

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa dekade terakhir, dunia usaha dihadapkan pada dinamika lingkungan global yang semakin kompleks, yang ditandai oleh percepatan globalisasi, transformasi digital, perubahan iklim, krisis geopolitik, serta meningkatnya kesadaran sosial dan lingkungan dari masyarakat dan konsumen. Perubahan-perubahan tersebut tidak hanya menciptakan peluang, tetapi juga menimbulkan berbagai tantangan strategis yang harus dihadapi oleh pelaku usaha, baik skala besar maupun kecil. Salah satu implikasi utama dari dinamika ini adalah meningkatnya tuntutan terhadap praktik bisnis yang tidak hanya efisien secara ekonomi, tetapi juga berkelanjutan secara sosial dan lingkungan.

Keberlanjutan (*sustainability*) telah menjadi tema sentral dalam pengelolaan bisnis modern. Konsep ini mendorong perusahaan untuk menyeimbangkan kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam setiap pengambilan keputusan strategis. Dalam konteks ini, pengelolaan rantai pasok (*supply chain management*) tidak lagi hanya berfokus pada efisiensi biaya dan kecepatan distribusi, melainkan juga harus memperhatikan dimensi keberlanjutan di seluruh tahapan, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, distribusi, hingga pasca-konsumsi. Inilah yang kemudian dikenal sebagai manajemen rantai pasok berkelanjutan (*sustainable supply chain management*).



Organisasi internasional seperti *United Nations Global Compact* dan *World Economic Forum* secara konsisten menekankan pentingnya implementasi prinsip-prinsip keberlanjutan dalam manajemen rantai pasok. Keberhasilan penerapan

prinsip-prinsip ini tidak hanya membawa manfaat bagi lingkungan dan masyarakat, tetapi juga memberikan dampak langsung terhadap kinerja dan daya saing perusahaan. Hal ini menjadikan manajemen rantai pasok berkelanjutan sebagai salah satu strategi kunci dalam menjawab tantangan global.

Data dari *Carbon Disclosure Project* (2024) menunjukkan bahwa emisi karbon dari rantai pasok sebuah perusahaan dapat mencapai 26 kali lebih besar dibandingkan emisi dari operasional internalnya. Fakta ini menegaskan bahwa pengelolaan rantai pasok yang berkelanjutan menjadi instrumen penting dalam upaya pengurangan emisi dan pencapaian target iklim global. Lebih dari itu, UN Global Compact (2022) mengungkapkan bahwa perusahaan yang mengadopsi prinsip keberlanjutan terbukti memiliki resiliensi bisnis yang lebih tinggi dalam menghadapi krisis maupun disrupsi pasar.

Manajemen rantai pasok berkelanjutan bertujuan untuk memastikan bahwa produk dan layanan yang dipasok berasal dari sumber yang etis, ramah lingkungan, serta memperhatikan hak-hak pekerja (Deloitte, 2024). Praktik ini tidak hanya berorientasi pada tanggung jawab sosial dan lingkungan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Implementasi yang baik dari manajemen rantai pasok berkelanjutan dapat memperkuat citra merek, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta menghindarkan perusahaan dari risiko hukum atau kerusakan reputasi.

Lebih jauh, pendekatan ini juga berkontribusi pada efisiensi operasional jangka panjang, seperti pengurangan limbah dan efisiensi energi. Data dari *United Nation Global Compact* (2022) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa perusahaan yang mengadopsi praktik rantai pasok berkelanjutan mampu

atkan daya saing melalui penurunan biaya, percepatan inovasi, dan tan kualitas layanan. Kolaborasi lintas rantai pasok pun menjadi lebih



erat, memungkinkan terciptanya nilai tambah yang lebih besar bagi seluruh pemangku kepentingan. Namun demikian, untuk mewujudkan rantai pasok yang berkelanjutan dan bernilai tambah tersebut, perusahaan juga perlu memiliki kapabilitas dalam mengelola berbagai risiko dan ketidakpastian yang dapat menghambat jalannya operasional.

Di tengah lingkungan bisnis yang semakin tidak pasti dan kompleks, kemampuan manajemen risiko menjadi salah satu kapabilitas kunci yang harus dimiliki oleh perusahaan, khususnya yang beroperasi di kawasan industri. Dalam konteks manajemen rantai pasok, kemampuan ini mencakup upaya untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan merespon berbagai potensi gangguan atau disrupsi yang dapat menghambat kelancaran operasional. Dua konsep penting yang sering dibahas dalam literatur manajemen risiko adalah *robustness* (ketangguhan terhadap gangguan) dan *resilience* (kemampuan pulih dari gangguan). Penelitian oleh (Afraz dkk., 2021) menunjukkan bahwa perusahaan dengan kapabilitas manajemen risiko yang baik mampu merespon ketidakpastian secara lebih adaptif dan efisien, sehingga mengurangi kerugian jangka panjang serta memperkuat posisi strategis perusahaan dalam persaingan industri.

Lebih lanjut, kemampuan manajemen risiko juga menjadi pondasi penting bagi terciptanya inovasi dalam rantai pasok. Dalam era digital dan persaingan yang sangat ketat saat ini, perusahaan dituntut untuk tidak hanya bertahan dari disrupsi, tetapi juga mampu berkembang melalui pendekatan yang inovatif. Inovasi rantai pasok (*supply chain innovation*) muncul sebagai mekanisme penting yang menjawab kebutuhan akan fleksibilitas, responsivitas, serta integrasi informasi yang cepat dan *real-time* antar elemen rantai pasok. Bentuk inovasi ini dapat

emanfaatkan teknologi digital seperti *Internet of Things (IoT)*, *big data*, *in*, hingga pendekatan kolaboratif dan pengembangan model bisnis baru



yang lebih adaptif. Studi Afraz dkk. (2021) juga menegaskan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan inovasi dalam sistem rantai pasoknya cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih tinggi, baik dari aspek efisiensi operasional, kualitas layanan, maupun ketahanan terhadap dinamika pasar.

Ketiga elemen utama tersebut yaitu manajemen rantai pasok berkelanjutan, kemampuan manajemen risiko, dan inovasi rantai pasok telah menjadi pilar penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan di berbagai sektor industri. Kombinasi antara keberlanjutan operasional, kemampuan menghadapi disrupsi, dan inovasi yang berkelanjutan diyakini mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang tidak hanya bersifat sementara, tetapi juga tahan terhadap tekanan pasar dan perubahan lingkungan eksternal. Sinergi antara ketiga aspek ini terbukti mempercepat transformasi digital sekaligus menjaga ketahanan rantai pasok terhadap krisis global seperti pandemi maupun gejolak geopolitik.

Namun demikian, ketika ketiga aspek ini diterapkan dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia, tantangannya menjadi lebih kompleks. Pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar, berbagai kendala masih dihadapi dalam mengadopsi pendekatan rantai pasok yang berkelanjutan, inovatif, dan tangguh terhadap risiko. Beberapa hambatan utama mencakup keterbatasan infrastruktur teknologi, kesenjangan dalam kompetensi manajerial, serta belum optimalnya sistem manajemen risiko yang terintegrasi dalam proses bisnis. Akibatnya, integrasi ketiga aspek ini belum sepenuhnya berjalan efektif dalam mendukung pencapaian keunggulan kompetitif. Penelitian oleh Razzak (2023) di Bangladesh yang memiliki karakteristik tantangan struktural yang serupa

akan bahwa kesiapan organisasi dan dukungan sistem menjadi faktor



penentu keberhasilan dalam menerapkan strategi rantai pasok modern yang adaptif dan berdaya saing tinggi.

Meskipun konsep manajemen rantai pasok berkelanjutan dan inovasi rantai pasok telah banyak dikaji dalam kaitannya dengan pencapaian keunggulan kompetitif, hasil penelitian yang ada masih menunjukkan temuan yang beragam dan tidak selalu konsisten. Beberapa studi menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok berkelanjutan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif perusahaan (Hasanah & Fauziah, 2020; Hafi, 2022; Maisaroh, 2021; Mukhsin & Suryanto, 2022; Shebeshe & Sharma, 2024), namun penelitian lainnya justru menemukan bahwa manajemen rantai pasok berkelanjutan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif (Vargas dkk., 2018; Razzak, 2023).

Hal serupa juga terjadi pada kemampuan manajemen risiko, di mana terdapat temuan yang menyatakan bahwa kemampuan manajemen risiko berkontribusi terhadap keunggulan kompetitif (Afriz dkk., 2021; Nguyen, 2023; Taleghani & Shadpour, 2024), tetapi ada pula penelitian yang menyatakan bahwa pengaruh kemampuan manajemen risiko terhadap keunggulan kompetitif tidak signifikan dalam konteks tertentu (Fadhiela & Ringo, 2024).

Ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya membuka celah riset yang relevan untuk ditelusuri lebih lanjut, terutama dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia. Perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar saat ini menghadapi tekanan besar untuk menjaga kesinambungan operasional di tengah ketidakpastian pasar, sembari terus meningkatkan daya saing dan kapasitas inovasi. Dalam konteks tersebut, diperlukan kajian empiris yang tidak

menguji pengaruh manajemen rantai pasok berkelanjutan dan kemampuan manajemen risiko terhadap keunggulan kompetitif, tetapi juga mengeksplorasi



peran inovasi rantai pasok sebagai variabel mediasi yang potensial dalam memperkuat hubungan antar variabel tersebut. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana perusahaan industri dapat membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui sinergi strategi dalam pengelolaan rantai pasok mereka.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang, *research gap*, serta fenomena yang terjadi di lapangan, maka menarik bagi peneliti untuk mengkaji topik: “Peran inovasi rantai pasok dalam memediasi pengaruh manajemen rantai pasok berkelanjutan dan kemampuan manajemen risiko terhadap keunggulan kompetitif pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar”. Penelitian ini dipandang relevan untuk menjawab ketidakpastian hasil temuan sebelumnya serta memperdalam pemahaman mengenai bagaimana strategi rantai pasok yang berkelanjutan dan kemampuan pengelolaan risiko dapat mendorong pencapaian keunggulan kompetitif, dengan inovasi rantai pasok sebagai penghubung strategis, khususnya dalam konteks perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis terhadap pengembangan strategi rantai pasok yang lebih adaptif, inovatif, dan kompetitif di tengah tekanan pasar dan tantangan lingkungan bisnis yang semakin kompleks.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini difokuskan untuk menjawab beberapa permasalahan utama terkait pengaruh manajemen rantai pasok berkelanjutan dan kemampuan manajemen risiko terhadap keunggulan kompetitif, serta peran inovasi rantai pasok sebagai variabel mediasi.

rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai



1. Apakah manajemen rantai pasok berkelanjutan berpengaruh terhadap inovasi rantai pasok pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar?
2. Apakah kemampuan manajemen risiko berpengaruh terhadap inovasi rantai pasok pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar?
3. Apakah manajemen rantai pasok berkelanjutan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar?
4. Apakah kemampuan manajemen risiko berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar?
5. Apakah inovasi rantai pasok berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar?
6. Apakah inovasi rantai pasok memediasi pengaruh manajemen rantai pasok berkelanjutan terhadap keunggulan kompetitif pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar?
7. Apakah inovasi rantai pasok memediasi pengaruh kemampuan manajemen risiko terhadap keunggulan kompetitif pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menguji dan menganalisis pengaruh manajemen rantai pasok berkelanjutan terhadap inovasi rantai pasok pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar.



2. Menguji dan menganalisis pengaruh kemampuan manajemen risiko terhadap inovasi rantai pasok pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh manajemen rantai pasok berkelanjutan terhadap keunggulan kompetitif pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh kemampuan manajemen risiko terhadap keunggulan kompetitif pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar.
5. Menguji dan menganalisis pengaruh inovasi rantai pasok terhadap keunggulan kompetitif pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar.
6. Menguji dan menganalisis peran mediasi inovasi rantai pasok dalam hubungan antara manajemen rantai pasok berkelanjutan dan keunggulan kompetitif pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar.
7. Menguji dan menganalisis peran mediasi inovasi rantai pasok dalam hubungan antara kemampuan manajemen risiko dan keunggulan kompetitif pada perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu manajemen, dengan fokus pada pengembangan manajemen operasional dalam konteks perusahaan industri. Penelitian ini berupaya menambah referensi ilmiah terkait antara manajemen rantai pasok berkelanjutan, kemampuan manajemen



risiko, dan inovasi rantai pasok dalam membentuk keunggulan kompetitif perusahaan.

Secara teoretis, penelitian ini dapat menjadi landasan bagi pengembangan model-model konseptual yang menghubungkan aspek keberlanjutan, pengelolaan risiko, dan inovasi dalam manajemen rantai pasok. Temuan yang dihasilkan diharapkan dapat dimanfaatkan oleh akademisi, mahasiswa, dan peneliti lainnya sebagai rujukan dalam melakukan studi lanjutan atau pengembangan teori yang relevan dengan strategi keunggulan bersaing dalam lingkungan industri yang dinamis.

Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkuat bukti empiris mengenai peran penting inovasi rantai pasok sebagai variabel mediasi dalam menjembatani hubungan antara strategi keberlanjutan dan pengelolaan risiko terhadap keunggulan kompetitif. Dengan demikian, penelitian ini dapat memperluas perspektif ilmiah dalam memahami dinamika manajemen rantai pasok di perusahaan industri yang tengah menghadapi tantangan transformasi dan kompleksitas pasar global.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi berbagai pihak sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi referensi awal sekaligus bahan pembandingan untuk studi lanjutan yang meneliti topik serupa, khususnya dalam bidang manajemen rantai pasok berkelanjutan, kemampuan manajemen risiko, dan inovasi rantai pasok dalam konteks industri. Hasil temuan dari penelitian ini

akan dapat membantu peneliti dalam mengidentifikasi variabel-variabel yang relevan, menyusun kerangka konseptual, serta memperkaya literatur ilmiah



mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keunggulan kompetitif perusahaan di era persaingan global.

2. Bagi Praktisi Industri (Manajer dan Pengambil Keputusan)

Penelitian ini memberikan wawasan aplikatif bagi pelaku industri, khususnya perusahaan skala menengah dan besar yang beroperasi di Kota Makassar, tentang pentingnya menerapkan strategi rantai pasok yang berkelanjutan dan kapabilitas pengelolaan risiko yang memadai. Dengan memahami peran inovasi rantai pasok sebagai penghubung strategis, manajemen dapat merancang kebijakan operasional yang lebih adaptif dan responsif terhadap dinamika pasar, sehingga mampu memperkuat posisi kompetitif perusahaan secara berkelanjutan.

3. Bagi Akademisi dan Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan ilmu manajemen, terutama dalam bidang manajemen operasional, manajemen rantai pasok, dan inovasi strategis. Temuan dari studi ini dapat dimanfaatkan sebagai materi ajar, studi kasus, maupun referensi dalam pengembangan kurikulum yang selaras dengan kebutuhan industri saat ini, serta mendorong integrasi antara teori dan praktik di lingkungan pendidikan tinggi.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini mencakup beberapa batasan agar fokus penelitian menjadi lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Adapun ruang lingkupnya dijelaskan sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup Substansial (Topikal)

Penelitian ini berfokus pada kajian manajemen rantai pasok lanjutan dan kemampuan manajemen risiko sebagai variabel independen,



keunggulan kompetitif sebagai variabel dependen, serta inovasi rantai pasok sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menganalisis hubungan antar keempat variabel dalam konteks strategi operasional dan keunggulan bersaing pada perusahaan skala menengah dan besar yang beroperasi di Kota Makassar.

2. Ruang Lingkup Spasial (Wilayah)

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan skala menengah dan besar yang berlokasi di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Kota Makassar dipilih karena merupakan pusat pertumbuhan ekonomi di kawasan Indonesia Timur yang memiliki aktivitas industri yang cukup intens. Kondisi ini menjadikan wilayah ini relevan untuk dikaji dari perspektif manajemen rantai pasok berkelanjutan, inovasi rantai pasok, kemampuan manajemen risiko, dan pencapaian keunggulan kompetitif.

3. Ruang Lingkup Temporal (Waktu)

Penelitian ini dilaksanakan selama tahun 2025, mencakup seluruh tahapan mulai dari perancangan instrumen, pengumpulan data, pengolahan data, hingga analisis hasil. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan sekunder yang menggambarkan kondisi aktual perusahaan skala menengah dan besar di Kota Makassar pada saat penelitian berlangsung.

4. Ruang Lingkup Unit Analisis dan Responden

Unit analisis dalam penelitian ini adalah perusahaan skala menengah dan besar yang beroperasi di Kota Makassar. Responden dalam penelitian ini mencakup individu yang memiliki pemahaman memadai terhadap proses bisnis perusahaan, baik yang memegang posisi strategis maupun yang terlibat

ing dalam kegiatan operasional. Hal ini meliputi manajer operasional, er rantai pasok, manajer risiko, kepala bagian produksi, staf operasional,



atau pihak lain yang memiliki keterlibatan dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan strategi terkait operasional, inovasi, dan manajemen rantai pasok perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan usulan penelitian tesis ini terdiri dari empat bab yang disusun secara sistematis sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan teori dan konsep terkait penelitian, juga membahas tinjauan empiris.

