



PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT, TOTAL QUALITY MANAGEMENT, MARKETING CAPABILITY TERHADAP COMPETITIVE ADVANTAGE PERUSAHAAN KECAP

Farhan Kusuma Ramadhan

MNC University

Lutfi Alhazami

MNC University

Alamat: Jl. Panjang No.1, RT.1/RW.3, Kedoya Utara, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11520

Korespondensi penulis: farhan.kusuma9191@gmail.com

Abstract. *Intense competition requires companies to continue to maintain their maximum level of production. that is, it basically develops from the value that the organization is able to create to its buyers. This study aims to determine the effect of supply chain management, total quality management, and marketing capability on competitive advantage in the Majalengka Triangle soy sauce company as one of the companies that produce soy sauce since 1958. This study was conducted with a quantitative approach and associative research design with a sample of 51 respondents. The instrument used by researchers is a questionnaire. Quality testing on research instruments is a test of validity and reliability. Data analysis uses descriptive analysis, while for hypothesis testing using multiple linear regression analysis with the help of Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 25. The results of this study explain that there is a positive and significant relationship between supply chain management, total quality management, marketing capability to competitive advantage with a correlation coefficient value below 0.05. This analysis is conducted on one company and does not take into account other variables or moderator variables that affect supply chain management.*

Keywords: *supply chain management, total quality management, marketing capability, competitive advantage.*

Abstrak. ketatnya persaingan menuntut perusahaan untuk terus mempertahankan tingkat produksi maksimumnya. yaitu pada dasarnya berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh organisasi kepada pembelinya. usaha kecap di Kabupaten Majalengka merupakan salah satu sektor industri makanan yang dapat di kategorikan sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah. Menuntut perusahaan untuk menerapkan *competitive advantage* untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *supply chain management*, *total quality management*, dan *marketing capability* terhadap *competitive advantage* pada perusahaan kecap sebagai salah satu perusahaan yang memproduksi kecap sejak 1958. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan desain penelitian asosiatif dengan jumlah sampel sebanyak 51 responden. Instrumen yang digunakan peneliti adalah kuesioner. Pengujian kualitas pada instrumen penelitian yaitu uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, sedangkan untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 25. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *supply chain management*, *total quality management*, *marketing capability* terhadap *competitive advantage* dengan nilai koefisien korelasi di bawah 0.05. Analisis ini dilakukan pada satu perusahaan dan tidak memperhitungkan variabel lain atau variabel moderator yang ikut mempengaruhi *supply chain management*.

Kata kunci: *supply chain management, total quality management, marketing capability, competitive advantage.*

LATAR BELAKANG

Di era global seperti saat ini, persaingan dalam dunia perusahaan manufaktur semakin lama semakin ketat. Menurut Thrisna (2021), seiring bertambahnya zaman, perekonomian juga mengalami peningkatan serta perkembangan yang diikuti dengan banyaknya bisnis yang selalu tumbuh mengikuti perkembangan zaman. Permintaan konsumen juga ikut mengalami peningkatan. Perusahaan harus teliti dan cermat dalam mengikuti permintaan dari konsumen yang menginginkan kualitas terbaik dengan harga yang relatif rendah. Untuk memenuhi tuntutan konsumen perusahaan harus mampu meningkatkan nilai dan strategi yang baik. Para pemimpin perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan keunggulan perusahaannya, sehingga bisa tetap unggul dan siap bersaing dengan para pesaingnya.

