

PENGARUH STRATEGI BERSAING DAN MANAJEMEN RANTAI PASOKAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (STUDI PADA PT PACKET SYSTEMS INDONESIA)

Rahmaini¹ dan Siska Warastuti²

^{1,2} Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia
Rahmaini082@gmail.com

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of competitive strategy and supply chain management on company performance at PT Packet Systems Indonesia. The research method used is a quantitative method. Data collection techniques using questionnaires and literature study. The sampling technique uses the Slovin method with a sample of 77 respondents taken from all employees at PT Packet Systems Indonesia. Data analysis techniques using regression analysis and correlation using SPSS ver 25 as an analysis tool. Based on the results of the study showed that the competitive strategy has a positive influence and is at a fairly strong level on company performance that is equal to 34.3%. While supply chain management has a positive influence and is at a strong level on company performance that is equal to 62.1%

Keywords: *Competitive Strategy, Supply Chain, Management, Company Performance*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi bersaing dan manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan di PT Packet Systems Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode slovin dengan sampel sebanyak 77 orang responden yang diambil dari seluruh karyawan di PT Packet Systems Indonesia. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi dan korelasi dengan menggunakan SPSS ver 25 sebagai alat analisis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bersaing memiliki pengaruh positif dan berada di tingkat cukup kuat terhadap kinerja perusahaan yaitu sebesar 34,3%. Sedangkan manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh positif dan berada di tingkat kuat terhadap kinerja perusahaan yaitu sebesar 62,1%.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Manajemen, Rantai Pasokan, Kinerja Perusahaan

PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan antar perusahaan dalam merebut pelanggan semakin ketat, salah satu faktornya adalah globalisasi. Persaingan global antar perusahaan dapat menentukan integrasi pasar, di mana jarak dan batas antar negara semakin hilang dan membuat manusia seluruh dunia seakan hidup dalam satu atap desa global (*global village*) (Prasetyo, 2001). Persaingan yang ada yaitu berlomba-lomba menguasai pangsa pasar (*market share*) ataupun berusaha mempertahankan posisi mereka sebagai pemimpin pasar (*market leader*).

Perusahaan saling bersaing untuk menarik pelanggan agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Berbagai strategi dilakukan untuk memenangkan persaingan tersebut (Wibowo, 2008). Hal ini mengakibatkan persaingan antar perusahaan semakin kompetitif sehingga menuntut perusahaan untuk merumuskan strategi bersaing yang adaptif serta mudah disesuaikan untuk mengikuti perkembangan perubahan yang terjadi secara mendadak dalam kondisi persaingan global.

Dengan ketidakpastian dan perubahan kondisi pasar saat ini,

kesuksesan suatu bisnis tidak hanya bergantung kepada kemampuan operasi bisnis secara individual, akan tetapi berdasarkan rantai pasok secara keseluruhan. Pengelolaan kerjasama dalam rantai pasok memerlukan koordinasi dan integrasi yang baik, yaitu di dalam maupun di luar perusahaan, untuk mencapai manajemen rantai pasokan yang efektif, kualitas pelayanan, dan keuntungan perusahaan. Dinyatakan Clark & Hammond (1997) konsep kolaborasi dalam suatu jejaring bisnis menjadi isu yang menarik dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif. Konsep ini menekankan pada integrasi aliran informasi maupun material melalui jejaring bisnis untuk mendukung proses inovasi perusahaan yang merupakan suatu hal penting untuk mencapai peningkatan kapabilitas perusahaan dalam memenuhi kebutuhan

dan keinginan konsumen (Lee&Whang, 2000).

PT Packet Systems Indonesia adalah perusahaan yang didirikan tahun 2014, merupakan layanan ICT dan sistem integrator terkemuka yang merupakan bagian dari Cisco Gold Partner, serta memiliki spesialisasi sebagai penyedia solusi Data Centre, Collaboration serta Service Provider & Enterprise Network dan Information Security. Pada bulan Juni 2017, PT Packet Systems Indonesia (PSI) diakuisisi oleh Logicalis dan Metrodata yang merupakan perusahaan internasional yang bergerak di bidang solusi IT dan Managed Services. Logicalis menjadi pemegang saham terbesar dari PSI. Pada tanggal 1 Maret 2018, PT Packet Systems Indonesia melakukan merger dengan PT Logicalis Metrodata Indonesia yang merupakan perusahaan joint venture antara Logicalis dan Metrodata.

Tabel 1. : Total Pendapatan

	Tahun 2018	Tahun 2017
	US\$	US\$
Pendapatan :		
Pendapatan atas kontrak	55.528.871	60.436.850
Penjualan kembali jasa pemeliharaan vendor	1.514.224	2.475.486
Jasa pemeliharaan	<u>3.383.101</u>	<u>5.237.474</u>
Jumlah	60.426.196	68.149.810

Sumber : Laporan Keuangan PT Packet Systems Indonesia

Dari tabel 1. diketahui bahwa pada tahun 2018 terjadi penurunan pendapatan sebesar 11% dari periode sebelumnya. Salah satu permasalahan yang terjadi pada proses rantai pasok di PT Packet Systems Indonesia adalah ketidaktepatan waktu pengiriman (*on time delivery*). Fenomena yang terjadi adalah pengiriman material ke customer sering mengalami keterlambatan

YANG disebabkan adanya issue material constrain pada saat proses pabrikan di gudang distributor. Selain itu, keterlambatan dalam proses order material juga menjadi salah satu hambatan yang harus segera diperbaiki agar perusahaan dapat terus bersaing dengan perusahaan competitor yang ada.

