

PENINGKATAN DAYA SAING MELALUI
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PRACTICES DAN E-BUSINESS TECHNOLOGIES
(STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR BERSERTIFIKAT ISO 9000 DI INDONESIA)

MAGDALENA WULLUR
Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi Manado

Abstract: This research develops and tests the consistencies of the relation between supply chain management practice, e-business technologies and competitiveness. The data for this research is obtained from 67 companies. The relations proposed in the framework of this research are tested using multiple linear regression analysis. The findings of this research shows the impact of supply chain management practices and e-business technologies on improvement of competitiveness. Several variables, that is supply chain management practices and e-business technologies have direct impact on the improvement of competitiveness. Lastly, it is found that supply chain management practice is the variable with the most dominant impact on competitiveness.

Keywords: supply chain management practices, e-business technologies, competitiveness

Standar kualitas yang telah diakui kalangan bisnis salah satunya, adalah *International Organization for Standardization (ISO) 9000* (Chatab, 1997). *ISO 9000* merupakan sistem pengelolaan seluruh rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan sistem mutu organisasi dengan titik berat penerapan pada sistem dan proses sehingga keluaran yang dihasilkan terpelihara konsistensinya sehingga standar *ISO 9000* menjadi wajib bagi banyak produsen untuk dapat bersaing di pasar internasional, dengan menunjukkan konsistensi mutu produk yang dihasilkan (Chatab, 1997).

Produk dengan harga murah tidaklah cukup, karena penyertaan nilai, variasi produk, kecepatan respon, waktu, dan inovasi menjadi sangat penting (Indrajit dan Djokopranoto, 2002). Usaha bersama diperlukan dari para pemasok yang mengolah bahan baku dari alam menjadi komponen bahan baku, kemudian diproses menjadi produk, serta jaringan distribusi yang menyampaikan produk, hingga sampai pada pelanggan akhir (Pujawan, 2005). Kesadaran terhadap pentingnya peran semua pihak dalam menciptakan produk yang murah, berkualitas, dan cepat inilah yang kemudian melahirkan konsep baru di tahun 1990-an yaitu:

“*Supply Chain Management*” (*SCM*) (Pujawan, 2005; Zabidi, 2001).

SCM practices merupakan daya saing penting bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang cepat dengan variasi produk yang tinggi dan biaya yang rendah sehingga perusahaan dapat tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat (Gimenez and Ventura, 2003). Kerangka analisis yang sangat populer digunakan akhir-akhir ini dalam peningkatan nilai tambah dan daya saing industri adalah *SCM* (Daryanto, 2007).

Fenomenanya, meskipun cerita sukses tersebut tidak dialami oleh perusahaan-perusahaan lainnya, yang mengaku sudah mengaplikasikan *SCM practices* dengan baik (Zabidi, 2007). Persoalan *SCM* tidak berhasil akibat dari lemahnya komunikasi dan kesalahan yang berkembang, bahwa pengertian *SCM* dianggap sebagai implementasi dari sebuah perangkat lunak (*software*), kekeliruan ini dapat dimaklumi karena *SCM* masuk ke Indonesia diawali oleh para vendor yang membawa perangkat lunak (*software*), sehingga istilah *SCM* lebih dikenal sebagai *software* bukan sebagai ilmu (Berita Ekonomi, 2006).

