

**PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*
TERHADAP PERTUMBUHAN LABA DENGAN
KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI PEMEDIASI**
(Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman
Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2021)

SKRIPSI

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana
Akuntansi



Oleh:

**INNA DWI ROHMASARI
1601035100
S1 Akuntansi**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULAWARMAN
SAMARINDA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap
Pertumbuhan Laba dengan Keunggulan Kompetitif
sebagai Pemediasi (Studi Kasus pada Perusahaan Sub
Sektor Makanan & Minuman yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia Periode 2012-2021)

Nama Mahasiswa : Inna Dwi Rohmasari

NIM : 1601035100

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 - Akuntansi

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Menyetujui,

Samarinda, 12 Juni 2023
Pembimbing,


Dr. H. Zaki Fakhroni, Akt., CA., CTA., CFA., CIQaR
NIP. 19801224 200801 1 006

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Mulawarman



Prof. Dr. H. Syarifah Hidayah, M.Si
NIP. 19620513 198811 2 001

Lulus Tanggal Ujian: 06 Juni 2023

SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DINYATAKAN LULUS

Judul Skripsi : Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap
Pertumbuhan Laba dengan Keunggulan Kompetitif
sebagai Pemediasi (Studi Kasus pada Perusahaan Sub
Sektor Makanan & Minuman yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia Periode 2012-2021)

Nama : Inna Dwi Rohmasari

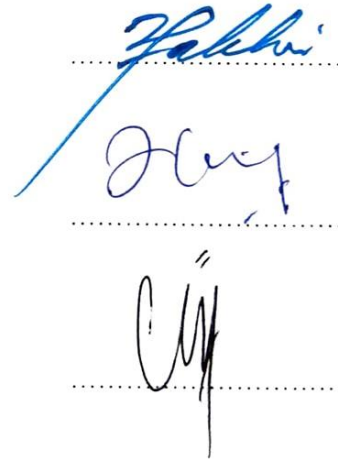
NIM : 1601035100

Hari : Selasa

Tanggal Ujian : 06 Juni 2023

TIM PENGUJI

1. Dr. H. Zaki Fakhroni, Ak., CA., CTA., CFA., CIQaR
NIP. 19801224 200801 1 006
2. Ferry Diyanti, S.E., M.S.A., Ak., CA., CSRS., CSRA
NIP. 19830228 200604 2 002
3. Mega Norsita, S.E., M.Acc., Ak., CA., CSRS., CSRA
NIP. 19910607 201903 2 007



Three handwritten signatures in blue ink are positioned to the right of the list of examiners. The first signature is 'Zaki', the second is 'Ferry', and the third is 'Mega'. Each signature is written above a horizontal dotted line.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur penjiplakan, saya bersedia Skripsi dan Gelar Sarjana atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 20 Juni 2023



Inna Dwi Rohmasari

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inna Dwi Rohmasari

NIM : 1601035100

Program Studi : S1 – Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman, Hak Bebas Royalti Non-Ekklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Pertumbuhan Laba dengan Keunggulan Kompetitif sebagai Pemediasi (Studi Kasus pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2021)” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekklusif ini kepada UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya.

Dibuat di: Samarinda,
Tanggal: 20 Juni 2023
Yang menyatakan,



 Inna Dwi Rohmasari

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Tulungagung, Jawa Timur pada tanggal 5 Maret 1998 dan merupakan anak kedua dari pasangan Alm. Bapak Moch. Mualim dan Ibu Eni Hastuti. Memulai dan menyelesaikan pendidikan non-formalnya di TK Dharma Wanita 1 Tanggaran pada tahun 2004. Pada tahun yang sama, melanjutkan ke pendidikan formal di Sekolah Dasar Negeri 01 Tanggaran, Pule, Trenggalek, Jawa Timur dan selesai pada tahun 2010. Setelah itu, melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 22 Samarinda, kemudian melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Samarinda dan lulus pada tahun 2016.

Pada tahun yang sama, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Akuntansi Program Studi S1 – Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Mulawarman. Selama perkuliahan, pernah aktif dalam organisasi UKM Seni & Kreativitas dan Lembaga Kajian Pengembangan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Pada tahun 2019, tergabung dalam program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan XLV di Desa Giri Agung, Kecamatan Sebulu, Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, kemudahan dan limpahan rahmat-Nya, serta junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai panutan kita, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Supply Chain Managament* terhadap Pertumbuhan Laba dengan Keunggulan Kompetitif sebagai Pemediasi pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.

Terselesaikannya tugas akhir skripsi ini tidak terlepas dari adanya bimbingan, pengarahan, dan bantuan-bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. H. Abdunnur, M.Si selaku Rektor Universitas Mulawarman.
2. Prof. Dr. Hj. Syarifah Hidayah, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bismis Universitas Mulawarman.
3. Dwi Risma Deviyanti, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
4. Dr. H. Zaki Fakhroni, Akt., CA., CTA., CFA., CIQar selaku Koordinator Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
5. Dr. H. Zaki Fakhroni, Akt., CA., CTA., CFA., CIQar selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan serta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Dr. Abdul Gafur, S.E., M.Si., AK., CPA selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan dan nasihat selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama proses perkuliahan.
8. Seluruh Staff Jurusan, Akademik, dan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman yang telah membantu dalam kelancaran proses administrasi selama masa perkuliahan.
9. Kedua orang tua tercinta Bapak Toni dan Ibu Eni Hastuti yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, nasehat dan kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
10. Kakak tersayang Mafikasari yang selalu memberikan semangat, motivasi, doa dan dukungan yang tiada hentinya kepada penulis dan selalu mengingatkan akan kesabaran dan perjuangan itu pasti akan membuahkan hasil. Penulis berterimakasih karena-nya dapat membangun penulis untuk lebih semangat lagi dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat luar biasa kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi Khusnul, Resti, Fidiah, Kamita, Nene, Wulan, Indah.
12. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran guna perbaikan skripsi ini. Demikian semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta pengetahuan kepada setiap orang yang membacanya.

Samarinda, 20 Juni 2023



CS

Inna Dwi Rohmasari

ABSTRAK

Inna Dwi Rohmasari. Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Pertumbuhan Laba dengan keunggulan Kompetitif sebagai Pemediasi (Studi Kasus pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2021). Dibimbing oleh: Zaki Fakhroni.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba, *supply chain management* terhadap keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif terhadap pertumbuhan laba, dan keunggulan kompetitif sebagai mediator dalam pengaruh *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba. Populasi penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2012-2021. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, terdapat 8 perusahaan yang memenuhi kriteria dengan total 80 data set. Analisis yang digunakan adalah *path analysis* dan pengujian hipotesis dengan alat analisis *Smart PLS* ver.3. Hasil penelitian menunjukkan 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. Selain itu, keunggulan kompetitif memiliki efek mediasi sebagian atas pengaruh *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba.

Kata kunci: *supply chain management*, keunggulan kompetitif, pertumbuhan laba

ABSTRACT

Inna Dwi Rohmasari. The Effect of Supply Chain Management on Profit Growth with Competitive Advantage as Mediation (Case Study of Food and Beverage Sub-Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the Period 2012-2021). Mentored by: Zaki Fakhroni.

This research aims at analyzing influence of supply chain management on the profit growth, supply chain management on the competitive advantage, competitive advantage on the profit growth, and competitive advantage as mediator on influence of supply chain management towards the profit growth. The population of this research were food and beverage sub sector companies listed in Bursa Efek Indonesia in the period of 2012-2021. Using a purposive sampling method there were 8 companies as sample and 80 data set were obtained. The data analysis techniques used were path analysis and hypothesis test. The result of this research indicate that supply chain management is positively and significantly influence the profit growth, supply chain management is positively and significantly influences the competitive advantage, competitive advantage is positively and significantly influences the profit growth, and competitive advantage partially mediates the effect of supply chain management on the profit growth.

Keywords: *supply chain management, competitive advantage, profit growth*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN IDENTITAS PENGUJI SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i>	11
2.1.2 Teori <i>Resource Based View</i> (RBV)	13
2.1.3 <i>Supply Chain Management</i>	15
2.1.3.1 Mengukur <i>Supply Chain Management</i>	15
2.1.4 Keunggulan Kompetitif	16
2.1.4.1 Mengukur Keunggulan Kompetitif	19
2.1.5 Pertumbuhan Laba	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Konsep	25
2.4 Pengembangan Hipotesis	27
2.4.1 Hubungan <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Pertumbuhan Laba	27
2.4.2 Hubungan <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Keunggulan Kompetitif	29

2.4.3 Hubungan Keunggulan Kompetitif Terhadap Pertumbuhan Laba	30
2.4.4 Hubungan <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Pertumbuhan Laba Melalui Keunggulan Kompetitif	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.1.1 Variabel Dependen	34
3.1.1.1 Pertumbuhan Laba.....	34
3.1.2 Variabel Independen	34
3.1.2.1 <i>Supply Chain Management</i>	35
3.1.3 Variabel <i>Intervening</i>	35
3.1.3.1 Keunggulan Kompetitif	36
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel	39
3.3 Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1 Jenis Data	40
3.3.2 Sumber Data	40
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5 Alat Analisis.....	41
3.5.2 Model Struktural	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Pengujian Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	44
4.3 Pembahasan.....	49
4.3.1 Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Pertumbuhan Laba	49
4.3.2 Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Keunggulan Kompetitif	51
4.3.3 Pengaruh Keunggulan Kompetitif Terhadap Pertumbuhan Laba	53
4.3.4 Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Pertumbuhan Laba Melalui Keunggulan Kompetitif.....	55
BAB V PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Penyaringan Sampel Penelitian Berdasarkan Teknik <i>Purposive Sampling</i>	39
Tabel 3.2 Daftar Perusahaan yang Memenuhi Kriteria Sampel	40
Tabel 3.3 Aturan Praktis (<i>Rule Of Thumb</i>) Evaluasi Model Struktural	43
Tabel 4.1 Nilai <i>R-Square</i> (R ²)	45
Tabel 4.2 Nilai <i>F-Square</i> (F ²)	46
Tabel 4.3 Hasil Pengujian <i>Path Coefficient Direct Effect</i>	47
Tabel 4.4 Hasil Pengujian <i>Path Coefficient Indirect Effect</i>	48

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Pertumbuhan Laba Perusahaan Makanan dan Minuman.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian	27
Gambar 2.2 Model Penelitian	33
Gambar 3.1 Model PLS	42
Gambar 4.1 PLS <i>Algorithm</i>	45
Gambar 4.2 Model Pengukuran <i>Path Coefficient</i>	47

DAFTAR SINGKATAN

ITO	<i>Inventory Turnover</i>
Rp	Rupiah
SCM	<i>Supply Chain Managament</i>
RBV	<i>Resouce Based View</i>
BEI	Bursa Efek Indonesia
PL	Pertumbuhan Laba
EVA	<i>Economic Value Added</i>
KK	Keunggulan Kompetitif
PLS	<i>Partial Least Square</i>
AVE	<i>Average Variance Extracted</i>

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Daftar Populasi Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang <i>listing</i> di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2021	63
Lampiran 2. Proses Eliminasi Sampel Penelitian <i>purposive Sampling</i>	63
Lampiran 3. Rekapitulasi Data Diolah Sebelum <i>Outlier</i>	64
Lampiran 4. <i>Latent Variabel Score</i>	65
Lampiran 5. <i>Outlier</i> Data dengan Metode <i>Scatterplot</i> X terhadap Y	67
Lampiran 6. <i>Outlier</i> Data dengan Metode <i>Scatterplot</i> X terhadap Z	68
Lampiran 7. <i>Outlier</i> Data dengan Metode <i>Scatterplot</i> Z terhadap Y	69
Lampiran 8. Rekapitulasi Data Diolah Setelah <i>Outlier</i> & Mengeliminasi Nilai Negatif	69
Lampiran 4. PLS <i>Algorythm</i> - <i>Path Coefficient</i>	71
Lampiran 5. PLS <i>Algorythm</i> - <i>R-Square</i>	71
Lampiran 6. PLS <i>Algorythm</i> - <i>F-Square</i>	71
Lampiran 7. <i>Path Coefficient (Bootstrapping)</i> - <i>Confidence Intervals Bias</i>	71
Lampiran 8. <i>Path Coefficient Histogram</i> - SCM terhadap PL	71
Lampiran 9. <i>Path Coefficient Histogram</i> - SCM terhadap KK	72
Lampiran 10. <i>Path Coefficient Histogram</i> - KK terhadap PL	72
Lampiran 11. <i>Path Coefficient Histogram</i> - <i>Indirect Effect</i>	72
Lampiran 12. <i>Total Effect</i>	73

BAB 1

PENDAHULUAN

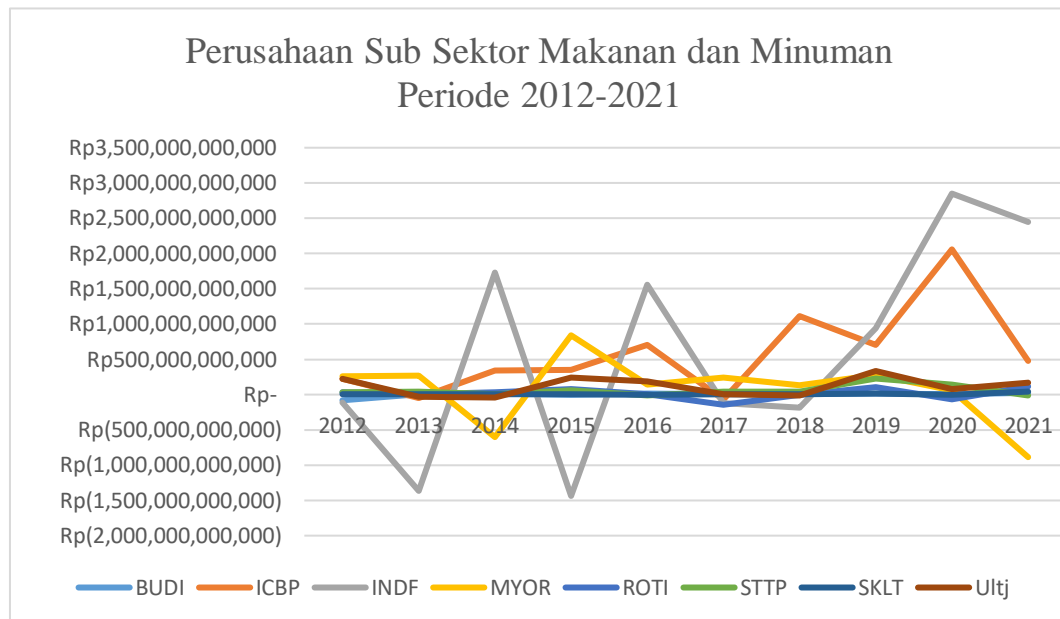
1.1 Latar Belakang Penelitian

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 dan strategi yang tepat, 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.