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Bab ini berisi uraian mengenai kerangka konseptual dan serta perumusan hipotesis.

BAB IV METODE PENELITIAN

Bab ini berisi rancangan penelitian, situs dan waktu penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB V HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi data dan deskripsi hasil penelitian.

BAB VI PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan hasil penelitian yang telah diperoleh, dikaitkan dengan teori dan temuan empiris yang relevan.



PENUTUP

berisi kesimpulan, implikasi, keterbatasan penelitian, dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Manajemen Rantai Pasok Berkelanjutan

2.1.1.1 Definisi dan Konsep Manajemen Rantai Pasok Berkelanjutan

Rantai pasok (*supply chain*) adalah serangkaian hubungan antar perusahaan yang mencakup aliran barang, uang, dan informasi dari pemasok hingga konsumen akhir (Maisaroh, 2021). Salah satu pendekatan yang digunakan untuk memahami proses dalam rantai pasok adalah model SIPOC (*Suppliers, Inputs, Process, Outputs, Customers*), yang menggambarkan hubungan sistematis antara pemasok sebagai penyedia input, proses yang mengubah input menjadi output, hingga pelanggan sebagai penerima akhir.

Manajemen rantai pasok (*supply chain management*) adalah pengelolaan terpadu atas proses-proses tersebut untuk menjamin kelancaran aliran barang, informasi, dan uang. Tujuannya adalah meningkatkan efisiensi operasional dan memenuhi permintaan konsumen secara optimal (Karim dkk., 2024). Manajemen ini menekankan pentingnya kolaborasi antar pihak melalui berbagi informasi, pengetahuan, dan proses bisnis yang efektif. Dalam konteks global, manajemen rantai pasok juga dituntut mengedepankan keberlanjutan guna menghadapi tantangan sosial, lingkungan, dan ekonomi yang semakin kompleks.

Manajemen rantai pasok berkelanjutan (*Sustainable Supply Chain Management*) merupakan konsep yang semakin penting dalam praktik manajerial



Secara umum, manajemen rantai pasok berkelanjutan didefinisikan sebagai pengelolaan aliran material, informasi, dan modal yang melibatkan

kerjasama antar perusahaan sepanjang rantai pasok, dengan mempertimbangkan tujuan dari tiga dimensi keberlanjutan, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Tujuan utama dari manajemen rantai pasok berkelanjutan adalah menciptakan sistem rantai pasok yang efisien, menguntungkan, dan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan dalam jangka pendek dan panjang (Seuring & Müller, 2008 dalam Mastos & Gotzamani, 2022). Konsep ini menekankan integrasi tiga dimensi keberlanjutan ke dalam seluruh proses rantai pasok melalui kolaborasi antar organisasi.

Ahi dan Searcy (2013, dalam Shebeshe & Sharma, 2024) menyatakan bahwa manajemen rantai pasok berkelanjutan mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam aliran material, informasi, dan modal secara terkoordinasi. Pendekatan ini bertujuan mengoptimalkan kinerja ekonomi sambil menjaga keseimbangan sosial-lingkungan, demi memenuhi kebutuhan pelanggan dan masyarakat, serta mendukung keberlanjutan operasional jangka panjang.

Mastos & Gotzamani (2022) menambahkan bahwa pentingnya penerapan pendekatan ini juga dipicu oleh meningkatnya kesadaran konsumen dan regulasi terhadap isu keberlanjutan. Praktik seperti pengemasan ramah lingkungan menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, manajemen rantai pasok berkelanjutan menjadi strategi penting dalam mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan.

2.1.1.2 Dimensi Manajemen Rantai Pasok Berkelanjutan

a. Dimensi Lingkungan

Dimensi pertama dari manajemen rantai pasok berkelanjutan adalah utan lingkungan, yang berfokus pada pengurangan jejak karbon, efisiensi daya, dan daur ulang limbah. (Razzak, 2023) menyatakan bahwa



keberlanjutan lingkungan mencakup upaya meminimalkan dampak negatif produksi dan distribusi terhadap lingkungan. Praktik seperti pengemasan ramah lingkungan tidak hanya menguntungkan planet, tetapi juga menekan biaya. Sebagai contoh, Walmart mengurangi penggunaan plastik melalui inisiatif pengemasan yang lebih efisien, sehingga menekan biaya operasional dan meningkatkan citra perusahaan.

Selain itu, keberlanjutan lingkungan juga mencakup prinsip pengadaan ramah lingkungan, di mana pemasok harus memenuhi standar keberlanjutan tertentu (Lee, 2021). Hal ini menegaskan bahwa manfaat lingkungan dapat sejalan dengan keuntungan bisnis jangka panjang, menjadikan dimensi ini sebagai elemen penting dalam strategi rantai pasok berkelanjutan.

b. Dimensi Sosial

Keberlanjutan sosial dalam manajemen rantai pasok berkelanjutan mencakup tanggung jawab perusahaan untuk melindungi hak asasi manusia, kesejahteraan pekerja, dan kepentingan masyarakat. (Razzak, 2023) menekankan pentingnya hubungan yang adil dengan pemangku kepentingan serta perlindungan sosial di sekitar aktivitas bisnis. Salah satu wujudnya adalah permintaan kepada pemasok untuk memiliki sertifikasi seperti SA8000, yang menjamin kepatuhan terhadap standar kerja yang layak (Lee, 2021).

Selain itu, perusahaan berkontribusi pada keberlanjutan sosial dengan mendukung pemasok melalui bantuan teknis atau finansial agar mereka mampu memenuhi standar sosial (Lee, 2021). Upaya ini mencerminkan komitmen terhadap prinsip-prinsip Global Compact PBB dan membantu membangun reputasi perusahaan di mata konsumen yang semakin sadar akan isu sosial.

c. Dimensi Ekonomi



Selain lingkungan dan sosial, dimensi ekonomi juga krusial dalam rantai pasok berkelanjutan. Keberlanjutan ekonomi menekankan

profitabilitas jangka panjang tanpa mengorbankan aspek lingkungan dan sosial. (Maisaroh, 2021) menyatakan bahwa fokus utamanya adalah efisiensi biaya dan keuntungan finansial yang berkelanjutan. Inisiatif seperti efisiensi sumber daya dan pengurangan limbah dipandang sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan operasional, bukan sekadar kewajiban etis (Kuwornu dkk., 2023).

Namun, keuntungan finansial tidak boleh dicapai dengan mengabaikan dimensi sosial dan lingkungan. (Razzak, 2023) menegaskan bahwa integrasi ketiga dimensi keberlanjutan mampu menciptakan nilai jangka panjang. Banyak perusahaan kini mengadopsi teknologi ramah lingkungan yang menekan biaya sekaligus menjaga lingkungan, mencerminkan keberhasilan dalam menyelaraskan tujuan ekonomi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

2.1.1.3 Konsep *Triple Bottom Line* dalam Manajemen Rantai Pasok Berkelanjutan

Triple Bottom Line (TBL) adalah konsep keberlanjutan yang diperkenalkan oleh John Elkington pada 1990-an, mencakup tiga pilar utama: *people* (sosial), *planet* (lingkungan), dan *profit* (ekonomi) (Shtawi dkk., 2023). Dalam manajemen rantai pasok berkelanjutan, TBL mendorong perusahaan untuk mengevaluasi dan meningkatkan kinerja dalam ketiga dimensi ini secara seimbang, tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan.

Penerapan TBL dalam rantai pasok terlihat dari upaya perusahaan mengurangi jejak karbon, meningkatkan kesejahteraan pekerja, dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan komunitas sekitar. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk menilai keberhasilan secara menyeluruh—ekonomi, sosial, dan lingkungan—yang dapat memperkuat reputasi di mata

stakeholder (Lee, 2021; Shebeshe & Sharma, 2024).



Lebih dari sekadar alat ukur finansial, TBL membantu perusahaan memahami pentingnya keberlanjutan jangka panjang dengan mempertimbangkan dampak luas terhadap masyarakat dan lingkungan (Shebeshe & Sharma, 2024). Oleh karena itu, TBL telah menjadi kerangka evaluasi penting dalam efektivitas implementasi manajemen rantai pasok berkelanjutan di berbagai sektor industri.

2.1.2 Kemampuan Manajemen Risiko

2.1.2.1 Definisi dan Konsep Kemampuan Manajemen Risiko

Manajemen Risiko dalam Rantai Pasokan (*Supply Chain Risk Management*) merupakan pendekatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi sumber risiko potensial serta menerapkan strategi yang sesuai guna mengurangi dampak risiko terhadap rantai pasok. Afraz dkk. (2021) mendefinisikan manajemen risiko dalam rantai pasokan sebagai identifikasi sumber risiko potensial dan penerapan strategi yang sesuai melalui pendekatan terkoordinasi di antara anggota rantai pasokan untuk mengurangi kerentanannya.