Di Indonesia walaupun pada hakekatnya setiap perusahaan memiliki metode atau pendekatan tersendiri dalam mengelola *supply chain*, kegagalan *SCM practices* disebabkan dua masalah, yaitu: (1) Belum adanya kolaborasi, integrasi, dan koordinasi terhadap

SCM suatu perusahaan (Zabidi, 2007). (2) Belum tercapainya tingkat persaingan, tuntutan konsumen, dan khususnya dukungan *electronic business (e-business) technologies* yang masih menjadi perdebatan (Said, 2006). Wahid *et al.* (2007) menyatakan bahwa pada bulan September 2005 pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 15.3 juta, meningkat dari sebelumnya hanya 400,000 pada tahun 2000 sampai dengan 1.08 juta pada akhir tahun 2004 dengan daerah Yogyakarta sebagai pengguna terbanyak. Hal ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan *e-business technologies* mengalami peningkatan. Namun demikian pemanfaatan untuk bisnis berada pada urutan kesebelas, walaupun tidak ditutup kemungkinan para pengguna untuk *supply chain* termasuk pada pengguna untuk mencari “informasi” pada urutan pertama dan untuk “*e-mail*” pada urutan kedua.

Ducker (1995) memberikan *outline* yang kuat mengenai kemungkinan *e-business technologies* menjadi bagian yang terbesar dalam mengelola bisnis. Pengembangan *e-business technologies* dapat memberikan daya saing (McKeown and George, 2003). Byrd and Davidson (2003) menemukan bahwa *e-business technologies* berdampak terhadap daya saing. *E-Business technologies* yang baru membawa pada daya saing dalam perbaikan kualitas dan rantai pasokan (*supply chain*) (Lee

and Whang, 2005; Rudberg and Olhager, 2003).

Dewasa ini, kehadiran *E-Business Technologies* berperan mengelola *supply chain* dalam menghadapi persaingan (Fang *et al.*, 2006) sehingga mempengaruhi banyak perusahaan melakukan inisiatif menghubungkan antara proses *supply chain* dari perusahaan-perusahaan yang berbeda untuk menciptakan efisiensi dan mendapatkan daya saing (Lee *et al.*, 1997). Tujuan dari investasi ke dalam *e-business technologies* adalah untuk menciptakan integrasi antara pelbagai perusahaan yang ada dalam *supply chain*, dan agar ini bisa terwujud, diperlukan pembagian informasi secara akurat dan tepat waktu serta memerlukan adanya koordinasi terhadap kegiatan antar unit bisnis, jika informasi dari salah satu ujung *supply chain* ke ujung lainnya mengalami distorsi, maka itu bisa menimbulkan perubahan jumlah pesanan yang terlalu besar sehingga menimbulkan inefisiensi yang sangat besar (Lee *et al.*, 1997).

Penelitian terhadap integrasi antara *SCM practices*, *e-business technologies*, dan daya saing ini dengan didukung empat teori, yaitu: Pertama, pandangan berbasis sumber daya (*Resource Based View = RBV*). *RBV* dapat menjadi landasan teori bagi pengembangan *e-business technologies* yang di ajukan di sini karena *e-business technologies* ini merujuk pada kemampuan perusahaan melakukan

strategi kerjasama dengan pemasok dan konsumen. Kedua, teori transaksi biaya (*Transactional Cost Theory = TCE*). *TCE* sekarang makin banyak digunakan oleh para peneliti untuk meneliti masalah-masalah dalam *SCM* (Devaraj *et al.*, 2007; Rindfleisch and Heide, 1997; Johnson *et al.*, 2007). *TCE* mengurangi biaya untuk melakukan pertukaran informasi dan untuk memasukkan informasi itu ke dalam proses pengambilan keputusan (Johnson *et al.*, 2007) yang selanjutnya dapat berpengaruh terhadap daya saing.

Motivasi penelitian yaitu: pertama, mengkaji fenomena yang terjadi di Indonesia dimana perusahaan akhirnya terdorong melakukan *SCM practices* namun menghadapi kenyataan kegagalan untuk daya saing (Said, 2006 dan Soo, 2006b). Kedua, Li *et al.* (2007) melakukan penelitian pada *The Society of Manufacturing Engineers (SME) in USA and the attendees at the Council of Logistics Management (CLM) conference in 2000, New Orleans, USA* sehingga perlu pembuktian untuk daya generalisasinya pada perusahaan manufaktur dan responden para eksekutif yang memahami *SCM practices* dan *e-business technologies*.

