

Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kinerja UMKM dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediasi

Novita Nazilaturrohmah¹, Wijayanti², Ishak³

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Purworejo^{1,2}

nvtnazila@gmail.com¹, wijayanti@umpwr.ac.id², ishak@umpwr.ac.id³

ABSTRACT.

The rapid economic development in Indonesia has intensified competition within the MSME sector. Traditional retail MSMEs in Kutoarjo District face various challenges, including the limited implementation of supply chain management and difficulties in competing with modern retail businesses that operate with integrated business systems. One strategy that can be implemented to improve MSME performance is through effective supply chain management and the development of sustainable competitive advantage. This study aims to examine the mediating role of competitive advantage in the relationship between supply chain management and the performance of traditional retail MSMEs in Kutoarjo District. The population of this study consisted of all retail MSME owners in Kutoarjo District. The sampling technique used was purposive sampling, with a total sample of 100 respondents. This research employed a survey design, and data were collected through questionnaires using a Likert scale. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS software. The results of this study indicate that: (1) supply chain management has a positive effect on MSME performance; (2) supply chain management has a positive effect on competitive advantage; (3) competitive advantage has a positive effect on MSME performance; and (4) competitive advantage mediates the effect of supply chain management on MSME performance in traditional retail MSMEs in Kutoarjo District.

Keywords: Supply Chain Management; Competitive Advantage; MSME Performance.

ABSTRAK.

Perkembangan ekonomi di Indonesia semakin pesat membuat persaingan bidang usaha UMKM semakin ketat. UMKM ritel tradisional di Kecamatan Kutoarjo menghadapi berbagai tantangan, di antaranya penerapan manajemen rantai pasokan yang masih rendah serta sulitnya bersaing dengan ritel modern yang memiliki sistem bisnis terintegrasi. Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja UMKM adalah melalui pengelolaan manajemen rantai pasokan yang efektif dan pembangunan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran variabel mediasi keunggulan kompetitif pada pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja UMKM ritel tradisional di Kecamatan Kutoarjo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM ritel di Kecamatan Kutoarjo. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan desain survei dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala *likert*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) manajemen rantai pasokan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM; (2) manajemen rantai pasokan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif;

(3) keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM; dan (4) keunggulan kompetitif mampu memediasi pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja UMKM pada UMKM sektor ritel tradisional di Kecamatan Kutoarjo.

Kata kunci: Manajemen Rantai Pasokan; Keunggulan Kompetitif; Kinerja UMKM.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi yang semakin pesat di Indonesia membuat persaingan antar pelaku usaha semakin ketat. Kondisi persaingan usaha saat ini menunjukkan perubahan yang sangat cepat, dimana mulai dari kemajuan teknologi, sistem perdagangan globalisasi, dan dinamika ekonomi nasional sampai dengan internasional (Handfield *et al.*, 2002). Persaingan yang terjadi tidak hanya di dalam negeri saja tapi juga terjadi antara pelaku usaha di berbagai negara lainya. Persaingan ini muncul akibat dari perdagangan antar negara yang semakin terbuka dan bebas, yang didukung oleh berbagai organisasi perdaganga dunia (Tfuakani *et al.*, 2025). Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. UMKM merupakan unit usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha yang beroperasi secara independen dengan kriteria tertentu sesuai dengan peraturan perundang-undangan (Harahap & Tambunan, 2022).

Namun, UMKM juga menghadapi berbagai permasalahan yang menghambat pertumbuhan dan daya saingnya, termasuk keterbatasan akses permodalan, teknologi, manajemen, dan pasar (Saunila *et al.*, 2024). Dengan bertambah ketatnya persaingan dan beragamnya selera konsumen menentukan pelaku usaha untuk bertahan dan memiliki daya saing yang unggul kompetitif agar dapat bersaing dengan pesaing baru yang terus bermunculan (Wulandari *et al.*, 2016). Persaingan yang semakin ketat mengharuskan para pelaku usaha harus menciptakan startegi agar dapat tetap bertahan dan lebih unggul dari pesaing lainnya (Rusdiana, 2014:14). Selain itu, UMKM juga berperan dalam pemerataan ekonomi karena tersebar di seluruh wilayah Indonesia, termasuk di daerah-daerah terpencil yang belum terjangkau oleh usaha besar (Harahap & Tambunan, 2022).

Di Indonesia, UMKM memiliki peran yang sangat strategis dan fundamental dalam perekonomian nasional. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia menunjukkan tren yang konsisten dan signifikan selama periode 2020-2024. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia berada pada kisaran 60-61% secara konsisten. Pada tahun 2022, UMKM tercatat menyumbang 61,07% terhadap PDB dengan nilai mencapai Rp8.573,89 triliun, kemudian meningkat menjadi Rp9.580 triliun pada tahun 2023 dengan kontribusi sebesar 61%. Tahun 2024 menunjukkan kontribusi yang relatif stabil di angka 60,51-61%.

