

**PENGARUH KINERJA RANTAI PASOK PADA PERUSAHAAN X
DALAM MENCAPAI KEUNGGULAN KOMPETITIF
BERDASARKAN PERSEPSI LEVEL MANAJERIAL**

TESIS

Oleh:

Blessy Familiasari

201920151003



**PROGRAM STUDI MAGISTEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2021

**PENGARUH KINERJA RANTAI PASOK PADA PERUSAHAAN X
DALAM MENCAPAI KEUNGGULAN KOMPETITIF
BERDASARKAN PERSEPSI LEVEL MANAJERIAL**

TESIS

Oleh:

Blessy Familiasari

201920151003



**PROGRAM STUDI MAGISTEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : Pengaruh Kinerja Rantai Pasok Pada
Perusahaan X Dalam Mencapai Keunggulan
Kompetitif Berdasarkan Persepsi Level
Manajerial

Nama Mahasiswa : Blessy Familiasari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201920151003

Program Studi / Fakultas : Magister Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Strategik

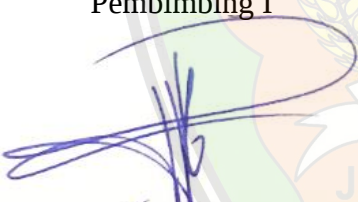
Tanggal Lulus Ujian Tesis : 09 Juli 2021

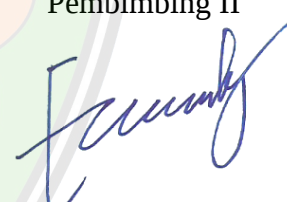
Jakarta, 21 Juli 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., M.B.A., CRA.
NIDN: 0309048102


Dr. Faroman Syarief, S.E., M.M.
NIDN: 0405095803

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : Pengaruh Kinerja Rantai Pasok Pada Perusahaan
X Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif
Berdasarkan Persepsi Karyawan

Nama Mahasiswa : Blessy Familiasari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201920151003

Program Studi/Fakultas : Magister Manajemen/Fakultas Ekonomi dan
Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Strategik

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 9 Juli 2021

Jakarta, 21 Juli 2021

Mengesahkan

Ketua Tim Penguji: Prof. Dr. Ir. John Edward Harly Jacob FoEh, IPU
NIDN : 0017115817

Penguji I : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., M.B.A., CRA
NIDN : 0309048102

Penguji II : Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M.
NIDN : 0316066201

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Dr. Faroman Syarif, S.E., M.M.

NIDN: 0405095803

Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP.

NIDN: 0318107101



LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Tesis Yang Berjudul

“Pengaruh Kinerja Rantai Pasok Pada Perusahaan X Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Berdasarkan Persepsi Level Manajerial”.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan tesis ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 21 Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Blessy Familiasari
201920151003

ABSTRAK

Blessy Familiasari 201920151003 Pengaruh Kinerja Rantai Pasok Pada Perusahaan X Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Berdasarkan Persepsi Level Manajerial.

Kinerja Rantai Pasok diukur melalui Praktek *Supply Chain Management (SCM)* yang terdiri dari *strategic supplier patnership*, *customer relationship*, *level of information sharing*, *quality of information sharing* dan *postponement*

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 32 sampel karyawan perusahaan X dari anggota grup *Supply Chain Management* dengan level asisten manajer ke atas. Penelitian ini menggunakan alat bantu Spss 21 sebagai alat analisis.

Hasil penelitian dalam uji parsial menunjukkan bahwa *strategic suplier Partnership*, *Customer Relationship*, *level of information sharing*, serta *postponement* tidak memiliki pengaruh terhadap *keunggulan kompetitif*, hanya variabel *quality of information sharing* saja yang berpengaruh terhadap *keunggulan kompetitif*.

Sedangkan pada hasil penelitian uji simultan *strtegic supplier patnership*, *customer relationship*, *level of information sharing*, *quality of information sharing* dan *postponement* berpengaruh terhadap *keunggulan kompetitif*.

Kata Kunci : Praktek *Supply Chain Management*, *Strategic Supplier Patnership*, *Customer Relationship*, *Level of Information Sharing*, *Quality of Information Sharing*, *Keunggulan Kompetitif*.

ABSTRACT

Blessy Familiasari 201920151003 *The Effect of Supply Chain Performance on Company X in Achieving Competitive Advantage Based on Managerial Level Perspective.*

Supply Chain Performance is quantifying by Supply Chain Management (SCM) Practice that consist of Supplier Strategic Partnership, Customer Relationship, Level of Information Sharing and Postponement.

This study uses quantitative methods and the sampling technique uses purposive sampling. Samples were taken as many as 32 samples of company X employees from members of the Supply Chain Management group with assistant manager level and above. This study uses Spss 21 as an analytical tools.

The results of the partial test show that the strategic supplier partnership, Customer Relationship, level of information sharing and postponement has no effect on competitive advantage while only the quality of information sharing variables affect competitive advantage.

Meanwhile, the results of the simultaneous test of Supply Chain Management Practice (strategic supplier partnership, customer relationship, level of information sharing, quality of information sharing and postponement) affect competitive advantage.