Perbedaan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, studi ini menguji konsistensi dan mengembangkan pengaruh *SCM practices*, *e-business technologies*, terhadap daya saing. Adapun masalah

penelitian dirumuskan sebagai berikut: (1) Apakah terdapat pengaruh secara serentak dari *SCM practices* dan *e-business technologies* terhadap daya saing. (2) Apakah terdapat pengaruh secara parsial dari *SCM practices* dan *e-business technologies* terhadap daya saing (3) Diduga variabel *SCM practices* berpengaruh paling dominan terhadap daya saing.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *explanatory research* (Sugiyono, 2002). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survai. Data yang dikumpulkan bersifat *cross sectional*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang bersertifikat *ISO 9000*. Unit analisis dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang bersertifikat *ISO 9000* di Indonesia. Daftar yang diperoleh sebanyak 183 perusahaan yang memenuhi kriteria untuk menjadi populasi yaitu: (1) Perusahaan manufaktur. (2) Bersertifikat *ISO 9000* dan (3) Mempunyai alamat *e-mail* atau *website* di Indonesia. Penentuan ukuran sampel ditentukan dengan pendekatan Yamane (1973) dalam Ferdinand (2006) dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

Keterangan: n = Jumlah sampel, N = Ukuran populasi, d = Presisi yang ditetapkan d sebesar 10%

$$n = \frac{183}{1 + 183(0.1)^2} = 64,7 \approx 65$$

Didapatkan jumlah sampel minimal yang ditetapkan sebanyak 65 (kuisisioner). Teknik penarikan sampel atau jenis pendekatan *sampling* yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jenis *sampling* yaitu *simple random sampling*. Karakteristik para responden dipastikan memiliki kemampuan yang memadai untuk memberikan respon secara akurat terhadap kuisisioner yang dikirimkan kepada mereka, maka ditetapkan bahwa yang harus menjadi informan bagi survai ini adalah para manager senior, yaitu: mereka memiliki gelar jabatan seperti “wakil presiden”, “manager”, “direktur” dan yang bidang keahlian fungsionalnya adalah “operasional”, “produksi”, “manufaktur”, dan “teknologi informasi”. Setelah diadakan pemeriksaan terhadap kelengkapan-kelengkapan maka kuisisioner yang dapat diperoleh sebanyak 67 kuisisioner.

Defenisi-definisi operasional konstruk yang dianalisis dalam penelitian ini dapat diidentifikasi: *SCM practices*, menggunakan skala Likert 5 poin, terdiri dari: (a) *Strategic supplier partnership*, mengacu pada pertimbangkan kualitas sebagai kriteria pertama dalam memilih pemasok, memecahkan masalah

bersama dengan pemasok, menolong pemasok meningkatkan kualitas produk mereka, meningkatkan program yang melibatkan pemasok utama, melibatkan pemasok utama dalam aktifitas perencanaan dan *goal-setting* dan secara aktif melibatkan pemasok utama dalam proses pengembangan produk baru. (b) *Customer relationship*, mengacu pada sering berinteraksi dengan para konsumen untuk menetapkan standar keandalan produk, mengevaluasi kepuasan konsumen, meneliti harapan konsumen di masa depan, konsumen difasilitasi lebih mudah ketika memerlukan bantuan dan mengevaluasi hubungan dengan konsumen secara berkala. (c) *Information sharing*, mengacu pada membagi informasi dengan mitra bisnis sejak dini tentang perubahan kebutuhan, informasi rahasia perusahaan (*proprietary information*), tentang masalah-masalah yang mempengaruhi bisnis, pengetahuan tentang proses bisnis inti, perencanaan bisnis dan tentang perubahan yang bisa mempengaruhi rekan yang lain. (d) *Information quality*, mengacu pada pertukaran informasi secara tepat waktu selalu dilakukan, akurat, lengkap, memadai dan handal. (e) *Internal lean practices*, mengacu pada mengurangi waktu untuk persiapan produksi, secara kontinyu mengadakan program pengembangan kualitas, menggunakan sistem produksi “*pull*”, pemasok ditekan untuk memperpendek *lead-times* dan mengefektifkan

