

PENGARUH STRATEGIC SUPPLIER PARTNERSHIP DAN INFORMATION SHARING TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Aidil Ferdi¹, Samsir², Sharnuke Asrilsyak³

Universitas Riau

e-mail: aidilferdi08@gmail.com¹, samsir@lecturer.unri.ac.id²,

sharnuke.asrilsyak@lecturer.unri.ac.id³

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategic supplier partnership, dan information sharing terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi pada UMKM Mitra P2K2 Universitas Riau. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM Mitra P2K2 UNRI. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini teknik sampling jenuh yaitu metode yang di mana seluruh anggota populasi diikutsertakan sebagai responden. Teknik ini diterapkan karena jumlah populasi yang relatif kecil, sehingga memungkinkan semua unit dalam populasi menjadi sampel penelitian, dan jumlah sampel ditentukan dengan pendekatan rumus sensus yakni sebanyak 51 UMKM Mitra P2K2 Universitas Riau. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modelling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS) yang diolah menggunakan software SmartPLS versi 4.1.0.9. hasil penelitian dengan uji hipotesis menunjukkan bahwa strategic supplier partnership memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap kinerja usaha. Information sharing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Strategic supplier partnership memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Information sharing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan Bersaing. Pada keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Keunggulan bersaing memediasi hubungan antara strategic supplier partnership dan kinerja usaha. Keunggulan bersaing memediasi hubungan antara information sharing dan kinerja usaha.

Kata Kunci: Strategic Supplier Partnership, Information Sharing, Keunggulan Bersaing, Kinerja Usaha.

Abstract – This study aims to determine the effect of strategic supplier partnership, and information sharing on business performance through competitive advantage as a mediating variable in P2K2 Partners of Riau University. The population in this study were MSME Partners of P2K2 UNRI. The sampling technique used in this study was saturated sampling technique, which is a method in which all members of the population are included as respondents. This technique was applied because the population was relatively small, so it was possible for all units in the population to become research samples, and the number of samples was determined using the census formula approach, namely 51 UMKM Partners of P2K2 Riau University. The analysis method used in this research is Structural Equation Modeling (SEM) with the Partial Least Square (PLS) approach which is processed using SmartPLS software version 4.1.0.9. The results of research with hypothesis testing show that strategic supplier partnership has a positive but insignificant effect on business performance. Information sharing has a positive and significant effect on business performance. Strategic supplier partnership has a positive and significant influence on Competitive Advantage. Information sharing has a positive and significant effect on competitive advantage. Competitive advantage has a positive and significant effect on business performance. Competitive advantage mediates the relationship between strategic supplier partnership and business performance.

Keywords: Strategic Supplier Partnership, Information Sharing, Competitive Advantage, Business Performance.

PENDAHULUAN

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing agar mampu bertahan dan unggul di pasar. Konsumen kini

menuntut produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga terjangkau, sehingga pengusaha harus terus berinovasi, menjaga kualitas produk dan layanan, serta membangun kemitraan strategis. Keunggulan bersaing, menurut Barney dan Hesterly (2015), merupakan kemampuan menciptakan nilai lebih tinggi bagi pelanggan dibanding pesaing, dan dapat dicapai melalui strategi diferensiasi, efisiensi biaya, serta responsivitas terhadap pasar (Heizer & Render, 2015).

Keunggulan bersaing yang dimiliki suatu usaha sangat berpengaruh terhadap pencapaian kinerja usaha yang optimal. Kinerja usaha mencerminkan hasil dari strategi, aktivitas operasional, dan kemampuan dalam merespons pasar secara efektif. Regina dan Devie (2013) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif digunakan pengusaha untuk mencapai target kinerja usaha. Sementara itu, Purnama (2013) menekankan bahwa kinerja usaha berkaitan erat dengan efisiensi, efektivitas, serta kemampuan mencapai tujuan seperti peningkatan laba, kualitas produk, dan pangsa pasar. dan Sudaryanto (2017) juga menunjukkan bahwa pengelolaan informasi yang efektif menjadi kunci dalam pengambilan keputusan strategis yang berdampak pada kinerja. Dalam konteks UMKM, kinerja usaha yang baik merupakan landasan penting dalam membangun daya saing jangka panjang di era globalisasi dan digitalisasi, oleh sebab itu dikarenakan perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan kompetitif, UMKM dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing dan kinerja usaha yang mampu mempertahankan kelangsungan usaha mereka

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) itu sendiri merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan penyerapan tenaga kerja menjadikan UMKM sebagai tulang punggung ekonomi negara. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) mencatat, terdapat sekitar 66 juta unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia pada tahun 2023 yang tersebar di seluruh kabupaten dan kota di Indonesia, dengan pertumbuhannya sebesar 1,52% dalam setahun, dimana mayoritas UMKM di Indonesia bergerak dibidang Food and Beverage (FnB).

Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Riau untuk jumlah UMKM di Pekanbaru hingga tahun 2023 sendiri sebanyak 26.648, dan jumlah ini menjadi yang terbesar di provinsi Riau. Hal ini menandakan adanya pertumbuhan yang signifikan terhadap peningkatan jumlah UMKM yang ada di Pekanbaru yang tersebar ke 15 kecamatan yang ada di kota Pekanbaru setiap tahunnya.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Pekanbaru, sektor UMKM ini memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian daerah dan pertumbuhannya terus meningkat dari tahun ke tahun. Keberadaan UMKM tersebut diharapkan mampu menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan menjadi tiang pembangunan perekonomian, khususnya bagi Kota Pekanbaru. Namun para pelaku usaha tentunya harus siap menghadapi berbagai tantangan yang ada seperti meningkatnya persaingan dan perubahan tren pasar yang menyoroti perlunya para pelaku UMKM mengoptimalkan penggunaan informasi untuk mengatasi tantangan persaingan pasar yang dihadapi para pelaku UMKM.

Di Pekanbaru, kelompok UMKM yang memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian local adalah UMKM mitra Pusat Pengembangan Kewirausahaan dan Karier (P2K2) Universitas Riau. P2K2 memiliki peran penting dalam mendukung UMKM yang bermitra melalui program pelatihan, pendampingan bisnis, dan penyediaan akses informasi yang lebih luas dengan menjalin kemitraan dengan UMKM melalui berbagai skema, seperti pelatihan kewirausahaan, fasilitasi pemasaran digital, serta pendampingan dalam manajemen usaha.

Dalam melakukan proses kemitraan antara UMKM dan P2K2 Universitas Riau dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, UMKM yang ingin menjadi mitra mendaftar melalui program yang disediakan oleh P2K2. Setelah melalui seleksi administratif dan

evaluasi bisnis, UMKM yang terpilih akan mendapatkan akses ke berbagai pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan bisnis. Selanjutnya, mereka difasilitasi dalam pengembangan produk, pemasaran, hingga pengelolaan keuangan yang lebih efektif. Selain itu, P2K2 juga menjembatani UMKM dengan investor dan pihak eksternal untuk memperluas jaringan usaha mereka. Dengan adanya kemitraan ini, UMKM tidak hanya mendapatkan akses ke sumber daya akademik dan pelatihan bisnis, tetapi juga peluang dalam memperluas pasar mereka.

Namun, UMKM mitra P2K2 Universitas Riau dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat, baik dari pelaku usaha sejenis maupun dari industri besar (Syamsir & Wibowo, 2021). Sebagai bagian dari ekonomi lokal, UMKM ini berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menawarkan produk yang mencerminkan budaya dan kearifan lokal (Suryani & Ardiansyah, 2020).

Pada data dilapangan beberapa UMKM berhasil meningkatkan omzet dan profitabilitas, tetapi sebagian lainnya mengalami stagnasi atau bahkan penurunan daya saing akibat tingginya biaya produksi dan kurangnya efisiensi dalam manajemen rantai pasok. Salah satu faktor utama yang memengaruhi kondisi ini adalah kurangnya kemitraan strategis (*Strategic supplier partnership*) yang memungkinkan suatu usaha untuk bisa melaksanakan berbagai macam kegiatan usaha bisa lebih efisien dengan beberapa pemasok penting yang bersedia berbagi tanggung jawab atas keberhasilan produk.