Tabel 2.
Durasi Pengiriman Material ke Pelanggan

No.	Pelanggan	Tanggal PO Terbit dari Pelanggan	Tgl order Material ke Vendor	Pengiriman Material ke Pelanggan	Rerata Pengiriman Material (dlm bln)
1	PT Kliring Penjaminan Efek Indonesia	2-May-18	11-May-18	25-Aug-18	4
2	PT Kompas Media Nusantara	30-May-18	14-Jun-18	18-Sep-18	4
3	SKK Migas	4-Jun-18	28-Jun-18	8-Sep-18	3
4	PT Sekolah Sampoerna International	28-Jun-18	27-Aug-18	18-Sep-18	3
5	BTPN	11-Jul-18	19-Jul-18	25-Sep-18	3
6	PT Multistrada Arah Sarana TBK	19-Jul-18	2-Sep-18	13-Nov-18	4
7	PT Jasa Marga (PERSERO)	1-Aug-18	27-Aug-18	22-Oct-18	3
8	PT Satkomindo Mediyasa	31-Aug-18	27-Sep-18	22-Nov-18	3
9	Telkom Sigma	12-Oct-18	15-Oct-18	27-Dec-18	3
10	PT Asuransi Jiwa BCA	5-Dec-18	27-Dec-18	19-Feb-19	3

Sumber : Laporan Tahunan PT Packet Systems Indonesia

Berdasarkan tabel 2. di atas diketahui bahwa rata-rata pengiriman material ke customer adalah 3 sampai 4 bulan, sedangkan sesuai PO yang dikeluarkan oleh customer, waktu yang disepakati untuk pengiriman material adalah 6 - 8 minggu. Hal ini tentu saja memberikan dampak negatif bagi perusahaan yaitu pemberian denda atau penalty dari customer karena perusahaan dianggap melakukan wanprestasi yang berdampak pada menurunnya pendapatan perusahaan.

Sekarang ini konsumen semakin kritis, mereka menuntut penyediaan produk secara tepat waktu, sehingga menyebabkan perusahaan yang antisipatif terhadap hal ini akan mendapatkan pelanggan sedangkan yang tidak antisipatif akan kehilangan pelanggan. Perusahaan perlu mempertimbangkan permasalahan pada rantai pasokan untuk memastikan bahwa rantai pasokan tersebut mendukung strategi perusahaan. Manajemen rantai pasok merupakan salah satu faktor kunci

strategis untuk meningkatkan efektivitas organisasi dan untuk merealisasikan tujuan organisasi yang lebih baik seperti peningkatan daya saing, perbaikan layanan pelanggan dan peningkatan profitabilitas (Gunasekaran et al., 2001). Tujuan utama dari manajemen rantai pasokan adalah untuk memenuhi permintaan pelanggan/customer yang lebih efisien (Sarode and Sunnapwar, 2010). Rantai pasok merupakan aktivitas terintegrasi baik di internal perusahaan maupun antar perusahaan, sehingga permasalahan yang timbul pada satu aktivitas rantai pasok akan memiliki dampak yang signifikan terhadap profitabilitas, bukan hanya pada satu perusahaan, tetapi berpotensi di banyak perusahaan yang terlibat dalam semua proses rantai pasok tersebut (Osborn and Nault, 2012).

Ukuran kinerja menjadi hal yang penting dalam menjalankan *supply chain* secara efektif dan efisien. Pengukuran kinerja rantai pasok memiliki peran yang penting dalam mengetahui kondisi

perusahaan, apakah mengalami penurunan atau peningkatan serta perbaikan apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan kinerja rantai pasok. Mengukur kinerja rantai pasok dapat memfasilitasi pemahaman yang lebih besar dan meningkatkan kinerjanya secara keseluruhan (Parikshit et al., 2008).

Mengingat urgensinya untuk meningkatkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik, penelitian ini mengambil tema "Pengaruh Strategi Bersaing dan Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada PT Packet Systems Indonesia)".

Permasalahan yang ingin dianalisis dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah terdapat pengaruh strategi bersaing terhadap kinerja perusahaan pada PT Packet Systems Indonesia ?
2. Apakah terdapat pengaruh kinerja manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan pada PT Packet Systems Indonesia ?
3. Apakah terdapat pengaruh strategi bersaing dan manajemen rantai pasokan secara bersama sama terhadap kinerja perusahaan pada PT Packet Systems Indonesia ?

Hasil penelitian ini memiliki kegunaan pengembangan akademik dan kegunaan praktis, yaitu:

1. Kegunaan Pengembangan Ilmu
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu manajemen, khususnya manajemen strategik, yang berkaitan dengan strategi bersaing, manajemen rantai pasokan dan kinerja perusahaan.
 - b. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna, referensi, dan motivasi untuk mengadakan penelitian lanjutan.

2. Kegunaan Praktis

Bagi perusahaan, hasil penelitian ini sangat bermanfaat untuk meningkatkan kinerja perusahaan, menetapkan strategi yang tepat dan meningkatkan kinerja manajemen rantai pasokan.