Dalam perkembangannya, manajemen risiko dalam rantai pasok menjadi semakin kompleks seiring dengan meningkatnya globalisasi dan digitalisasi. Menurut Ali dkk. (2023), konsep ini bukanlah hal baru karena setiap perusahaan harus menerima sejumlah risiko dalam menjalankan operasinya. Namun, dengan berkembangnya teknologi di era Revolusi Industri 4.0, kompleksitas rantai pasok meningkat sehingga menuntut pengelolaan risiko yang lebih efektif (Verhoef dkk., 2021). Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki kapabilitas dalam mengidentifikasi, menilai, mengelola, dan mengurangi risiko yang dapat memengaruhi operasional dan kinerja rantai pasok, yang dikenal sebagai kemampuan manajemen risiko (*Risk Management Capabilities/RMC*) (Nguyen,



2.1.2.2 Ruang Lingkup Kemampuan Manajemen Risiko dalam Rantai Pasokan

Ruang lingkup kemampuan manajemen risiko dalam literatur dikategorikan ke dalam dua pendekatan utama, yaitu kekokohan (*robustness*) dan ketahanan (*resilience*) (Taleghani & Shadpour, 2024).

a. Kekokohan (*robustness*)

Robustness dalam konteks rantai pasokan mengacu pada kemampuan untuk menghadapi semua kemungkinan situasi di masa depan secara efektif. Kekokohan juga didefinisikan sebagai memiliki fleksibilitas untuk membiarkan banyak opsi tetap terbuka untuk diputuskan di bawah berbagai skenario masa depan yang masuk akal (Nguyen, 2023). Dalam rantai pasokan, kekokohan mencerminkan kemampuan sistem untuk menjaga fungsinya tetap stabil atau hampir tidak berubah saat menghadapi gangguan.

b. Ketahanan (*resilience*)

Secara umum, ketahanan didefinisikan sebagai kemampuan suatu sistem untuk kembali ke keadaan awalnya, atau berpindah ke keadaan baru yang lebih diinginkan setelah mengalami gangguan (Baz & Ruel, 2021). Ketahanan dalam rantai pasokan dapat diperoleh melalui berbagai strategi, seperti kelincahan, visibilitas, redundansi, responsivitas, fleksibilitas, dan kolaborasi (Taleghani & Shadpour, 2024).

Dengan secara proaktif mengkonfigurasi dan mengelola sumber daya melalui praktik manajemen risiko, perusahaan dapat mengurangi gangguan rantai pasok dan mempertahankan kinerja rantai pasok yang direncanakan (*robustness*) atau memulihkan kinerja mereka setelah menyerap dampak gangguan

e). Perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat dalam mengelola itigasi risiko demi menjaga stabilitas dan kinerja operasional yang optimal



dengan memahami ruang lingkup manajemen risiko dalam rantai pasokan. Sebagaimana dikemukakan oleh (Ayesha dkk., 2023) bahwa manajemen risiko yang efektif memerlukan kombinasi tindakan pencegahan dan kesiapan untuk merespons kejadian tak terduga.

2.1.3 Inovasi Rantai Pasokan

2.1.3.1 Definisi dan Konsep Inovasi Rantai Pasokan

Inovasi dalam rantai pasokan merupakan kunci penting untuk meningkatkan daya saing dan ketahanan bisnis di tengah ketidakpastian. Menurut (Shamout, 2019), inovasi ini mencakup penerapan teknik atau investasi baru guna mengurangi risiko dan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengelola gangguan. Inovasi rantai pasok mencakup perubahan pada proses, metode, dan sistem agar alur distribusi lebih adaptif dan efisien.

Secara lebih luas, inovasi rantai pasok didefinisikan sebagai proses kompleks yang menawarkan solusi bagi pelanggan dalam kondisi lingkungan yang dinamis (Ayoub & Abdallah, 2019 dalam (Firmansyah & Siagian, 2022). Abdallah dkk. (2021 dalam (Firmansyah & Siagian, 2022) menambahkan bahwa inovasi ini bisa berupa perubahan internal atau eksternal yang menciptakan nilai baru bagi pemangku kepentingan. Jadi, inovasi rantai pasok tidak hanya soal teknologi, tetapi juga pendekatan strategis dalam menciptakan nilai berkelanjutan.

Mehregan dkk. (2023) menekankan bahwa tujuan utama inovasi rantai pasok adalah menghadirkan solusi baru yang efektif bagi pengguna akhir dengan menghadapi berbagai ketidakpastian internal dan eksternal. Dalam persaingan yang semakin ketat, inovasi rantai pasok menjadi kunci keunggulan kompetitif dan peningkatan kinerja organisasi. Oleh karena itu, banyak perusahaan mulai mengintegrasikan strategi bisnis mereka pada inovasi guna mengungguli pesaing yang mengandalkan metode konvensional.



Sejalan dengan itu, Schumpeter dalam (Taleghani & Shadpour, 2024) menggambarkan inovasi sebagai proses revolusi industri yang terus-menerus menghancurkan sistem lama dan membentuk struktur ekonomi baru. Inovasi rantai pasok mencerminkan proses ini dengan menggabungkan ilmu pengetahuan, teknologi, ekonomi, dan manajemen dari tahap ide hingga implementasi (Abderrazak & Dhiba, 2022). Dengan demikian, inovasi tidak hanya mencakup teknologi, tetapi juga mencerminkan perubahan dalam paradigma bisnis dan model operasional perusahaan.

Lebih lanjut, inovasi dalam logistik dan manajemen rantai pasokan selalu mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Berbagai pihak, termasuk individu, organisasi, perusahaan, dan bahkan pemerintah, terus mencari cara baru untuk meningkatkan efisiensi dalam produksi, pengemasan, transportasi, penyimpanan, serta penanganan barang. Inovasi ini juga mencakup perubahan dalam proses pengadaan, produksi, distribusi, hingga pemulihan produk tertentu yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas sistem rantai pasok secara keseluruhan (Abderrazak & Dhiba, 2022).

Sebagai respons terhadap perubahan yang cepat dalam produk, layanan, serta tuntutan pelanggan, perusahaan harus menerapkan inovasi dalam rantai pasokan mereka agar tetap kompetitif. Menurut Kwak dkk. (2018), inovasi diperlukan bagi perusahaan agar dapat merespons perubahan yang terjadi dengan cepat, baik dalam aspek produk, layanan, maupun kebutuhan pelanggan. Pendapat ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa inovasi merupakan elemen kunci dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan perusahaan (Kim et al., 2015; Christopher, 2005 dalam Kwak dkk.,

sejalan demikian, inovasi dalam rantai pasok bukan hanya menjadi pilihan,



tetapi merupakan kebutuhan bagi perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang di pasar yang terus berubah.

Dari berbagai perspektif tersebut, dapat disimpulkan bahwa inovasi dalam rantai pasokan bukan hanya sekadar penerapan teknologi baru, tetapi juga mencakup perubahan fundamental dalam cara perusahaan mengelola sumber daya, menanggapi perubahan pasar, serta menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan meningkatnya kompleksitas lingkungan bisnis, peran inovasi dalam rantai pasokan akan semakin penting dalam memastikan keberlanjutan dan daya saing perusahaan di masa depan.

2.1.3.2 Jenis-Jenis Inovasi dalam Rantai Pasok

Inovasi dalam rantai pasok menjadi faktor esensial dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan perusahaan di tengah dinamika bisnis yang semakin kompleks. Perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang harus mampu menerapkan berbagai bentuk inovasi dalam rantai pasoknya untuk meningkatkan efisiensi, ketahanan, dan fleksibilitas dalam menghadapi tantangan pasar (Shamout, 2019). Inovasi dalam rantai pasok dapat dikategorikan ke dalam empat dimensi utama, yaitu inovasi proses, inovasi teknologi, inovasi model bisnis, dan inovasi organisasi. Setiap dimensi memiliki peran strategis dalam mendukung efektivitas operasional serta menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan pelanggan.

a. Inovasi Proses

Inovasi proses merupakan bentuk inovasi mendasar dalam rantai pasok yang melibatkan perubahan atau perbaikan dalam cara aktivitas rantai pasok

- i. Perusahaan yang menerapkan inovasi proses biasanya berfokus pada asasi sistem logistik dan efisiensi operasional untuk meningkatkan



efektivitas rantai pasok mereka (Shamout, 2019). Inovasi proses mencakup penerapan teknik, metode, dan prosedur baru yang bertujuan meningkatkan kualitas layanan serta mengurangi biaya penyediaan layanan. Dengan memahami bagaimana rantai pasok mentransfer inovasi serta pengetahuan, perusahaan dapat mengembangkan inovasi proses yang lebih bermakna untuk meningkatkan nilai layanan (Kwak dkk., 2018).