Megasari & Darmansyah (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan laba merupakan kenaikan atau penurunan laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam setiap periodenya. Kenaikan laba secara signifikan tentunya sangat diinginkan oleh suatu perusahaan dalam menilai apakah perusahaan mengalami pertumbuhan laba. Perusahaan yang mengalami kenaikan laba artinya laba perusahaan pada periode tersebut tumbuh atau terjadi pertumbuhan laba. Sebaliknya, penurunan laba mencerminkan perusahaan tidak mengalami pertumbuhan laba. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan laba yang tinggi cenderung akan mendapatkan sorotan dari para investor karena kepercayaan investor akan besarnya *return* yang akan diterima.

Kategori industri makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia memiliki peran penting dalam memproduksi produk yang merupakan kebutuhan dasar masyarakat serta produk bernilai tambah. Pertumbuhan sektor industri ini menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya. Dalam seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia yang terus meningkat, permintaan terhadap makanan dan minuman juga mengalami peningkatan. Investasi dalam sektor makanan dan minuman menawarkan peluang yang menjanjikan, karena pasar masih luas dengan adanya jumlah penduduk yang besar. Dampaknya, banyak perusahaan baru bermunculan dalam industri makanan dan minuman, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat persaingan di dalamnya.

Persaingan di industri makanan dan minuman mendorong setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya guna mempertahankan posisi dan tetap bersaing di Bursa Efek Indonesia agar tidak tereliminasi. Salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan adalah pertumbuhan laba, yang merupakan faktor penting dalam meningkatkan laba dan kinerja perusahaan. Pertumbuhan laba yang positif mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan laba dan menunjukkan kinerja yang baik. Di sisi lain, pertumbuhan laba yang menurun mengindikasikan kinerja perusahaan yang buruk, yang dapat menyebabkan kurang percaya investor terhadap prospek perusahaan tersebut. Berikut adalah grafik pertumbuhan laba perusahaan-perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang listing di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012-2021.



**Gambar 1.1 Pertumbuhan Laba Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman
Tahun 2012-2021**

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan grafik pertumbuhan laba yang terjadi pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman periode 2012-2021 mengalami fluktuasi selama 10 periode. Fluktuasi pertumbuhan laba berbeda dengan harapan perusahaan yang menginginkan pertumbuhan laba yang konsisten dan terus meningkat setiap tahunnya. Ditambah dengan persaingan bisnis yang semakin kompetitif, maka manajemen perusahaan perlu melakukan upaya dalam meningkatkan daya saing perusahaan sehingga dapat mempertahankan keberadaannya di atas pesaing dan tentunya akan berdampak pada meningkatnya kinerja perusahaan (Ilmiyati & Munawaroh, 2016).

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, peningkatan laba 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. Dengan merujuk pada pendapat Russel & Taylor (2011) dalam penelitian Adi Wibowo & Wirangga (2019) bahwa *supply chain management* diukur menggunakan *inventory turnover* atau perputaran persediaan. 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.

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). Dengan mempertimbangkan pernyataan tersebut, bahwa implementasi yang efektif dari *supply chain management* akan mendorong perusahaan untuk mencapai tingkat perputaran persediaan yang tinggi.

Tingginya tingkat perputaran persediaan mencerminkan keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengendalikan persediaan secara efektif, yang merupakan komponen penting dari aktivitas *supply chain management*. Dengan kata lain, semakin tinggi perputaran persediaan maka semakin baik *supply chain management*. Semakin tinggi perputaran persediaan artinya perusahaan mampu menekan biaya yang timbul dalam persediaan sehingga akan memperbesar laba pada suatu perusahaan dan akan berdampak pada meningkatnya pertumbuhan laba. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Petra (2020) menunjukkan bahwa perputaran persediaan memiliki dampak yang signifikan terhadap 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 konsumen dan 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, Peteraf (1993) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif merupakan penciptaan *abnormal profit* atau tingkat kembalian di atas 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. Penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari et al., 2017). menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

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. Penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari et al., 2017), menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

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 atas pengaruh atau hubungan variabel *supply chain management* dan keunggulan kompetitif. Selanjutnya, penelitian difokuskan pada sub sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2021.

Dengan latar belakang yang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Pertumbuhan Laba, dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Pemediasi, Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2021.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, terdapat beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan, yaitu:

1. Apakah *supply chain management* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia?

2. Apakah *supply chain management* berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah keunggulan kompetitif mampu memediasi pengaruh *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini meliputi:

1. Mengumpulkan bukti empiris mengenai pengaruh *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia.
2. Mengumpulkan bukti empiris mengenai pengaruh *supply chain management* terhadap keunggulan kompetitif pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia.
3. Mengumpulkan bukti empiris mengenai pengaruh keunggulan kompetitif terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia.
4. Membuktikan bahwa keunggulan kompetitif dapat berperan sebagai mediator antara pengaruh *supply chain management* dan pertumbuhan laba pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat, meliputi:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap, penelitian ini dapat menjadi acuan dan sumber pengetahuan bagi penelitian masa depan yang memfokuskan pada pengaruh supply chain management terhadap pertumbuhan laba, dengan keunggulan kompetitif sebagai mediator, pada perusahaan-perusahaan di sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap, penelitian ini dapat memberikan nilai informasi yang berguna bagi para pemangku kepentingan terkait strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan pertumbuhan laba melalui pelaksanaan *supply chain management* dan menciptakan keunggulan kompetitif pada perusahaan-perusahaan di subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 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. Ghazali 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.

Menurut Mardikanto (2014), teori *stakeholder* adalah sebuah konsep manajemen strategis yang bertujuan untuk membantu perusahaan memperkuat keterhubungan dengan kelompok-kelompok di luar perusahaan dan mengembangkan keunggulan kompetitif. Dalam pandangan Ghazali dan Chariri (2007), teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya diri sendiri, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan pihak-pihak yang terkait.

Teori *stakeholder* berpendapat bahwa semakin kuat hubungan antara perusahaan dengan pemangku kepentingannya, semakin baik kinerja bisnis

perusahaan tersebut. Sebaliknya, jika hubungan korporasi buruk, maka akan semakin sulit bagi perusahaan untuk mencapai kesuksesan. Hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan didasarkan pada elemen-elemen seperti kepercayaan, saling menghormati, dan kerjasama.

Menurut Febrianty & Divianto (2017), tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah membantu manajemen dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai hasil dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan demikian, teori ini secara tidak langsung menekankan pentingnya dukungan dari pemangku kepentingan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Teori *stakeholder* menunjukkan bahwa pertumbuhan laba merupakan elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, dan menjaga hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang perusahaan (Rudito, 2014).

Teori *stakeholder* dalam penelitian ini berperan dalam menjelaskan hubungan antara *supply chain management* dengan pertumbuhan laba. Ghazali 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.

2.1.2 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 ini menjelaskan bahwa sumber daya perusahaan membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasi perusahaan. Teori RBV meyakini bahwa sumber daya dan kapabilitas perusahaan memiliki peran penting dalam daya saing dan kinerja perusahaan. karena merupakan pokok atau dasar kemampuan daya saing serta 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, 1986).

Barney (1986) 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*). Bernilai berarti sumber daya dapat digunakan dalam aktivitas perusahaan, langka berarti hanya sedikit perusahaan yang memiliki sumber daya tersebut. Tidak dapat ditiru berarti sumber daya dilindungi dari upaya pesaing untuk menirunya. Tidak terganti berarti sumber daya hanya dimiliki oleh perusahaan tertentu dan tidak dapat digantikan dengan produk atau sumber daya lain (Barney et al., 2001).

Supply chain management merupakan sumber daya perusahaan yang bermanfaat/bernilai atau valueable bagi konsumen dan perusahaan. Walaupun tidak memenuhi semua kriteria sumber daya yang unik, jika perusahaan dapat mengoptimalkan *supply chain management* untuk 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.

2.1.3 Supply Chain Management

Supply chain management berfungsi sebagai alat untuk mengoptimalkan kegiatan operasional perusahaan guna mengurangi biaya dan memenuhi kepuasan konsumen (Wulandari et al., 2017). *Supply chain management* dengan beberapa aktivitasnya menurut Simchi-Levi et al (2000) yang termasuk dalam lingkungannya adalah koordinasi, penjadwalan, dan pengendalian dalam hal pengadaan, produksi, persediaan dan pengiriman produk kepada konsumen secara efektif.

Definisi lain menyatakan bahwa *supply chain management* adalah suatu proses yang bertujuan untuk menciptakan nilai tambah melalui pengelolaan efektivitas dan efisiensi persediaan barang dan jasa (Chopra & Meindl, 2004). Tujuan utama dari *supply chain management*, seperti yang dijelaskan Chopra & Meindl (2004), adalah untuk memaksimalkan nilai secara keseluruhan yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, sekaligus meminimalkan biaya keseluruhan yang meliputi biaya pemesanan, biaya penyimpanan, biaya bahan baku, biaya transportasi serta mencapai keunggulan kompetitif (Heizer & Render, 2015).

Menurut Hu et al. (2012), *supply chain management* digunakan sebagai alat yang efektif untuk mengurangi persediaan, meningkatkan perputaran persediaan dan mengurangi biaya persediaan, termasuk biaya penyimpanan (Widianto, 2012). Kemudian menurut Anatan (2010) *supply chain management* merupakan strategi yang dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui biaya operasi dan perbaikan pelayanan konsumen dan kepuasan konsumen. Berikut terdapat dua strategi *supply chain* menurut Chopra & Meindl (2004) yaitu *lean supply chain* (rantai pasokan

yang efisien) dan *agile supply chain* (rantai pasokan yang responsif).

Rantai pasokan yang efisien berfokus pada upaya perusahaan untuk memenuhi permintaan konsumen dengan harga terendah melalui pengurangan biaya total secara keseluruhan (strategi biaya rendah). Sementara itu, rantai pasokan yang responsif berfokus pada upaya perusahaan untuk merespon permintaan konsumen dengan cepat, dengan tujuan mengurangi ketidakpastian permintaan dan fluktuasi dalam persediaan dari pemasok (strategi inovatif).

Dampak *supply chain management* selain menurunkan biaya, *supply chain management* diperlukan untuk meningkatkan daya saing perusahaan sehingga akan memberikan dampak pada kinerja perusahaan (Ilmiyati & Munawaroh, 2016). Pelaksanaan yang baik dari *supply chain management* akan berkontribusi pada peningkatan kinerja perusahaan. Pelaksanaan *supply chain management* dilakukan oleh perusahaan untuk kepentingan *stakeholder*. Hal ini disebabkan karena dalam pelaksanaannya berkontribusi kepada *stakeholder* (Ganika, 2016).

2.1.3.1 Mengukur *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 Hu et al. (2012), *supply chain management* menjadi alat yang efektif untuk mengurangi persediaan, meningkatkan perputaran persediaan dan

mengurangi biaya persediaan termasuk di dalamnya biaya penyimpanan (Widianto, 2012). Ini mengindikasikan bahwa adanya supply chain management yang baik akan mendorong perusahaan untuk mencapai nilai ITO yang tinggi. ITO yang tinggi menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mengendalikan persediaan secara efektif, yang pada gilirannya dapat mengurangi biaya penyimpanan dan meningkatkan laba perusahaan.