UMKM ritel merupakan salah satu sektor UMKM yang paling banyak di Indonesia. UMKM ritel adalah perdagangan jual beli barang dengan kadar atau jumlah yang relatif kecil untuk masyarakat langsung atau pelanggan baik dengan sistem perdagangan tradisional atau *modern* (Sunyoto & Mulyono, 2022:1). Menurut

Chaniago (2021:7-8) dari sisi teknologi dan pelayanan pada konsumen, ritel dibagi lagi atas ritel *modern* dan ritel tradisional. Ritel tradisional merupakan pedagang yang menekankan pengelolaan ritel dengan menggunakan pendekatan konvensional dan tradisional (Utami, 2014:8-10). Jenis ritel ini memiliki ciri, barang dagang kurang lengkap, pembeli dilayani dan berkomunikasi langsung dengan pemilik, penggunaan dana kurang terencana dan sering kali bercampur dengan keuangan pribadi (Chaniago, 2021:8). Contoh dari ritel tradisional adalah toko kelontong beras, toko grosir kecil, toko bangunan skala kecil, toko spare part kendaraan kecil (Utomo, 2011). Ritel *modern* adalah pedagang yang menekankan pengelolaan ritel dengan menggunakan pendekatan *modern* di mana konsep pengelolaan peritel lebih ditekankan dari sisi pandangan pemenuhan kebutuhan konsumen yang menjadi pasar sasarannya (Utami 2014:8-10-11). Contoh dari ritel *modern* adalah Indomaret, Alfamart, Alfamidi, Superindo, Matahari Department Store, dan lain sebagainya (Utomo, 2011). UMKM ritel berperan sebagai penghubung antara produsen dengan konsumen akhir, serta menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat dengan jangkauan yang luas hingga ke pelosok daerah (Kotcharin *et al.*, 2024). Salah satu strategi agar terus dapat bersaing kita harus terus meningkatkan efisiensi dan produktivitas UMKM antar area fungsi dalam industri untuk lebih responsive terhadap kebutuhan konsumen dan permintaan pasar (Wulandari *et al.*, 2016). Pada penelitian Hidayat & Purwoko (2022) menunjukkan bahwa praktik manajemen rantai pasokan memiliki peran penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja UMKM. Hal tersebut sejalan dengan Li *et al.* (2006) yang menekankan praktik *supply chain management* (SCM) yang efektif dapat meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan baik dari sisi pasar maupun finansial.

Kinerja merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan dan keberlangsungan hidup suatu usaha (Saunila *et al.*, 2024). Kinerja adalah kemampuan kerja yang ditunjukkan dengan hasil dan merupakan pengelolaan sumberdaya organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Tujuan adalah tentang arah secara umum, sifat luas, tanpa batas, dan tidak berkaitan dengan prestasi tertentu dalam jangka waktu tertentu. Perencanaan kinerja dimulai dengan melakukan perumusan mengklarifikasi tujuan yang akan dicapai organisasi terlebih dahulu yang selanjutnya akan dirinci lebih lanjut menjadi tujuan di tingkat yang lebih rendah (Wibowo, 2016:43-44). Kinerja UMKM merupakan suatu yang dihasilkan oleh suatu pelaku usaha dalam waktu tertentu dengan menganut pada standar yang ditetapkan sebelumnya. Pelaku UMKM harus menciptakan strategi yang tepat agar perusahaan mampu bersaing dan mempertahankan kehidupan usaha dan mengembangkannya dalam jangka panjang (Saunila *et al.*, 2024). Supaya perusahaan dapat bersaing dan memiliki kinerja perusahaan yang baik maka dapat di dukung dengan meningkatkan keunggulan kompetitif dan manajemen rantai pasokan (Hidayat & Purwoko, 2022).

Manajemen rantai pasokan adalah suatu konsep yang menjelaskan terkait serangkaian proses bisnis pada suatu produk ataupun jasa (Sunyoto & Mulyono, 2022:211). Diketahui bahwa rantai pasok mampu memberikan aliran informasi uang,

pada suatu industri ataupun bisnis kemudian berupaya untuk meng-efisiensikan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan melalui penerapan manajemen rantai pasok yang tepat. Manajemen rantai pasok merupakan seluruh pengorganisasian kegiatan yang mampu mengoptimalkan pemakaian biaya pada suatu proses bisnis mulai dari biaya transportasi bahan baku, proses produksi, hingga distribusi produk sampai ke tangan konsumen (Sunyoto & Mulyono, 2022:211). Manajemen rantai pasokan yang efektif memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan aliran informasi, material, dan finansial dari pemasok hingga konsumen akhir, sehingga dapat mengurangi biaya, meningkatkan kualitas produk, dan mempercepat waktu respons terhadap permintaan pasar (Sunyoto & Mulyono, 2022:215)

Keunggulan kompetitif adalah kemampuan sebuah organisasi untuk bersaing di pasar dengan pesaingnya. Selain itu keunggulan kompetitif juga mengarah pada sejauh mana posisi yang dapat dipertahankan dalam persaingan dengan pesaing (Ploenhad *et al.*, 2019). Kemampuan suatu usaha untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu di raih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. UMKM dapat mencapai keunggulan kompetitif dengan mengelola manajemen rantai pasokan dengan efektif. Dengan begitu UMKM dapat menghasilkan kinerja yang lebih baik dari pesaing karena manajemen rantai pasokan dapat menekan biaya dalam memenuhi kebutuhan konsumen (Hidayat & Purwoko, 2022). Keunggulan kompetitif tidak hanya tentang memiliki produk atau layanan yang lebih baik, tetapi juga tentang bagaimana organisasi dapat mengintegrasikan berbagai kapabilitas internal dan eksternal untuk menciptakan proposisi nilai yang unik bagi pelanggan. Masih dalam konteks *supply chain management*, keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui efisiensi operasional, responsivitas terhadap perubahan pasar, kualitas produk yang konsisten, dan kemampuan untuk berinovasi secara berkelanjutan (Hendijani & Saei, 2025). Penerapan manajemen rantai pasokan sangat diperlukan bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing yang berdampak terhadap kinerja UMKM. UMKM perlu mempertimbangkan rantai pasok untuk memastikan bahwa manajemen rantai pasokan mendukung strategi yang dilakukan (Heizer & Render, 2001:412-413). Strategi usaha diperlukan untuk mengembangkan operasional agar dapat bersaing dan unggul di pasar. Strategi keunggulan kompetitif pada UMKM diharapkan dapat mempertahankan posisi bersaingnya dalam menghadapi kompetitor dan dapat meningkatkan kinerja UMKM sesuai dengan target (Hendijani & Saei, 2025).