Firmansyah & Siagian (2022) menambahkan bahwa inovasi dalam proses dapat diukur melalui beberapa indikator, seperti kemampuan perusahaan dalam mencoba ide-ide baru, mencari cara atau proses yang lebih efisien, meningkatkan kreativitas dalam metode operasional, serta mengembangkan produk baru yang lebih inovatif. Dengan terus melakukan evaluasi dan perbaikan pada proses rantai pasok, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi serta mengurangi biaya operasional dalam jangka panjang.

b. Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi dalam rantai pasok merujuk pada penggunaan teknologi canggih yang mendukung efisiensi dan ketahanan operasional perusahaan. Teknologi seperti sistem pelacakan *real-time*, kendaraan otomatis, serta alat analitik prediktif menjadi komponen utama dalam meningkatkan visibilitas dan kecepatan pengambilan keputusan dalam rantai pasok (Shamout, 2019). Inovasi teknologi juga membantu dalam meningkatkan sistem informasi terintegrasi, penggunaan teknologi pelacakan waktu nyata, serta penerapan peralatan logistik inovatif, yang pada akhirnya mempercepat proses distribusi dan pengelolaan inventaris (Kwak dkk., 2018).

c. Inovasi Model Bisnis



inovasi model bisnis dalam rantai pasok mencakup strategi baru dalam manajemen dan distribusi nilai. Salah satu contoh inovasi ini adalah penerapan

strategi *just-in-time* yang memungkinkan perusahaan mengurangi biaya penyimpanan dan meningkatkan efisiensi produksi. Selain itu, pengembangan kemitraan rantai pasok baru juga menjadi bentuk inovasi model bisnis yang dapat memperkuat jaringan pemasok serta meningkatkan fleksibilitas dalam merespons permintaan pasar (Shamout, 2019).

Firmansyah & Siagian (2022) menekankan bahwa inovasi dalam model bisnis dapat diwujudkan melalui kreativitas dalam metode operasional serta pengembangan produk baru. Dengan terus melakukan eksplorasi strategi baru, perusahaan dapat menciptakan nilai yang lebih besar bagi pelanggan serta memperluas pasar mereka. Inovasi model bisnis yang efektif tidak hanya berfokus pada efisiensi internal tetapi juga pada kolaborasi yang erat dengan mitra rantai pasok untuk menciptakan keunggulan kompetitif.

d. Inovasi Organisasi

Inovasi organisasi berkaitan dengan perubahan dalam struktur, kebijakan, atau manajemen proses dalam rantai pasok yang bertujuan meningkatkan koordinasi dan mengurangi kompleksitas operasional. Dengan adanya inovasi organisasi, pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien, sehingga perusahaan dapat merespons perubahan pasar dengan lebih adaptif (Shamout, 2019). Selain itu, inovasi organisasi juga dapat berkontribusi dalam membangun kolaborasi yang lebih baik antara berbagai pemangku kepentingan dalam rantai pasok.

Rasib dkk. (2021) menegaskan bahwa inovasi organisasi juga mencakup peningkatan dalam cara produk, layanan, informasi, serta proses interaksi dan kolaborasi dalam jaringan rantai pasok. Perubahan dalam strategi manajemen dan

organisasi yang lebih fleksibel memungkinkan perusahaan lebih cepat asi terhadap perubahan pasar. Dengan menerapkan inovasi organisasi,



perusahaan dapat meningkatkan efektivitas koordinasi antar unit bisnis serta mempercepat pengambilan keputusan yang lebih strategis.

2.1.4 Keunggulan Kompetitif

2.1.4.1 Definisi dan Konsep Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif adalah kunci keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan. Menurut Momaya (2019), hal ini terjadi saat perusahaan mampu menawarkan barang atau jasa dengan nilai serupa tetapi harga lebih rendah, atau memenuhi preferensi pelanggan lebih baik dari pesaing. Dalam manajemen strategis, keunggulan kompetitif bersifat bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat disubstitusi, sehingga menciptakan keunggulan berkelanjutan. Porter dalam Razzak (2023) menjelaskan bahwa keunggulan ini dapat diperoleh melalui strategi biaya rendah atau diferensiasi produk dan layanan.

Keunggulan kompetitif juga erat kaitannya dengan nilai ekonomi yang diciptakan. (Mukhsin & Suryanto, 2022) menyatakan bahwa perusahaan memiliki keunggulan kompetitif ketika mampu menciptakan nilai ekonomi lebih tinggi dibanding pesaing, yakni manfaat produk dikurangi biaya produksinya. Maka, perusahaan dengan produk berkualitas tinggi dan biaya efisien akan lebih unggul di pasar.

Keunggulan kompetitif tidak hanya berasal dari efisiensi biaya atau diferensiasi, tetapi juga dari inovasi dan kapabilitas dinamis perusahaan. Hasanah & Fauziah (2020) menegaskan bahwa perusahaan yang unggul adalah yang mampu menarik dan mempertahankan konsumen melalui keunggulan yang terus dikembangkan, seperti desain, produksi, pemasaran, distribusi, hingga layanan purna jual. Kemampuan untuk merespons perubahan pasar secara cepat juga aktor penting dalam mempertahankan keunggulan tersebut.



Menurut Shebeshe & Sharma (2024), keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui strategi unik yang tidak dimiliki pesaing, seperti pemanfaatan teknologi, efisiensi operasional, dan peningkatan kualitas produk maupun layanan. Keunggulan yang berkelanjutan menjadi kunci dalam menjaga loyalitas pelanggan dan stabilitas pendapatan. Tanpa strategi yang jelas, perusahaan berisiko kehilangan pangsa pasar dan mengalami penurunan kinerja bisnis.

Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif cenderung memiliki biaya operasional yang lebih rendah (Siagian dkk., 2022), efisiensi yang lebih tinggi, serta keuntungan produksi yang lebih besar dibandingkan pesaingnya (Kalaitzi dkk., 2019). Indikator utama dalam mengukur keunggulan kompetitif mencakup biaya lebih rendah dari pesaing, kualitas produk yang lebih baik, pengiriman tepat waktu, inovasi produk yang berkelanjutan, serta tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi (Siagian dkk., 2022). Keunggulan ini memungkinkan perusahaan untuk berkembang lebih cepat dan mendapatkan posisi yang lebih kuat dalam industrinya (Putri dkk., 2024).

Menurut Pono & Munizu (2021), keunggulan kompetitif merupakan kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan para pesaing melalui strategi biaya rendah, diferensiasi produk, dan fokus pada segmen tertentu. Keunggulan ini tercermin dari harga yang kompetitif, kualitas produk, keandalan pengiriman, kecepatan masuk ke pasar, serta inovasi yang berkelanjutan. Dalam konteks manajemen rantai pasok, praktik dan integrasi supply chain terbukti memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan, karena mampu menciptakan efisiensi, meningkatkan fleksibilitas, dan mempercepat proses inovasi. Dengan demikian, supply chain innovation menjadi

tu faktor strategis yang dapat memperkuat keunggulan kompetitif di persaingan global yang semakin ketat.



Dalam perspektif yang lebih strategis, Javid & Amini (2023) mengemukakan bahwa keunggulan kompetitif adalah hasil dari serangkaian keputusan manajerial yang kritis dan didasarkan pada pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Keunggulan ini tidak terjadi secara kebetulan, melainkan merupakan hasil dari perencanaan dan strategi yang matang. Dengan demikian, perusahaan harus selalu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis untuk mempertahankan posisinya di pasar.

Selain itu, Taleghani & Shadpour (2024) menegaskan bahwa keunggulan kompetitif juga berakar pada kemampuan organisasi dalam menciptakan fitur unik yang membedakan mereka dari pesaingnya. Keunggulan ini dapat berasal dari pemangkasan biaya, pengembangan produk unggulan, serta peningkatan kepuasan pelanggan. Elrefae & Nuseir (2022) menyatakan bahwa inovasi produk, harga yang kompetitif, kualitas produk, serta sistem pengiriman yang efisien menjadi faktor utama dalam membangun dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

Kwak dkk. (2018) mengidentifikasi berbagai faktor yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan, di antaranya adalah efisiensi biaya, pertumbuhan bisnis, keandalan produk dan layanan, peningkatan kualitas, kecepatan masuk ke pasar, inovasi produk baru, diversifikasi lini produk, efisiensi pemenuhan pesanan, peningkatan layanan pelanggan, serta fleksibilitas operasional. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif tidak hanya ditentukan oleh satu elemen, melainkan merupakan kombinasi dari berbagai aspek yang saling terkait.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif merupakan elemen fundamental dalam strategi bisnis yang sukses. Perusahaan



cara proaktif mengembangkan strategi yang memungkinkan mereka unggul dalam persaingan, baik melalui efisiensi biaya, inovasi, maupun

peningkatan kualitas layanan. Dengan memahami dan menerapkan konsep keunggulan kompetitif secara optimal, perusahaan dapat menciptakan nilai lebih bagi pelanggan serta mempertahankan posisinya di industri dalam jangka panjang.

