



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 6234-6247

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Operational Performance Melalui Competitive Advantage Pada PT. XYZ

Salachudin Emir<sup>1✉</sup>, Sugeng Santoso<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Mercu Buana University, Jakarta, Indonesia

Email: [salachudin.emir@gmail.com](mailto:salachudin.emir@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Persaingan yang ketat antar bisnis dihasilkan dari perkembangan ekonomi yang pesat, persaingan tersebut menunjukkan perkembangan globalisasi, pergeseran budaya perdagangan, dan kemajuan teknologi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung supply chain management terhadap operational performance melalui competitive advantage. Penelitian dilakukan di Perusahaan operator jasa telekomunikasi di Indonesia. Menggunakan data primer, dengan sampel 125 responden. Tehnik pengumpulan data menggunakan kuesioner, skala pengukuran instrumen adalah semantic differential. Analisis data menggunakan Stuctural Equation Modelling (SEM), yang dioperasikan dengan program PLS.

Kata Kunci : *Manajemen Rantai Pasokan, Keuntungan Kompetitif, Kinerja Operasional*

### Abstract

Strong competition between is the result of rapid economic development, such competition demonstrates the evolution of globalization, a shift in trade culture, and technological advances. The aim of this research is to find out the direct and indirect influence of supply chain management on operational performance through competitive advantage. The research was conducted at the Telecommunications Service Operator Company in Indonesia. Using primary data, with a sample of 125 respondents. Data collection techniques using questionnaires, instrument measurement scales are semantic differential. Data analysis uses Stuctural Equation Modelling (SEM), which is operated with the PLS program.

Keyword: *Supply Chain Management, Competitive Advantage, Operational Performance*

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi, persaingan yang ketat antar bisnis dihasilkan dari perkembangan ekonomi yang pesat. Persaingan tersebut menunjukkan perkembangan globalisasi, pergeseran budaya perdagangan, dan kemajuan teknologi. Perusahaan bersaing untuk menghasilkan barang yang dibutuhkan konsumen saat ini sebagai akibat dari perkembangan dunia bisnis. Bahkan karena adanya perubahan masyarakat pasar, maka barang dagangan yang dihasilkan semakin beragam dan juga bisa kita dapatkan melalui internet [1].

Setiap pelaku bisnis harus mampu menemukan cara-cara baru untuk menghasilkan barang-barang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau oleh siapa saja dari kalangan menengah ke atas hingga menengah ke bawah dalam perkembangan yang semakin ketat ini. Dengan demikian, perekonomian telah berubah secara mendasar, khususnya di Indonesia, yang dikenang sebagai kelas negara-negara berkembang, yang berkembang selangkah demi selangkah baik di bidang keuangan dan perbaikan maupun modern [2].

Menurut [3], dalam dunia bisnis saat ini, bisnis besar yang sukses mencakup bisnis yang sukses berinovasi dan menerapkan sistem kerja yang efektif. Presentasi elit yang andal dari perusahaan tidak dapat dipisahkan dari kemampuannya untuk memberikan biaya minimal, barang dagangan yang luar biasa yang menangani masalah konsumen.

Menurut [4], kemajuan teknologi, sistem perdagangan global, dan stabilitas ekonomi politik global semuanya berkontribusi terhadap pergeseran cepat dalam kondisi persaingan saat ini. Memperluas jumlah pesaing asing dan domestik, asosiasi diharapkan dapat bekerja pada kinerja luar dan dalam untuk tetap waspada. Akibatnya, pelaku bisnis harus mampu beradaptasi dengan lingkungan saat ini yang semakin modern dan menuntut mereka untuk bergerak agar bisa mengikuti perkembangan tersebut.

Di dunia global saat ini, implementasi supply chain management perusahaan sangat penting untuk kemampuannya tetap kompetitif dan produktif. Koneksi yang ada dalam siklus supply chain management terjadi antara pembuat, penyedia, pedagang, pusat distribusi, dealer, dan pelanggan. Akibatnya, hubungan jangka panjang juga harus dibangun secara efektif. Hal ini karena tingginya tingkat saling ketergantungan antara usaha besar dan kecil untuk menghasilkan produk unggulan bagi perusahaan [5].