Berdasarkan penelitian Hidayat & Purwoko (2022) keunggulan kompetitif diduga berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara manajemen rantai pasokan dan kinerja organisasi. Manajemen rantai pasokan yang optimal dapat menciptakan keunggulan kompetitif, yang kemudian berdampak pada peningkatan kinerja UMKM (Waluyo *et al.*, 2020). Dengan demikian, keunggulan kompetitif menjadi jembatan yang menghubungkan pengelolaan rantai pasokan yang baik dengan kinerja organisasi yang superior (Hidayat & Purwoko, 2022). Pertumbuhan UMKM yang pesat mengakibatkan persaingan yang semakin ketat, sehingga UMKM harus terus berkembang mengikuti perkembangan globalisasi (Harahap & Tambunan, 2022). UMKM ritel di wilayah ini tidak hanya bersaing sesama UMKM

lokal, tetapi juga dengan ritel *modern* seperti minimarket dan supermarket, serta *E-commerce* yang semakin banyak. Kondisi UMKM ritel harus terus beradaptasi agar dapat bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks (Tfuakani *et al.*, 2025)

Berdasarkan data resmi Portal Satu Data Dinas Koperasi UMKM Provinsi Jawa Tengah, terdapat 197.200 pelaku UMKM di Provinsi Jawa Tengah, dengan 67.367 di antaranya merupakan pelaku UMKM ritel. Hasil wawancara langsung dengan beberapa pemilik toko sembako di Kecamatan Kutoarjo mengungkapkan bahwa mereka masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan usahanya. Para pemilik toko mengakui bahwa mereka masih menggunakan sistem manajemen rantai pasokan tradisional yang menyebabkan permasalahan seperti tingginya biaya operasional serta tingkat persediaan yang tidak efisien, baik berupa kelebihan stok (*overstock*) maupun kehabisan stok (*stockout*). Dengan penerapan manajemen rantai pasokan yang baik, pelaku usaha dapat mengontrol setiap proses mulai dari pencatatan stok barang secara baik, pengelolaan permintaan pasar yang terkendali, hingga pendistribusian barang sampai ke tangan konsumen sehingga dapat mengoptimalkan kinerja UMKM (Sunyoto & Mulyono, 2022:215). Selain itu, para pemilik toko juga mengeluhkan persaingan yang semakin ketat dengan ritel *modern* seperti Indomaret, Alfamart dan *E-commerce* yang telah membentuk sistem bisnis terintegrasi mulai dari produsen hingga distribusi, sehingga mereka sebagai pelaku usaha kecil di tingkat lokal merasa sulit bersaing secara sehat. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM ritel tradisional di Kecamatan Kutoarjo untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya dan menciptakan loyalitas pelanggan agar dapat terus bertahan menghadapi persaingan dengan kompetitor (Sunyoto & Mulyono, 2022:215).

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya masalah-masalah yang dihadapi UMKM. Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka penelitian ini tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul "Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja UMKM dengan Keunggulan Kompetitif sebagai Variabel Mediasi" Studi pada UMKM sektor ritel tradisional di Kecamatan Kutoarjo.

TINJAUAN LITERATUR

Supply Chain Management

Supply chain adalah jaringan perusahaan yang secara bersamaan bekerja untuk menciptakan dan mengantarkan produk ke tangan pemakai akhir, meliputi supplier, pabrik, distributor, ritel, serta perusahaan jasa logistik (Pujawan & Mahendrawati, 2017:4). Dalam *supply chain* terdapat tiga aliran yang harus dikelola, yaitu aliran barang dari hulu ke hilir, aliran uang dari hilir ke hulu, dan aliran informasi yang mengalir dua arah. Aliran informasi berperan vital karena pihak yang mampu mengelola informasi secara akurat akan menciptakan *supply chain management* yang unggul (Pujawan & Mahendrawati, 2017:4-6). *Supply chain management* (SCM) merupakan kegiatan pengelolaan untuk memperoleh bahan mentah, mentransformasikannya menjadi barang jadi, dan mengirimkannya ke

konsumen melalui sistem distribusi (Heizer & Render, 2001:412). SCM tidak hanya berorientasi pada internal perusahaan, tetapi juga hubungan eksternal dengan partner untuk melakukan koordinasi dan kolaborasi demi memuaskan konsumen akhir dari sisi harga, kualitas, dan ketepatan waktu (Pujawan & Mahendrawati, 2017:8).

Dalam *supply chain* terdapat beberapa pemain utama, yaitu supplier sebagai sumber bahan baku; manufacturer yang melakukan proses produksi; distributor yang menyalurkan barang; ritel sebagai tempat konsumen melakukan pembelian; hingga customers sebagai pengguna akhir (Eko & Djokopran, 2002:6-7). Rantai pasok berakhir ketika produk sampai kepada pengguna akhir yang sesungguhnya. Strategi *supply chain* memiliki tiga tujuan yaitu *cost reduction* untuk meminimalkan biaya logistik, *capital reduction* untuk meminimalkan tingkat investasi logistik, dan *service improvement* untuk meningkatkan pelayanan sehingga pendapatan dapat meningkat walaupun terjadi kenaikan biaya (Siagian, 2007:22-23).