2.1.4.2 Teori *Resource-Based View (RBV)* dalam Keunggulan Kompetitif

Teori *Resource-Based View (RBV)* merupakan salah satu pendekatan dalam manajemen strategis yang menekankan pentingnya sumber daya internal perusahaan dalam menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. RBV menyatakan bahwa keunggulan kompetitif suatu organisasi sangat bergantung pada sumber daya strategis yang dimilikinya, terutama yang bernilai (*valuable*), langka (*rare*), tidak dapat disubstitusi (*nonsubstitutable*), dan sulit ditiru (*inimitable*) (Llach dkk., 2025). Dengan mengoptimalkan sumber daya ini dan menata ulang secara adaptif, perusahaan dapat mencapai tingkat pengembalian yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

Asal-usul RBV dapat ditelusuri kembali ke berbagai studi awal yang berfokus pada bagaimana perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif melalui pengelolaan sumber daya internalnya. Wernerfelt (1984 dalam (Salazar & Armando, 2017)) pertama kali memperkenalkan konsep ini dengan menggambarkan perusahaan sebagai kumpulan sumber daya yang berbeda-beda. Perspektif ini menekankan bahwa strategi perusahaan harus didasarkan pada sumber daya internalnya, bukan hanya pada faktor eksternal seperti kondisi pasar. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh beberapa akademisi yang semakin memperkuat argumentasi bahwa keunggulan kompetitif perusahaan bergantung pada bagaimana sumber daya tersebut dikelola dan



tkan (Salazar & Armando, 2017).

Sumber daya yang dapat menjadi dasar keunggulan kompetitif harus memenuhi beberapa kriteria utama: harus bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat digantikan oleh sumber daya lain. Sumber daya yang memenuhi kriteria ini dapat memberikan perusahaan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Afraz dkk. (2021) menekankan bahwa dalam konteks RBV, sumber daya bukan hanya sesuatu yang dimiliki oleh perusahaan, tetapi juga sesuatu yang dapat diakses dan diintegrasikan ke dalam kapabilitas perusahaan untuk menghasilkan nilai lebih. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola sumber daya berwujud maupun tidak berwujud secara efektif guna mencapai keunggulan kompetitif yang konsisten.

Kontribusi Barney dalam RBV sangat signifikan dalam pengembangan teori ini. Pada tahun 1986, ia mengemukakan bahwa perusahaan hanya dapat memperoleh keuntungan di atas rata-rata jika mereka berhasil mendapatkan sumber daya dengan biaya lebih rendah dari nilai ekonominya. Pada tahun yang sama, Barney juga memperkenalkan tiga karakteristik utama keunggulan kompetitif berkelanjutan: bernilai, langka, dan sulit ditiru. Kemudian, pada tahun 1991, ia semakin memperjelas teori ini dengan menekankan bahwa perusahaan harus memiliki sumber daya yang heterogen, sehingga mereka dapat merespons peluang dan ancaman eksternal dengan lebih efektif (Salazar & Armando, 2017).

Namun, RBV juga menghadapi berbagai tantangan dan kritik. Salah satu perdebatan utama adalah apakah perusahaan dengan sumber daya yang identik dapat mencapai hasil strategi yang sama. Beberapa kritikus berpendapat bahwa meskipun RBV menyatakan bahwa sumber daya unik dapat memberikan keunggulan kompetitif, faktor eksternal seperti regulasi, persaingan industri, dan dinamika pasar juga memiliki peran signifikan dalam menentukan kinerja perusahaan (Salazar & Armando, 2017). Selain itu, interaksi dinamis antara

sumber daya juga menjadi faktor yang memengaruhi efektivitas strategi rapkan perusahaan.



Pandangan tradisional tentang sumber keunggulan bersaing kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh RBV, yang menegaskan bahwa sumber daya organisasi, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, merupakan faktor utama dalam menciptakan keunggulan bersaing, asalkan memenuhi kondisi tertentu (Razzak, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua sumber daya dapat memberikan keunggulan kompetitif; hanya sumber daya yang memenuhi kriteria RBV yang mampu memberikan diferensiasi strategis bagi perusahaan.

Untuk mengatasi keterbatasan RBV dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis, para ilmuwan memperkenalkan konsep *Dynamic Capabilities View* (DCV). Perspektif ini berpendapat bahwa keunggulan jangka panjang perusahaan tidak hanya bergantung pada kepemilikan sumber daya yang berharga, tetapi juga pada kemampuannya untuk beradaptasi, mengintegrasikan, dan mengonfigurasi ulang sumber daya internal maupun eksternal dalam menghadapi perubahan lingkungan. Dengan demikian, perusahaan yang memiliki kapabilitas dinamis lebih mungkin untuk tetap kompetitif dalam pasar yang terus berkembang.

Seiring perkembangan teori ini, RBV telah berevolusi menjadi *Resource-Based Theory (RBT)* yang mencakup aspek-aspek yang lebih luas dalam manajemen sumber daya. RBT tidak hanya menganalisis bagaimana perusahaan secara internal mengelola dan mengalokasikan sumber daya, tetapi juga memasukkan perspektif lain seperti *knowledge-based view* dan *natural resource-based view* untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi berbasis sumber daya (Salazar & Armando, 2017).

Secara keseluruhan, RBV memberikan kerangka kerja yang kuat dalam memahami bagaimana perusahaan dapat membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui pemanfaatan sumber daya internal mereka. Dengan

ni prinsip-prinsip dasar RBV dan mengimplementasikan strategi berbasis



sumber daya, perusahaan dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan bisnis dan mencapai keberhasilan jangka panjang di pasar yang kompetitif.

2.2 Tinjauan Empiris

Tinjauan empiris berperan penting dalam penelitian karena memberikan bukti nyata untuk mendukung atau menolak hipotesis serta membantu memahami pola, tren, dan hubungan antar variabel yang relevan. Dalam konteks penelitian ini, tinjauan empiris bertujuan menganalisis temuan-temuan sebelumnya mengenai pengaruh manajemen rantai pasok berkelanjutan dan inovasi rantai pasok terhadap keunggulan kompetitif, serta mengeksplorasi peran kemampuan manajemen risiko sebagai variabel mediasi. Pemahaman terhadap hasil-hasil tersebut memungkinkan pengembangan kerangka kerja yang lebih terfokus dan berbasis bukti, serta membantu mengisi kesenjangan dalam literatur sebelumnya.

Beberapa penelitian yang telah melakukan kajian di bidang manajemen rantai pasok berkelanjutan, inovasi rantai pasok, kemampuan manajemen risiko, serta hubungannya dengan keunggulan kompetitif yang menjadi dasar pada penelitian ini selanjutnya dipaparkan di bawah ini.

2.2.1 Penelitian Terdahulu tentang Manajemen Rantai Pasok Berkelanjutan dan Keunggulan Kompetitif

Manajemen rantai pasok berkelanjutan telah menjadi fokus banyak penelitian dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya praktik bisnis yang ramah lingkungan. Sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok berkelanjutan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Mukhsin & Suryanto (2022) menemukan bahwa penerapan manajemen rantai pasok berkelanjutan di

Joint Business Group (JBG) Pottery di Banten berkontribusi pada keunggulan

f melalui harga yang lebih rendah, ketepatan pengiriman, inovasi produk <elanjutan, serta percepatan waktu pemasaran.



Hasil serupa diperoleh oleh Hafi (2022) dalam penelitiannya terhadap perusahaan manufaktur skala besar dan menengah di Jawa Timur, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi penerapan manajemen rantai pasok berkelanjutan, semakin besar keunggulan kompetitif yang dicapai. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Hasanah & Fauziyah (2020) terhadap UMKM Kasongan di Yogyakarta, serta Maisaroh (2021) pada UMKM konveksi, yang keduanya menyimpulkan bahwa manajemen rantai pasok berkelanjutan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif. Selain itu, studi oleh Shebeshe & Sharma (2024) terhadap industri manufaktur di Ethiopia juga mengonfirmasi pengaruh signifikan manajemen rantai pasok berkelanjutan terhadap peningkatan daya saing perusahaan.