ITO yang tinggi menggambarkan keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan *supply chain management* secara efektif untuk barang atau produknya. Ini memastikan bahwa barang atau produk tersebut dapat mencapai konsumen sesuai dengan permintaan dan kebutuhan mereka. Menurut Kasmir (2016) *inventory turnover* dihitung dengan membagi harga pokok penjualan dengan rata-rata persediaan. Perhitungan *inventory turnover* dapat digambarkan pada persamaan berikut:

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

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

2.1.4 Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif adalah keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan pesaingnya dalam kemampuannya untuk menciptakan nilai ekonomis yang lebih tinggi bagi pemangku kepentingan, konsumen dan pemasok. Perusahaan perlu menyediakan nilai yang lebih baik bagi konsumen dengan kualitas dan loyalitas yang tinggi, serta menawarkan harga yang lebih rendah

dibandingkan pesaing. Selain itu, perusahaan juga harus menjadi pilihan yang menarik bagi pemasok dan bersaing untuk mendapatkan perhatian dari investor (Sunarsih, 2016).

Definisi alternatif menyatakan bahwa keunggulan kompetitif melibatkan upaya menciptakan nilai yang unik dan superior bagi konsumen dengan menggunakan cara yang efektif dan efisien, sehingga perusahaan dapat tetap berada di atas pesaingnya (Heizer & Render, 2015). Nilai yang unik dalam konteks ini berarti nilai yang sulit ditiru oleh pesaing. Oleh karena itu, untuk bertahan dalam lingkungan persaingan, perusahaan harus mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimilikinya untuk membangun keunggulan kompetitif (Absah, 2008).

Kemampuan perusahaan untuk 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. Dalam mencapai keunggulan kompetitif tersebut harus memilih strategi bersaing yang tepat. Porter (1985) merumuskan strategi bersaing yaitu adalah *cost leadership* dan diferensiasi. Perusahaan memiliki pilihan untuk menjadi penyedia produk dengan harga rendah (keunggulan biaya) atau menjadi penyedia produk yang unik dan inovatif (diferensiasi). Keduanya menjelaskan tentang bagaimana perusahaan dapat menghasilkan laba. *Cost leadership* dicapai melalui *reducing cost* sedangkan diferensiasi melalui peningkatan *level service*.

Kemampuan perusahaan menciptakan nilai yang lebih baik bagi investor, menurut Gjerde et al. (2010), keunggulan kompetitif tercapai ketika perusahaan

dapat menghasilkan pengembalian atas sumber dayanya yang melebihi biaya modal. Tingkat pengembalian yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dapat memenuhi harapan investor dan memiliki kinerja perusahaan yang baik, atau memiliki *Economic Value Added* (EVA) yang besar.

2.1.4.1 Mengukur 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. Selain itu, menurut Brigham & Houstun (2010), EVA merupakan ukuran nilai tambah ekonomis yang dihasilkan oleh perusahaan sebagai hasil dari aktivitas atau strategi manajemen.

Merujuk pada pendapat Brigham & Houstun (2010) bahwa keunggulan kompetitif diukur dari seberapa besar nilai tambah ekonomis yang dihasilkan oleh perusahaan bagi konsumen dan pemangku kepentingan. EVA yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mampu menciptakan nilai tambah bagi perusahaan selama kegiatan operasinya dan menandakan perolehan laba yang besar dan kinerja perusahaan yang baik. Sedangkan EVA yang kecil menunjukkan kinerja perusahaan yang buruk karena tingkat pengembalian yang dihasilkan lebih rendah dari pada biayanya. Menurut Rudianto (2013) EVA dihitung dengan cara

mengurangi NOPAT (*net operating profit after tax*) dengan biaya modal.

Perhitungan EVA dapat digambarkan pada persamaan berikut:

$$EVA = NOPAT - \text{Biaya modal rata - rata} \times \text{Modal investasi}$$

2.1.5 Pertumbuhan laba

Megasari & Darmansyah (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan laba merupakan kenaikan atau penurunan laba yang dihasilkan oleh perusahaan dari periode ke periode. Menurut Supriyanto (2014), pertumbuhan laba adalah salah satu indikator pertumbuhan yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan. Pertumbuhan laba di setiap periode dapat dijadikan dasar oleh para investor untuk melakukan pengambilan keputusan.

Pertumbuhan laba yang meningkat mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kinerja perusahaan yang baik, yang berdampak positif bagi investor. Semakin baik kinerja perusahaan, semakin banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi dalam perusahaan tersebut. Di sisi lain, pertumbuhan laba yang menurun mencerminkan bahwa kinerja perusahaan yang buruk, yang dapat mengurangi kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengikuti pandangan yang disampaikan oleh Gunawan & Wahyuni (2013) bahwa laba dianggap mengalami pertumbuhan atau peningkatan jika selisih laba periode saat ini dan laba periode sebelumnya adalah positif. Sebaliknya, jika laba negatif yang terjadi adalah laba pada periode tersebut tidak tumbuh. Laba tidak tumbuh bisa disebabkan karena beban penjualan yang tinggi sebagai akibat peningkatan penjualan yang drastis pada periode saat itu

dibanding sebelumnya sehingga akan mengurangi laba. Oleh karena itu, berikut perhitungan pertumbuhan laba yang dapat digambarkan pada persamaan berikut:

$$\text{Pertumbuhan Laba} = \text{Laba bersih tahun ini} - \text{laba bersih tahun lalu}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu terkait variabel *supply chain management*, pertumbuhan laba dan keunggulan kompetitif. Penelitian terdahulu ini digunakan sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian ini. Penelitian yang dijadikan sebagai referensi meliputi:

Penelitian Suharto (2013) yang menemukan bahwa *supply chain management* memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, keunggulan bersaing memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Selain itu, penelitian Supriyanto (2014) juga menjadi referensi dengan hasil penelitian yang menunjukkan ROA dan EVA berpengaruh terhadap pertumbuhan laba perbankan, dengan ROA memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap pertumbuhan laba perbankan.

Penelitian Ilmiyati & Munawaroh (2016) memiliki hasil penelitian yaitu manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, pengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif dapat berperan sebagai mediator antara pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan. Penelitian Wulandari et al. (2017) mencakup hasil penelitian meliputi, *supply chain management* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, *Supply chain management* memiliki pengaruh positif

terhadap keunggulan bersaing, keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian Adi Wibowo & Wirangga (2019) memiliki hasil penelitian bahwa inventory turnover memiliki pengaruh positif pada kinerja perusahaan, days of supply memiliki pengaruh negatif pada kinerja perusahaan. Penelitian Nanda Reni (2019) memiliki hasil penelitian meliputi, economic value added dan market value added memiliki pengaruh simultan terhadap pertumbuhan laba, sementara itu EVA secara parsial memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap pertumbuhan laba. Penelitian Petra et al. (2020) memiliki hasil penelitian yaitu ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba, *current ratio* secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba dan perputaran persediaan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Penelitian Warongan (2022) memiliki hasil penelitian yaitu perputaran persediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba, perputaran modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba dan secara simultan perputaran persediaan dan perputaran modal kerja berpengaruh secara simultan terhadap pertumbuhan laba.

Adapun ringkasan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel 2.1

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Regina Suharto dan Devie (2013)	Analisis Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan	Variabel Independen: <i>Supply Chain Management</i> Variabel Dependen: Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan	<i>Supply chain management</i> berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, <i>supply chain management</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.
2.	Supriyanto (2014)	Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Perbankan Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen: ROA dan EVA Variabel Dependen: Pertumbuhan Laba	ROA dan EVA berpengaruh terhadap pertumbuhan laba perbankan, sedangkan ROA lebih dominan pengaruhnya terhadap pertumbuhan laba perbankan
3.	Ilmiyati dan Munawaroh (2016)	Pengaruh Manajemen Rantai pasokan Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Perusahaan (Studi pada Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Bantul)	Variabel Independen: Manajemen Rantai Pasokan (MRP) Variabel Dependen: Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Perusahaan	Manajemen rantai pasokan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, manajemen rantai pasokan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif mampu memediasi pengaruh praktek MRP terhadap kinerja perusahaan.
4.	Wulandari, Ria Nelly, Al Azhar L (2016)	Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing	Variabel Independen: <i>Supply chain management</i> Variabel Dependen: Kinerja Perusahaan Variabel Intervening: Keunggulan Bersaing	<i>Supply chain management</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, <i>Supply chain management</i> berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, Keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.
5.	Seto Sulaksono Adi Wibowo, Aditya Wirangga (2019)	<i>Supply Chain Performance</i> dan Kinerja Perusahaan	Variabel Independen: <i>Inventory turnover, days of supply</i> Variabel Dependen: Kinerja Perusahaan	<i>Inventory turnover</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, <i>days of supply</i> berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan.
6.	Lola Nanda Reni (2019)	Analisis <i>Economic Value Added</i> dan <i>Market Value Added</i> Terhadap	Variabel Independen: <i>Economic Value</i>	<i>Economic value added</i> dan <i>market value added</i> berpengaruh secara simultan

Disambung ke halaman berikutnya

Tabel 2.1 sambungan

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Pertumbuhan Laba di Perusahaan Jasa Sub Sektor Konstruksi Non Bangunan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<i>Added</i> dan <i>Market Value Added</i> Variabel Dependen: Pertumbuhan Laba	terhadap pertumbuhan laba, sedangkan secara parsial EVA lebih dominan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.
7.	Berta Agus Petra, Nike Apriyanti, Anatia Agusti, Nosvianti, Yosi Yulia (2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Current Ratio</i> dan Perputaran Persediaan Terhadap pertumbuhan Laba	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, <i>Current Ratio</i> dan Perputaran Persediaan Variabel Dependen: Pertumbuhan Laba	Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba, <i>current ratio</i> secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba dan perputaran persediaan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.
8.	Lidya Natasha Kakalang, Harijanto Sabijono, Jessy D. L. Warongan (2022)	Pengaruh Perputaran Persediaan dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Tekstil dan Garmen Periode 2017-2020	Variabel Independen: Perputaran Persediaan dan Perputaran Modal Kerja Variabel Dependen: Pertumbuhan Laba	Perputaran persediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba, perputaran modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba dan secara simultan perputaran persediaan dan perputaran modal kerja berpengaruh secara simultan terhadap pertumbuhan laba.

Sumber: review dari beberapa jurnal

2.3 Kerangka Konsep

Penelitian ini menggunakan landasan teori, yaitu teori *stakeholder* dan teori RBV. 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.

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). Dengan mempertimbangkan pernyataan tersebut, bahwa implementasi yang efektif dari *supply chain management* akan mendorong perusahaan untuk mencapai tingkat perputaran persediaan yang tinggi.

Keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola persediaan dengan efektif dapat dilihat dari tingkat perputaran persediaan yang tinggi. Hal ini mengurangi biaya penyimpanan dan berpotensi meningkatkan laba perusahaan. Sebaliknya, jika perputaran persediaan rendah, hal tersebut menunjukkan kurangnya pengendalian persediaan yang efektif, yang 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. Para *stakeholder* cenderung

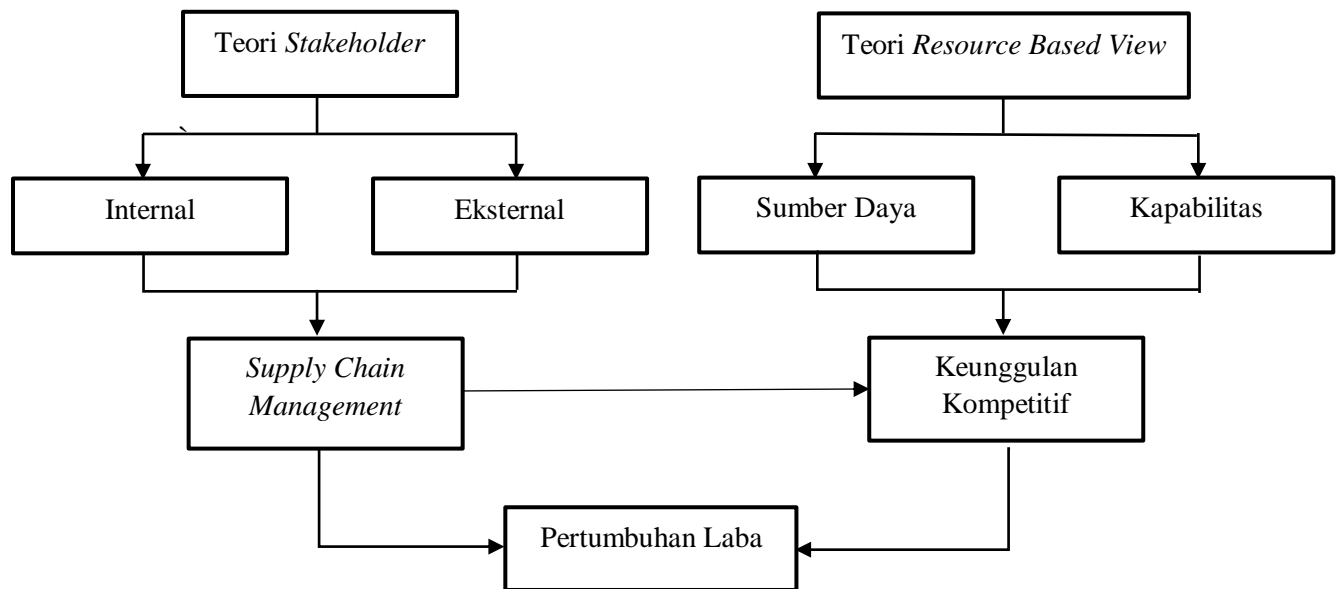
menyukai perusahaan yang mengalami pertumbuhan laba yang tinggi karena mereka percaya bahwa hal ini akan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi mereka..