KAJIAN LITERATUR

Strategi Bersaing

Menurut Porter (1998:1), strategi bersaing adalah mencari posisi kompetitif yang menguntungkan dalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi. Strategi bersaing bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan melawan kekuatan yang menentukan persaingan industri.

Robert M. Grant (1997:18) mengemukakan bahwa strategi bersaing adalah kombinasi antara akhir dan tujuan yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan alat (kebijaksanaan) dimana perusahaan berusaha sampai kesana. Adapun pengertian strategi bersaing menurut Philip Kotler (2001:312), yaitu strategi yang secara kuat menempatkan perusahaan terhadap pesaing dan yang memberi perusahaan keunggulan bersaing yang sekuat mungkin.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi bersaing adalah upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memenangkan sebuah pasar sasaran dengan cara memberikan keunggulan-keunggulan dalam bersaing, menganalisis pesaing serta melaksanakan strategi bersaing yang efektif.

Manajemen Rantai Pasokan

Menurut Said (2006:6), manajemen rantai pasokan adalah pengelolaan informasi, barang dan jasa mulai dari pemasok paling awal sampai ke konsumen paling akhir dengan menggunakan pendekatan sistem yang terintegrasi dengan tujuan yang sama.

Manajemen rantai pasokan menurut Ballou (2004) adalah jaringan dari organisasi-organisasi yang saling berhubungan dan saling membutuhkan satu sama lain dan mereka bekerja sama untuk mengatur, mengawasi dan meningkatkan arus komoditi dan informasi semenjak dari titik supplier hingga ke end user.

Christopher (1992) menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan merupakan jaringan beberapa organisasi yang terlibat dari hulu ke hilir, dengan proses dan aktivitas yang berbeda yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa yang disampaikan pada konsumen paling akhir.

Beberapa definisi mengenai manajemen rantai pasokan di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen rantai pasokan sebagai serangkaian entitas yang terdiri dari tiga atau lebih entitas (baik individu maupun organisasi) yang terlibat secara langsung dari hulu ke hilir dalam aliran produk, jasa, keuangan dan informasi dari sumber kepada pelanggan.

Menurut Li et al (2006) mengemukakan 5 dimensi manajemen rantai pasokan adalah sebagai berikut yaitu: Strategic Supplier Partnership, Customer Relationship, Information Sharing, Level of Information Quality, dan Postponement.

Kinerja Perusahaan

Menurut Mulyadi (2007) kinerja juga didefinisikan sebagai keberhasilan personel dalam mewujudkan sasaran strategis di empat perspektif yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis, serta pembelajaran dan pertumbuhan.

Hansen dan Mowen (2000) membedakan pengukuran kinerja secara tradisional dan kontemporer. Pengukuran kinerja tradisional dilakukan dengan membandingkan kinerja aktual dengan kinerja yang dianggarkan atau biaya standar sesuai dengan karakteristik pertanggungjawabannya, sedangkan pengukuran kinerja kontemporer menggunakan aktivitas sebagai fondasinya. Ukuran kinerja dirancang untuk menilai seberapa baik aktivitas dilakukan dan dapat mengidentifikasi apakah telah dilakukan perbaikan yang berkesinambungan.

Kinerja perusahaan merupakan hasil keputusan-keputusan manajemen untuk mencapai suatu tujuan secara efektif dan efisien. Sistem pengukuran kinerja

hanyalah suatu mekanisme yang memperbaiki kemungkinan bahwa organisasi tersebut akan mengimplementasikan strateginya dengan baik.

Menurut Brah & Lim (2006) menjelaskan bahwa kinerja perusahaan diukur menggunakan dua dimensi kinerja perusahaan, yaitu: kinerja operasional dan kinerja keuangan. Dalam hal ini kinerja operasional menjelaskan tentang kinerja operasi internal perusahaan dalam hal biaya dan pengurangan pemborosan, meningkatkan kualitas produk, pengembangan produk baru, memperbaiki kinerja pengiriman, dan meningkatkan produktivitas.

Kinerja operasional dianggap sebagai faktor utama karena variabel ini terhubung langsung dengan tindakan yang diambil dalam kegiatan operasi perusahaan. Selain itu, untuk indikator kinerja organisasi diukur dengan finansial seperti adanya pertumbuhan profit, laba bersih, rasio laba dengan pendapatan dan laba atas aset dan non-ukuran finansial seperti investasi dalam pengembangan dan kapasitas perusahaan agar mengembangkan profil yang lebih kompetitif. Menurut beberapa ahli menjelaskan bahwa ukuran kinerja perusahaan yang paling sering digunakan dalam suatu penelitian adalah kinerja keuangan, kinerja operasional dan kinerja berbasis pasar (Jahanshahi et al., 2012).

Kinerja Keuangan, Operasional, dan Berbasis Pasar

Kinerja keuangan dinilai menggunakan indikator yang berbasis data akuntansi atau dengan data-data keuangan. Kinerja keuangan memiliki kelemahan karena pengukurannya hanya berbasis pada data keuangan yang sudah lalu. Data masa lalu memiliki prediksi yang sangat terbatas dalam menunjukkan potensi di masa depan dari sebuah perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, kinerja perusahaan tidak dapat hanya diukur menggunakan pengukuran berbasis akuntansi saja (Ursula & Wilderom, 1997).