Menurut Kinerja suatu perusahaan merupakan hasil usaha yang dilakukannya selama kurun waktu tertentu sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Kondisi empiris suatu perusahaan dengan berbagai ukuran yang disepakati harus digambarkan dengan kinerja perusahaan, yang seharusnya merupakan hasil yang dapat diukur [6].

Keberhasilan tujuan keuangan perusahaan dan orientasi pasar disebut sebagai kinerjanya. Informasi yang bukan keuangan dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu contoh informasi yang dapat diperoleh dari sumber non-keuangan. Pelanggan akan terus tertarik untuk menggunakan barang dan jasa bisnis ini jika mereka mengalami tingkat kepuasan yang diantisipasi. Hal ini karena loyalitas konsumen merupakan hasil dari produk atau layanan yang dilakukan [7].

Perusahaan perlu menyusun strategi dan meningkatkan produktivitas untuk menghadapi kondisi tersebut, dan mereka juga membutuhkan manajemen, baik secara internal maupun eksternal. Hubungan antara penyedia, klien dan organisasi yang sebenarnya harus diawasi dengan tepat. Bagaimana mungkin provider memiliki rasa kepemilikan dengan kualitas produk, Hubungan yang baik dan jangka panjang dengan provider dan klien, sehingga distribusi produk dari hulu ke hilir sampai ke konsumen akhir tepat waktu. Pekerjaan manajemen perlu dilakukan di sini. Kualitas barang dan jasa akan menurun akibat kesalahan dalam distribusinya. Akibatnya daya saing akan terganggu. Dalam industri korporat, manajemen yang komprehensif diperlukan untuk meningkatkan pembagian informasi dan sumber daya keuangan antara hulu dan hilir, serta distribusi barang dan jasa. Perusahaan tidak hanya harus meningkatkan produktivitas dan efisiensi, tetapi juga memahami dan memahami apa yang dibutuhkan konsumen.

Perlunya mengembangkan strategi perusahaan agar tetap kompetitif dan mempertahankan posisi di pasar Diperkirakan bisnis akan mampu mempertahankan posisi keunggulan kompetitifnya atas pesaing dengan penerapan strategi keunggulan kompetitif. Persaingan merupakan kondisi yang harus diperhatikan oleh setiap asosiasi, sehingga asosiasi harus memiliki teknik yang dapat digunakan sebagai senjata dalam memenangkan kontes saat ini. Arah strategi organisasi adalah keunggulan kompetitifnya yang berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang dan penelitian diatas penulis tertarik untuk mengambil judul "Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Operasional Performance Melalui Competitive Advantage Pada PT. XYZ".

## METODE PENELITIAN

Menurut [8] populasi adalah kelompok individu yang lebih besar dari mana subjek yang dijalankan dalam penelitian yang telah diambil. Atau dapat diartikan bahwa populasi keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi, peneliti biasanya mengumpulkan data pada kelompok subjek yang lebih kecil daripada seluruh populasi. Menurut [8] menjelaskan bahwa "sampel adalah bagian dari jumlah yang representatif (mewakili) dari suatu sampel yang diambil dari suatu populasi.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dikemukakan dalam pembahasan diatas maka batasan pengertian mengenai variabel yang didalamnya terdapat indikator yang bersangkutan atau secara singkat dapat disebut sebagai definisi operasional. Adapun pengembangan instrumen penelitian yang diterapkan melalui kuesioner dengan menggunakan skala ordinal dan dikembangkan dengan dasar dimensi dari setiap variabel sebagaimana diterangkan pada tabel berikut:

1. Supply Chain Management

Menurut [9], Supply Chain Management adalah strategi untuk secara efektif menyatukan pemasok, pabrikan, gudang, dan gudang lainnya (distributor, pengecer, dan pengecer) sehingga barang dapat diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, pada waktu yang tepat, dan di lokasi yang tepat. Indikator Supply Chain Management (X1) yaitu :

- a. Strategy Supplier Partnership
- b. Customer Relationship
- c. Information Sharing