pekerjaan administratif dari pemasok. (f) *Structural initiative*, mengacu pada merubah bentuk formalisasi berdasarkan organisasi *supply chain*, program eksekutif yang dibuat dapat menunjang penerapan *supply chain* dan memiliki sumber daya yang mampu beradaptasi dengan kebutuhan penerapan *supply chain*.

E-business technologies, menggunakan skala Likert 5 poin (Devaraj *et al.*, 2007), terdiri dari: (a) *E-business customer*, mengacu pada memungkinkan konsumen untuk memesan produk, mengubah pesanan sesuai dengan keinginan, dan memeriksa status dari pengerjaan pesanan mereka secara *online*. (b) *E-business purchasing*, mengacu pada menemukan dan menyeleksi komponen dari pemasok secara *online* serta membeli bahan baku lewat pelelangan *online*. (c) *E-business collaboration*, mengacu pada menunjang sistem *elektronik data interchange (EDI)* berbasis *website*, memungkinkan dilakukannya kerjasama antara perusahaan dengan pemasok di dalam membuat penjadwalan persediaan secara *online* serta mendukung fungsi *advanced planning and scheduling*/perencanaan dan penjadwalan canggih (*APS*) untuk mengoptimalkan kinerja dari *supply chain*.

Daya Saing, menggunakan skala Likert 5 poin, terdiri dari: (a) *Cost leadership*, mengacu pada kemampuan proses manufaktur yang inovatif dan menghasilkan produk yang berkualitas secara konsisten. (b)

Innovative marketing technology, mengacu pada kemampuan mempromosikan produk, menggunakan teknik pemasaran yang inovatif dan mengendalikan jaringan distribusi.

(c) *Differentiation*, mengacu pada kemampuan untuk mengembangkan produk baru dan mengirimkan lini produk secara luas.

HASIL

Pengolahan data dengan menggunakan regresi linear, pada Tabel 1 variabel terikat pada regresi ini adalah daya saing (DS) sedangkan variabel bebasnya adalah variabel *SCM practices (SCMP)* dan *e-business technologies (EBT)*. Model regresi berdasarkan hasil analisis:

$$DS = 14.999 + 0.151SCMP - 0.143EBT + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan angka yang signifikan pada semua variabel. Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah: $b_0 = 14.999$, nilai konstan ini menunjukkan bahwa

apabila tidak ada variabel *SCM practices* dan *e-business technologies (SCMP, dan EBT = 0)*, maka daya saing sebesar 14.999. Daya saing sebesar 14.999 sebelum atau tanpa adanya variabel *SCM practices* dan *e-business technologies*, dan (*SCMP dan EBT = 0*). $b_1 = 0.151$, nilai parameter atau koefisien regresi b_1 ini menunjukkan bahwa setiap variabel *SCM practices* meningkat, maka daya saing akan meningkat sebesar 0.151 kali atau dengan kata lain setiap peningkatan daya saing dibutuhkan variabel *SCM practices* sebesar 0.151, dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (*EBT = 0*). $b_2 = -0.143$, nilai parameter atau koefisien regresi b_2 ini menunjukkan bahwa setiap variabel *e-business technologies* meningkat, maka daya saing akan menurun sebesar 0.143 kali atau dengan kata lain setiap penurunan daya saing dibutuhkan variabel *e-business technologies* sebesar 0.143, dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (*SCMP = 0*).