Menurut beberapa ahli kinerja keuangan biasanya diukur menggunakan tingkat pengembalian atas penjualan (return on sales), profitabilitas, pertumbuhan penjualan, perbaikan produktivitas kerja dan perbaikan biaya produksi.

Kinerja operasional juga salah satu indikator penting selain menggunakan kinerja keuangan. Adanya konsep balanced scorecard saat ini yang semakin meningkat menunjukkan bahwa kinerja non keuangan juga merupakan aspek yang sangat penting dalam mengukur kinerja perusahaan. Kinerja non-finansial ini juga dikenal sebagai kinerja operasional, yang mana aspek dari kinerja operasional mampu mengukur kinerja ketika informasi yang tersedia dikaitkan dengan peluang yang ada, meski belum terealisasi secara keuangan (Carton, 2004). Adapun kinerja operasional dapat diukur menggunakan pengukuran pangsa pasar, launching produk baru, kualitas produk, efektivitas pemasaran dan kepuasan konsumen (Carton, 2004).

Menurut Carton (2004) adanya kinerja berbasis pasar dapat mempengaruhi pasar untuk mengetahui informasi mengenai operasional perusahaan yang tidak termasuk ke dalam hasil kinerja keuangan. Adapun kinerja berbasis pasar diukur menggunakan tingkat pengembalian pada pemegang saham, market value added dan profit tahunan (Carton, 2004). Pada penelitian ini kinerja perusahaan hanya diukur menggunakan kinerja keuangan dan kinerja operasional. Hal tersebut karena pengukuran kinerja berbasis pasar hanya dapat dilakukan oleh perusahaan yang bersifat publik.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survei menggunakan angket (kuesioner) yang dilengkapi dengan wawancara secara tatap muka untuk

memperoleh informasi yang relevan dengan variabel-variabel penelitian.

Tahapan penelitian diawali dengan pembuatan instrumen penelitian selanjutnya dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap instrumen tersebut menggunakan metode statistik. Setelah mendapatkan instrumen yang valid dan reliabel maka tahap selanjutnya adalah penyebaran kuesioner kepada responden.

Uji coba instrumen dilakukan kepada 30 orang karyawan di PT Packet Systems Indonesia. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator-indikator yang dijadikan dasar dalam menyusun instrumen penelitian berupa pertanyaan atau pernyataan. Dalam penelitian ini, variabel yang akan diukur meliputi kinerja perusahaan (Y) sebagai variabel terikat, dan strategi bersaing (X1) serta manajemen rantai pasokan (X2) sebagai variabel bebasnya.

Tahap awal dalam penyusunan instrumen penelitian dimulai dengan melakukan kajian atas konsep dan teori, yang kemudian dibuat sintesis dan dirumuskan dalam konstruk atau definisi konseptual. Berdasarkan definisi konseptual tersebut, lalu dirumuskan ke dalam dimensi maupun indikator dari setiap variabel, dan ditentukan jenis instrumen yang akan digunakan. Selanjutnya adalah menyusun kisi-kisi dan butir-butir instrumen penelitian. Butir-butir instrumen tersebut, kemudian dilakukan kalibrasi melalui uji coba untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitasnya. Setelah diketahui tingkat validitas dan reliabilitas dari bukti-bukti instrumen yang tidak valid dan reliabel dikeluarkan (*dropped*), sehingga hanya butir-butir yang memenuhi syarat validitas dan reliabilitas saja yang kemudian digunakan sebagai instrumen penelitian. Adapun untuk mengetahui dan memilih butir-butir valid, dilakukan dengan pengujian validitas dan reliabilitas, analisis menggunakan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hubungan Variabel Strategi Bersaing (X1) terhadap Variabel Kinerja Perusahaan (Y)

a. Hasil Uji Fungsional
 Hubungan (fungsional) antara variabel strategi bersaing (X1) terhadap variabel

kinerja perusahaan (Y), ditunjukkan oleh persamaan regresi linear: $= 8,435 + 0,391 X1$. Dalam pengujian ini apabila hasil penelitian $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima, sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Uji keberartian dan linearitas regresi tersebut, dapat dijelaskan melalui tabel 3. berikut ini.

Tabel 3.
 Uji Keberartian dan Uji Linearitas Regresi

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F _{hitung}	F _{tabel}	
					0,05	0,01
Regression	182,490	1	182,490	39,242**	3,97	6,99
Residual	348,783	75	4,650			
Total	531,273	76				
Dev. Of Linear	68,108	17	4,006	0,828 n.s	1,80	
Within Groups	280,675	58	4,839			
Total	531,273	76				

**regresi sangat signifikan ($F_{hitung} = 39,242 > F_{tabel} = 6,99$)
 n.s regresi berbentuk linear ($F_{hitung} = 0,828 < F_{tabel} = 1,80$)
 Sumber : Data Olahan Primer, 2020

Pada tabel 3. di atas dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, untuk pengujian keberartian regresi menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} (39,242) > $F_{tabel}(0,99;1,75)$ (6,99). Oleh karena itu, persamaan regresi adalah signifikan. Kedua, untuk pengujian linearitas regresi menunjukkan bahwa F_{hitung} (0,828) < $F_{tabel}(0,95;17,58)$ (1,80) artinya persamaan regresi adalah linear.