Namun, beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda. Vargas dkk. (2018) dalam penelitiannya terhadap 126 perusahaan di Kolombia dari berbagai sektor, menemukan bahwa penerapan praktik lingkungan dalam rantai pasokan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah fokus perusahaan yang lebih pada aspek lingkungan dalam batas internal ketimbang implementasi pada seluruh rantai pasok. Di sisi lain, studi oleh Razzak (2023) terhadap industri manufaktur pakaian ekspor di Bangladesh menunjukkan bahwa dampak manajemen rantai pasok berkelanjutan terhadap keunggulan kompetitif bergantung pada dimensinya. Keberlanjutan sosial dalam manajemen rantai pasok berkelanjutan terbukti meningkatkan daya saing, sementara keberlanjutan lingkungan dan ekonomi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Secara keseluruhan, meskipun mayoritas penelitian menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok berkelanjutan berkontribusi terhadap keunggulan f, terdapat variasi temuan yang bergantung pada konteks industri, dan dimensi keberlanjutan yang diterapkan dalam rantai pasok. Hal ini



menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih kontekstual dalam memahami hubungan antara manajemen rantai pasok yang berkelanjutan dan keunggulan kompetitif di berbagai sektor dan negara.

2.2.2 Penelitian Terdahulu tentang Kemampuan Manajemen Risiko dan Keunggulan Kompetitif

Kemampuan manajemen risiko, khususnya dalam bentuk robustness dan resilience, telah banyak dikaji dalam hubungannya dengan keunggulan kompetitif. Penelitian Afraz dkk. (2021) menunjukkan bahwa kedua kapabilitas tersebut berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif pada industri konstruksi. Hasil serupa ditemukan oleh Taleghani & Shadpour (2024) yang menegaskan bahwa perusahaan dengan kemampuan ketahanan dan resiliensi yang baik cenderung memiliki daya saing lebih tinggi di lingkungan industri yang dinamis.

Nguyen (2023) menegaskan bahwa kemampuan manajemen risiko secara umum berdampak positif terhadap keunggulan kompetitif, khususnya dalam konteks perusahaan yang beroperasi di sektor perdagangan baja. Temuan ini menunjukkan bahwa kesiapan dalam menghadapi risiko dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan dapat menjadi sumber keunggulan strategis. Pendekatan manajemen risiko yang terstruktur memungkinkan perusahaan untuk menjaga kelangsungan operasional sekaligus memanfaatkan peluang di tengah ketidakpastian.

Namun, tidak semua penelitian menunjukkan hasil yang konsisten. Fadhiela & Ringo (2024) menemukan bahwa *resilience capability* tidak berpengaruh langsung terhadap keunggulan kompetitif, sementara *robustness capability* berpengaruh signifikan. Perbedaan temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh masing-masing dimensi kemampuan manajemen risiko dapat bervariasi

ig pada sektor industri, karakteristik perusahaan, dan kondisi lingkungan . Oleh karena itu, studi lanjutan dalam konteks perusahaan yang berbeda



tetap diperlukan untuk memperkuat pemahaman teoretis dan praktis mengenai hubungan ini.

2.2.3 Penelitian Terdahulu tentang Peran Inovasi Rantai Pasok sebagai Variabel Mediasi

Berbagai studi terdahulu telah menunjukkan bahwa inovasi dalam rantai pasok dapat memainkan peran mediasi dalam memperkuat pengaruh strategi operasional terhadap keunggulan kompetitif. Meskipun belum ada penelitian yang secara spesifik menguji hubungan antara manajemen rantai pasok berkelanjutan dan kemampuan manajemen risiko terhadap keunggulan kompetitif dengan inovasi rantai pasok sebagai mediator dalam satu model terintegrasi, sejumlah studi telah menyoroti potongan-potongan penting dari relasi tersebut.

Sebagai contoh, Novitasari & Agustia (2021) menemukan bahwa *green supply chain management* (GSCM) tidak memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan, namun memiliki dampak signifikan apabila dimediasi oleh *green innovation*. Ini mengindikasikan bahwa strategi keberlanjutan dalam rantai pasok perlu diwujudkan dalam bentuk inovasi nyata agar dapat menghasilkan kinerja unggul. Dalam konteks ini, *green innovation* dapat dipandang sebagai salah satu bentuk inovasi rantai pasok, terutama karena melibatkan perbaikan dalam produk, proses, atau sistem yang lebih ramah lingkungan.

Penelitian Olaleye & Mosleh (2025) turut memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa *green supply chain integration* (GSCI) berpengaruh terhadap *green innovation*, yang kemudian meningkatkan *sustainable supply chain performance* (SSCP). Sekalipun istilahnya berbeda, namun *sustainable supply chain performance* merupakan salah satu indikator keunggulan rantai pasok dalam jangka panjang, yang berkorelasi dengan keunggulan kompetitif. Artinya, ketika

praktik berkelanjutan disertai inovasi, maka rantai pasok akan beroperasi lebih unggul dan adaptif.



Sementara itu, dalam konteks kemampuan manajemen risiko, studi Jerome dkk. (2024) menyoroti bahwa perusahaan yang menerapkan teknologi seperti *big data analytics* dan *track-and-trace* dalam pengelolaan risiko memperoleh keunggulan operasional, seperti kelancaran informasi dan stabilitas pasokan, yang berdampak pada keunggulan kompetitif. Di sinilah inovasi, khususnya inovasi berbasis teknologi berperan dalam mentransformasi kapabilitas manajemen risiko menjadi keunggulan strategis. Meskipun penelitian tersebut tidak menyebut istilah inovasi rantai pasok secara eksplisit, substansi proses inovatifnya mencerminkan elemen tersebut.

Lebih lanjut, (Shan dkk., 2020) menunjukkan bahwa *supply chain collaborative innovation* yang terdiri dari inovasi teknologi, manajemen, dan pasar memiliki dampak signifikan terhadap *supply chain dynamic capability* dan *sustainable supply chain performance*. Dalam penelitian tersebut, kapabilitas dinamis bertindak sebagai mediator, namun prinsipnya sejalan dengan logika bahwa inovasi dalam rantai pasok memperkuat efek strategi kolaboratif terhadap performa. Dengan kata lain, semakin kuat kemampuan inovasi dalam rantai pasok, semakin besar potensi strategi perusahaan (baik dalam keberlanjutan maupun manajemen risiko) untuk menghasilkan keunggulan bersaing.

Dengan mengaitkan temuan-temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun studi terdahulu menggunakan istilah dan fokus variabel yang beragam seperti *green innovation*, *collaborative innovation*, atau *technological innovation*, semuanya mengarah pada fungsi inovasi sebagai penghubung antara strategi dan hasil strategis. Oleh karena itu, inovasi rantai pasok layak dijadikan variabel mediasi yang menjembatani pengaruh manajemen rantai pasok berkelanjutan dan kemampuan manajemen risiko terhadap keunggulan kompetitif, meskipun belum

litian empiris yang menguji keempat variabel ini secara bersamaan dalam el. Adapun ringkasan penelitian terdahulu ditunjukkan pada tabel berikut.



Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Penulis (Tahun)	Judul	Variabel Penelitian	Sampel dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Kesenjangan Penelitian
1.	Vargas, dkk. (2018)	<i>Enablers of sustainable supply chain management and its effect on competitive advantage in the Colombian context</i>	Dukungan Manajemen Puncak & Menengah, Pembelian Strategis (X) → Praktik Sosial, Praktik Lingkungan (Z) → Keunggulan Kompetitif (Y)	126 perusahaan di Kolombia. PLS-SEM	Penerapan praktik sosial dalam rantai pasokan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Sedangkan penerapan praktik lingkungan dalam rantai pasokan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.	Belum menguji dimensi ekonomi dalam manajemen rantai pasok berkelanjutan.
2.	Razzak (2022)	<i>Mediating effect of productivity between sustainable supply chain management practices and competitive advantage: evidence from apparel manufacturing in Bangladesh</i>	Praktik Keberlanjutan Lingkungan, Praktik Keberlanjutan Sosial, Praktik Keberlanjutan Ekonomi (X) → Produktivitas (Z) → Keunggulan Kompetitif (Y)	345 perusahaan manufaktur pakaian ekspor di Bangladesh. PLS-SEM	Dimensi keberlanjutan lingkungan dalam praktik manajemen rantai pasokan berkelanjutan tidak memengaruhi keunggulan kompetitif. Dimensi keberlanjutan sosial dalam praktik manajemen rantai pasok berkelanjutan memengaruhi keunggulan kompetitif. Dimensi keberlanjutan ekonomi dalam praktik manajemen rantai pasok berkelanjutan tidak memengaruhi keunggulan kompetitif.	Belum menguji peran inovasi rantai pasok sebagai variabel mediasi.