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi

Variabel	Unstandardized Coefficients (B)	T hitung	Sig.	Keterangan
(Constant)	14.999			
<i>SCM practices (SCMP)</i>	0.151	3.994*	0.000	Signifikan
<i>e-business technologies (EBT)</i>	-0.143	-2.193*	0.032	Signifikan
R		= 0.448		
R Square		= 0.201		
F hitung		= 8.044		
F tabel		= 3.140		
Sign. F		= 0.000		
α		= 0.05		

Sumber data : Data primer yang diolah

Keterangan : - Jumlah data (observasi) = 67

- Dependent Variabel DS

- * signifikan pada level 5 %, nilai t table 1.998

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

	Hipotesis Alternatif (Ha)	Nilai	Status
1	Terdapat pengaruh secara serentak dari Variabel <i>SCM practices</i> dan <i>e-business technologies</i> terhadap daya saing	F = 8.044 Sig F = 0.000 F _{tabel} = 3.140	H1a tidak ditolak H1o ditolak

Tabel 3 Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

	Hipotesis Alternative (Ha)	Nilai	Status
21	Variabel <i>SCM practices</i> berpengaruh terhadap daya saing	t = 3.994* Sig t = 0.000 t _{tabel} = 1.998	H21a tidak ditolak H21o ditolak
22	Variabel <i>e-business technologies</i> berpengaruh terhadap daya saing	t = -2.193* Sig t = 0.032 t _{tabel} = -1.998	H22a tidak ditolak H22o ditolak

Sumber data : Data Primer yang diolah

* signifikan pada level 5 %

PEMBAHASAN

Apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh signifikan secara bersama-sama dilihat dengan menggunakan uji F. Berdasarkan Tabel 1 tersebut untuk melihat pengaruh secara serentak dilakukan dengan Uji F. Hipotesis yang pertama dilakukan dengan Uji F yaitu pengujian secara serentak pengaruh *SCM practices (SCMP)* dan *e-business technologies (EBT)* terhadap daya saing. Pada pengujian ini Ha tidak ditolak dengan ditunjukkan dengan besarnya F_{hitung} sebesar 8.044. Nilai ini lebih besar dari F tabel ($8.044 > 3.140$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup signifikan secara serentak dari Variabel *SCM practices (SCMP)* dan *e-business technologies (EBT)* terhadap daya saing.

Hasil penelitian ini mendukung bahwa *SCM* sebagai *new perspektif* bisnis berdampak terhadap daya saing perusahaan (Gimenez and Ventura, 2003). Herikson and Nyberg (2005) menemukan bahwa dengan menekankan pada penerapan strategi yang menyatakan bahwa strategi diperlukan untuk memenangkan persaingan, di antaranya strategi mengelola kualitas yang salah satunya dengan *SCM Practices* hingga tercapai daya saing. Strategi harus dipadukan dengan pelbagai aspek internal dan eksternal perusahaan. Pada perusahaan manufaktur bersertifikat *ISO 9000*, *SCM Practices* meningkatkan daya saing (Associates, 2004) dengan adanya penurunan biaya, dan kepuasan lebih besar yang dirasakan para pelanggan internal maupun pelanggan eksternal merupakan bentuk dari keuntungan

penting implementasi program manajemen kualitas di dalam organisasi (Li *et al.*, 2006). Realisasi dari program manajemen kualitas ini, bersama-sama dengan kebutuhan untuk dapat terus hidup dalam dunia perdagangan dengan persaingan yang senantiasa meningkat, tidak boleh tidak mendorong perubahan sikap manajemen terhadap struktur internal dalam sebuah organisasi. *SCM practices* yang dijalankannya dengan baik, menjadikan perusahaan terus mampu memenuhi harapan dan keinginan pelanggan. Era globalisasi, perusahaan juga bersaing dengan pesaing dari luar negeri yang menuntut perusahaan harus mampu menyajikan setiap pekerjaan dengan baik, dalam rangka menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi dengan harga yang wajar dan bersaing (Indrajit dan Djokopranoto, 2002). Penggunaan *e-business* adalah benar-benar merupakan sebuah cara yang efektif untuk bersaing dan bahwa implementasi dari integrasi sistem informasi benar-benar membawa dampak yang besar terhadap daya saing.