Berdasarkan kedua pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa hubungan fungsional yang ditunjukkan oleh

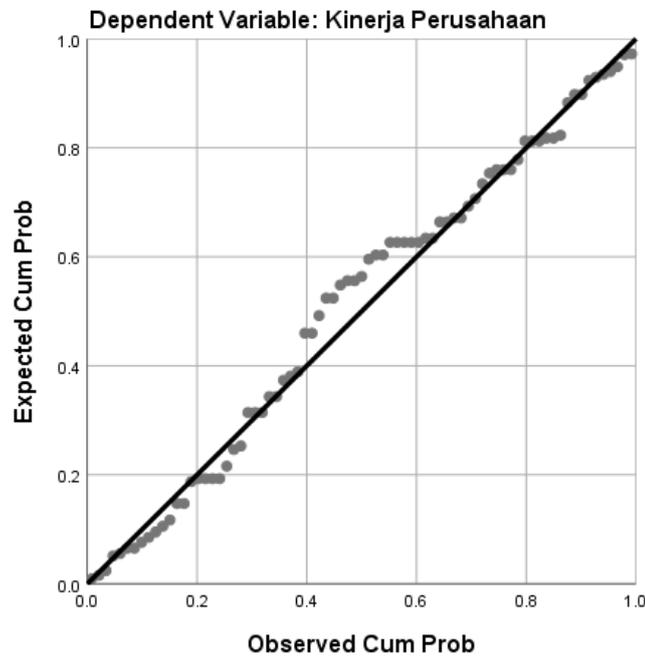
persamaan regresi $= 8,435 + 0,391 X1$ adalah berarti dan linear. Persamaan regresi linear sederhana tersebut menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 skor variabel strategi bersaing (X1) akan mempengaruhi kenaikan variabel kinerja perusahaan (Y) sebesar 0,391 pada konstanta sebesar 8,435.

Persamaan regresi linear sederhana yang menyatakan pengaruh strategi bersaing (X1) terhadap kinerja perusahaan (Y), dapat dilukiskan oleh gambar I. berikut ini.

Gambar I.

Persamaan Regresi : $= 8,435 + 0,391 X_1$

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Olahan Data Primer, 2020

b. Hasil Uji Statistik

Hasil uji statistik antara variabel strategi bersaing (X_1) dan kinerja perusahaan (Y), bertujuan untuk mengetahui sifat

pengaruh dan kekuatan hubungan dari kedua variabel tersebut, yang dapat dijelaskan melalui tabel 4. berikut ini

Tabel 4. Uji Keberartian Korelasi

Koefisien		t_{hitung}	t_{tabel}
R_{x_1y}	$R_{x_1y^2}$		
0,586 ^a	0,343	6,264	1,992

Sumber : Olahan Data Primer, 2020

Pada tabel 4. dapat dijelaskan sebagai berikut : Pertama, sifat kekuatan hubungan antara variabel strategi bersaing (X_1) dengan variabel kinerja perusahaan (Y) ditunjukkan oleh koefisien korelasi bersifat positif ($R_{x_1y} = 0,875$). Kedua, pengujian keberartian koefisien korelasi t_{hitung} ($6,264$) $>$ $t_{tabel}(0,95;2,74)$ ($1,992$). Oleh karena itu, koefisien korelasi (R_{x_1y}) adalah berarti (signifikan).

Berdasarkan kedua pengujian ini, dapat disimpulkan bahwa hubungan strategi bersaing (X_1) dengan kinerja perusahaan (Y) adalah positif, berarti (signifikan) dan

cukup kuat. Apabila variabel strategi bersaing (X_1) naik, maka variabel kinerja perusahaan (Y) juga naik. Sebaliknya, apabila variabel strategi bersaing (X_1) turun, maka variabel kinerja perusahaan (Y) juga turun. Ketiga, apabila kontribusi variabel kinerja strategi bersaing (X_1) terhadap kinerja perusahaan (Y) ditunjukkan oleh koefisien determinasi ($R_{x_1y^2}$) sebesar 34,3%. Artinya bahwa 34,3% varians variabel kinerja perusahaan (Y) dapat ditentukan oleh variabel strategi bersaing (X_1), sedangkan 65,4% ditentukan oleh faktor lainnya.

c. Hasil Uji Parsial

Hasil uji parsial antara strategi bersaing (X1) dan kinerja perusahaan (Y) dengan

manajemen rantai pasokan (X2) sebagai variabel kontrol. Uji keberartian koefisien korelasi parsial tersebut dapat dijelaskan melalui tabel 5. berikut ini.

Tabel 5.

Uji Keberartian Strategi Bersaing (X₁) dan Kinerja Perusahaan (Y) dengan Manajemen Rantai Pasokan sebagai Variabel Kontrol (X₂)

Koefisien		t _{hitung}	t _{tabel}
Ry.x ₁ -x ₂	Ry.x ₁ -x ₂ ²		
0,264	0,0696	6,264	1,992

Sumber : Olahan Data Primer, 2020

Pada tabel 5. dapat dijelaskan sebagai berikut : Pertama, sifat kekuatan hubungan antara variabel strategi bersaing (X1) terhadap variabel kinerja perusahaan (Y) dengan variabel manajemen rantai pasokan (X2) sebagai variabel kontrol ditunjukkan oleh koefisien korelasi parsial bersifat positif (Ry.x₁-x₂ = 0,268). Kedua, pengujian keberartian koefisien korelasi parsial tersebut menunjukkan t_{hitung} (6,264) > t_{tabel}(0,95;2,74) (1,992). Oleh karena itu, koefisien parsial Ry.x₁-x₂ adalah berarti (signifikan).