Menurut Iqbal & Kusri (2018), ketatnya persaingan menuntut perusahaan untuk terus mempertahankan tingkat produksi maksimumnya. Perusahaan harus mampu memenuhi permintaan pasar dengan tingkat penjualan yang maksimum. perusahaan harus senantiasa terus meningkatkan inovasi dalam produk maupun layanan untuk tetap unggul di pasar dan tidak tertinggal oleh para kompetitor. Perusahaan perlu merencanakan strategi yang baik agar tetap bisa bertahan dalam menghadapi persaingan global. Perusahaan harus mampu bersaing untuk mempertahankan *competitive advantage* atau keunggulan bersaing, kualitas dan nilai perusahaan sehingga dapat terus bertahan diantara para pesaing yang semakin luas. Alasan mengapa peneliti memilih perusahaan kecap karena perusahaan ini termasuk ke dalam perusahaan yang cukup lama berkecimpung dalam industri kecap di wilayah Majalengka. Kemudian, alasan peneliti memilih perusahaan kecap di wilayah Majalengka sebagai subjek penelitiannya karena Majalengka memiliki ciri khas yang melekat di kota tersebut yaitu tempat produksi kecap yang berjalan turun temurun dari sejak dahulu, sehingga hal ini menarik untuk dibahas dalam segi *competitive advantage* perusahaan kecap. Peneliti berharap ketika nanti hasil penelitian ini berpengaruh serta sesuai dengan harapan, dapat menjadi motivasi bagi perusahaan kecap lainnya yang belum menerapkan konsep *supply chain management*, TQM (*total quality management*), dan *marketing capability*.

KAJIAN TEORITIS

Menurut Terry (1968), manajemen adalah suatu proses tersendiri yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan dengan menggunakan orang dan sumber daya. Menurut Follet (2003), manajemen adalah seni menyelesaikan sesuatu melalui orang lain. Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, koordinasi dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan secara efisien dan efektif.

Menurut Handoko (1984), manajemen operasional adalah kinerja kegiatan manajemen yang dilakukan dalam pemilihan, perencanaan, inovasi, operasi, dan pemantauan sistem produksi. Manajemen operasional adalah proses penggunaan fungsi manajemen yang berkelanjutan dan efektif untuk mengintegrasikan sumber daya yang berbeda secara efektif untuk mencapai tujuan. Manajemen operasional adalah upaya mengelola elemen berbagai faktor produksi yang digunakan, seperti sumber daya manusia (SDM), bahan mentah, mesin, peralatan dan faktor produksi lainnya agar dapat digunakan secara optimal (Azara, 2020). Menurut Christopher (1998), *supply chain management* adalah pengelolaan hubungan hulu ke hilir atau pemasok ke konsumen untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggan dan mengurangi biaya rantai pasokan secara keseluruhan. *Supply chain management* adalah koordinasi semua kegiatan rantai pasokan, dimulai dengan bahan mentah dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. *Supply chain management* mencakup pemasok, perusahaan manufaktur atau penyedia layanan, perusahaan distribusi, grosir atau pengecer yang menyediakan produk atau layanan kepada konsumen akhir (Heizer & Render, 2011).

Menurut Tjiptono & Diana (2001), *total quality management* merupakan pendekatan dalam meningkatkan produktivitas organisasi (kinerja kuantitatif) meningkatkan kualitas (menurunkan kesalahan dan tingkat kerusakan), meningkatkan efektifitas pada semua kegiatan, meningkatkan efisiensi (menurunkan sumber daya melalui peningkatan produktivitas), dan mengerjakan segala sesuatu yang benar dengan cara yang tepat.

Marketing capability didefinisikan sebagai proses integratif yang dirancang untuk menerapkan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya perusahaan yang memungkinkan bisnis untuk menambah nilai barang atau jasa dalam menghadapi persaingan kompetitif di pasar (Vorhies dan Harker, 2000). *Marketing capability* dari perusahaan merujuk pada kemampuan perusahaan untuk melakukan diferensiasi atas

produk dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan melebihi pesaing (Yong dan Elsy, 2016). Menurut Tan dan Sousa (2015).

Menurut Porter (2018), *competitive advantage* adalah kemampuan perusahaan secara efisien dan efektif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan produk atau jasa yang bernilai lebih besar atau dengan biaya lebih rendah. Kemampuan sebuah perusahaan atau bisnis dalam strategi untuk menghasilkan keuntungan lebih dari pesaing di industri sejenis. Strategi keunggulan bersaing yang diterapkan oleh perusahaan berdampak pada perusahaan itu sendiri, di mana perusahaan akan memiliki keahlian untuk belajar membaca kondisi pasar lebih cepat dari persaingan dan mampu mengeksekusi rencana pemasaran yang sesuai dengan kondisi pasar. Keunggulan bersaing adalah situasi di mana suatu perusahaan dinilai lebih besar dari nilai rata-rata dari pada rata-rata pesaing yang berasal dari berbagai keunggulan dalam kegiatan perusahaan, seperti desain, produksi, pemasaran, penjualan, dan strategi bisnis lainnya (Nainggolan, 2018).