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.

Ketika nilai ekonomi tambahan (EVA) perusahaan besar, itu menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan nilai tambah selama operasinya dan mencapai laba yang besar serta kinerja perusahaan yang baik. Sebaliknya, jika EVA kecil, itu mengindikasikan kinerja perusahaan yang buruk karena tingkat pengembalian yang lebih rendah dari biaya modalnya. Hal ini pasti akan

mempengaruhi pertumbuhan laba. Berikut ini adalah kerangka konsep yang dapat digambarkan dalam penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian

Sumber: Dikembangkan dalam Skripsi

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Hubungan *Supply Chain Management* Terhadap Pertumbuhan Laba

Teori *stakeholder* menjelaskan tentang hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* internal maupun eksternal dimana perusahaan mengutamakan kepentingan *stakeholder*. Menurut Rudito (2014) dalam teori *stakeholder*, pertumbuhan laba merupakan elemen yang strategis yang menguntungkan bagi perusahaan, serta berkontribusi dalam memelihara hubungan menghasilkan keuntungan jangka panjang. Dengan menerapkan *supply chain management* yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya dan mencapai kinerja perusahaan yang baik (Suharto, 2013).

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). Dengan mempertimbangkan pernyataan tersebut, bahwa implementasi yang efektif dari *supply chain management* akan mendorong perusahaan untuk mencapai tingkat perputaran persediaan yang tinggi.

Keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola persediaan dengan efektif dapat dilihat dari tingkat perputaran persediaan yang tinggi. Hal ini mengurangi biaya penyimpanan dan berpotensi meningkatkan laba perusahaan. Sebaliknya, jika perputaran persediaan rendah, hal tersebut menunjukkan kurangnya pengendalian persediaan yang efektif, yang mengakibatkan biaya penyimpanan yang tinggi dan berpotensi mengurangi laba perusahaan.

Implementasi yang efektif dari *supply chain management* dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Perusahaan melaksanakan *supply chain management* ini dengan tujuan untuk memenuhi kepentingan para *stakeholder*. Hal ini karena pelaksanaan tersebut memberikan kontribusi kepada *stakeholder*. Hasil dari kegiatan *supply chain management* mencerminkan kinerja yang dapat diukur, dan hal ini merupakan keberhasilan koordinasi yang mencerminkan tingkat tingkat kepuasan para *stakeholder* (Ganika, 2016).

Adapun hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ilmiyati & Munawaroh (2016), pelaksanaan yang baik dari *supply chain management* akan berkontribusi pada peningkatan kinerja perusahaan.. Dalam penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Adi Wibowo & Wirangga (2019) membuktikan bahwa

supply chain management yang diproksikan oleh perputaran persediaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Petra et al. (2020), perputaran persediaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Petra et al. (2020), perputaran persediaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis berpendapat bahwa semakin efektif pelaksanaan *supply chain management*, semakin tinggi perputaran persediaan, laba yang diperoleh perusahaan besar, serta menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₁: *Supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba

2.4.2 Hubungan *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Kompetitif

Teori *resource - based view* (RBV) menjelaskan bagaimana perusahaan mencapai keunggulan kompetitif melalui pengelolaan sumber daya yang sesuai dengan kapabilitas 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 ini berhasil diterapkan, maka perusahaan akan memperoleh keunggulan kompetitif.

Disini lain, 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.

Dalam sebuah penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wulandari et al., 2017), ditemukan bahwa *supply chain management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Berdasarkan hal tersebut, penulis berpendapat bahwa semakin baik pelaksanaan *supply chain management*, semakin meningkat pula keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, hipotesis kedua yang diajukan adalah:

H₂: *Supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif

2.4.3 Hubungan Keunggulan Kompetitif Terhadap Pertumbuhan Laba

Teori *resource based view* (RBV) menjelaskan tentang bagaimana perusahaan mencapai keunggulan kompetitif melalui pengelolaan sumber daya yang sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut. Kemampuan perusahaan dalam 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 ini akan mendorong perusahaan untuk mencapai kinerja yang unggul.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Suharto (2013), dikatakan bahwa keunggulan kompetitif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini terbukti melalui pengaruh harga yang lebih rendah, kualitas yang tinggi, kecepatan pengiriman, dan inovasi produk yang berkelanjutan terhadap peningkatan penjualan dan laba perusahaan. Di sisi lain, dalam penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Firmandani (2019), ditemukan bahwa keunggulan kompetitif merupakan sarana untuk mencapai tujuan akhir perusahaan, yaitu kinerja perusahaan.

Kemampuan perusahaan dalam memberikan 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.

Adapun hasil penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Nanda Reni (2019), EVA (economic value added) memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba. Ketika nilai ekonomi tambahan (EVA) perusahaan besar, itu menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan nilai tambah selama operasinya dan mencapai laba yang besar serta kinerja perusahaan yang baik. Sebaliknya, jika EVA kecil, itu mengindikasikan kinerja perusahaan yang buruk karena tingkat pengembalian yang lebih rendah dari biaya modalnya. Hal ini pasti akan mempengaruhi pertumbuhan laba. Dalam sebuah penelitian sebelumnya yang

dilakukan oleh Supriyanto (2014), ditunjukkan bahwa EVA memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis berpendapat bahwa semakin meningkatnya keunggulan kompetitif (dinyatakan dengan EVA), maka pertumbuhan laba juga akan meningkat. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang diajukan adalah:

H₃: Keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba

2.4.4 Hubungan *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 upaya pencapaian keunggulan kompetitif (Liu, 2017).

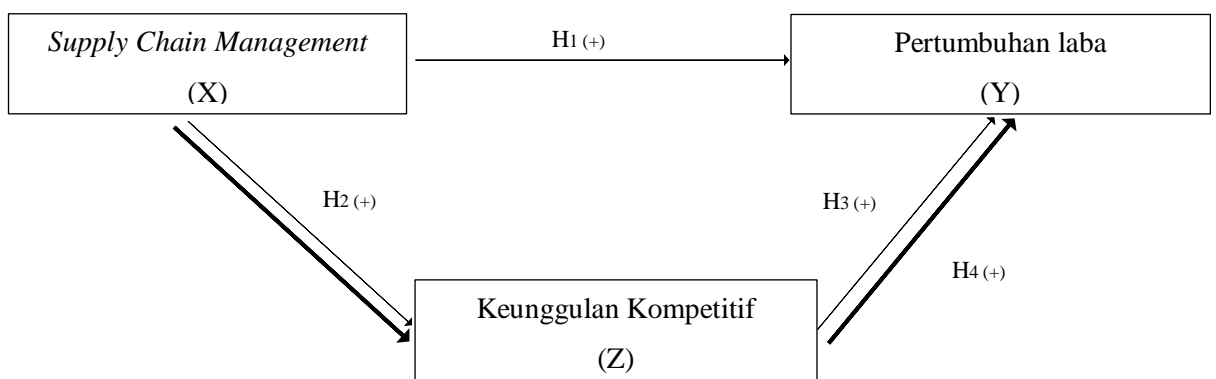
Keunggulan kompetitif dari *supply chain management* adalah memaksimalkan nilai bagi konsumen dalam upaya memenuhi permintaan konsumen dengan harga terendah (strategi *low cost*) dan merespon permintaan konsumen secara cepat (strategi inovatif). Keduanya menjelaskan tentang

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 (EVA) yang meningkat akan menaikkan laba pada suatu perusahaan dan akan berdampak pada meningkatnya pertumbuhan laba.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis berpendapat bahwa melalui keunggulan kompetitif, supply chain management yang dilaksanakan akan semakin meningkatkan nilai tambah bagi para stakeholder dan pengaruhnya terhadap pertumbuhan laba adalah semakin tinggi. Oleh karena itu, hipotesis keempat yang diajukan adalah:

H₄: Keunggulan kompetitif memediasi hubungan *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba

Model penelitian yang dapat digambarkan dalam penelitian ini adalah:



Gambar 2.2 Model Penelitian
 Sumber: Dikembangkan dalam Skripsi

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel utama dalam sebuah penelitian yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dalam penelitian ini adalah pertumbuhan laba.

3.1.1.1 Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan laba merupakan salah satu rasio pertumbuhan yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan. Laba dikatakan mengalami pertumbuhan atau peningkatan jika hasil selisih laba periode sekarang dikurangi dengan laba periode sebelumnya adalah positif (Gunawan & Wahyuni, 2013). Sebaliknya, jika laba negatif yang terjadi adalah laba pada periode tersebut tidak tumbuh. Dalam penelitian ini, pertumbuhan laba dihitung dengan cara mengurangi laba bersih tahun ini dengan laba bersih tahun lalu. Berikut rumus perhitungan pertumbuhan laba menurut Gunawan & Wahyuni (2013) adalah sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Laba} = \text{Laba bersih tahun ini} - \text{laba bersih tahun lalu}$$

3.1.2 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi variabel dependen, baik dalam arah hubungan positif maupun negatif. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah *supply chain management*.

3.1.2.1 Supply Chain Management

Supply chain management merupakan alat yang efektif untuk mengurangi persediaan, meningkatkan perputaran persediaan dan mengurangi biaya persediaan termasuk di dalamnya biaya penyimpanan (Widianto, 2012). *Supply chain management* diproksikan oleh ITO (*inventory turnover*). Adapun indikator dari *supply chain management* ini mengacu pada peneliti-peneliti sebelumnya (Russel & Taylor, 2011); Adi Wibowo & Wirangga, 2019). Tinjauan literatur dari peneliti tersebut menyatakan bahwa ITO (*inventory turnover*) mampu menunjukkan efisiensi maupun inefisiensi manajemen perusahaan dalam pengendalian persediaan.

Inventory turnover dihitung dari harga pokok penjualan dibagi dengan rata-rata persediaan. Adapun rumus untuk menghitung *inventory turnover* menurut Kasmir (2016) adalah sebagai berikut:

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

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

3.1.3 Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak bisa diukur dan diamati. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah keunggulan kompetitif.

3.1.3.1 Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai ekonomi yang lebih tinggi bagi pemangku kepentingan, konsumen dan pemasok daripada pesaingnya. Keunggulan kompetitif dapat diukur dengan menggunakan EVA (*economic value added*). Penelitian sebelumnya oleh Garvey et al., (2000) dan Cheng et al. (2014) telah mengidentifikasi indikator-indikator keunggulan kompetitif ini.

Dalam literatur yang ditinjau oleh peneliti tersebut, EVA dijelaskan sebagai keuntungan operasional setelah dikurangi pajak dan biaya modal. EVA merupakan ukuran pendapatan yang mengurangi biaya modal dari laba operasional. Dengan demikian, EVA mencerminkan hasil penciptaan nilai dalam perusahaan dan tingkat pengorbanan yang diperlukan dalam proses penciptaan nilai tersebut. Rudianto (2013) memberikan rumus untuk menghitung EVA, sebagai berikut:

NOPAT $= \text{Net Operating Profit After Tax}$

Capital Charge $= \text{Invested Capital} \times \text{Cost Of Capital}$

Berikut langkah-langkah untuk menghitung EVA (*economic value added*) adalah sebagai berikut:

- 1) Mengukur *net operating after tax* (laba bersih setelah pajak)

NOPAT adalah laba yang diperoleh dari operasi perusahaan setelah dikurangi pajak penghasilan. Rumus:

$$\boxed{NOPAT = \text{Laba (Rugi)usaha} - \text{pajak}}$$

- 2) Menghitung *invested capital*

Invested capital adalah jumlah seluruh pinjaman diluar pinjaman jangka pendek

tanpa bunga, seperti hutang dagang, biaya yang masih harus dibayar, hutang pajak, uang muka pelanggan, dsb. Rumus:

$$\text{Invested Capital} = \text{total hutang \& ekuitas} - \text{hutang jangka panjang}$$

3) *Capital charges* (biaya modal)

Capital charges dapat diketahui di posisi laporan keuangan perusahaan di sisi pasiva yang tersedia dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Rumus:

$$\text{Capital Charges} = \text{WACC} \times \text{Invested Capital}$$

4) Menghitung WACC

WACC (biaya modal rata-rata). Rumus:

$$\text{WACC} = \{(D \times r_d) + (1 - \text{tax}) + (E \times r_e)\}$$

Keterangan:

D : tingkat modal

Rd : *cost of debt*

Tax : tingkat pajak

E : tingkat modal & ekuitas

Re : *cost of equity*

Untuk menghitung WACC suatu perusahaan dapat menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{a) Tingkat modal} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total hutang \& ekuitas}} \times 100\%$$

$$\text{b) Cost of debt} = \frac{\text{Biaya bunga}}{\text{Hutang}} \times 100\%$$

$$\text{c) Tingkat pajak} = \frac{\text{Beban pajak}}{\text{Laba bersih setelah pajak}} \times 100\%$$

$$\text{d) Tingkat modal \& ekuitas} = \frac{\text{Total ekuitas}}{\text{Total hutang \& ekuitas}} \times 100\%$$

$$e) \text{ Cost of equity} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total ekuitas}} \times 100\%$$

5) Menghitung EVA (*economic value added*)

Rumus: $EVA = NOPAT - \text{Capital Charge}$

Dari rumus tersebut, maka akan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

a) Nilai EVA > 0 atau EVA bernilai positif

Hal ini menunjukkan terjadi nilai tambah ekonomis. Pada posisi ini berarti tingkat pengembalian yang dihasilkan perusahaan lebih tinggi dari pada tingkat biaya atau tingkat pengembalian yang dituntut investor.

b) Nilai EVA = 0

Hal ini menunjukkan bahwa manajemen perusahaan berada dalam posisi *break event point* (titik impas) karena semua laba digunakan untuk membayar kewajiban kepada investor.

c) Nilai EVA < 0 atau EVA bernilai negatif

Hal ini menunjukkan tidak terjadi nilai tambah ekonomis dalam perusahaan menandakan laba yang tidak bisa memenuhi harapan para investor.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013), populasi adalah wilayah generalisasi yang mencakup obyek atau subyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk tujuan studi dan penarikan kesimpulan. 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.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013), sampel merupakan subset atau bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini, Untuk teknik purposive sampling digunakan untuk menentukan sampel, 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. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang *listing* secara konsisten di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian 2012-2021.

1. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang memiliki laba positif selama periode penelitian 2012-2021.
2. Perusahaan dengan kelengkapan data yang tersedia dengan lengkap dari tahun 2012-2021.

Tabel 3.1 Penyaringan Sampel Penelitian Berdasarkan Teknik *Purposive Sampling*

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang <i>listing</i> secara konsisten di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2021	17
2.	Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang tidak memiliki laba positif selama periode 2012-2021	(5)
3.	Perusahaan dengan kelengkapan data yang tidak tersedia dengan lengkap dari tahun 2012-2021	(4)
Jumlah Sampel Penelitian		8
Tahun Pengamatan (2012-2021)		10
Jumlah Sampel Selama Periode Penelitian		80

Sumber: Data Diolah Penulis, 2023

Dalam penelitian ini, sebanyak 80 sampel dipilih selama periode penelitian menggunakan teknik purposive sampling. Setelah proses penyaringan sampel berdasarkan tabel 3.1, 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. Informasi lebih lanjut mengenai perusahaan-perusahaan tersebut dapat dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2 Daftar Perusahaan yang Memenuhi Kriteria Sampel

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	BUDI	PT Budi Starch & Sweetener Tbk.
2.	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
3.	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk.
4.	MYOR	PT Mayora Indah Tbk.
5.	ROTI	PT Nippon Indosari Corporindo Tbk.
6.	SKLT	PT Sekar Laut Tbk.
7.	STTP	PT Siantar Top Tbk.
8.	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.

Sumber: Data Diolah Penulis, 2023

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

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

3.3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang telah diolah sebelumnya. Data yang digunakan berasal dari Bursa Efek Indonesia dan juga website perusahaan terkait.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan suatu pendekatan penelitian yang menggunakan data yang dipublikasikan sebelumnya. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah laporan keuangan yang terdaftar pada sektor makanan

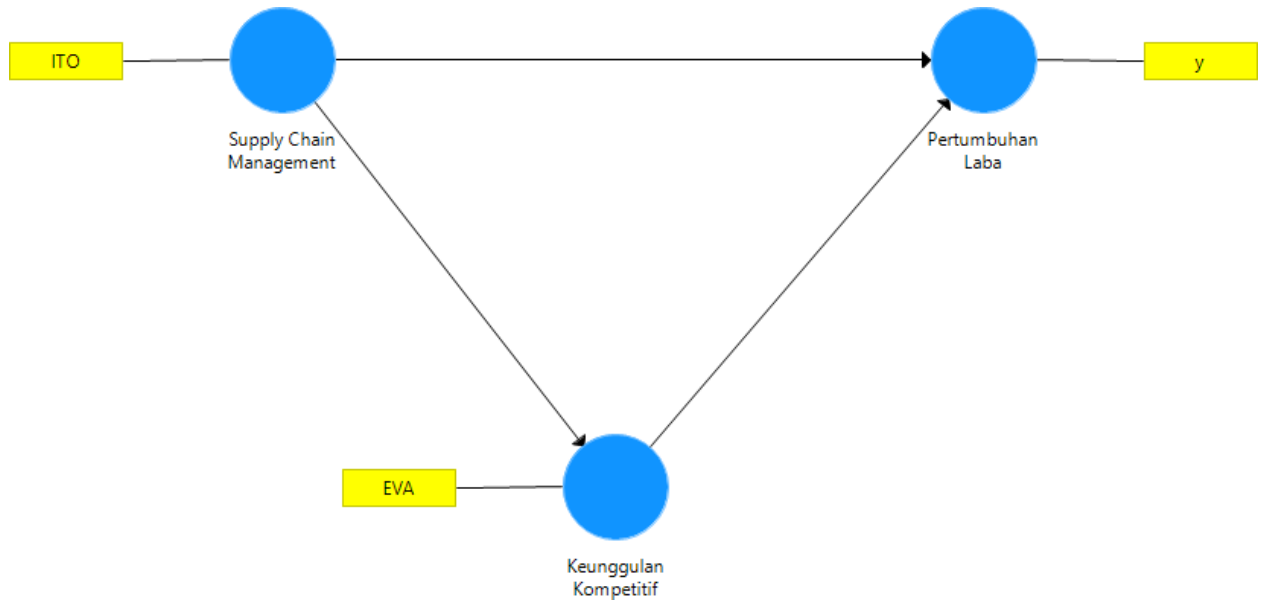
dan minuman periode 2012-2021 yang telah dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia dan website perusahaan yang bersangkutan.

3.5 Alat Analisis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data *Partial Least Square* (PLS). Alasan peneliti menggunakan PLS adalah yang pertama karena variabel independen dan *intervening* yang digunakan adalah variabel laten (tidak terukur secara langsung) jadi memerlukan variabel manifest untuk mengukur konstruk. Kedua, PLS adalah metode analisis data yang digunakan untuk menguji teori yang memiliki kelemahan atau data yang memiliki kelemahan seperti jumlah sampel yang kecil atau adanya masalah dengan normalitas data. Ketiga, PLS dapat membantu peneliti mendapatkan nilai variabel laten prediksi atau menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. Keempat, pada pendekatan PLS, diasumsikan bahwa semua ukuran *variance* dapat digunakan untuk menjelaskan variabel laten. Kelima, PLS dapat digunakan untuk membangun hubungan yang tidak memiliki dasar teoritis untuk pengujian proposisi (Ghazali & Latan, 2015).

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan perangkat lunak smartPLS versi 3.0. Analisis tersebut menggunakan submodel struktural atau inner model dari dua submodel yang umum digunakan. Pendekatan ini dipilih karena indikator yang membentuk variabel laten bersifat formatif sehingga tidak

memerlukan uji validitas dan reliabilitas (Ghazali & Latan, 2015). Berikut gambar model PLS yang akan diuji dengan sub model struktural atau innermodel.



Gambar 3.1 Model PLS

Sumber: Output Smart PLS 3.0, 2023

3.5.1 Model Struktural

Evaluasi model struktural atau *inner* model pada prinsipnya adalah memprediksi hubungan antar variabel laten. Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan evaluasi model struktural (Ghazali & Latan, 2015) sebagai berikut:

- a. *R-Squares* (R^2) untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Interpretasi sama seperti pada PLS Regresi.
- b. *F-Squares* (f^2) dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh *substantive* variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen.

- c. *Path Coefficient*, dalam konteks ini, digunakan untuk menguji hipotesis dengan memeriksa signifikansi nilai-nilai untuk menentukan pengaruh antar variabel melalui prosedur *bootstrapping*. Adapun standar *t-value* untuk dievaluasi bergantung pada taraf signifikansi yang digunakan. Evaluasi *path coefficient* terdiri atas *direct effect* (melihat pengaruh langsung antar variabel) dan *indirect effect* (melihat pengaruh tidak langsung dengan variabel mediasi serta sifat pemediasi apakah penuh, sebagian atau tidak memediasi).

Tabel 3.3 Aturan Praktis (*Rule Of Thumb*) Evaluasi Model Struktural

No	Kriteria	<i>Rule of Thumb</i>
1	<i>R-Squares</i> (R^2)	0.67, 0.33, 0.19 menunjukkan model kuat, moderat, dan Lemah
2	<i>F-Squares</i> (f^2)	0.02, 0.15, 0.35 menunjukkan apakah <i>predicator</i> variabel laten pada tingkat struktural memiliki pengaruh kecil, menengah, dan besar
3	<i>Path Coefficient</i>	<p><i>Direct Effect</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>P-value</i> < 0.05 - Koefisien Parameter (+) <p><i>Indirect Effect</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>P-Value</i> < 0.05 - Jika koefisien jalur (C') = Koefisien parameter (C), atau tidak signifikan artinya, variabel tidak memiliki pengaruh mediasi - Jika koefisien jalur (C') < Koefisien parameter (C), dan signifikan maka variabel mediasi memiliki pengaruh mediasi sebagian (<i>partial mediation</i>) - Jika koefisien jalur (C') > Koefisien parameter (C) dan signifikan maka variabel mediasi memiliki pengaruh mediasi penuh (<i>full mediation</i>)

Sumber: Ghazali & Latan (2015)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Penelitian ini mengambil populasi dari perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2012-2021. Pemilihan perusahaan subsektor makanan dan minuman dilakukan karena industri ini memiliki peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman mampu berkompetisi di tingkat global dan terus menunjukkan kinerja yang positif serta memiliki prospek keuntungan yang baik sehingga dapat menarik perhatian investor.

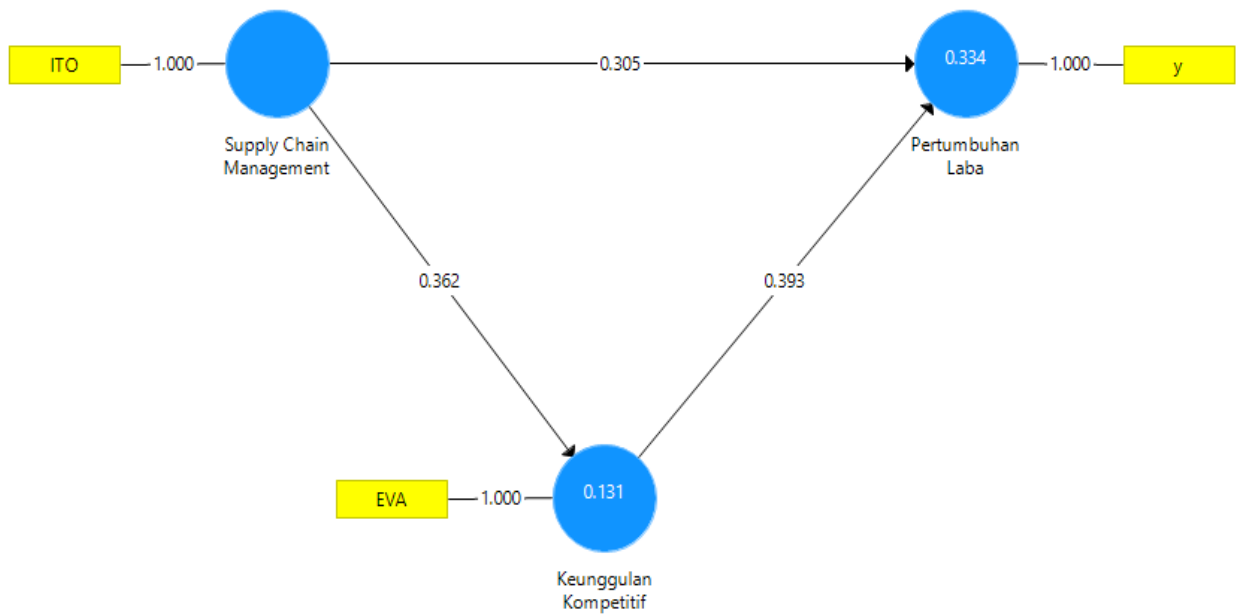
Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI berjumlah 19 perusahaan selama periode penelitian pengamatan 2012 sampai dengan 2021. Objek penelitian dipilih melalui metode purposive sampling dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh penulis. Setelah melalui proses purposive sampling, sebanyak 8 perusahaan ditetapkan sebagai sampel untuk penelitian ini..

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Pengujian Model Struktural atau *Inner Model*

1. Analisis Varians (R^2) atau Uji Determinasi

Uji determinasi atau analisis varian (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berikut adalah nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari analisis ini:



Gambar 4.1 PLS Algorithm
 Sumber : Output SmartPLS, 2023

Tabel 4.1 Nilai R-Square (R²)

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

Sumber: Output SmartPLS, 2023

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.