Marie and Binalla (2019) UMKM yang jarang terlibat dalam kemitraan strategis dengan pemasoknya, dan tidak ada hubungan positif antara hubungan pemasok strategis dan keunggulan kompetitif, perlu memperbarui strategi rantai pasokan untuk meningkatkan peluang kompetitif dan memanfaatkan hubungan antara unit-unit yang berbeda dalam rantai pasokan. Dengan adanya *Strategic supplier partnership*, UMKM dapat memperoleh bahan baku dengan harga lebih kompetitif, menjaga kestabilan pasokan, serta meningkatkan kualitas produksi.

Salah satu tantangan utama UMKM mitra P2K2 Universitas Riau adalah pemanfaatan informasi untuk meningkatkan daya saing dan kinerja usaha (Ramadhani et al., 2018). Berbagi informasi yang efektif berperan penting dalam menciptakan keunggulan bersaing dan menjaga keberlangsungan usaha (Mahendra et al., 2020). Penelitian menunjukkan bahwa berbagi informasi dapat meningkatkan kolaborasi antar pelaku bisnis dan membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan pasar (Lestari & Supriyono, 2018).

Namun, banyak UMKM belum menyadari pentingnya pengelolaan informasi yang optimal. Mereka sering menghadapi kendala seperti pengolahan data yang tidak efektif, kurangnya kerja sama dengan pemasok, dan keterlambatan bahan baku, yang menghambat produksi (Wijayanti & Sudaryanto, 2017). Keberhasilan *supply chain* bergantung pada sistem informasi yang baik (Yusuf, 2022). Dalam konteks UMKM, berbagi informasi yang efektif membantu memahami preferensi pelanggan, memperkuat kolaborasi dengan pemasok, dan mengoptimalkan keputusan bisnis.

UMKM mitra P2K2 Universitas Riau masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi untuk berbagi informasi secara real-time, yang menghambat pengambilan keputusan cepat dan respons terhadap dinamika pasar (Li & Wang, 2019). Ketidakefektifan ini menyebabkan keterlambatan dalam menyesuaikan stok produk, inovasi, dan penyesuaian terhadap preferensi pelanggan (Chen et al., 2017). Berbagi informasi yang baik dapat meningkatkan keunggulan bersaing dan mengurangi risiko kesalahan dalam proses bisnis (Muhammad, 2020).

Oleh sebab itu perlu adanya penelitian tentang bagaimana pengaruh *strategic supplier partnership* dan *information sharing* berpengaruh terhadap kinerja usaha dan keunggulan bersaing menjadi variabel mediasinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan pada UMKM mitra P2K2 Universitas Riau yang berada di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan karena merupakan UMKM yang bermitra dengan P2K2 Universitas Riau yang ada di Kota Pekanbaru. Waktu penelitian direncanakan akan dilaksanakan pada tahun 2025. Populasi bisa berupa subyek maupun obyek penelitian, subjek dari penelitian ini yaitu pelaku usaha UMKM yang bermitra dengan P2K2 Universitas Riau. Objek penelitiannya sendiri adalah UMKM mitra P2K2 Universitas Riau. Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 51 UMKM mitra P2K2 Universitas Riau, sehingga seluruhnya juga dijadikan sebagai sampel, yaitu sebanyak 51 UMKM. Yang mana perhitungan sampel dalam penelitian ini mengacu pada metode sampling jenuh dengan pendekatan rumus sensus. Dalam penelitian ini data primer didapatkan dari hasil kuisioner yang akan dikirimkan kepada pemilik atau manajer, karyawan, dan pemasok dari UMKM mitra P2K2 Universitas Riau. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS) yang diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.1.0.9. Dalam konteks penelitian ini, wawancara dilakukan dengan para pelaku usaha UMKM mitra P2K2 Universitas Riau untuk memahami dinamika bisnis yang mereka jalankan

Kerangka penelitian

Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Strategic Supplier Partnership (X1) dan Information sharing (X2). Keduanya diduga memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Kinerja Usaha) dan melalui variabel mediasi (Keunggulan Bersaing). Dalam penelitian ini, variabel keunggulan bersaing (M) bertindak sebagai variabel mediasi yang dapat menghubungkan variabel Strategic Supplier Partnership (X1) dan variabel Information Sharing (X2) dengan variabel kinerja usaha (Y). Dalam penelitian ini, data yang akan dilakukan analisis deskriptif adalah Strategic Supplier Partnership (X1), Information Sharing (X2), Keunggulan Bersaing (M) dan Kinerja Usaha (Y). Dalam melakukan analisis deskriptif pada suatu penelitian, peneliti perlu menentukan skor jawaban responden berdasarkan alternatif skor yang telah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Analisis deskriptif variabel penelitian