Kinerja UMKM

Kinerja merupakan implementasi dari rencana yang dilakukan oleh sumber daya manusia, teknologi, dan mekanisme kerja untuk mencapai tujuan organisasi (Wibowo, 2016:3). Kinerja UMKM adalah tingkat pencapaian tujuan yang dapat diukur dan menggambarkan orientasi pasar serta tujuan finansialnya (Ilmiyati, 2016). Pengukuran kinerja meliputi penetapan tujuan dan strategi, perumusan indikator dan ukuran kinerja, pengukuran tingkat pencapaian sasaran, serta evaluasi untuk pengambilan keputusan organisasi (Wibowo, 2016:86-88). Faktor yang memengaruhi kinerja meliputi orientasi pada hasil, pelayanan pelanggan yang unggul, inovasi, kejujuran, penghargaan, responsif terhadap perubahan, akuntabilitas, dan keinginan besar dalam mencapai tujuan (Wibowo, 2016:30-34). Indikator kinerja UMKM meliputi pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pangsa pasar, margin keuntungan, kualitas layanan, dan jangkauan pasar (Li et al., 2006).

Manajemen Rantai Pasokan

Manajemen rantai pasokan adalah pendekatan menyeluruh dalam aliran barang, informasi, dan dana dari pemasok hingga konsumen akhir (Jumiono et al., 2024:2). Praktik *supply chain management* merupakan aktivitas untuk mengelola dan mengoordinasikan seluruh mata rantai pasokan guna meningkatkan kinerja operasional, pengurangan biaya, dan responsivitas terhadap pelanggan (Li et al., 2006). Pengelolaan dilakukan untuk mengefisiensi interaksi pemasok, produsen, dan toko agar distribusi tepat waktu, tepat lokasi, dan meminimalkan biaya (Ilmiyati, 2016). Strategi manajemen rantai pasokan meliputi *postponement* yaitu menunda modifikasi produk selama mungkin, dan *drop ship* yaitu pemasok langsung mengirimkan ke konsumen untuk menghemat waktu dan biaya (Heizer & Render, 2001:412-413). Indikator rantai pasok meliputi penggunaan teknologi, kecepatan rantai pasokan, kepuasan pelanggan, integrasi rantai pasokan, dan manajemen persediaan (Darmawan, 2017).

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan organisasi menciptakan posisi defensif terhadap pesaing dan membedakan diri melalui keputusan manajemen yang kritis (Li et al., 2006). Keunggulan bersaing tumbuh dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan bagi pembeli melebihi biaya penciptaannya (Porter, 1985:3). Perusahaan memperoleh keunggulan dengan melakukan aktivitas strategis dengan biaya lebih rendah atau lebih baik daripada pesaing (Porter, 1995:33). Dalam konteks UMKM, keunggulan kompetitif penting untuk memahami perubahan struktur pasar dan memilih strategi yang efektif (Ilmiyati, 2016; Rizki & Nursyamsiah, 2023). Keunggulan bersaing dapat dipertahankan melalui loyalitas konsumen, lokasi, manajemen sumber daya manusia, sistem distribusi dan informasi, hubungan pedagang, serta layanan konsumen (Utami, 2010:90-94). Tolak ukur keunggulan kompetitif meliputi keunikan produk, kualitas produk, dan harga bersaing (Lestari, 2019:4). Indikator keunggulan kompetitif meliputi harga, *delivery dependability*, dan *time to market* (Suryana et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis filsafat *positivism* dengan tujuan menguji hipotesis melalui analisis statistik. Penelitian dilaksanakan pada Januari 2026 hingga selesai di UMKM sektor ritel tradisional Kecamatan Kutoarjo, Kabupaten Purworejo. Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM ritel tradisional di wilayah tersebut yang telah menjalankan usaha minimal satu tahun dan masih aktif, dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 1-5 yang mengukur variabel independen manajemen rantai pasokan, variabel dependen kinerja UMKM, serta variabel mediasi keunggulan kompetitif berdasarkan indikator masing-masing variabel. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden. Teknik analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS, meliputi analisis *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas (*convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, dan *Cronbach's alpha*) serta analisis *inner model* untuk menguji hubungan antarvariabel melalui nilai R-square dan uji hipotesis *bootstrapping*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner secara langsung kepada responden. Penyebaran kuesioner ditujukan untuk mengetahui pendapat responden mengenai manajemen rantai pasokan, kinerja UMKM, dan keunggulan kompetitif pada UMKM sektor ritel tradisional di Kecamatan Kutoarjo. Penyebaran kuesioner dilakukan pada 7 Januari sampai 12 Januari 2026

dengan cara memberikan kuesioner langsung kepada responden penelitian ini yaitu pemilik UMKM ritel tradisional di Kecamatan Kutoarjo. Di bawah ini adalah rangkuman hasil penyebaran kuesioner. Berdasarkan penelitian, diketahui bahwa hasil penyebaran kuesioner, kuesioner yang disebar, kuesioner yang Kembali, dan kuesioner yang diolah sebanyak 100 kuesioner artinya bahwa tingkat responden dari penelitian ini sebesar 100%

Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa jumlah responden Perempuan lebih banyak daripada laki-laki yaitu sebanyak 78 orang (78%), sedangkan laki-laki 22 orang (22%). Hal tersebut menunjukkan bahwa di Kecamatan Kutoarjo lebih banyak pelaku atau pemilik UMKM ritel tradisional di Kecamatan Kutoarjo adalah Perempuan. Jenis responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa usia paling banyak pelaku atau pemilik UMKM ritel tradisional di Kecamatan Kutoarjo berusia 31-40 tahun sebanyak 37 orang (37%). Hal tersebut menunjukkan bahwa responden mayoritas masih berusia muda dan produktif. Dari tabel 2 juga dapat diketahui bahwa berdasarkan lama usaha, sebagian besar responden telah menjalankan usahanya selama 1-10 tahun yaitu sebanyak 51 toko (51%), diikuti oleh pelaku usaha yang telah berjalan selama 11-20 tahun sebanyak 35 toko (35%), dan pelaku usaha dengan lama usaha 21-30 tahun sebanyak 14 toko (14%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas UMKM ritel tradisional di Kecamatan Kutoarjo masih tergolong dalam tahap berkembang, namun sudah memiliki pengalaman yang cukup dalam menjalankan usahanya.

Hasil Analisis Data

Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian Validitas

Convergent Validity

Tabel 1. Hasil Uji Loading Factor

Sumber: Data primer diolah (2026)

	Keunggulan Kompetitif (KK)	Kinerja UMKM (KUMKM)	Manajemen Rantai Pasokan (MRP)
KK1	0,850		
KK2	0,883		
KK3	0,854		
KK4	0,893		
KUMKM1		0,829	
KUMKM2		0,783	
KUMKM3		0,811	
KUMKM4		0,832	
KUMKM5		0,791	
MRP1			0,832

MRP2			0,894
MRP3			0,817
MRP4			0,862
MRP5			0,839

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa pada masing-masing indikator mulai dari manajemen rantai pasokan, kinerja UMKM dan keunggulan kompetitif memiliki *loading factor* >0,70 artinya pernyataan dalam kuesioner untuk menggambarkan variabel manajemen rantai pasokan, kinerja UMKM dan keunggulan kompetitif valid untuk digunakan. Selain melihat dari nilai *loading factor*, pengujian juga melihat dari hasil pengujian validitas indikator reflektif yang dilihat dari nilai *Average Variance Extracted (AVE)* yaitu >0,50 (Ghozali, 2021:68). Hasil uji *Average Variance Extracted (AVE)*, sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

Sumber: Data primer diolah (2026)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Manajemen Rantai Pasokan (MRP)	0,721
Keunggulan Kompetitif (KK)	0,757
Kinerja UMKM (KUMKM)	0,655

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai *Average Variance Extracted* pada masing-masing indikator mulai dari manajemen rantai pasokan, kinerja UMKM dan keunggulan kompetitif >0,50. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kuesioner terbukti valid, artinya pertanyaan-pertanyaan manajemen rantai pasokan, kinerja UMKM dan keunggulan kompetitif dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Discriminant Validity

Tabel 3. Hasil Uji Cross Loading

Sumber: Data primer diolah (2026)

	Keunggulan Kompetitif (KK)	Kinerja UMKM (KUMKM)	Manajemen Rantai Pasokan MRP
KK1	0,850	0,516	0,617
KK2	0,883	0,631	0,676
KK3	0,854	0,719	0,641
KK4	0,893	0,578	0,631
KUMKM1	0,625	0,829	0,615
KUMKM2	0,522	0,783	0,501
KUMKM3	0,582	0,811	0,568
KUMKM4	0,598	0,832	0,621
KUMKM5	0,529	0,791	0,556
MRP1	0,629	0,655	0,832

MRP2	0,712	0,635	0,894
MRP3	0,554	0,534	0,817
MRP4	0,574	0,565	0,862
MRP5	0,646	0,610	0,839

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa keseluruhan indikator pembentuk konstruk untuk masing-masing indikator mulai dari manajemen rantai pasokan, kinerja UMKM dan keunggulan kompetitif >0,70 dan konstruk lebih besar dari korelasi antar konstruk dalam model. Dengan demikian indikator pembentuk konstruk dari manajemen rantai pasokan, kinerja UMKM dan keunggulan kompetitif terkategori valid.

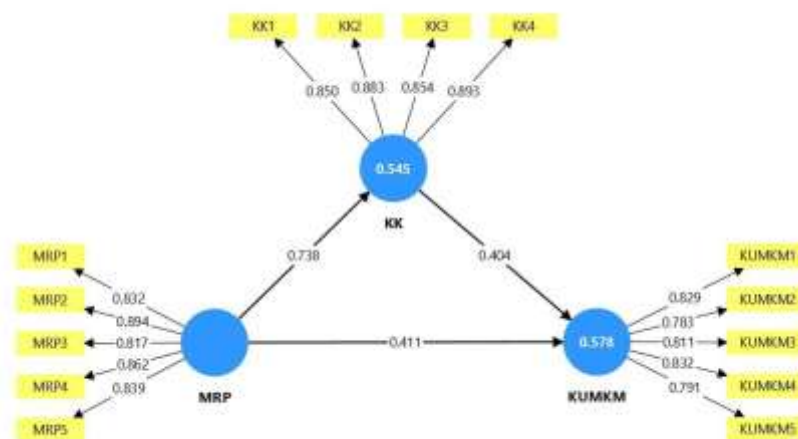
Pengujian Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Composite Reliability

Sumber: Data primer diolah (2026)

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
MRP	0,903	0,928
KK	0,893	0,926
KUMKM	0,869	0,905

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* variabel manajemen rantai pasokan, kinerja UMKM dan keunggulan kompetitif >0,70. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel memenuhi syarat nilai *composite reliability*, dan instrument yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel, sehingga dapat digunakan untuk mengumpulkan data.