Apakah terdapat pengaruh secara parsial dari *SCM practices*, *e-business technologies*, terhadap daya saing, digunakan uji t. Tabel 2 menunjukkan hasil uji t dan besarnya t Tabel pada signifikansi 5% dua sisi. Variabel *SCM practices* memiliki nilai $t_{\text{statistik}}$ sebesar 3.994. Nilai ini lebih kecil dari t tabel ($3.994 > 1.998$). Pengujian menunjukkan H21_a tidak ditolak atau

H21_o ditolak. Hasil ini memperlihatkan bahwa variabel *SCM practices* berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing. Hasil ini memperlihatkan bahwa variabel *SCM practices* berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Li *et al.* (2006) dan Soo, (2006a; 2006b), yang menemukan semakin tinggi tingkat penerapan *SCM Practices* maka semakin tinggi pula daya saing. Hal ini berarti bahwa perusahaan dengan level *SCM Practices* yang lebih tinggi memiliki level daya saing yang lebih tinggi pula. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Djohar *et al.* (2003) bahwa *SCM Practices* tidak berpengaruh terhadap daya saing. Sasaran untuk berada dalam *supply chain* menjadi sasaran dari setiap perusahaan. Peningkatan biaya dan pelayanan tidak dapat dicapai hanya oleh sebuah perusahaan, sekarang ini hanya bisa dimulai melalui kerjasama antar perusahaan-perusahaan.

Variabel *e-business technologies* memiliki nilai $t_{\text{statistik}}$ sebesar -2.193. Nilai ini lebih kecil dari t tabel ($-2.193 < -1.998$). Pengujian menunjukkan H22_a ditolak atau H22_o tidak ditolak. Hasil ini memperlihatkan bahwa variabel *e-business technologies* berpengaruh secara signifikan negatif terhadap daya saing. Hasil ini memperlihatkan bahwa variabel *e-business technologies* berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing. Hasil

penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang mengemukakan bahwa *e-business technologies* dapat menciptakan keunggulan kompetisi dan meningkatkan efisiensi operasional (Barua *et al.*, 1995). Melalui pengetahuan *e-business technologies* khusus mampu meningkatkan daya saing (Devaraj *et al.*, 2006). *e-business technologies* secara internal dan eksternal dalam tubuh perusahaan sendiri mendukung kemampuan *supply chain* dengan kemampuan dari kepemimpinan biaya (Soo, 2006b; Johnson, 2003). Strategi penciptaan nilai dari *e-business* melalui peningkatan kemampuan untuk mendukung bisnis untuk pekerjaan yang lebih baik untuk meningkatkan daya saing dan memulihkan kekuatan dari model *low-cost* (Lee and Whang, 2005). Hal ini menjadi pertimbangan bahwa *e-business technologies* dapat berpengaruh langsung terhadap daya saing.

Variabel bebas manakah yang paling dominan mempengaruhi daya saing dengan melihat nilai koefisien beta yang distandarisasi paling besar. Diketahui juga bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi daya saing adalah variabel *SCM practices (SCMP)*, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien beta terbesar yaitu sebesar 0.570. Hipotesis ini didukung oleh Arief (1993) yaitu: untuk menentukan variabel bebas yang paling menentukan (dominan) dalam mempengaruhi nilai dependen variabel

dalam suatu model regresi linear, maka gunakanlah koefisien beta (*Beta Coefficient*). koefisien tersebut disebut *standardized coefficient*. Angka ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga terbukti.