Sugiyono (2022), menjelaskan analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini, berdasarkan pernyataan pernyataan yang telah diajukan kepada responden melalui kuesioner diperoleh berbagai tanggapan dan respon yang berbeda. Penilaian atas tanggapan responden mengenai pernyataan pada masing-masing variabel yang diberikan kepada 51 responden yaitu pelaku usaha UMKM mitra P2K2 Universitas Riau didasarkan pada batas nilai sebagai berikut:

2. Analisis deskriptif variabel SSP

| NO | Pernyataan | | Kriteria jawaban | | | | | Jumlah | nilai | ket |
|----|---|------|------------------|-----|----|----|---|--------|-------|--------|
| | | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | | |
| 1 | Seleksi Pada Pemilihan Pemasok | Frek | 27 | 19 | 5 | 0 | 0 | 51 | 4,43 | Tinggi |
| | | skor | 135 | 76 | 15 | 0 | 0 | 226 | | |
| 2 | Menjalin Hubungan Jangka Panjang Dengan Pemasok | Frek | 11 | 30 | 9 | 1 | 0 | 51 | 4,00 | Tinggi |
| | | Skor | 55 | 120 | 27 | 2 | 0 | 204 | | |
| 3 | Pemecahan masalah | Frek | 3 | 23 | 15 | 10 | 0 | 51 | 3,37 | Cukup |

| | | | | | | | | | | |
|-----------|------------------------|------|----|----|----|----|---|-----|------|-------|
| | Bersama dengan pemasok | Skor | 15 | 92 | 45 | 20 | 0 | 172 | | |
| Rata-Rata | | | | | | | | | 3,93 | Cukup |

Secara keseluruhan, variabel Strategic Supplier Partnership telah menunjukkan komitmen yang cukup baik dalam menjalin kemitraan strategis dengan pemasok, terutama dalam hal pemilihan pemasok berdasarkan kualitas (4,33) dan membangun hubungan jangka panjang dengan pemasok berkualitas tinggi (4,00). Hal ini mencerminkan bahwa UMKM menyadari pentingnya kualitas dan keberlanjutan dalam rantai pasok mereka. Namun, dalam aspek kerja sama dengan pemasok dalam menyelesaikan masalah, rata-rata penilaian yang lebih rendah (3,27) menunjukkan bahwa masih ada tantangan dalam komunikasi dan koordinasi yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, meskipun strategi kemitraan dengan pemasok sudah cukup baik, UMKM masih perlu meningkatkan kerja sama dan mekanisme penyelesaian masalah agar hubungan dengan pemasok semakin solid dan mendukung pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan.

3. Analisis deskriptif Information Sharing

| NO | Pernyataan | | Kriteria | | | | Jumlah | | nilai | ket |
|-----------|---------------------------------|------|----------|-----|----|---|--------|-----|-------|-------|
| | | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | | |
| 1 | Informasi perubahan harga | Frek | 11 | 21 | 17 | 2 | 0 | 51 | 3,80 | Cukup |
| | | skor | 55 | 82 | 51 | 4 | 0 | 194 | | |
| 2 | Perubahan ketersediaan | Frek | 2 | 29 | 17 | 3 | 0 | 51 | 3,59 | Cukup |
| | | Skor | 10 | 116 | 51 | 6 | 0 | 183 | | |
| 3 | Perubahan yang mempengaruhi | Frek | 13 | 16 | 18 | 4 | 0 | 51 | 3,75 | Cukup |
| | | Skor | 65 | 64 | 54 | 8 | 0 | 191 | | |
| 4 | Berbagi informasi penting untuk | Frek | 14 | 14 | 19 | 4 | 0 | 51 | 3,75 | Cukup |
| | | Skor | 70 | 56 | 57 | 8 | 0 | 191 | | |
| Rata-Rata | | | | | | | | | 3,72 | Cukup |

Diketahui nilai rata-rata tanggapan responden mengenai variabel berbagi informasi adalah sebesar 3,72 dan tergolong dalam kriteria penilaian cukup. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM mitra P2K2 Universitas Riau telah memiliki kebiasaan dalam berbagi informasi, baik dengan sesama pelaku usaha maupun dengan pihak eksternal yang relevan. Namun, masih terdapat ruang untuk peningkatan, terutama dalam hal keterbukaan informasi yang lebih luas untuk meningkatkan daya saing usaha.