2. Analisis *F-Squares* (f^2) atau *Effect Size*

Effect size atau *F-Squares* (f^2) merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, berikut merupakan nilai dari *F-Squares* (f^2):

Tabel 4.2 Nilai F-Square (F²)

	<i>Supply Chain Management</i>	Keunggulan Kompetitif	Pertumbuhan Laba
<i>Supply Chain Management</i>		0.151	0.122
Keunggulan Kompetitif			0.201
Pertumbuhan Laba			

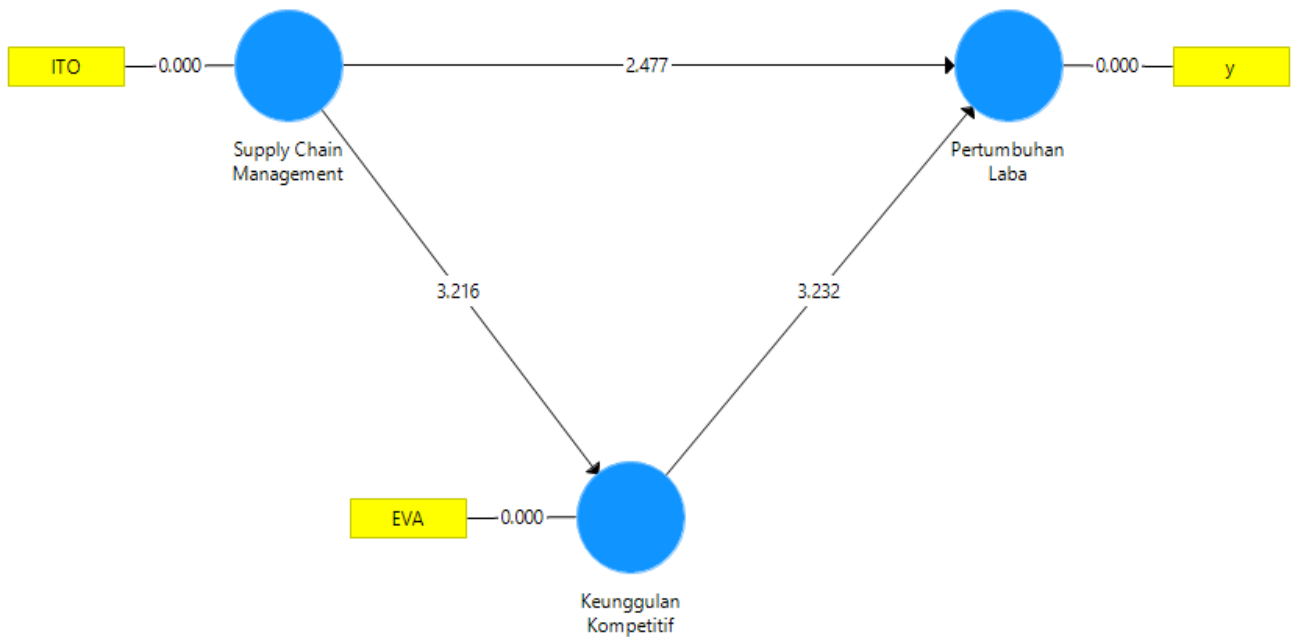
Sumber: Output SmartPLS, 2023

F-Squares (f^2) sebagai alat prediktor variabel laten pada tatanan struktural. Dalam tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa *supply chain management* sebagai variabel laten prediktor terhadap keunggulan kompetitif memiliki pengaruh yang cukup (moderat) yakni sebesar 0.151. *Supply chain management* sebagai variabel laten prediktor 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.

3. Pengujian Hipotesis dengan *Path Coefficient*

Path coefficient digunakan untuk menguji hipotesis dengan melihat melihat nilai signifikansi guna menentukan pengaruh antara variabel melalui prosedur *bootstrapping*. Dalam penelitian ini, *rules of thumb* yang digunakan adalah $t\text{-statistik} > 1,96$ dengan tingkat signifikansi $p\text{-values} < 0,05$. Selain itu, dan koefisien parameter yang bernilai positif diperhatikan pada kolom *original sample*. Untuk mengevaluasi *path coefficient* terdiri atas *direct effect* (melihat pengaruh langsung antar variabel) dan *indirect effect* (melihat pengaruh tidak langsung dengan variabel mediasi serta sifat mediasi apakah penuh, sebagian atau tidak memediasi).

Berikut merupakan hasil model pengukuran *path coefficient* pada penelitian ini yang ditunjukkan pada gambar 4.2 dan nilai pengujian *path coefficient direct effect* pada tabel 4.4:



Gambar 4.2 Model Pengukuran *Path Coefficient*
 Sumber: *Output Smart PLS, 2023*

Tabel 4.3 Hasil Pengujian *Path Coefficient Direct Effect*

	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>	Hipotesis
<i>Supply Chain Management</i> → <i>Pertumbuhan Laba</i>	0.305	0.294	0.121	2.515	0.012	Diterima
<i>Supply Chain Management</i> → <i>Keunggulan Kompetitif</i>	0.362	0.360	0.112	3.225	0.001	Diterima
<i>Keunggulan Kompetitif</i> → <i>Pertumbuhan Laba</i>	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 ($p\text{-values} = 0.012$) 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 ($C = 0.393$).

Tabel 4.4 Hasil Pengujian *Path Coefficient Indirect Effect*

	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>	Hipotesis
<i>Supply Chain Management</i> → 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 $0.142 < 0.305$ ($C' < C$). Hal ini dapat dijelaskan bahwa keunggulan kompetitif (EVA) pada 8 sampel perusahaan dengan penciptaan nilai hanya terdapat pada 1 perusahaan yaitu PT Ultrajaya Milk Tbk dengan nilai EVA positif selama 10 tahun penelitian. Sedangkan 7 sampel sisanya memiliki nilai EVA negatif pada periode tertentu dalam 10 tahun penelitian. Hal ini dikarenakan perusahaan pada periode tersebut (perolehan EVA negatif) memiliki beban bunga yang besar sehingga modal investasi yang dikelola perusahaan pada saat itu belum mampu menghasilkan tingkat pengembalian yang dituntut oleh investor. Oleh karena itu, melalui keunggulan kompetitif (EVA), perusahaan dengan pelaksanaan *supply chain*

management hanya mampu memberikan nilai tambah sebesar 14,2% atas pengaruh atau hubungannya dalam upaya meningkatkan pertumbuhan laba.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Pertumbuhan Laba

Berdasarkan hasil penelitian yang tercantum dalam tabel 4.3 nilai *p-values* dari hubungan *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba adalah 0.014 yang berarti di bawah taraf signifikansi (≤ 0.05). Sehingga *supply chain management* memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Sementara itu, arah suatu hubungan variabel dapat dilihat pada nilai *original sample* yang dalam hal ini *supply chain management* terhadap pertumbuhan laba menunjukkan koefisien parameter 0.305. Ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel *supply chain management* akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0.305 pada nilai pertumbuhan laba. Dengan ini, dapat ditunjukkan bahwa hubungan antara *supply chain management* dan pertumbuhan laba bersifat positif. Berkaitan dari hipotesis (H_1) yang telah dirumuskan, maka hipotesis (H_1) diterima.

Berdasarkan 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. *Supply chain*

management juga dapat menjadi daya tarik bagi investor dimana perusahaan yang melaksanakan *supply chain management* pastinya memiliki hubungan yang baik dengan *supplier* dan konsumen, sehingga investor akan merasa aman untuk berinvestasi di perusahaan.

Dalam pelaksanaan *supply chain management*, perusahaan bekerjasama untuk menyediakan produk dengan harga yang terjangkau, pengiriman waktu yang tepat waktu, dan kualitas yang baik kepada konsumen secara efisien sehingga akan mengurangi biaya operasional perusahaan. Konsumen juga merasa puas dan akan setia menggunakan produk dalam jangka waktu yang panjang. Dengan semakin meningkatnya konsumen yang setia dan menjadi pengguna produk maka perusahaan akan memperoleh laba yang besar dan kinerja perusahaan yang baik.

Dengan adanya transparansi dan akurasi dalam pembagian informasi, *supply chain management* menciptakan kerjasama yang baik dengan pemasok dan membangun kepercayaan. Hal ini berdampak pada peningkatan kecepatan pengiriman, kualitas produk, dan layanan kepada konsumen. Tentunya jika perusahaan memiliki hubungan yang jangka panjang maka akan berdampak pada meningkatnya kinerja perusahaan dan investor akan semakin yakin untuk berinvestasi di dalam suatu perusahaan. Dengan demikian, sejalan dengan teori *stakeholder*, peran *stakeholder* sangat berperan membantu manajemen dalam meningkatkan penciptaan nilai melalui aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.

Supply chain management selain dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui biaya operasional dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen juga 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.

Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan yang dilaporkan oleh 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.

4.3.2 Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Keunggulan Kompetitif

Berdasarkan hasil penelitian yang tercantum dalam tabel 4.3 nilai *p-values* dari hubungan *supply chain management* terhadap keunggulan kompetitif adalah 0.001 yang berarti di bawah taraf signifikansi (≤ 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa *supply chain management* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Sementara itu, arah suatu hubungan variabel dapat dilihat pada nilai *original sample* yang dalam hal ini *supply chain management* terhadap keunggulan kompetitif menunjukkan koefisien parameter 0.362. Artinya, setiap kenaikan variabel *supply chain management* sebesar 1 satuan akan meningkatkan nilai keunggulan

kompetitif sebesar 0.362. Adapun hubungan *supply chain management* terhadap keunggulan kompetitif adalah positif mengingat koefisien parameter bernilai positif. Sehingga dengan menimbang (H2) yang telah dirumuskan sebelumnya yakni *supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, maka hipotesis (H2) diterima.

Hubungan *supply chain management* terhadap keunggulan kompetitif didasarkan pada 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.

Kapabilitas lainnya yang dilakukan adalah menjalin kemitraan yang baik dengan pemasok. Perusahaan yang menerapkan *supply chain management* pasti memiliki hubungan yang baik dengan pemasok. Pemasok akan membantu perusahaan memenangkan persaingan dalam usaha pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen. Dengan meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pemasok, perusahaan didorong untuk bekerja lebih efektif dengan pemasok dalam mencapai tujuan kesuksesan produk yang diharapkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan 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. Temuan ini 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.

4.3.3 Pengaruh Keunggulan Kompetitif Terhadap Pertumbuhan Laba

Berdasarkan hasil penelitian yang tercantum dalam tabel 4.3 nilai *p-values* dari hubungan keunggulan kompetitif terhadap pertumbuhan laba adalah 0.001 yang berarti di bawah taraf signifikansi (≤ 0.05). Sehingga keunggulan kompetitif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan laba. Sementara itu, arah suatu hubungan variabel dapat dilihat pada *original sample* yang dalam hal ini keunggulan kompetitif terhadap pertumbuhan laba menunjukkan koefisien parameter 0.393. Artinya, setiap kenaikan keunggulan kompetitif sebesar 1 satuan akan mengakibatkan nilai pertumbuhan laba meningkat sebesar 0.393. Adapun nilai

koefisien parameter adalah positif. Dengan kata lain, keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba yang mana hal ini sejalan dengan apa yang dirumuskan dalam hipotesis (H3) sebelumnya. Artinya hipotesis (H3) diterima.

Berlandaskan pada teori *resource based view* (RBV), yang menekankan pada optimalisasi sumber daya dan kapabilitas perusahaan dalam upaya pencapaian keunggulan kompetitif. Kemampuan perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif adalah dengan menciptakan nilai ekonomis yang lebih tinggi untuk pemangku kepentingan, konsumen dan pemasok dibanding pesaing lain. Perusahaan harus menawarkan nilai yang lebih baik bagi konsumen dengan kualitas dan loyalitas yang tinggi dengan harga yang lebih rendah dibanding pesaing. Hal ini tentunya akan membuat perusahaan lebih unggul dalam kemampuannya untuk menghasilkan laba yang tinggi. Semakin tinggi laba yang diperoleh dalam upaya pencapaian keunggulan kompetitif maka semakin baik kinerja perusahaan dan akan menghasilkan pertumbuhan laba yang meningkat.

Perusahaan juga harus lebih menarik bagi pemasok yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan keuntungan yang lebih baik serta selalu membangun kemitraan yang baik. Hal ini tentu diperlukan pemasok yang andal karena peran pemasok sangat penting dalam membantu perusahaan menjaga daya saingnya terhadap *competitor* untuk selalu bisa lebih unggul dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif dibanding pesaing.

Kemampuan perusahaan dalam menarik perhatian 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.

Hasil 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.

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

Berdasarkan hasil penelitian yang tercantum dalam tabel 4.4 dalam pengujian *path coefficient indirect effect* menunjukkan *P-Value* 0.044 di bawah 0.05 artinya keunggulan kompetitif memiliki pengaruh mediasi terhadap hubungan *supply chain management* dan pertumbuhan laba. Untuk melihat apakah suatu variabel memiliki pengaruh mediasi sebagian, penuh atau tidak, dapat dilihat dengan nilai *p-value* dan membandingkan nilai koefisien jalur (C') pada evaluasi

indirect effect dengan koefisien parameter (C) pada *direct effect*. Mengacu pada tabel 4.3, nilai koefisien pada *direct effect* adalah 0.305 dan tabel 4.9 menyatakan koefisien jalur pada *indirect effect* adalah 0.142. Artinya $C' > C$. Kemudian, nilai *p-value* pada *indirect effect* adalah 0.044 yang artinya di bawah taraf signifikansi (0.05). Maka sesuai pedoman kriteria efek mediasi dinyatakan keunggulan kompetitif memiliki efek mediasi sebagian atas *supply chain management* mempengaruhi pertumbuhan laba. Berkaitan dari hipotesis (H₄) yang telah dirumuskan, maka hipotesis (H₄) diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep 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 *stakeholder* meliputi 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. Hal ini tentunya akan meningkatkan daya saing yang unggul

dan kinerja perusahaan yang baik. 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. Hasil penelitian ini sejalan dengan Firmandani (2019) mendapati bahwa keunggulan kompetitif memiliki peran sebagai penghubung antara *supply chain management* dan kinerja perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 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.