Setelah dilakukan pengujian model, maka langkah selanjutnya adalah dilakukan perhitungan korelasi untuk mengukur ketepatan garis regresi dalam menjelaskan variasi nilai variabel independen. Hasil analisis korelasi yang diperoleh dari output regresi (lampiran) mengkorelasi pengaruh yang diwakili oleh variabel *SCM practices (SCMP)* dan *e-business technologies (EBT)* terhadap daya saing diperoleh nilai $R^2 = 0.201$. Angka ini menunjukkan bahwa variasi nilai daya saing yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang diperoleh sebesar 20.1% sedangkan sisanya, yaitu 79.9%, dijelaskan oleh variabel lain di luar persamaan model. R sebesar 0.448 artinya peningkatan daya saing melalui *SCM practices (SCMP)* dan *e-business technologies (EBT)* adalah lemah.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah menghasilkan beberapa temuan penting tentang pengujian konsistensi dan pengembangan dari pengaruh *Supply Chain Management Practices (SCM practices)*, *e-business technologies*, meningkatkan daya saing secara bersama-sama dan bila di uji masing-masing pada perusahaan

manufaktur bersertifikat *ISO 9000* di Indonesia. *Supply Chain Management Practices* paling dominan berpengaruh terhadap peningkatan daya saing pada perusahaan manufaktur bersertifikat *ISO 9000* di Indonesia hal ini disebabkan pentingnya mengelola hubungan dari pemasok sampai dengan konsumen untuk meningkatkan daya saing.

SARAN

Peningkatan daya saing melalui *SCM practices (SCMP)* dan *e-business technologies (EBT)* adalah lemah pada perusahaan manufaktur yang bersertifikat *ISO 9000* dengan variabel yang paling dominan mempengaruhi adalah *SCM practices*, oleh sebab itu disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk kembali menguji konsistensi penelitian ini dengan memasukkan pengujian terhadap variabel lain seperti kegiatan operasional yang dalam hal ini dengan sangat berkaitan dengan *SCM practices* dan *e-business technologies* yaitu yang berkaitan dengan kinerjanya. Bagi perusahaan manufaktur bersertifikat *ISO 9000* di Indonesia disarankan untuk lebih meningkatkan efisiensi dan efektifitas dan *SCM practices, e-business technologies* agar semakin meningkatkan daya saing. Keterbatasannya, Studi ini hanya dilakukan pada perusahaan manufaktur dengan jenis industri tertentu saja yaitu: *drilling, chemical, plant and machinery and accesories, electrical, textile and garment, cigarettes,*

garment, steel, glass and plastic packaging. Kesemuanya ini bisa membatasi daya generalisasi dari temuan-temuan ini pada jenis industri lain dan pada perusahaan jasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, Sritua. 1993. *Metodologi Penelitian Ekonomi*, UI Press, Jakarta.
- Associates, G.H. 2004. Optimizing the Supply Chain: Gaining Competitive Advantage through Supply Chain Management, www.gh-associates.com, February, 1, 2008.
- Barua, A., C. Kriebel, and T. Mukhopadhyay. 1995. Information technologies and business value: an analytical and empirical investigation, *Information Systems Research*. **6** (1): 3-23.
- Berita Ekonomi. 2006. *Seminar dan launching lab logistics and supply management untuk dekatkan pebisnis*, Dinas Informasi dan Komunikasi. www.Jatim.co.id. Oktober, 31, 2007.
- Byrd, T. A., and N. W. Davidson. 2003. Examining possible antecedents of its impact on the supply chain and its effect on firm performance, *Information and Management*. **41**: 243-255.
- Chatab, N. 1997. *Mendokumentasikan sistem mutu ISO 9000*, Penerbit ANDI Yogyakarta.