4. Analisis deskriptif keunggulan bersaing

| NO | Pernyataan | | Kriteria jawaban | | | | | Jumlah | nilai | ket |
|-----------|--------------------|------|------------------|----|----|----|---|--------|-------|-------|
| | | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | | |
| 1 | Quality | Frek | 3 | 18 | 24 | 6 | 0 | 51 | 3,35 | Cukup |
| | | skor | 15 | 72 | 74 | 12 | 0 | 171 | | |
| 2 | Product Innovation | Frek | 2 | 19 | 25 | 5 | 0 | 51 | 3,35 | Cukup |
| | | Skor | 10 | 76 | 75 | 10 | 0 | 171 | | |
| 3 | Time to Market | Frek | 2 | 20 | 23 | 6 | 0 | 51 | 3,35 | Cukup |
| | | Skor | 10 | 80 | 69 | 12 | 0 | 171 | | |
| Rata-Rata | | | | | | | | | 3,35 | Cukup |

Nilai rata-rata tanggapan responden mengenai variabel keunggulan bersaing adalah sebesar 3,35, yang termasuk dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM telah berusaha untuk mempertahankan daya saing mereka di pasar, meskipun masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan agar lebih kompetitif.

5. Analisis deskriptif kinerja usaha

| NO | Pernyataan | | Kriteria jawaban | | | | | Jumlah | nilai | ket |
|----|-----------------------|------|------------------|----|----|---|---|--------|-------|-------|
| | | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | | |
| 1 | Peningkatan penjualan | Frek | 7 | 22 | 22 | 0 | 0 | 51 | 3,71 | Cukup |
| | | skor | 35 | 88 | 66 | 0 | 0 | 189 | | |

| | | | | | | | | | | |
|-----------|---------------------------|------|----|----|----|----|---|-----|------|-------|
| 2 | Peningkatan profit | Frek | 13 | 22 | 14 | 2 | 0 | 51 | 3,90 | Cukup |
| | | Skor | 65 | 88 | 42 | 4 | 0 | 199 | | |
| 3 | Pertumbuhan berkelanjutan | Frek | 0 | 23 | 19 | 9 | 0 | 51 | 3,27 | Cukup |
| | | Skor | 0 | 92 | 57 | 18 | 0 | 167 | | |
| Rata-Rata | | | | | | | | | 3.62 | Cukup |

Nilai rata-rata tanggapan responden mengenai variabel kinerja usaha adalah sebesar 3,62, yang tergolong dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM telah memiliki performa yang cukup baik dalam menjalankan bisnisnya, tetapi masih terdapat beberapa aspek yang dapat ditingkatkan agar lebih optimal.

Hasil Analisis Penelitian

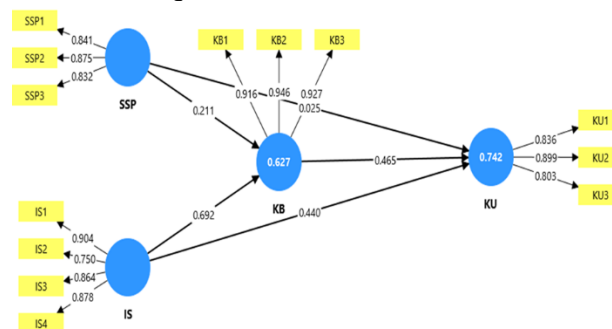
Penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling – Partial Least Squares (SEM-PLS), dan pada tahap perhitungannya menggunakan software Smart PLS 4 dan dilakukan dengan menggunakan pendekatan model reflektif.

1) Hasil Analisis Model Pengukuran Eksternal (Outer Model)

• Uji Validitas

Uji Validitas menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) terbagi menjadi dua tahap pengujian dan pengolahan, yaitu convergent validity dan discriminant validity.

Hasil Analisis Partial Least Square



a. Convergent Validity

Pengujian validitas item melalui convergent validity dapat dilihat dari nilai standardized outer loading setiap item yang diuji.