Berdasarkan penelitian Syahreva & Alhazami (2022), diperoleh hasil *supply chain management* memiliki pengaruh terhadap *competitive advantage* UMKM industri kuliner di Jakarta Barat. Berdasarkan penelitian Maddeppungeng et al., (2016), diperoleh hasil *total quality management* memiliki pengaruh terhadap *competitive advantage* perusahaan konstruksi di DKI Jakarta. Berdasarkan penelitian Widyanesti & Masyithah (2018), *marketing capability* memiliki pengaruh terhadap *competitive advantage*. dan membuktikan bahwa *pricing capabilities*, *product capabilities*, dan *marketing communication capabilities* menjadi indikator yang mewakili untuk mengukur *marketing capability* terhadap *competitive advantage* hotel di kota Bandung.

Berikut rumusan hipotesis penelitian berdasarkan penjabaran hubungan antar variabel yang telah dijelaskan dalam kerangka pemikiran sebelumnya.

a. *Supply Chain Management* dan *Competitive Advantage* (Hipotesis 1)

$H_0 = \text{Supply chain management tidak berpengaruh terhadap competitive advantage}$

$H_a = \text{Supply chain management berpengaruh terhadap competitive advantage}$

b. *Total Quality Management* dan *Competitive Advantage* (Hipotesis 2)

$H_0 = \text{Total quality management tidak berpengaruh terhadap competitive advantage}$

$H_a = \text{Total quality management berpengaruh terhadap competitive advantage}$

c. *Marketing Capability* dan *Competitive Advantage* (Hipotesis 3)

H_0 = *Marketing capability* tidak berpengaruh terhadap *competitive advantage*

H_a = *Marketing capability* berpengaruh terhadap *competitive advantage*

d. *Supply Chain Management, Total Quality Management, Marketing Capability* dan *Competitive Advantage* (Hipotesis 4)

H_0 = *Supply chain management, total quality management, marketing capability* tidak berpengaruh terhadap *competitive advantage*

H_a = *Supply chain management, total quality management, marketing capability* berpengaruh terhadap *competitive advantage*

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang melibatkan perhitungan angka sebagai *tool* untuk menemukan hasil tentang apa yang ingin diketahui peneliti. Peneliti memilih jenis penelitian kuantitatif karena ingin mengetahui dan membuktikan pengaruh *supply chain management, total quality management, marketing capability* dan *competitive advantage*. Variabel penelitian merupakan indikator keberhasilan penelitian yang paling penting karena menjadi subjek penelitian atau menjadi fokus penelitian. populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan dari kecap Majalengka sebesar 60 karyawan maka diambil responden dilihat dari tabel ISAAC ketentuan 5% didapatkan hasil sebanyak 51. Penulis menggunakan cara dengan *simple random sampling* dalam menentukan sampel. Teknik pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert dengan beberapa pernyataan. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas, untuk uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas sedangkan untuk uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji T, uji F dan uji korelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

a). Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur suatu instrumen penelitian untuk dapat dikatakan valid atau tidak.

PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT, TOTAL QUALITY MANAGEMENT, MARKETING CAPABILITY TERHADAP COMPETITIVE ADVANTAGE PERUSAHAAN KECAP