5.2 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/10.1177/014920630102700602>
- 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/10.1177/014920630102700601>
- 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>
- Chopra, S., & Meindl, P. (2004). *Supply Chain Management Strategy Planning and Operations Second Edition*.
- Febrianty, & Divianto. (2017). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Perbankan. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 109–125. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i2.108>
- Firmandani, F. (2019). *Pengaruh Supply Chain Management (SCM) Terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Pemeditasi (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:

Does It Matter Which Is More Highly Correlated with Stock Returns? *Journal of Accounting Research*, 38, 247. <https://doi.org/10.2307/2672917>

Ghozali, Imam dan Anis Chariri. 2007. Teori Akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

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>

Gunawan, A., & Wahyuni, S. F. (2014). Pengaruh rasio keuangan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan perdagangan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 13(1).

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.

Mardikanto, T. (2014). CSR: corporate Social Responsibility: tanggungjawab sosial korporasi.

Megasari, R., & Darmansyah. (2018). Determinan Pertumbuhan Laba Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(2), 166–174.

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>

- Petra, berta agus, Apriyanti, N., Agusti, A., Nesvianti, & Yulia, Y. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan , Current Ratio dan Perputaran Persediaan terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 5(2), 197–214.
- Rudianto. (2013). *Aluntansi Manajemen : Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta : Erlangga.
- Rudito, B. (2014). The Improvement of Community Economy as Impact of Corporate Social Responsibility Program: A Case Study in Pengalengan, Bandung, West Java, Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 164(August), 471–476. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.11.104>
- Silaban, B. (2020). Pengaruh Working Capital To Total Asset, Inventory Turnover, Debt To Equity Ratio Dan Return On Asset Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2017. *Akuntoteknologi*, 12(1), 55. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i1.372>
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2000). *Designing and managing the supply chain: Concepts, strategies, and cases*. New York: McGraw-hill.
- Suharto, R. (2013). Analisa Pengaruh SCM Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*, 1(2), 1–10.
- Sunarsih, N. (2016). Membangun Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi dan Kewirausahaan. *Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif*, 43–58. <http://repository.ut.ac.id/id/eprint/7036>
- Supriyanto. (2014). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Perbankan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilman*, 1(1), 69–82.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk penelitian (22nd.ed)*. Alfabeta CV
- Warongan, L. N. K. H. S. J. D. L. (2022). Pengaruh Perputaran Persediaan Dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Tekstil Dan Garmen Periode 2017-2020. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 5(2), 1039–1046.
- 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.v21i3.31>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Populasi Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2021

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Tanggal Pencatatan
1.	ADES	PT Akasha Wira International Tbk.	13/06/1994
2.	AISA	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.	11/06/1997
3.	ALTO	PT Tri Banyan Tirta Tbk.	10/07/2012
4.	BTEK	PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk.	14/05/2004
5.	BUDI	PT Budi Starch & Sweetener Tbk.	08/05/1995
6.	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	09/07/1996
7.	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk.	12/02/1984
8.	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	07/10/2010
9.	IIKP	PT Inti Agri Resources Tbk.	20/10/2002
10.	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk.	14/07/1994
11.	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbk.	17/01/1994
12.	MYOR	PT Mayora Indah Tbk.	04/07/1990
13.	PSDN	PT Prasadha Aneka Niaga Tbk.	18/10/1994
14.	ROTI	PT Nippon Indosari Corporindo Tbk.	28/06/2010
15.	SKBM	PT Sekar Bumi Tbk.	05/01/1993
16.	SKLT	PT Sekar Laut Tbk.	08/09/1993
17.	STTP	PT Siantar Top Tbk.	16/12/1996
18.	TBLA	PT Tunas Baru Lampung Tbk.	14/02/2000
19.	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.	02/07/1990

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2023

Lampiran 2. Proses Eliminasi Sampel Penelitian *Purposive Sampling*

No	Kode Perusahaan yang terdaftar di BEI	Kriteria				Hasil
		I	II	III	IV	
1	ADES	√	x			
2	AISA	√		x		
3	ALTO	√		x		
4	BTEK	√		x		
5	BUDI	√		√	√	SAMPEL
6	CEKA	√			x	
7	DLTA	√			√	

Disambung ke halaman berikutnya

Lampiran 2. Sambungan

No	Kode Perusahaan yang terdaftar di BEI	Kriteria				Hasil
		I	II	III	IV	
8	ICBP	√		√	√	SAMPEL
9	IHKP	√		x		
10	INDF	√		√	√	SAMPEL
11	MLBI	√			x	
12	MYOR	√		√	√	SAMPEL
13	PSDN	√		x		
14	ROTI	√		√	√	SAMPEL
15	SKBM	√	x			
16	SKLT	√		√	√	SAMPEL
17	STTP	√		√	√	SAMPEL
18	TBLA	√			x	
19	ULTJ	√		√	√	SAMPEL

Sumber: Data Diolah, 2023

Lampiran 3. Rekapitulasi Data Input sebelum Outlier

Kode	Tahun	X	Z	Y
BUDI	2012	1.79	23.09	25.12
	2013	1.92	24.39	22.87
	2014	2.88	25.35	23.66
	2015	2.85	24.74	22.73
	2016	2.23	25.47	23.59
	2017	2.11	25.46	22.68
	2018	1.85	25.5	22.29
	2019	1.84	25.57	23.33
	2020	2.04	25.65	21.85
	2021	2.72	25.14	23.93
ICBP	2012	3.46	26.8	26.14
	2013	3.25	26.71	24.58
	2014	3.13	26.97	26.55
	2015	3.13	26.9	26.58
	2016	3.13	27.29	27.29
	2017	3.05	27.25	24.97
	2018	3.06	27.47	27.74
	2019	2.95	27.42	27.28
	2020	2.96	26.03	28.35
	2021	3.09	24.61	26.9
INDF	2012	2.59	26.68	25.44
	2013	2.65	27.23	27.94
	2014	2.65	27.06	28.18
	2015	2.7	26.23	27.99
	2016	2.65	26.68	28.07

Disambung ke halaman berikutnya

Lampiran 3. Sambungan

	2017	2.62	26.9	25.53
	2018	2.52	27.26	25.93
	2019	2.48	27.2	27.57
	2020	2.54	26.73	28.68
	2021	2.71	27.4	28.53
STTP	2012	3	22.32	28.36
	2013	3.25	24.08	24.54
	2014	2.97	24.12	24.18
	2015	2.78	22.93	24.63
	2016	2.26	20.73	23.59
	2017	1.99	23	21.93
	2018	1.95	23.11	23.02
	2019	1.87	22.42	23.43
	2020	2.18	22.62	22.22
	2021	2.25	21.5	23.91
ULTJ	2012	3.02	25.1	26.14
	2013	3.36	24.95	24.07
	2014	3.61	24.53	24.46
	2015	3.26	25.12	26.2
	2016	2.89	25.31	25.95
	2017	2.73	25.44	21.34
	2018	2.95	25.09	23.03
	2019	3	25.59	28.64
	2020	2.84	26.34	25.02
	2021	2.99	25.46	25.84

Sumber: Data Diolah, 2023

Lampiran 4. Latent Variabel Score

CASE ID	KK	PL	SCM
1	-1.334	-0.064	-1.934
2	-0.563	-1.132	-1.656
3	0.007	-0.757	0.398
4	-0.335	-1.198	0.334
5	0.078	-0.79	-0.933
6	0.072	-1.222	-1.249
7	0.096	-1.407	-1.806
8	0.137	-0.914	-1.827
9	0.185	-1.616	-1.399
10	-0.118	-0.629	0.056
11	0.867	0.42	1.639
12	0.913	-0.321	1.189
13	0.968	0.614	0.933
14	0.926	0.628	0.933
15	1.157	0.965	0.933

Disambung ke halaman berikutnya

Lampiran 4. Sambungan

16	1.134	-0.136	0.762
17	1.264	1.179	0.783
18	1.235	0.96	0.548
19	0.41	1.468	0.569
20	-0.432	0.78	0.847
21	0.796	0.087	-0.222
22	1.122	1.274	-0.094
23	1.021	1.388	-0.094
24	0.529	1.297	0.013
25	0.796	1.335	-0.094
26	0.926	0.13	-0.158
27	1.14	0.32	-0.372
28	1.104	1.098	-0.458
29	0.825	1.625	-0.329
30	1.223	1.554	0.034
31	-1.791	1.473	0.655
32	-0.474	-0.34	1.189
33	-0.723	-0.51	0.59
34	-1.329	-0.297	0.184
35	-2.734	0.79	-0.928
36	-1.387	-1.578	-1.506
37	-1.322	-1.061	-1.592
38	-1.731	-0.866	-1.763
39	-1.613	1.44	-1.1
40	-0.197	1.01	-0.246
41	0.969	0.244	-0.72
42	1.279	1.555	-0.663
43	1.183	1.681	-0.663
44	0.716	1.581	-0.615
45	0.969	1.623	-0.663
46	1.093	0.291	-0.691
47	1.296	0.501	-0.786
48	1.262	1.361	-0.824
49	0.998	1.943	-0.767
50	1.375	1.864	-0.606
51	0.851	-0.139	0.115
52	1.082	1.219	0.608
53	1.172	0.92	0.105
54	0.778	0.732	-0.132
55	1.167	1.004	-0.009
56	1.285	0.831	-0.16
57	1.268	0.144	-0.198
58	1.257	-0.611	-0.198
59	0.243	1.35	-0.464

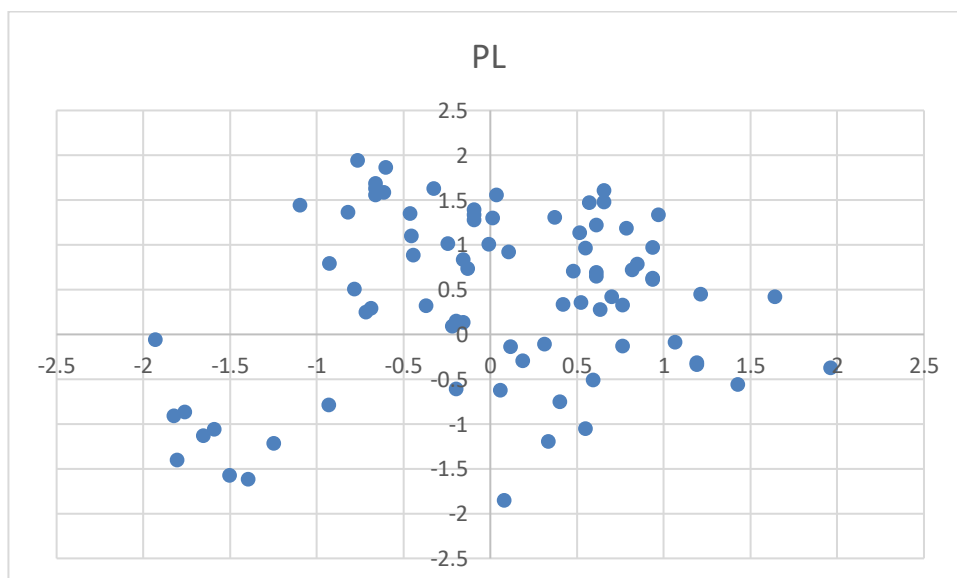
Disambung ke halaman berikutnya

Lampiran 4. Sambungan

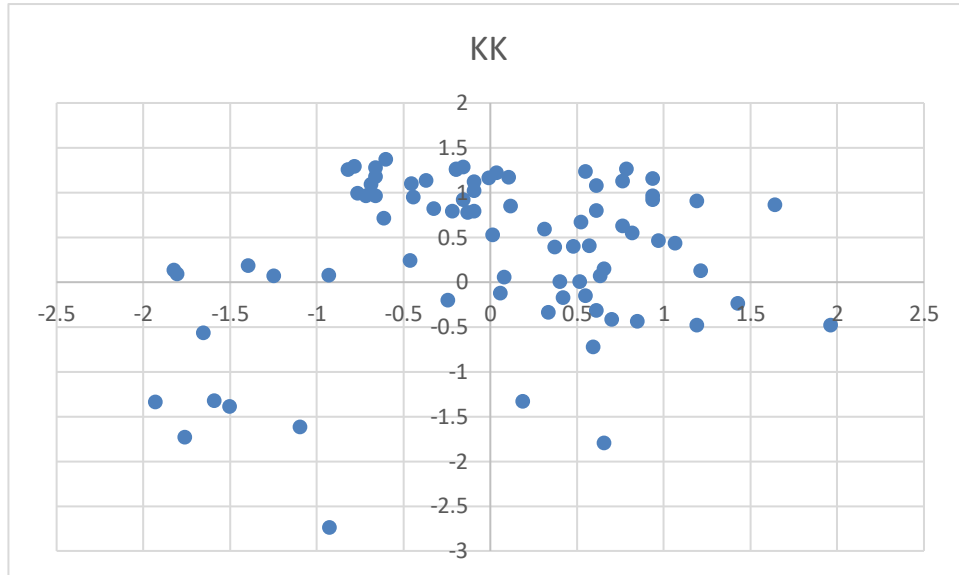
60	0.953	0.884	-0.445
61	-0.315	0.69	0.608
62	0.401	0.705	0.475
63	0.006	1.13	0.513
64	0.395	1.303	0.371
65	0.677	0.354	0.522
66	0.8	0.648	0.608
67	0.631	0.322	0.759
68	0.553	0.721	0.816
69	0.44	-0.092	1.063
70	0.468	1.329	0.968
71	-0.412	0.42	0.697
72	-0.231	-0.563	1.425
73	-0.48	-0.378	1.96
74	0.13	0.448	1.211
75	-0.17	0.329	0.419
76	0.06	-1.858	0.077
77	-0.148	-1.056	0.548
78	0.149	1.606	0.655
79	0.594	-0.112	0.312
80	0.072	0.277	0.633