Lanjutan Tabel 2.1

No.	Penulis (Tahun)	Judul	Variabel Penelitian	Sampel dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Kesenjangan Penelitian
3.	Mukhsin & Suryanto (2022)	<i>The Effect of Sustainable Supply Chain Management on Company Performance Mediated by Competitive Advantage</i>	Manajemen Rantai Pasok Berkelanjutan (X) → Keunggulan Kompetitif (Z) → Kinerja Perusahaan (Y)	100 pelaku usaha dalam Joint Business Group (JBG) Pottery di Banten, Indonesia, PLS-SEM	Manajemen rantai pasok berkelanjutan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.	Belum menguji peran inovasi rantai pasok dalam meningkatkan keunggulan kompetitif.
4.	Hafi (2022)	<i>Effect of Sustainability Supply Chain Management on Company Performance: Mediating Role of Competitive Advantage</i>	Manajemen Rantai Pasok Berkelanjutan (X) → Keunggulan Kompetitif (Z) → Kinerja Perusahaan (Y)	100 perusahaan manufaktur skala besar dan menengah di Jawa Timur. PLS-SEM	Manajemen rantai pasok berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.	Belum menguji peran inovasi rantai pasok dalam meningkatkan keunggulan kompetitif.
5.	Hasanah & Fauziah 	Manajemen Rantai Pasok Berkelanjutan dan Kemampuan Inovasi untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Organisasi Studi pada UMKM Kasongan di Kabupaten Bantul (Yogyakarta, Indonesia)	Manajemen Rantai Pasok Berkelanjutan & Kemampuan Inovasi (X) → Keunggulan Kompetitif (Z) → Kinerja Perusahaan (Y)	60 UMKM Kasongan (sentra industri gerabah dan kerajinan tanah liat) di Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Uji regresi linier berganda	Manajemen rantai pasok berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.	Belum menguji peran kemampuan manajemen risiko sebagai variabel utama.

Lanjutan Tabel 2.1

No.	Penulis (Tahun)	Judul	Variabel Penelitian	Sampel dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Kesenjangan Penelitian
6.	Maisaroh (2021)	Dampak Penerapan Rantai Pasokan Berkelanjutan Terhadap Keunggulan Kompetitif Pada UMKM Konveksi di Desa Nogotirto	Manajemen Rantai Pasok Berkelanjutan (X) → Keunggulan Kompetitif (Y)	10 UMKM Konveksi. Deskriptif kualitatif, triangulasi data	Manajemen rantai pasok berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.	Belum menguji peran inovasi rantai pasok dalam meningkatkan keunggulan kompetitif.
7.	Shebeshe & Sharma (2024)	<i>Sustainable supply chain management and organizational performance: the mediating role of competitive advantage in Ethiopian manufacturing industry</i>	Manajemen Rantai Pasok Berkelanjutan (X) → Keunggulan Kompetitif (Z) → Kinerja Perusahaan (Y)	221 responden terdiri dari manajer dan supervisor di industri manufaktur Ethiopia. SEM.	Manajemen rantai pasok berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.	Belum menguji peran inovasi rantai pasok dalam meningkatkan keunggulan kompetitif.
8.	Afraz, dkk. (2021)	<i>The impact of supply chain innovation on competitive advantage in the construction industry: Evidence from a moderated multi-mediation model</i>	Inovasi Rantai Pasok (X) → Kemampuan Manajemen Risiko (Z) → Keunggulan Kompetitif (Y)	210 responden yang berasal dari industri konstruksi di Pakistan. SEM.	Inovasi rantai pasok positif memengaruhi keunggulan kompetitif. <i>Robustness capability</i> dan <i>resilience capability</i> (kemampuan manajemen risiko) memediasi hubungan antara inovasi rantai pasok dan keunggulan kompetitif.	Penelitian dilakukan di sektor konstruksi, tetapi belum diuji di sektor lain.



Lanjutan Tabel 2.1

No.	Penulis (Tahun)	Judul	Variabel Penelitian	Sampel dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Kesenjangan Penelitian
9.	Taleghani & Shadpour (2024)	<i>Investigating the Impact of Supply Chain Innovation on Competitive Advantage through the Mediating Role of Robustness & Resilience Capabilities</i>	Inovasi Rantai Pasok (X) → Kemampuan Kekokohan dan Kemampuan Ketahanan (Z) → Keunggulan Kompetitif (Y)	127 perusahaan yang terlibat di Kawasan Industri Rasht. SEM.	Inovasi rantai pasokan positif mempengaruhi keunggulan kompetitif. Kemampuan ketahanan positif mempengaruhi keunggulan kompetitif. Kemampuan resiliensi positif mempengaruhi keunggulan kompetitif.	Penelitian ini dilakukan di wilayah Rasht, tetapi belum diuji di wilayah lain dengan kondisi ekonomi dan regulasi berbeda.
10.	Nguyen (2022)	<i>Impact of Supply Chain Innovation and Risk Management Capabilities on Competitive Advantage at Steel Trading Companies in Vietnam</i>	Inovasi Rantai Pasok, Kemampuan Manajemen Risiko (X) → Keunggulan Kompetitif (Y)	239 responden, yang terdiri dari pemimpin dan manajer di berbagai perusahaan perdagangan baja di Vietnam. SEM.	Inovasi rantai pasokan memiliki dampak positif terhadap keunggulan kompetitif. Kemampuan manajemen risiko memiliki dampak positif terhadap keunggulan kompetitif.	Penelitian ini tidak mempertimbangkan peran variabel mediasi dalam hubungan antara variabel X dan Y.
11.	Mehregan, dkk (2022)	<i>The Role of SCM practices in Competitive Advantage and Firm Performance: A Mediating Role of Supply Chain Innovation and TQM</i>	Manajemen Rantai Pasokan (X) → Inovasi Rantai Pasok, Manajemen Mutu Terpadu (Z) → Keunggulan Kompetitif, Kinerja Perusahaan (Y)	279 responden, yang terdiri dari manajer, asisten, dan ahli rantai pasokan dari usaha kecil dan menengah (UMKM) di Iran. SEM.	Inovasi rantai pasokan mempengaruhi keunggulan kompetitif. Inovasi rantai pasokan memainkan peran mediasi yang signifikan dalam hubungan antara praktik SCM dan keunggulan kompetitif perusahaan.	Penelitian ini tidak mempertimbangkan peran kemampuan manajemen risiko sebagai variabel utama.



Lanjutan Tabel 2.1

No.	Penulis (Tahun)	Judul	Variabel Penelitian	Sampel dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Kesenjangan Penelitian
12.	Fadhiela & Ringo (2024)	Inovasi Rantai Pasok dan Keunggulan Kompetitif pada Bisnis Kopi di Kabupaten Aceh Tengah Provinsi Aceh	Inovasi Rantai Pasok (X) → Kemampuan Kekokohan dan Kemampuan Ketahanan (Z) → Keunggulan Kompetitif (Y)	60 responden dari pelaku usaha kopi di Kabupaten Aceh Tengah. SEM.	Inovasi rantai pasok tidak berdampak langsung pada keunggulan kompetitif, tetapi berpengaruh melalui <i>resilience</i> dan secara tidak langsung melalui <i>robustness capability</i> .	Belum memasukkan praktik manajemen rantai pasok berkelanjutan sebagai variabel mediasi.
13.	Wibisono & Kusumastuti (2024)	<i>Competitive Advantage in Indonesian Pharmaceutical Raw Material Companies: Effect of External Integration, Agility, and Innovativeness</i>	Integrasi Internal (X) → Kelincahan Rantai Pasok, Inovasi Rantai Pasok (Z) → Keunggulan Kompetitif (Y)	84 perusahaan penyedia bahan baku farmasi yang telah mendapatkan sertifikat Good Distribution Practice (GDP) dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). SEM.	Inovasi rantai pasok tidak berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.	Penelitian ini tidak mempertimbangkan peran kemampuan manajemen risiko sebagai variabel utama.
14		<i>Developing a model for supply chain agility and innovativeness to enhance firms' competitive advantage</i>	Integrasi TI, Kepercayaan (X) → Kelincahan rantai pasok, Inovativitas (Z) → Keunggulan Kompetitif (Y)	Total 204 responden terdiri dari manajer senior atau manajer proyek yang memiliki pengalaman dalam praktik TI atau manajemen rantai pasokan.	Inovativitas dalam rantai pasokan berpengaruh positif keunggulan kompetitif.	Belum memasukkan praktik manajemen rantai pasok berkelanjutan dan kemampuan manajemen risiko sebagai variabel utama.