. https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1615

Saputri, D. L., Ichwani, T., & Nawasiah, N. (2024). Pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing sebagai variabel intervening pada PT Mukti Lintas Media. *Jimp*, *4*(1), 24–31.

Sarwono, J. (2011). Mengenal Path Analysis (Sarwono). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, *11*, 285–296.

Sudaryono. (2011). Aplikasi analisis (Path Analysis) berdasarkan urutan penempatan variabel dalam penelitian. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, *17*(N), 391–403.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.