Tabel 1 Operasionalisasi variabel Supply Chain Management

Variable	No	Dimension	Indicators	Code
Supply Chain Management	1	Strategic Supplier Partnership	Mengutamakan kualitas sebagai kriteria utama dalam memilih pemasok	SCM01
			Menyelesaikan masalah bersama-sama dengan pemasok	SCM02
			Membantu (memberi masukan) kepada pemasok dalam meningkatkan kualitas produk	SCM03
			Memiliki program perbaikan terus-menerus ( <i>continuous improvement</i> ) yang melibatkan pemasok	SCM04
			Mengikutsertakan pemasok dalam membuat sebuah perencanaan strategi	SCM05
	2	Customer Relationship	Berinteraksi dengan pelanggan untuk menetapkan standar (standar pengiriman, standar dalam merespons pelanggan)	SCM06
			Mengukur dan mengevaluasi kepuasan pelanggan	SCM07
			Mencari tahu apa keinginan pasar dimasa depan ( <i>future expectation</i> )	SCM08
			Memfasilitasi pelanggan yang membutuhkan bantuan atau mengadakan komplain	SCM09
	3	Information Sharing	Berbagi informasi dengan mitra usaha mengenai isu-isu yang dapat mempengaruhi bisnis keduanya	SCM10

Variable	No	Dimension	Indicators	Code
			Melakukan pertukaran informasi dengan mitra usaha dalam membuat perencanaan bisnis	SCM11
			Bekerja sama dengan mitra usaha dalam menginformasikan keadaan/perubahan yang mungkin akan mempengaruhi bisnis keduanya	SCM12

## 2. Competitive Advantage

Menurut [10], mendefinisikan keunggulan kompetitif sebagai segala sesuatu yang dilakukan perusahaan dengan sangat baik dibandingkan dengan para pesaingnya.

- a. Harga Kompetitif
- b. Inovasi Produk
- c. Time to Market

Tabel 2 Operasionalisasi variabel Competitive Advantage

Variable	No	Dimension	Indicators	Code
<i>Competitive Advantage</i>	1	Harga Kompetitif	Menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing	CA01
			menawarkan harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dibandingkan dengan pesaing	CA02
	2	Inovasi Produk	Menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing	CA03
			Melakukan inovasi produk seiring dengan perubahan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing	CA04
			Menyediakan produk-produk dengan keunggulan (fitur) baru dibandingkan dengan pesaing	CA05
	3	<i>Time to market</i>	Merupakan pionir dalam memperkenalkan produk kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaing	CA06
			Bergerak cepat dalam mengembangkan produk baru dibandingkan dengan pesaing	CA07

## 3. Operasional Performance

Menurut [11], kinerja operasional (operational performance) merupakan pelaksanaan kegiatan-kegiatan manajerial yang dibawakan dalam pemilihan, perancangan,

pembaharuan, pengoperasian dan pengawasan sistem-sistem produksi. Dengan kata lain operational performance merupakan pengukuran dari performa perusahaan terhadap standar atau indikator efektif, efisien dan tanggung jawab sosial seperti halnya: produktivitas, siklus dan kepatuhan terhadap peraturan.

- a. Efektifitas
- b. Efisiensi
- c. Produktivitas

Tabel 3 Operasionalisasi variabel Operational Performance

Variable	No	Dimension	Indicators	Code
<i>Operational Performance</i>	1	Efektifitas	Proses usaha lebih efektif	Y1
			Ketersediaan tenaga kerja sesuai kebutuhan	Y2
			Efektifitas pemakaian alat kerja	Y3
	2	Efisiensi	Proses kerja yang efisien	Y4
			Penilaian kerja yang memperhitungkan ketepatan waktu	Y5
			Pemanfaatan waktu kerja sesuai prosedur	Y6
	3	Produktivitas	Mampu mencapai tingkat produktivitas yang telah ditargetkan	Y7
			Mampu mencapai pangsa pasar ( <i>market share</i> ) yang telah ditargetkan	Y8
			Mampu mencapai target minimum kesalahan	Y9