Hubungan Variabel Manajemen Rantai Pasokan (X2) terhadap Variabel Kinerja Perusahaan (Y)

a. Hasil Uji Fungsional

Hubungan (fungsional) antara variabel manajemen rantai pasokan (X2) terhadap variabel kinerja perusahaan (Y), ditunjukkan oleh persamaan regresi linear : = 0.557 + 0,515 X₂. Dalam pengujian ini apabila hasil penelitian F_{hitung} > F_{tabel} maka hipotesis diterima, sebaliknya jika F_{hitung} < F_{tabel} maka hipotesis ditolak. Uji keberartian dan linearitas regresi tersebut, dapat dijelaskan melalui tabel 6. berikut ini.

Tabel 6.

Uji Keberartian dan Uji Linearitas Regresi

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F _{hitung}	F _{tabel}	
					0,05	0,01
Regression	329,940	1	329,940	122,908**	3,97	6,99
Residual	201,333	75	2,684			
Total	531,273	76				
Dev. Of Linear	67,345	17	3,961	1,715 n.s	1,80	
Within Groups	133,988	58	2,310			
Total	531,273	76				

**regresi sangat signifikan (F_{hitung} = 122,908 > F_{tabel} = 6,99)

n.s regresi berbentuk linear (F_{hitung} = 1,715 < F_{tabel} = 1,80)

Sumber : Data Olahan Primer, 2020

Pada tabel 6. dapat dijelaskan sebagai berikut : Pertama, untuk pengujian

keberartian regresi menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} (122,908) > F_{tabel}(0,99;1,75)

(6,99). Oleh karena itu, persamaan regresi adalah signifikan. Kedua, untuk pengujian linearitas regresi menunjukkan bahwa $F_{hitung} (1,715) < F_{tabel}(0,95;17,58) (1,80)$ artinya persamaan regresi adalah linear.

Berdasarkan kedua pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa hubungan fungsional yang ditunjukkan oleh persamaan regresi $= 0,557 + 0,515 X_2$ adalah berarti dan linear. Persamaan

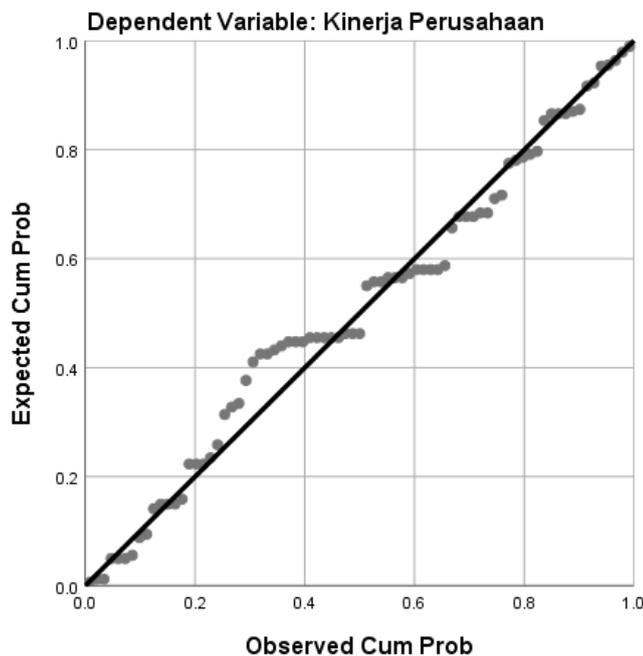
regresi linear sederhana tersebut menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 skor variabel manajemen rantai pasokan (X_2) akan mempengaruhi kenaikan variabel kinerja perusahaan (Y) sebesar 0,515 pada konstanta sebesar 0,557.

Persamaan regresi linear sederhana yang menyatakan pengaruh manajemen rantai pasokan (X_2) terhadap kinerja perusahaan (Y), dapat dilukiskan oleh gambar II. berikut ini.

Gambar II

Persamaan Regresi : $= 0,557 + 0,515 X_2$

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Olahan Data Primer, 2020

b. Hasil Uji Statistik

Hasil uji statistik antara variabel manajemen rantai pasokan (X_2) dan kinerja perusahaan (Y), bertujuan untuk

mengetahui sifat hubungan dan kekuatan hubungan dari kedua variabel tersebut, yang dapat dijelaskan melalui tabel 7. berikut ini.

Tabel 7.
Uji Keberartian Korelasi

Koefisien		t_{hitung}	t_{tabel}
R_{x_2y}	$R_{x_2y}^2$		
0,788 ^a	0,621	11,086	1,992

Sumber : Olahan Data Primer, 2020

Pada tabel 7. dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, sifat kekuatan hubungan antara variabel manajemen rantai pasokan (X2) dengan variabel kinerja perusahaan (Y) ditunjukkan oleh koefisien korelasi bersifat positif ($R_{x_2y} = 0,788$). Kedua, pengujian keberartian koefisien korelasi thitung ($11,086$) > $t_{tabel}(0,95;2,74)$ ($1,992$). Oleh karena itu, koefisien korelasi (R_{x_2y}) adalah berarti (signifikan).