Keywords: *SCM Practice, Strategic Supplier Partnership, Customer Relationship, Level of Information Sharing, Quality of Information Sharing, Competitive Advantage.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, yang hanya atas pertolongan-Nya semata penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis ini untuk meraih gelar Magister Manajemen (M.M) yang selesai tepat pada waktunya yang dimana sebagai suatu syarat untuk terpenuhinya kelulusan, serta penulis mengucapkan banyak terimakasih yang akan penulis hanturkan kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.A.k., CA., CSRA., CMA., CACP Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Dr. Faroman Syarief, S.E., M.M Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen dan juga sebagai pembimbing kedua yang telah memberikan ilmunya kepada saya.
4. Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., M.B.A., CRA Selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan banyak masukan dan arahan yang sangat berarti bagi penyusunan tesis.
5. Juga tidak lupa juga rasa terimakasih kepada suami dan anak saya yang telah memberikan support untuk menyelesaikan kuliah strata 2 ini dalam bentuk doa ataupun kata-kata yang baik untuk membangun motivasi saya dalam menjalankan kegiatan penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi semua pihak yang telah membaca, mohon maaf bila ada kekurangan dalam penyusunan penelitian ini serta berikan saran yang membangun untuk kesempurnaan penelitian yang telah penulis buat.

Jakarta 21 Juli 2021

Blessy Familiasari

vii

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Batasan Masalah	6
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Pengertian Supply Chain dan Supply Chain Management.....	8
2.2 Praktek <i>Supply Chain Management</i>	9
2.3 Pengertian <i>Strategic Supplier Patnership</i>	10
2.4 Pengertian <i>Customer Relationship</i>	11
2.5 Pengertian <i>Level of Information Sharing</i>	12
2.6 Pengertian <i>Quality Of Information Sharing</i>	13
2.7 Pengertian <i>Posponement</i>	15
2.8 Pengertian <i>Strategy Supply Chain Management</i>	16

2.9 Pengertian <i>Keunggulan Kompetitif</i>	18
2.10 Penelitian Terdahulu	19
2.11 Kerangka Berfikir	22
2.12 Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.2 Desain Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel	25
3.4 Operasional Variabel	26
3.5 Kuesioner dan Uji Instrumen	27
3.6 Aplikasi Pengolahan Data Kuesioner	28
3.7 Uji Asumsi Klasik	29
3.7.1 Uji Normalitas	29
3.7.2 Uji Multikolonieritas	29
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	29
3.8 Uji Regresi Linear Berganda	30
3.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	30
3.10 Uji Hipotesis	31
3.10.1 Uji T (Parsial)	31
3.10.2 Uji F (Simultan)	31
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	33
4.2 Identitas Responden	33
4.2.1 Jenis Kelamin	34
4.2.2 Identitas Diri – Nama Divisi	35
4.2.3 Lamanya Bekerja di Perusahaan X	35
4.3 Uji Validitas	36
4.4 Uji Realibilitas	40
4.5 Uji Asumsi Klasik	41

4.5.1 Uji Normalitas	41
4.5.2 Uji Multikolonieritas	42
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
4.6 Uji Regresi Linear Berganda	45
4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
4.8 Uji Hipotesis	46
4.8.1 Uji T (Parsial)	46
4.8.2 Uji F (Simultan)	49
4.9 Pembahasan	50
4.9.1 Variabel <i>Strategic Supplier Patnership</i> Terhadap Keunggulan Kompetitif.....	50
4.9.2 Variabel <i>Customer Relationship</i> Terhadap Keunggulan Kompetitif	50
4.9.3 Variabel <i>Quality of Information Sharing</i> Terhadap Keunggulan Kompetitif	50
4.9.4 Variabel <i>Level of Information Sharing</i> Terhadap Keunggulan Kompetitif	51
4.9.5 Variabel <i>Postponement</i> Terhadap Keunggulan Kompetitif.....	51
4.9.6 Variabel <i>SCM Praktek (strategic supplier partnership, customer relationship, level of information sharing, quality of information sharing, postponement) secara simultan terhadap keunggulan kompetitif</i>	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
4.8 Kesimpulan	53
4.9 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN-LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

<i>Tabel</i>	<i>Halaman</i>
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel	26
Tabel 3.2 Tabel Skala Lingkert	28
Tabel 4.1 Tabel Hasil Uji Validitas <i>Keunggulan Kompetitif</i>	37
Tabel 4.2 Tabel Hasil Uji Validitas <i>Strategic Supplier Patnership</i>	37
Tabel 4.3 Tabel Hasil Uji Validitas <i>Customer Relationship</i>	38
Tabel 4.4 Tabel Hasil Uji Validitas <i>Level of Information Sharing</i>	38
Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Validitas <i>Quality of Information Sharing</i>	39
Tabel 4.6 Tabel Hasil Uji Validitas <i>Postponement</i>	39
Tabel 4.7 Tabel Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.8 Tabel Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji Multikolonieritas.	43
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Linier Berganda	45
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji T (Parsial)	47
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji F (Simultan).	49

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar</i>	<i>Halaman</i>
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	23
Gambar 4.1 Jenis Kelamin	34
Gambar 4.2 Nama Divisi Responden	35
Gambar 4.3 Lamanya Responden Bekerja di Perusahaan X	36
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	36