Gambar 1. Diagram Hasil Uji Outer Model

Sumber: Data primer diolah (2026)

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

R-Squares

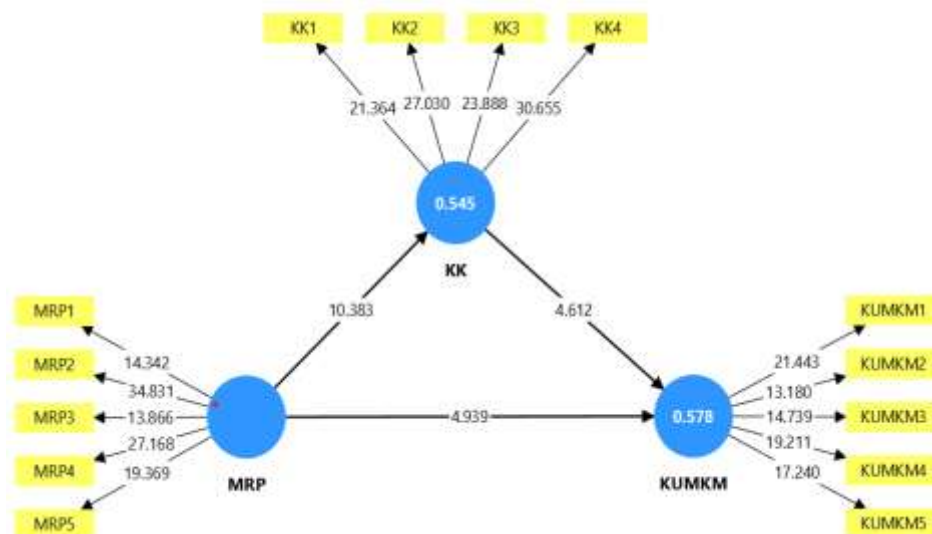
Tabel 5. Hasil Uji R-square

Sumber: Data primer diolah (2026)

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
KK	0,545	0,540
KUMKM	0,578	0,570

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *R-Squares* variabel keunggulan kompetitif (KK) sebesar 0,545 dan variabel Kinerja UMKM (KUMKM) sebesar 0,578. Maka dapat diartikan bahwa 54,5% variabel keunggulan kompetitif dipengaruhi oleh variabel manajemen rantai pasokan (MRP), dan selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian. Sedangkan 57,8% variabel kinerja UMKM dipengaruhi cukup kuat oleh manajemen rantai pasokan (MRP) dan keunggulan kompetitif (KK), sisanya dipengaruhi oleh variabel diluar model penelitian.

Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)



Gambar 2. Diagram Hasil Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Sumber: Data primer diolah (2026)

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

Sumber: Data primer diolah (2026)

Model	Koefisien Jalur	<i>T-statistics</i>	<i>P-values</i>	Keterangan
MRP => KUMKM	0,411	4,939	0,000	Positif
MRP => KK	0,738	10,383	0,000	Positif

KK => KUMKM	0,404	4,612	0,000	Positif
MRP => KK =>KUMKM	0,299	3,928	0,000	Positif

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa pada setiap model, nilai koefisien jalurnya positif, nilai *t-statistic* lebih dar 1,96 dan *p-value* <0,05 sehingga hipotesis pertama, kedua, ketiga dapat diterima, dan hipotesis keempat dapat diterima dengan bentuk mediasi.

Pembahasan

Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai koefisien jalur variabel manajemen rantai pasokan terhadap kinerja UMKM sebesar 0,411 dengan nilai *t-statistic* sebesar 4,939 serta nilai *p-value* sebesar 0,00. Hasil ini membuktikan hipotesis pertama diterima, dimana manajemen rantai pasokan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Diterimanya hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen rantai pasokan yang efektif pada UMKM ritel tradisional dapat meningkatkan kinerja operasional usaha. Dalam konteks UMKM ritel tradisional, proses integrasi manajemen rantai pasokan diwujudkan melalui kolaborasi dan komunikasi yang baik antara pelaku usaha dengan pemasok, khususnya sales pengantar barang dagangan. Kerjasama yang terjalin dengan baik memungkinkan terpenuhinya kebutuhan bahan baku atau stok barang secara konsisten pada setiap minggunya. Terpenuhinya kebutuhan stok barang secara berkelanjutan membuat pelaku UMKM ritel dapat melakukan aktivitas operasional secara optimal dan terus menerus. Pelaku UMKM ritel melakukan pengadaan barang untuk meningkatkan efektivitas operasional karena berhasil memenuhi kebutuhan produksi dan permintaan pelanggan secara optimal. Sehingga UMKM ritel mengalami peningkatan penjualan secara berkelanjutan. Hal tersebut akan membantu pencapaian target penjualan, efektivitas biaya produksi dan persediaan, serta meningkatkan kemampuan kinerja dari UMKM ritel tradisional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hidayat & Purwoko (2022) yang menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan yang baik akan mampu meminimalisir keseluruhan biaya untuk memenuhi dan melayani kebutuhan konsumen. Penerapan manajemen rantai pasokan yang baik dapat meningkatkan daya efektivitas organisasi dalam proses produksi dan distribusi produk sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sara *et al.* (2023), Darmawan (2017), dan Suharto & Devie (2018) yang menyimpulkan bahwa manajemen rantai pasokan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Manajemen Rantai Pasokan terhadap Keunggulan Kompetitif

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai koefisien jalur variabel keunggulan kompetitif terhadap kinerja UMKM 0,738 dengan nilai *t-statistic* sebesar 10,383 serta nilai *p-value* sebesar 0,00. Hasil ini membuktikan hipotesis kedua diterima, dimana manajemen rantai pasokan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