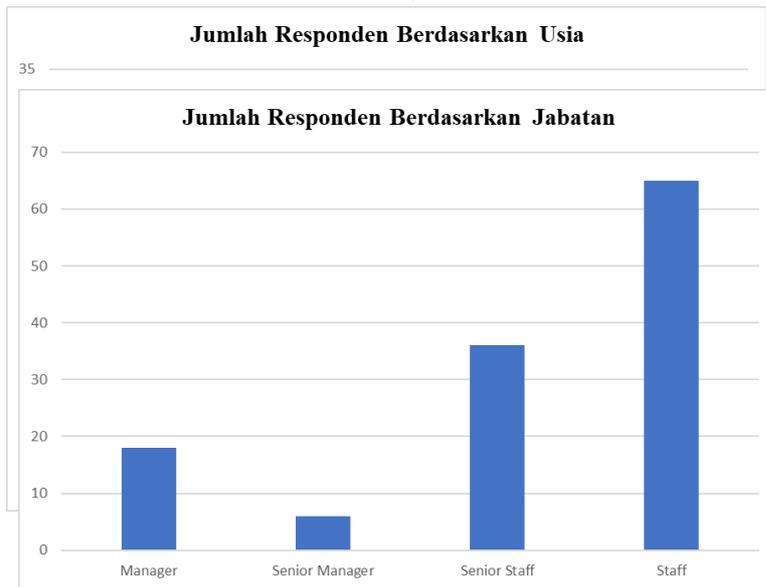
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah supply chain management dan bagaimana pengaruhnya terhadap variabel dependen operational performance yang dimediasi oleh variabel competitive advantage. Kuesioner dibagikan kepada 125 responden oleh PT. XYZ yang masing-masing memiliki tingkat usia dan pendidikan yang

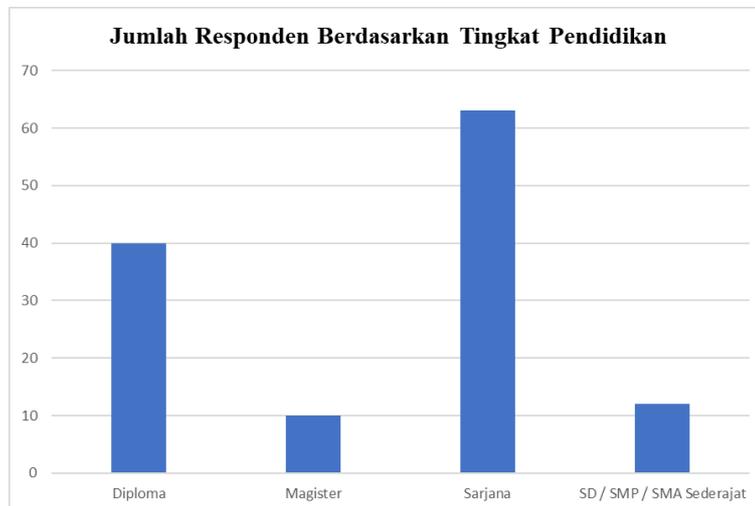
tidak sama. Data umum proyek dan informasi tentang responden untuk survei ini dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Gambar 2 Jumlah Responden Berdasarkan Jabatan



Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Gambar 3 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

### Uji Validitas

- Convergent Validity

Nilai convergen validity dapat dilihat nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Untuk ukuran dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70

dengan konstruk yang ingin diukur. Dibawah ini adalah tabel loading faktor yang masing-masing indikator dihitung menggunakan PLS.

Tabel 4 Uji Validitas Variabel Dimensi Outer Loading

Variabel	Dimensi	Kode	Loading	Valid
Supply Chain Management	Strategic Supplier Partnership	SCM01	0.743	√
		SCM02	0.802	√
		SCM03	0.724	√
		SCM04	0.667	√
		SCM05	0.884	√
	Customer Relationship	SCM06	0.810	√
		SCM07	0.873	√
		SCM08	0.839	√
		SCM09	0.859	√
	Information Sharing	SCM10	0.888	√
		SCM11	0.521	X
		SCM12	0.567	X
Competitive Advantage	Harga Kompetitif	CA01	0.854	√
		CA02	0.865	√
	Inovasi Produk	CA03	0.870	√
		CA04	0.840	√
		CA05	0.920	√
	Time to market	CA06	0.798	√
		CA07	0.836	√
Operational Performance	Efektifitas	OP01	0.809	√
		OP02	0.885	√
		OP03	0.888	√
	Efisiensi	OP04	0.904	√
		OP05	0.850	√
		OP06	0.846	√
	Produktivitas	OP07	0.883	√
		OP08	0.795	√
		OP09	0.628	√

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel hasil pengolahan data pada 4 variabel diatas, dapat disimpulkan terdapat beberapa variabel yang dinyatakan valid dan tidak valid dengan ringkasan sebagai berikut:

Tabel 5 Ringkasan Pernyataan Uji Validitas

Variabel	Pernyataan Valid	Pernyataan Tidak Valid
Supply Chain Management	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	11, 12
Competitive Advantage	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	-
Operational Performance	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	-

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Selain melihat nilai dari loading faktor, validitas dapat juga dilihat nilai dari AVE, dimana dikaitkan valid jika nilai AVE > 0.5.