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,501	0,275	Valid
X1.2	0,471	0,275	Valid
X1.3	0,486	0,275	Valid
X1.4	0,391	0,275	Valid
X1.5	0,423	0,275	Valid
X1.6	0,431	0,275	Valid
X1.7	0,466	0,275	Valid
X1.8	0,611	0,275	Valid
X1.9	0,539	0,275	Valid
X1.10	0,551	0,275	Valid
X1.11	0,590	0,275	Valid
X1.12	0,586	0,275	Valid
X1.13	0,529	0,275	Valid
X1.14	0,535	0,275	Valid
X1.15	0,560	0,275	Valid
X1.16	0,612	0,275	Valid
X1.17	0,499	0,275	Valid
X1.18	0,527	0,275	Valid
X1.19	0,471	0,275	Valid
X1.20	0,527	0,275	Valid
X2.1	0,436	0,275	Valid
X2.2	0,596	0,275	Valid
X2.3	0,740	0,275	Valid
X2.4	0,750	0,275	Valid
X2.5	0,570	0,275	Valid
X2.6	0,432	0,275	Valid
X3.1	0,774	0,275	Valid
X3.2	0,888	0,275	Valid
X3.3	0,761	0,275	Valid
Y1	0,529	0,275	Valid
Y2	0,500	0,275	Valid
Y3	0,304	0,275	Valid
Y4	0,438	0,275	Valid
Y5	0,531	0,275	Valid
Y6	0,398	0,275	Valid
Y7	0,458	0,275	Valid
Y8	0,445	0,275	Valid
Y9	0,466	0,275	Valid
Y10	0,480	0,275	Valid
Y11	0,512	0,275	Valid
Y12	0,526	0,275	Valid

Berdasarkan pada data diatas, menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa variabel *supply chain management* (X1) dikatakan Valid karena r hitung > dari r tabel yaitu sebesar 0,275. Berdasarkan pada data diatas, menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa variabel *total quality management* dikatakan Valid karena r hitung > dari r tabel yaitu sebesar 0,275. Berdasarkan pada data diatas, menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa variabel *total quality management* dikatakan Valid karena r hitung > dari r tabel yaitu sebesar 0,275. Berdasarkan pada data diatas, menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa variabel *total quality management* dikatakan Valid karena r hitung > dari r tabel yaitu sebesar 0,275.

b). Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai kritis	Keterangan
SCM (X1)	0,818	0,60	Reliabel
TQM (X2)	0,621	0,60	Reliabel
MC (X3)	0,731	0,60	Reliabel
CA (Y)	0,708	0,60	Reliabel

Dengan hasil pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha diperoleh pada setiap variabel > 0.60, maka hal ini menunjukkan pada instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini memiliki reabilitas yang baik atau instrumen penelitian reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a). Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200

Berdasarkan pada tabel di atas Uji Normalitas tersebut memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.200, dimana nilai tersebut > nilai signifikansi yaitu 0.05. maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi secara normal.

b). Uji Multikolinearitas

Collinearity Statistics		
Variabel	Tolerance	VIF
SCM (X1)	0,812	1,231
TQM (X2)	0,815	1,227
MC (X3)	0,850	1,177

Dari hasil tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai tolerance pada X1 sebesar 0.812, X2 sebesar 0.815, dan X3 sebesar 0.850, sedangkan nilai pada VIF adalah X1 sebesar 1.231, X2 sebesar 1.227, dan X3 sebesar 1.177. Dengan nilai pada VIF yang lebih kecil dari 10 dan nilai pada tolerance lebih besar 0,10, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas pada data penelitian ini.

c) Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Nilai Sig.	Keterangan
SCM (X1)	0,971	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
TQM (X2)	0,435	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
MC (X3)	0,565	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Pengambilan keputusan :

- Apabila nilai probabilitasnya (Nilai sig) lebih besar dari 0.05, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas
- Sebaliknya, apabila nilai probabilitasnya (Nilai sig) lebih kecil dari 0.05, maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

Dari hasil tabel di atas, dapat dilihat bahwa pada nilai signifikansi setiap variabel X1,X2 dan X3 adalah 0.971, 0.435 dan 0.565, di mana nilainya > 0.05, yang artinya pada variabel X1,X2 dan X3 tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a). Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients
	B
(Constant)	8,631
SCM (X1)	0,119
TQM (X2)	0,703
MC (X3)	0,755

Berdasarkan pada di atas, maka diperoleh suatu persamaan regresi yang dapat dirumuskan seperti berikut :

$$\hat{Y} = 8,631 + 0,119 (X1) + 0,703 (X2) + 0,755 (X3)$$

Keterangan dari hasil persamaan yaitu :

Nilai konstanta 8,631 memperlihatkan, apabila variabel *supply chain management* (X1), *total quality management* (X2), dan *marketing capability* (X3) berada pada angka 0, maka nilai yang dimiliki oleh *competitive advantage* adalah sebesar 8,631.