Sumber: Data SmartPLS, 2023

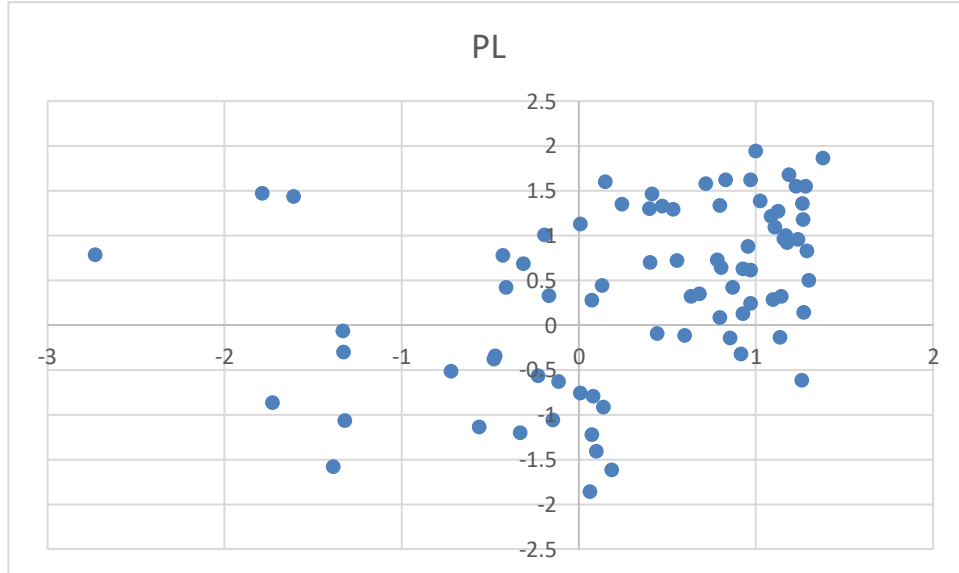
Lampiran 5. Outlier Data dengan Metode Scatterplot x terhadap y



Lampiran 6. *Outlier Data dengan Metode Scatterplot x terhadap z*



Lampiran 7. *Outlier Data dengan Metode Scatterplot z terhadap y*



Lampiran 8. Rekapitulasi Data setelah *Outlier* & mengeliminasi Nilai Negatif

X	Z	Y
1.79	23.09	25.12
1.92	24.39	22.87
2.88	25.35	23.66
2.85	24.74	22.73
2.23	25.47	23.59
2.11	25.46	22.68
1.85	25.5	22.29
1.84	25.57	23.33
2.04	25.65	21.85
2.72	25.14	23.93
3.46	26.8	26.14
3.25	26.71	24.58
3.13	26.97	26.55
3.13	26.9	26.58
3.13	27.29	27.29
3.05	27.25	24.97
3.06	27.47	27.74
2.95	27.42	27.28
2.96	26.03	28.35
3.09	24.61	26.9
2.59	26.68	25.44
2.65	27.23	27.94
2.65	27.06	28.18
2.7	26.23	27.99
2.65	26.68	28.07
2.62	26.9	25.53
2.52	27.26	25.93
2.48	27.2	27.57
2.54	26.73	28.68
2.71	27.4	28.53

Disambung ke halaman berikutnya

Lampiran 8. Sambungan

3	22.32	28.36
3.25	24.08	24.54
2.97	24.12	24.18
2.78	22.93	24.63
2.26	20.73	23.59
1.99	23	21.93
1.95	23.11	23.02
1.87	22.42	23.43
2.18	22.62	22.22
2.25	21.5	23.91
3.02	25.1	26.14
3.36	24.95	24.07
3.61	24.53	24.46
3.26	25.12	26.2
2.89	25.31	25.95
2.73	25.44	21.34
2.95	25.09	23.03
3	25.59	28.64
2.84	26.34	25.02
2.99	25.46	25.84

Sumber: Data SmartPLS, 2023

Lampiran 9. PLS Algorith - Path Coefficient

	SCM	KK	PL
SCM		0.362	0.305
KK			0.393
PL			

Sumber: Output SmartPLS, 2023

Lampiran 10. PLS Algorith - R-Square

	R Square	R Square Adjusted
KK	0.131	0.113
PL	0.334	0.306

Sumber: Output SmartPLS, 2023

Lampiran 11. PLS Algorith - F-Square

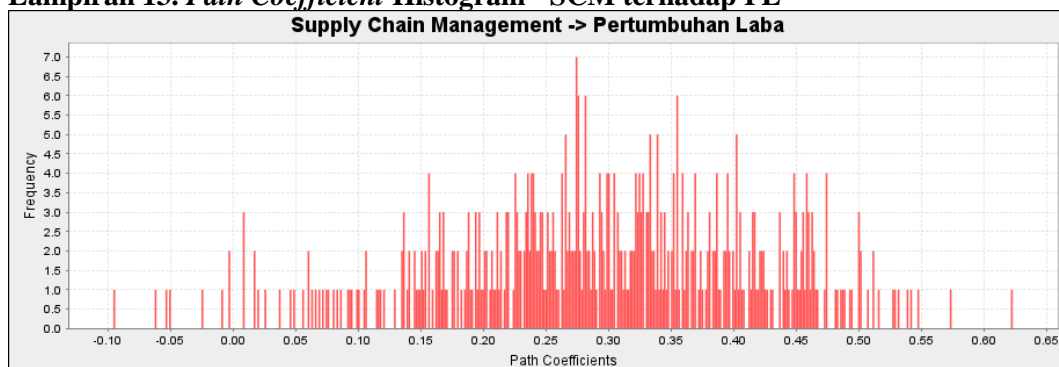
	SCM	KK	PL
SCM		0.151	0.122
KK			0.201
PL			

Sumber: Output SmartPLS, 2023

Lampiran 12. Path Coefficient (Bootstrapping) - Confidence Intervals Bias Corrected

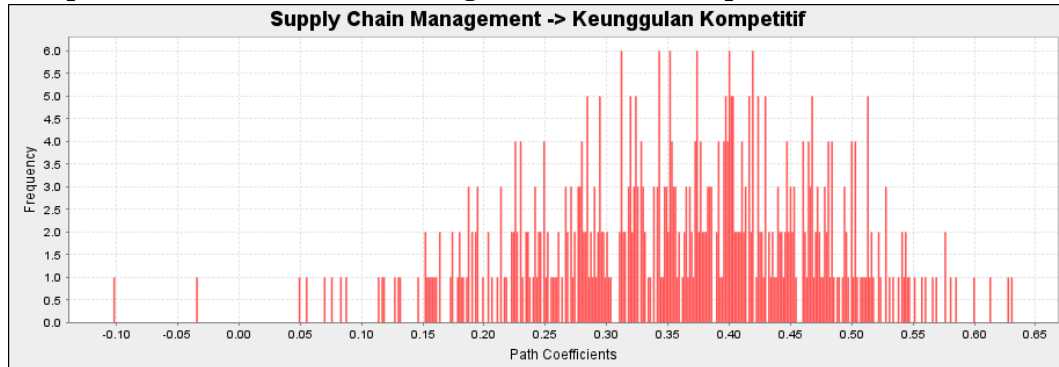
	Original Sample	Sample Mean	2.5%	97.5%
SCM→PL	0.305	0.294	0.017	0.502
SCM→KK	0.362	0.360	0.130	0.547
KK→PL	0.393	0.406	0.182	0.631

Sumber: Output SmartPLS, 2023

Lampiran 13. Path Coefficient Histogram - SCM terhadap PL

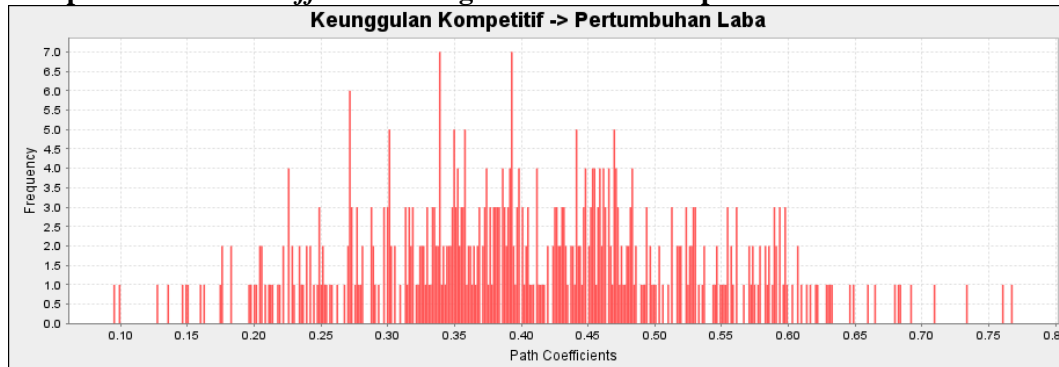
Sumber: Output SmartPLS, 2023

Lampiran 14. Path Coefficient Histogram - SCM terhadap KK



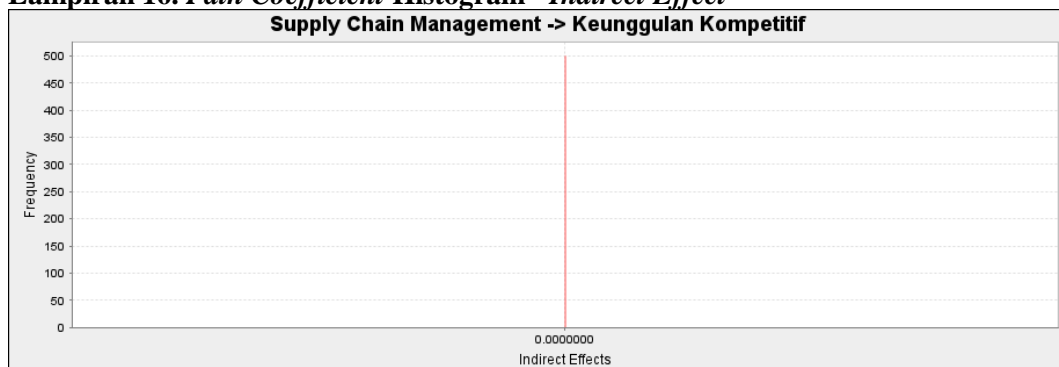
Sumber: Output SmartPLS, 2023

Lampiran 15. Path Coefficient Histogram - KK terhadap PL

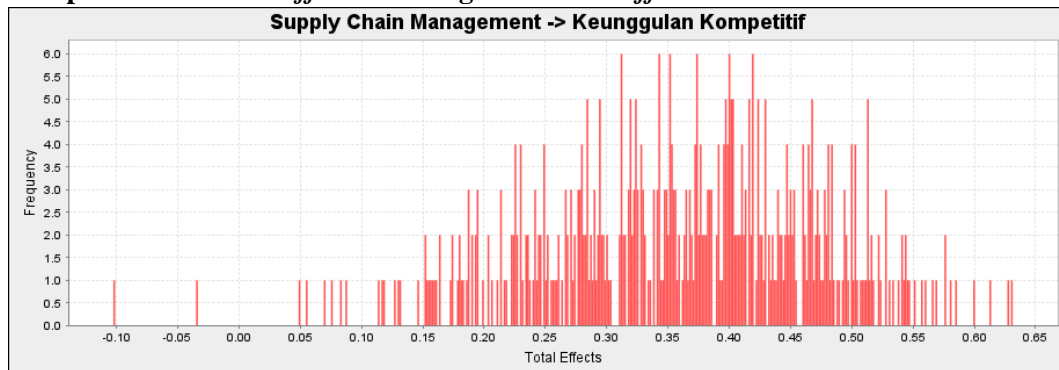


Sumber: Output SmartPLS, 2023

Lampiran 16. Path Coefficient Histogram - Indirect Effect



Sumber: Output SmartPLS, 2023

Lampiran 17. Path Coefficient Histogram –Total Effect

Sumber: Output SmartPLS, 2023