Berdasarkan kedua pengujian ini, dapat disimpulkan bahwa hubungan manajemen rantai pasokan (X2) dengan kinerja perusahaan (Y) adalah positif, berarti (signifikan) dan kuat. Apabila variabel manajemen rantai pasokan (X2) naik, maka variabel kinerja perusahaan (Y) juga naik. Sebaliknya, apabila variabel manajemen rantai pasokan (X2) turun, maka variabel

kinerja perusahaan (Y) juga turun. Ketiga, apabila kontribusi variabel kinerja manajemen rantai pasokan (X2) terhadap kinerja perusahaan (Y) ditunjukkan oleh koefisien determinasi ($R^2_{x_2y}$) sebesar 62,1%. Artinya bahwa 62,1% varians variabel kinerja perusahaan (Y) dapat ditentukan oleh variabel manajemen rantai pasokan (X2), sedangkan 37,9% ditentukan oleh faktor lainnya.

c. Hasil Uji Parsial

Hasil uji parsial antara manajemen rantai pasokan (X2) dan kinerja perusahaan (Y) dengan strategi bersaing (X1) sebagai variabel kontrol. Uji keberartian koefisien korelasi parsial tersebut dapat dijelaskan melalui tabel 8. berikut ini.

Tabel 8.

Uji Keberartian Manajemen Rantai Pasokan (X2) dan Kinerja Perusahaan (Y) dengan Strategi Bersaing sebagai Variabel Kontrol (X1)

Koefisien		t_{hitung}	t_{tabel}
$R_{y.x_2-x_1}$	$R_{y.x_2-x_1^2}$		
0,680	0,462	11,086**	1,992

Sumber : Olahan Data Primer, 2020

Pada tabel 8. dapat dijelaskan sebagai berikut : Pertama, sifat kekuatan hubungan antara variabel manajemen rantai pasokan (X2) terhadap variabel kinerja perusahaan (Y) dengan variabel strategi bersaing (X1) sebagai variabel kontrol ditunjukkan oleh

koefisien korelasi parsial bersifat positif ($R_{y.x_2-x_1} = 0,680$). Kedua, pengujian keberartian koefisien korelasi parsial tersebut menunjukkan thitung ($11,086$) > t_{tabel} ($1,992$). Oleh karena itu, koefisien parsial $R_{y.x_2-x_1}$ adalah berarti (signifikan).

Hubungan Bersama-sama antara Variabel Strategi Bersaing (X1), Variabel Manajemen Rantai Pasokan (X2) dan Variabel Kinerja Perusahaan (Y)

a. Hasil Uji Fungsional
 Hasil uji fungsional antara variabel strategi bersaing (X1), variabel manajemen rantai

pasokan (X2) dan kinerja perusahaan (Y), ditunjukkan oleh persamaan regresi linear = $2,415 + 0,133 X_1 + 0,441 X_2$. Dalam pengujian ini apabila hasil penelitian $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima, sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Uji keberartian dan linearitas regresi tersebut dapat dijelaskan melalui tabel 9. berikut ini.

Tabel 9.

Uji Keberartian Koefisien Strategi Bersaing (X₁), Manajemen Rantai Pasokan (X₂) dan Kinerja Perusahaan (Y)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F _{hitung}	F _{tabel}	
					0,05	0,01
Regresi	343,976	2	171,988	67,952**	3,12	
Residual	187,297	74	2,531			
Total	531,273	76				

**koefisien korelasi sangat signifikan (F_{hitung} = 67,952 > F_{tabel} = 3,12)

Sumber : Data Olahan Primer, 2020

Pada Tabel 9 dapat dijelaskan sebagai berikut untuk pengujian keberartian regresi menunjukkan bahwa F_{hitung} (67,952) > F_{tabel}(0,95;2,74) (3,12). Oleh karena itu, persamaan regresi adalah berarti (signifikan). Berdasarkan pengujian tersebut, selanjutnya dapat disimpulkan bahwa hubungan fungsional yang ditunjukkan oleh persamaan regresi =

2,415 + 0,133 X₁ + 0,441 X₂ adalah berarti. Persamaan regresi tersebut menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 skor variabel strategi bersaing (X₁) dan variabel manajemen rantai pasokan (X₂) akan mempengaruhi kinerja perusahaan (Y) sebesar 0,133 dari strategi bersaing dan 0,441 dari manajemen rantai pasokan pada konstanta sebesar 2,415.

b. Hasil Uji Statistik

Hasil uji statistik antara variabel strategi bersaing (X₁), manajemen rantai pasokan (X₂) dengan kinerja perusahaan (Y), bertujuan untuk mengetahui sifat

hubungan dan kekuatan hubungan dari kedua variabel bebas dan satu variabel terikat tersebut, yang dapat dijelaskan melalui tabel 10. berikut ini.

Tabel 10.