Supply chain management (X1) memiliki pengaruh positif terhadap *competitive advantage* (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,119, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel *supply chain management* maka akan mempengaruhi *competitive advantage* sebesar 0,119, dengan asumsi variabel lain tidak di teliti dalam penelitian ini.

Variabel *total quality management* (X2) memiliki pengaruh positif terhadap *competitive advantage* (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,703, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel *total quality management* maka akan mempengaruhi *competitive advantage* sebesar 0,703, dengan asumsi variabel lain tidak di teliti dalam penelitian ini.

Sedangkan variabel *marketing capability* (X3) memiliki pengaruh positif terhadap *competitive advantage* (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,755, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel *marketing capability* maka akan mempengaruhi *competitive advantage* sebesar 0,755, dengan asumsi variabel lain tidak di teliti dalam penelitian ini.

b). Uji T

Variabel	Sig.
SCM (X1)	0,034
TQM (X2)	0,000
MC (X3)	0,006

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen (*competitive advantage*). Dengan dasar keputusannya adalah:

Jika Probabilitas (Sig) $\geq 0,05$, maka H0 diterima dan H1 ditolak, artinya tidak signifikan

Jika Probabilitas (Sig) $\leq 0,05$, maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya signifikan

Tabel di atas memperlihatkan koefisien variabel *supply chain management* dengan nilai Sig = 0,034 sehingga lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,05 > 0,034$, maka H1 diterima dan H0 ditolak sehingga dapat disimpulkan *supply chain management* berpengaruh secara signifikan terhadap *competitive advantage*.

Tabel di atas memperlihatkan koefisien variabel *total quality management* dengan nilai Sig = 0,000 sehingga lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,05 > 0,000$, maka H1 diterima dan H0 ditolak sehingga dapat disimpulkan *total quality management* berpengaruh secara signifikan terhadap *competitive advantage*.

Untuk koefisien variabel *marketing capability* dengan nilai Sig = 0,006 sehingga lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,05 > 0,006$, maka H1 diterima dan H0 ditolak sehingga dapat disimpulkan *marketing capability* berpengaruh signifikan terhadap *competitive advantage*.

c). Uji F

Variabel	Sig.
Koefisien Regresi	0,000

Pada tabel di atas menunjukkan hasil Uji F dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai probabilitas 0,05 atau $0,05 > 0,000$ maka H1 diterima H0 ditolak artinya koefisien regresi signifikan. Dapat disimpulkan bahwa *supply chain management*, *total quality management*, dan *marketing capability* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap *competitive advantage*.

d). Uji Korelasi

Correlations		
		DAYA SAING
SCM (X1)	Pearson Correlation	0,501
	Sig. (2-tailed)	0,000
TQM (X2)	Pearson Correlation	0,624
	Sig. (2-tailed)	0,000
MC (X3)	Pearson Correlation	0,519
	Sig. (2-tailed)	0,000

Uji korelasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh variabel independen dalam menjelaskan proporsi yang dimiliki oleh variabel dependen. Uji Korelasi juga dapat digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi dalam penelitian ini. Ketentuan dalam Uji koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

- a) Jika Sig < 0,05, maka berkorelasi
- b) Jika Sig > 0,05, maka tidak berkorelasi

Pedoman derajat hubungan sebagai berikut:

- a) Nilai pearson correlation 0,00 sampai dengan 0,20 = tidak ada korelasi
- b) Nilai pearson correlation 0,21 sampai dengan 0,40 = korelasi lemah
- c) Nilai pearson correlation 0,41 sampai dengan 0,60 = korelasi sedang
- d) Nilai pearson correlation 0,61 sampai dengan 0,80 = korelasi kuat
- e) Nilai pearson correlation 0,81 sampai dengan 1,00 = korelasi sempurna

Pada tabel di atas menunjukkan hasil sig *supply chain management* (X1) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga bisa dikatakan *supply chain management* (X1) berkorelasi. hasil sig *total quality management* (X2) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga bisa dikatakan *total quality management* (X2) berkorelasi. hasil sig *marketing capability* (X3) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga bisa dikatakan *marketing capability* (X3) berkorelasi.