Diterimanya hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen rantai pasokan yang baik pada UMKM ritel tradisional dapat meningkatkan keunggulan kompetitif usaha. Dimana penerapan manajemen rantai pasokan UMKM ritel dengan melakukan kerjasama antara pelaku UMKM ritel dan pemasok yaitu sales untuk terpenuhinya kebutuhan stok barang dagangan secara konsisten. Dengan terpenuhinya kebutuhan stok barang dagangan secara konsisten membuat UMKM ritel mampu memenuhi permintaan pelanggan dengan lebih baik, berpeluang untuk meningkatkan kualitas produk, efisiensi operasional, serta kemampuan bersaing di pasar. Sehingga UMKM ritel dapat unggul dalam persaingan, meskipun konsumen tidak tertarik jika harga jual barang mereka tidak jauh berbeda dari harga pesaing.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Teece *et al.* (2009) yang menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan merupakan kapabilitas organisasi yang dapat menciptakan nilai unik dan sulit ditiru oleh kompetitor. Kapabilitas ini memungkinkan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ilmiyati (2016), Rizki & Nursyamsiah (2023), dan Ploenhad *et al.* (2019) yang menyimpulkan bahwa manajemen rantai pasokan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai koefisien jalur variabel keunggulan kompetitif terhadap kinerja UMKM 0,404 dengan nilai *t-statistic* sebesar 4,612 serta nilai *p-value* sebesar 0,00. Hasil ini membuktikan hipotesis ketiga diterima, dimana manajemen rantai pasokan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

Diterimanya hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif yang dimiliki UMKM ritel tradisional dapat meningkatkan kinerja usaha secara keseluruhan. Dimana keunggulan kompetitif UMKM ritel diwujudkan melalui ketersediaan stok barang yang konsisten, harga jual yang kompetitif, kualitas produk yang terjaga, serta pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Dengan memiliki keunggulan kompetitif tersebut, UMKM ritel mampu mempertahankan loyalitas pelanggan, meningkatkan volume penjualan secara berkelanjutan, dan mengoptimalkan efektivitas operasional. Sehingga UMKM ritel dapat mencapai target penjualan yang lebih tinggi, meningkatkan profitabilitas usaha, serta memperkuat posisi dalam persaingan pasar ritel tradisional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hidayat & Purwoko (2022) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif memengaruhi kinerja organisasi secara mutlak karena di era globalisasi setiap organisasi berusaha untuk mencapai keunggulan kompetitif untuk meningkatkan kinerja organisasinya. Organisasi yang memiliki keunggulan kompetitif menunjukkan bahwa organisasi tersebut memiliki keunikan dan membedakannya dengan pesaing. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sara *et al.* (2023), Li *et al.* (2006) dan Ilmiyati (2016) yang menyimpulkan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Keunggulan Kompetitif Memediasi pada Pengaruh Positif Praktik Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai koefisien jalur variabel keunggulan kompetitif terhadap kinerja UMKM 0,299 dengan nilai *t-statistic* sebesar 3,928 serta nilai *p-value* sebesar 0,00. Hasil ini membuktikan bahwa hipotesis keempat diterima, dimana keunggulan kompetitif mampu memediasi pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja UMKM.

Diterimanya hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif berperan sebagai variabel mediasi dalam pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja UMKM ritel tradisional. Dimana penerapan manajemen rantai pasokan yang baik melalui kerjasama dengan pemasok akan menciptakan keunggulan kompetitif berupa ketersediaan stok yang konsisten, harga yang kompetitif, dan kualitas produk yang terjaga. Keunggulan kompetitif yang tercipta tersebut membuat UMKM ritel mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi di pasar. UMKM ritel melakukan optimalisasi manajemen rantai pasokan untuk membangun keunggulan kompetitif guna meningkatkan efektivitas operasional karena berhasil memenuhi permintaan pelanggan secara optimal dan berkelanjutan. Sehingga UMKM ritel mengalami peningkatan kinerja secara menyeluruh. Hal tersebut akan membantu pencapaian target penjualan, efektivitas biaya produksi dan persediaan, serta meningkatkan kemampuan kinerja dari UMKM ritel tradisional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hidayat & Purwoko (2022) yang menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan yang efektif mengoptimalkan aliran material, informasi, dan keuangan, menciptakan keunggulan kompetitif berupa harga kompetitif, kualitas superior, ketepatan pengiriman, dan kemampuan inovasi yang kemudian mendorong peningkatan kinerja UMKM. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ploenhad *et al.* (2019), Suryana *et al.* (2023) dan Wardana & Kusmantini (2024) yang menyimpulkan bahwa manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh lebih besar terhadap kinerja UMKM apabila melalui keunggulan kompetitif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja UMKM yang di mediasi oleh keunggulan kompetitif (studi pada UMKM sektor ritel tradisional di Kecamatan Kutoarjo Kabupaten Purworejo), maka dapat disimpulkan bahwa manajemen rantai pasokan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, yang menjelaskan bahwa semakin baik pengelolaan rantai pasokan yang dilakukan oleh UMKM, maka semakin meningkat juga kinerja UMKM tersebut. Hal ini membuktikan bahwa manajemen rantai pasokan merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional UMKM sektor ritel tradisional.

Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa manajemen rantai pasokan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif UMKM. Artinya penerapan manajemen rantai pasokan yang baik dapat meningkatkan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh UMKM dalam menghadapi persaingan di pasar. Selain itu keunggulan kompetitif juga terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, yang menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki keunggulan kompetitif lebih tinggi cenderung memiliki kinerja yang lebih baik. Hal dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif merupakan strategi yang sangat penting bagi UMKM dalam meningkatkan kinerja bisnisnya.