Uji Keberartian Strategi Bersaing (X₁) dan Manajemen Rantai Pasokan (X₂) terhadap Kinerja Perusahaan (Y)

Koefisien		F _{hitung}	F _{tabel}
R _{y12}	R _{y12} ²		
0,805	0,647	67,952**	3,120

**koefisien korelasi sangat signifikan (F_{hitung} = 67,952 > F_{tabel} = 3,12)

Sumber : Olahan Data Primer, 2020

Tabel 10. dapat dijelaskan sebagai berikut : Pertama, sifat hubungan atau kekuatan hubungan antara variabel strategi bersaing (X₁) dan variabel manajemen rantai pasokan (X₂) dengan variabel kinerja perusahaan (Y) ditunjukkan oleh koefisien korelasi bersifat positif (R = 0,805). Kedua, untuk pengujian keberartian regresi menunjukkan bahwa F_{hitung} (67,952) > F_{tabel}(0,95;2,74) (3,12). Oleh karena itu, koefisien korelasi (r) adalah berarti (signifikan). Berdasarkan kedua pengujian ini, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel strategi bersaing (X₁),

manajemen rantai pasokan (X₂) dan kinerja perusahaan (Y) adalah positif, berarti (signifikan) dan kuat. Apabila variabel strategi bersaing (X₁) dan manajemen rantai pasokan (X₂) naik, maka variabel kinerja perusahaan (Y) juga naik. Sebaliknya, apabila variabel strategi bersaing (X₁) dan manajemen rantai pasokan (X₂) turun, maka variabel kinerja perusahaan (Y) juga turun. Ketiga, apabila kontribusi variabel strategi bersaing (X₁) dan manajemen rantai pasokan (X₂) terhadap kinerja perusahaan (Y) ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R²)

sebesar 0,647 = 64,7%. Artinya, bahwa 64,7% varians kinerja perusahaan (Y) dapat ditentukan oleh variabel strategi bersaing (X1) dan variabel manajemen

rantai pasokan (X2), sedangkan sisanya yaitu sebesar 35,3% ditentukan oleh variabel lain.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan strategi bersaing dengan kinerja perusahaan pada PT Packet Systems Indonesia, ditentukan oleh dimensi harga, kualitas, delivery dependability, inovasi produk, time to market dilihat dari nilai regresi sebesar $y = 8,435 + 0,391 X1$ Kekuatan hubungan antara strategi bersaing dengan kinerja perusahaan bersifat positif. Dari analisis tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 skor variabel strategi bersaing (X1) memiliki hubungan kenaikan variabel kinerja perusahaan (Y) sebesar 0,391 pada konstanta sebesar 8,435.
2. Terdapat hubungan manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan pada PT Packet Systems Indonesia, ditentukan oleh regresi $= 0,557 + 0,515 X2$ adalah berarti dan linear. Dari analisis tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 skor variabel manajemen rantai pasokan (X2) akan mempengaruhi kenaikan variabel kinerja perusahaan (Y) sebesar 0,515 pada konstanta sebesar 0,557.
3. Terdapat hubungan secara simultan (bersama-sama) antara strategi bersaing dan manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan pada PT Packet Systems Indonesia, ini dilihat dari nilai regresi $= 2,415 + 0,133 X1 + 0,441 X2$ adalah berarti. Dari analisis tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 skor

variabel strategi bersaing (X1) dan variabel manajemen rantai pasokan (X2) akan mempengaruhi kinerja perusahaan (Y) sebesar 0,133 dari strategi bersaing dan 0,441 dari manajemen rantai pasokan pada konstanta sebesar 2,415.

DAFTAR PUSTAKA

- Chase, R.B., Jacob, F.R. and Aquilano, N.J. 2003. *Operation Management For Competitive Advantage, 8th ed.* New Delhi: Tata-McGraw-Hill.
- Chopra, S dan P. Meindhl. 2011. *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operations, 3rd ed.* New Jersey: Pearson Education.
- Gunasekaran A, Patel C, Tirtiroglue E. 2001. *Performance Measure and Metrics in a Supply Chain Environment, International Journal of Operations and Production Management, 21 (1/2).*
- Heizer, J. Dan Render, B. 2007. *Operations Management, 1st ed.* New Delhi: Pearson Prentice-Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2.* Jakarta: Erlangga.
- Li, S., Nathan, B.R dan Rao, S.S. 2004. *The impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance, The International Journal of Management Science No 34.*
- Porter, Michael, E. 1994. *Keunggulan Bersaing.* Jakarta: Binarupa Aksara.
- Priyatno Duwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) Untuk Analisis Data dan Uji Statistik.* Yogyakarta: MediaKom.

- Pujawan, I Nyoman. 2005. *Supply Chain Management, edisi pertama*. Surabaya: GunaWidya.
- Rahmasari, Lisda. 2011. *Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah)*. Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas AKI.
- Riduwan. 2013. *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Siagian M. 2005. *Aplikasi Supply Chain Management dalam Dunia Bisnis*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Simchi Levi, David. 2003. *Designing and Managing The Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies*. Singapore: Mac Grawhill.
- Sugiyono. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi, Arikunto. 1999. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Suharsimi, Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suharto, Regina dan Devie. 2013. *Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan*. Business Accounting Review Vol 1 No.2. Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra
- Suhartati, Titi dan Hilda Rosietta. 2010. *Pengaruh Strategi Bersaing Terhadap Hubungan Antara Supply Chain Management dan Kinerja*.