Hasil nilai pearson correlation *supply chain management* (X1) sebesar 0,501 sehingga bisa dikatakan *supply chain management* (X1) hasil korelasinya korelasi sedang. Hasil nilai pearson correlation *total quality management* (X2) sebesar 0,624 sehingga bisa dikatakan *total quality management* (X2) hasil korelasinya korelasi kuat. Hasil nilai

pearson correlation *marketing capability* (X3) sebesar 0,519 sehingga bisa dikatakan *marketing capability* (X3) hasil korelasinya korelasi sedang.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Supply chain management berpengaruh terhadap *competitive advantage* perusahaan Kecap. *Total quality management* berpengaruh terhadap *competitive advantage* perusahaan Kecap. *Marketing capability* berpengaruh terhadap *competitive advantage* perusahaan Kecap. *Supply chain management*, *total quality management*, dan *marketing capability* berpengaruh terhadap *competitive advantage* perusahaan Kecap.

2. Saran

disarankan pada penelitian selanjutnya dapat melibatkan variabel lainnya yang akan lebih menyempurnakan penelitian selanjutnya

DAFTAR REFERENSI

- Ardianto, H., & Kaseng, S. (2021). Pengaruh Strategi Operasional Terhadap Daya Saing Industri Rotan di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 2(7).
- Azara, R. (2020). *Buku Ajar Manajemen Operasional Dan Implementasi Dalam Industri*. Umsida Press.
- Christopher, M. (1998). *Logistics and Supply Chain Management: Strategies for Reducing Cost and Improving Service (Second Edition)*. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 2(1), 103–104. doi:10.1080/13675569908901575
- Follet, M. P. (2003). *Prophet of Management*. Washington D.C. Harvard Business School Press.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Salemba Empat.
- Handoko, H. T. (1984). *Manajemen*. BPFE. Yogyakarta
- Heizer & Render. (2011). *Operations Management: Manajemen Operasi*. Salemba Empat.
- Ishikawa, K. (1992). *Pengendalian Mutu Terpadu*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

- Kaswan. (2014). Analisis Integrasi Supply Chain Management (SCM) Terhadap Kinerja Perusahaan dan Daya Saing pada Industri Konstruksi. Banten dan DKI Jakarta.
- Maddeppungeng, A., Abdullah, R., & Kartika, D. D. (2016). Pengaruh TQM (total quality management) dan SCM (supply chain management) terhadap daya saing pada industri konstruksi (studi kasus pada kontraktor bersertifikat iso 9001 di dki jakarta). *Jurnal Fondasi* 2(5).
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (2012). *IBM SPSS Exact Tests*. IBM Corporation.
- Nainggolan, A. (2018). Competitive Advantage Dan Upaya Meningkatkan Laba Perusahaan. *Jurnal Manajemen*. 4(1)
- Pasolong. (2012). *Teori Administrasi Publik*. Alfabeta.
- Porter, M. E. (2018). *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Erlangga.
- Pramana, Y. Kristianto. (2015). Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Jawa Timur. Manajemen/Fakultas Bisnis dan Ekonomika. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. 4(2)
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharto, R., & Devie. (2013). Analisa Pengaruh SCM Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Business Accounting Review*.
- Suliyanto. (2011). *Ekonom etrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Syahreva, D., & Alhazami, L. (2022). pengaruh supply chain management terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan pada umkm industri kuliner di jakarta barat. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi*. 1(4).
- Terry, G. R. (1968). *Principles of Management*. Illonis.
- Tjiptono, F., & A. Diana. (2001). *Total Quality Management*, Valentine. Yogyakarta.
- Wicaksono, S. S. (2021). Pengaruh Supply Chain Management (SCM) Terhadap Kinerja Perusahaan PT. Inka Multi Solusi. Bandung: UII
- Widyanesti, S., & Masyithah, S. (2018). Pengaruh Supply Chain Management Practices Dan Marketing Capability Terhadap Firm Performance Melalui Competitive Advantage. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 208. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i2.002>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis Multivariete dengan program IBM SPSS 23 (edisi i8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.