- Daryanto. 2007. *Peningkatan nilai tambah industri perunggasan melalui supply chain management*, September, 23, 2007.
- Devaraj, S., L. Krajewski, and J.C. Wey. 2007. Impact of ebusiness technologies on operational performance: the role of production information integration in the supply chain, *Journal of Operations Management*. xxx: xxx-xxx.
- Djohar, S., H. Tanjung, and E.R. Chahyadi. 2003. Building competitive advantage on CPO through supply chain management: A case Study In PT. Eka Dura Indonesia, *Astra Argo Lestari*, Riau. Nopember, 15, 2007.
- Drucker, P.F. 1995. The information executives truly need, *Information Week*, Manhasset. **525**: 89-94.
- Fang, W., S. Yeniyurt, D. Kim, and S.R.T. Cavusgil. 2006. The impact of information technology on supply chain capabilities and firm performance: a resource-based view, *Industrial Marketing Management*. **35**: 493-504.
- Gimenez, C., and E. Ventura. 2003. SCM as a competitive advantage in Spanish grocery sector, *International Journal of Logistic Management*. **14**.
- Henriksson, T., and T. Nyberg. 2005. "Supply chain management as a source of competitive advantage a case study of three fast-growth companies", Master Thesis, Department of Business Administration School of Economics and Commercial Law.
- Indrajit, E.R., dan Djokopranoto, R. 2002. *Konsep manajemen supply chain, cara baru memandang mata rantai penyediaan barang*, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Johnson, P.F. 2003. *Supply organizational structures*, Working Paper, CAPS Research.
- Johnson, P.F., Klassen, R.D., M.R. Leenders, and A. Awaysheh. 2007. Utilizing e-business technologies in supply chains: the impact of firm characteristics and teams, *Journal of Operations Management*, doi:10.1016/j.jom.2007.01.005
- Johnson, P.F. 2003. *Supply organizational structures*, Working Paper, CAPS Research.
- Lee H.L., and S. Whang. 2005. Higher supply chain security with lower cost: lessons from total quality management, *International Journal Production Economics*. **96**: 289-300.

- Lee H.L., V. Padmanabhan, and S. Whang. 1997. The bullwhip effect in supply chains. *Sloan Management Review/Spring*.
- Li, Suhong., B. Ragu-Nathan., T.S. Ragu-Nathan, and S.S. Rao. 2006. The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega. The International Journal of Management Science*. **34**: 107-124.
- Li, Suhong., S.S. Rao., T.S. Ragu-Nathan, and B. Ragu-Nathan. 2005. Development and validation of a measurement instrument for studying supply chain management practices, *Journal of Operations Management*. **23**: 618-641.
- McKeown, I., and George. 2003. Business transformation, information technology and competitive strategies: learning to fly, *International Journal of Information Management*. **23**: 3-24.
- Pujawan, I.N. 2005. *Supply chain management*, Penerbit Guna Widya. Surabaya.
- Rindfleisch, A., and J.B. Heide. 1997. Transaction cost analysis: past, present, and future applications, *Journal of Marketing*. **61** (4), 30-54.
- Rudberg, M., and J. Olhager. 2003. Manufacturing networks and supplychains: an operations strategy perspective, *Omega*. **31** (1): 29-39.
- Said, A.I. 2006. *Rekayasa ulang supply chain management. Board member of asosiasi logistik indonesia. e-mail: ais@lppm.ac.id*. Desember, 12, 2007.
- Soo, W.K. 2006a. Effects of supply chain management practices, integration and competition capability on performance, *Supply Chain Management: An International Journal*. **11** (3): 241-248.
- Soo, W.K. 2006b. International The effect of supply chain integration on the alignment between corporate competitive capability and supply chain operational capability, *Journal of Operations & Production Management*. **26** (10): 1084-1107.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*, Cetakan Kedelapan, Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Wahid, F., B. Furuholt, and S. Kristiansen. 2007. Internet for development? patterns of use among Internet café customers in Indonesia, *SAGE Publications*. **22** (4).
- Zabidi, Y. 2001. Supply chain management: teknik terbaru dalam mengelola aliran material/produk and informasi dalam memenangkan persaingan, *Usahawan*. 02 TH XXX. Nopember, 6, 2007.