Selanjutnya, dalam penelitian ini membuktikan bahwa keunggulan kompetitif mampu memediasi pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa rantai pasokan tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap kinerja UMKM, tetapi juga berpengaruh secara tidak langsung melalui peningkatan keunggulan kompetitif. Dengan kata lain, manajemen rantai pasokan yang efektif akan meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan kinerja UMKM secara keseluruhan. Hal tersebut memberikan dampak penting bagi UMKM ritel tradisional untuk terus mengoptimalkan manajemen rantai pasokan mereka untuk membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk meningkatkan kinerja bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaniago, H. (2021). *Manajemen ritel & implementasinya*. Edukasi Riset Digital PT.
- Darmawan, T. A. (2017). *Praktek manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan pada usaha retail di Daerah Istimewa Yogyakarta* [Naskah publikasi, Universitas Islam Indonesia].
- Eko, R., & Djokopran, R. (2002). *Konsep manajemen supply chain*. Grasindo.
- Ghozali, I. (2021). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.2.9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handfield, R., Walton, S. V., Sroufe, R., & Melnyk, S. A. (2002). Applying environmental criteria to supplier assessment: A study in the application of the analytical hierarchy process. *European Journal of Operational Research*, 141(1), 70–87.
- Harahap, N. A., & Tambunan, K. (2022). UMKM dan pembangunan. *Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 2(2), 228–235.

- Heizer, J., & Render, B. (2001). *Operations management* (6th ed.). Prentice Hall.
- Hendijani, R., & Saeidi Saei, R. (2025). Supply chain integration, competitive strategies and firm performance. *International Journal of Organizational Analysis*, 33(6), 1410–1438.
- Hidayat, A. C., & Purwoko, P. (2022). Peran keunggulan kompetitif pada pengaruh praktik manajemen rantai pasokan terhadap kinerja organisasi. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(2), 234–246.
- Ilmiyati. (2016). [Judul sesuai sumber asli].
- Jumiono, A., Apriyanto, A., Kushariyadi, K., Raza, E., & Wilda, L. O. (2024). *Buku ajar manajemen rantai pasok*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kotcharin, S., Dehe, B., & Boonchoo, P. (2024). ‘All you need is trust’: Examining trust, information sharing, and supplier performance perception in SMEs from a social exchange perspective. *Cogent Business & Management*.
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen inovasi: Upaya meraih keunggulan kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Subba Rao, S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107–124.
- Ploenhad, J., Laoprawatchai, P., Thongrawd, C., & Jermstittiparsert, K. (2019). Mediating role of competitive advantage on the relationship of supply chain management and organizational performance on the food industry of Thailand. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(4), 216–226.
- Porter, M. E. (1995). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Pujawan, I. N., & Mahendrawathi, E. R. (2017). *Supply chain management* (3rd ed.). Penerbit Andi.
- Rizki, G., & Nursyamsiah, S. (2023). Pengaruh ketahanan rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing: Studi empiris UMKM di Kota Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 1–17.
- Rusdiana, D. H. A. (2014). *Manajemen operasional*. CV Pustaka Setia.
- Sara, A., Langga, L., & Sari, S. P. (2023). Pengaruh manajemen rantai pasokan dan keunggulan kompetitif terhadap kinerja usaha rumah makan. *Scientific Journal of Management and Business*, 3(1), 1–10.
- Saunila, M., Ukko, J., & Jääskeläinen, A. (2024). The importance of performance measurement and management in sustainable supply chain governance among SMEs. *International Journal of Operations and Production Management*, 44(13), 229–250.
- Siagian, Y. M. (2007). *Aplikasi supply chain management dalam dunia bisnis*. PT Grasindo.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharto, R. (2018). Analisa pengaruh supply chain management terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. *Business Accounting Review*, 1(2), 1–10.

- Sunyoto, D., & Mulyono, A. (2022). *Manajemen bisnis ritel*. CAPS.
- Suryana, A., Mukhsin, M., & Satyanegara, D. (2023). Peran mediasi keunggulan bersaing dalam pengaruh hubungan pengelolaan rantai pasokan terhadap kinerja usaha UKM penjual pakaian di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8(1), 224–236.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (2009). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Tfuakani, D. G., Tukan, A. L., Mangngi, E. W. D., & Dima, E. T. Y. (2025). Dampak globalisasi terhadap perekonomian Indonesia. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(3), 959–964.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen ritel: Strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia*. Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2014). *Manajemen ritel: Strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia* (Edisi 3). Salemba Empat.
- Utomo, T. J. (2011). Persaingan bisnis ritel: Tradisional vs modern. *Fokus Ekonomi*, 6(1).
- Waluyo, M. R., Nurfajriah, Swantoro, H. A., Filbert, E., & Imanda, P. (2020). Construction of collaboration model of supply chain management on business performance and sustainable competitive advantage using SEM method. *Journal of Physics: Conference Series*, 1569(4).
- Wardana, A., & Kusmantini, T. (2024). Pengaruh supply chain management terhadap kinerja UKM yang dimediasi oleh keunggulan bersaing. *Ekonomi & Bisnis*, 23(2), 125–134.
- Wibowo. (2016). *Manajemen kinerja* (Edisi 5). PT RajaGrafindo Persada.
- Wulandari, R., Polla, J. R., & Novita, N. (2016). Analisis peningkatan daya saing ekspor UMKM cenderamata di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(1).