Tabel 6 Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Supply Chain Management	0.719
Competitive Advantage	0.732
Operational Performance	0.743

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Dari hasil di atas terlihat nilai AVE semua variabel sudah berada di atas 0,5 (wana hijau) sehingga dapat dilanjutkan dengan pengujian lainnya.

- Discriminant Validity

Nilai ini merupakan nilai cross loading faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain. Untuk menilai discriminant validity adalah membandingkan nilai square root of average variance extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model atau yang dikenal pengujian Fornel dan Larcker.

Tabel 7 Pengujian Fornel dan Larcker

Fornell-Larcker Criterion	Competitive Advantage	Operational Performance	Supply Chain Management
Competitive Advantage	0.855		
Operational Performance	0.789	0.862	
Supply Chain Management	0.658	0.779	0.848

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Dari hasil di atas terlihat nilai akar AVE (nilai di diagonal utama) lebih besar dari masing-masing korelasi antar variabel latennya (nilai di bawah diagonal utama).

- Uji Reabilitas

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan composite reliability dan cronbach's alpha dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel jika memiliki nilai composite reliability di atas 0,70 dan cronbach's alpha di atas 0,70.

Tabel 8 Uji Reliabilitas Konstruk Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Supply Chain Management	0.950	0.958
Competitive Advantage	0.939	0.950
Operational Performance	0.950	0.958

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Dari hasil di atas seluruh konstruk memiliki nilai composite reliability di atas 0,70 dan cronbach's alpha di atas 0,70. Jadi dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

• Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk variabel dependen dan nilai koefisien path untuk variabel independen yang kemudian dinilai signifikansinya berdasarkan nilai t-statistic setiap path.

a. R Square Adjusted

Tabel 9 R Square Adjusted

Variabel Dependen	R Square	R Square Adjusted
Competitive Advantage	0.433	0.428
Operational Performance	0.741	0.737

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

- Nilai r square adjusted sebesar 0,428 artinya variabel independent (Supply Chain Management) mampu menjelaskan variabel mediasi (Competitive Advantage) sebesar 42,8 persen sisanya oleh variabel lain di luar model.
- Nilai r square adjusted sebesar 0.737 artinya variabel independent (Supply Chain Management) dan variable mediasi (Competitive Advantage) mampu menjelaskan variabel dependen (Operational Performance) sebesar 73,7 persen sisanya oleh variabel lain di luar model.

b. F square (f2)

Untuk melihat apakah pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen memiliki pengaruh yang substantif digunakan effect size f2. Cohen (1988) mengatakan bahwa Effect Size f2 yang disarankan adalah di atas 0.15, dimana dengan variabel laten eksogen memiliki pengaruh moderat pada level structural.

Tabel 10 f Square (f2)

f square (f2)	Competitive Advantage	Operational Performance
Supply Chain Management	0.763	0.463
Competitive Advantage		0.519

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Dari hasil di atas seluruh konstruk memiliki nilai f2 di atas 0,15 sehingga memiliki pengaruh moderat pada level structural.

c. Pengujian Hipotesis

Tabel 11 Pengujian Pengaruh Langsung

Patch Coefficients	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics ( O/STDEV )	P Valu

	(O)	(M)	(STDEV)		es
Competitive Advantage -> Operational Performance	0.486	0.506	0.119	4.098	0.000
Supply Chain Management -> Competitive Advantage	0.658	0.663	0.079	8.344	0.000
Supply Chain Management -> Operational Performance	0.459	0.444	0.133	3.452	0.001

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Persamaan Regresi:

- Operational Performance = 0.459 Supply Chain Management
- Operational Performance = 0.658 Supply Chain Management + 0.486 Competitive Advantage

Intrepetasi:

- Supply Chain Management memiliki pengaruh langsung dan signifikan positif terhadap Competitive Advantage dengan koefisien sebesar 0.658, dengan nilai  $|t \text{ stat}| = 8.344 > t \text{ tabel} = 1,64$  dan nilai  $p.\text{value} = 0.000 < \alpha = 0.05$ .
- Competitive Advantage memiliki pengaruh langsung dan signifikan positif terhadap Operational Performance dengan koefisien sebesar 0.486, dengan nilai  $|t \text{ stat}| = 4.098 > t \text{ tabel} = 1,64$  dan nilai  $p.\text{value} = 0.000 < \alpha = 0.05$ .
- Supply Chain Management memiliki pengaruh langsung dan signifikan positif terhadap Operational Performance dengan koefisien sebesar 0.459, dengan nilai  $|t \text{ stat}| = 3.452 > t \text{ tabel} = 1,64$  dan nilai  $p.\text{value} = 0.001 < \alpha = 0.05$ .

Tabel 12 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

Specific Indirect Effects	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Supply Chain Management -> Competitive Advantage -> Operational Performance	0.320	0.339	0.105	3.053	0.002

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Intrepetasi:

- Supply Chain Management memiliki pengaruh tidak langsung dan signifikan positif terhadap Operational Performance melalui Competitive Advantage dengan koefisien sebesar  $0.486 * 0.658 = 0.320$ , dengan nilai  $|t \text{ stat}| = 3.053 > t \text{ tabel} = 1,64$  dan nilai  $p.\text{value} = 0.002 < \alpha = 0.05$ .
- Total pengaruh Supply Chain Management terhadap Operational Performance adalah  $0.320 + 0.459 = 0.779$

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian "Pengaruh antara Supply Chain Management, Operasional Performance Melalui Competitive Advantage, dapat disimpulkan bahwa:

- Supply Chain Management memiliki pengaruh langsung dan signifikan positif terhadap Competitive Advantage.
- Competitive Advantage memiliki pengaruh langsung dan signifikan positif terhadap Operational Performance.
- Supply Chain Management memiliki pengaruh langsung dan signifikan positif terhadap Operational Performance.
- Supply Chain Management memiliki pengaruh tidak langsung dan signifikan positif terhadap Operational Performance melalui Competitive Advantage

## DAFTAR PUSTAKA

- Faizah, N.H., 2019. UKM Dalam Persaingan Di Era Globalisasi Ekonomi. *Upajiwana Dewantara: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat*, 3(2), pp.127-135.
- Faridi, A., Ismail, M., Handiman, U.T., Saputra, D.H., Hardin, H., Fitriyani, E., Hasyim, H., Sudarso, A., Gandasari, D., Hendrixon, H. and Simanjuntak, M., 2022. *Pengantar Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis
- Wijaya, R. A., Qurratu`aini, N. I., & Parasmasti, B. (2019). Pentingnya Pengelolaan Inovasi Dalam Era Persaingan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 217–227
- Handfield, R.B., Handfield, R. and Nichols Jr, E.L., 2002. *Supply chain redesign: Transforming supply chains into integrated value systems*. Ft Press
- Zhang, A., Duong, L., Seuring, S. and Hartley, J.L., 2023. Circular supply chain management: a bibliometric analysis-based literature review. *The International Journal of Logistics Management*, (ahead-of-print)
- Jumady, E. and Fajriah, Y., 2020. Green Supply Chain Management: Mediasi Daya Saing Dan Kinerja Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 8 (1).

- Putri, C.G.; Santoso, S. (2020), Analisis Transformasi Digitalisasi Melalui Aplikasi Sistem Integrasi Konstruksi Terhadap Produktivitas Kerja Quantity Surveyor Proyek Konstruksi Bangunan Gedung, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 335-246. DOI: [10.22441/jimb.v6i3.9866](https://doi.org/10.22441/jimb.v6i3.9866)
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D . Bandung: Alfabeta.
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I.D. and Yuningsih, N., 2020. Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), pp.222-243
- Ramadani, N.A., Hidayat, T. and Sembiring, Z., 2021. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Aroma Bakery And Cake Shop Lubuk Pakam. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), pp.22-38
- Handoko. 2010. Dasar-Dasar Manajemen Produksi Dan Operasi. Cetakan ke – 15. Yogyakarta: BPFE