Uji Loading Factors

| Variabel | Indikator | Outer | Keterangan |
|--------------------------------|-----------|-------|------------|
| Strategic Supplier Partnership | SSP1 | 0.841 | Valid |
| | SSP2 | 0.875 | Valid |
| | SSP3 | 0.832 | Valid |
| Information Sharing | IS1 | 0.904 | Valid |
| | IS2 | 0.750 | Valid |
| | IS3 | 0.863 | Valid |
| | IS4 | 0.878 | Valid |
| Keunggulan Bersaing | KB1 | 0.915 | Valid |
| | KB2 | 0.946 | Valid |
| | KB3 | 0.927 | Valid |
| Kinerja Usaha | KU1 | 0.836 | Valid |
| | KU2 | 0.898 | Valid |
| | KU3 | 0.803 | Valid |

Sumber : Data olahan primer 2025

Berdasarkan pada Tabel diatas terlihat bahwa hasil evaluasi convergent validity yang melalui pengujian loading factors memperoleh nilai outer loading di angka $>0,50$ pada keseluruhan variabel maupun indikator. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa item- item

yang digunakan untuk mengukur setiap indikator pada masing-masing variabel dinyatakan valid (Latan et al 2017). Validitas ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki hubungan yang kuat dengan variabel laten yang diukurnya, sehingga instrumen penelitian dapat merepresentasikan konsep yang diukur secara akurat. Evaluasi discriminat validity juga dapat dilihat dari nilai Average Variance Extracted (AVE) pada setiap variabel yang diuji. Suatu variabel dinyatakan valid apabila nilai Average Variance Extracted (AVE) dalam pengujian Discriminat Validity bernilai $> 0,50$ (Hair et al.,2021).

| Variabel | Average variance extracted (AVE) |
|---------------------------------------|----------------------------------|
| <i>Strategic Supplier Partnership</i> | 0,722 |
| <i>Information Sharing</i> | 0,724 |
| Keunggulan Bersaing | 0,865 |
| Kinerja Usaha | 0,717 |

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil uji validitas melalui evaluasi discriminat validity memperoleh nilai Average Variance Extracted (AVE) >0.50 pada keseluruhan variabel yang telah diuji, dapat dikatakan bahwa variabel yang digunakan untuk mengukur setiap variabel pada Average Variance Extracted (AVE) dinyatakan valid. Validitas ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki kemampuan yang baik dalam mengukur konsep yang dimaksud.

b. Dscriminant Validity

Discriminant validiy adalah sebuah pengukuran yang memiliki tujuan untuk memastikan setiap konstruk dalam model penelitian bersifat independen dan tidak bercampur dengan konstruk lainnya. Dengan kata lain, pengukuran ini menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dari konstruk lainnya. Dalam penelitian ini menggunakan dua pendekatan dalam menguji Discriminant Validity yaitu Cross Loading dan Fornell-Larcker Criterion

Uji Cross Loading

| Indikator | SSP | IS | KB | KU |
|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| SSP1 | 0.841 | 0.051 | 0.142 | 0.070 |
| SSP2 | 0.875 | 0.210 | 0.285 | 0.142 |
| SSP3 | 0.832 | 0.189 | 0.329 | 0.226 |
| IS1 | 0.227 | 0.904 | 0.655 | 0.674 |
| IS2 | 0.032 | 0.750 | 0.554 | 0.655 |
| IS3 | 0.187 | 0.863 | 0.662 | 0.691 |
| IS4 | 0.217 | 0.878 | 0.726 | 0.719 |
| KB1 | 0.303 | 0.770 | 0.916 | 0.768 |
| KB2 | 0.287 | 0.733 | 0.946 | 0.808 |
| KB3 | 0.318 | 0.623 | 0.927 | 0.682 |
| KU1 | 0.181 | 0.637 | 0.675 | 0.836 |
| KU2 | 0.247 | 0.685 | 0.775 | 0.899 |
| KU3 | 0.061 | 0.725 | 0.609 | 0.803 |

Berdasarkan hasil uji cross loading di atas, diketahui bahwa nilai loading konstruk variabel laten dengan indikator lebih besar dari pada nilai loading pada konstruk lainnya yang mana nilainya $>0,70$. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk laten pada blok tertentu lebih baik dari ukuran blok lainnya. Dengan kata lain, pada analisis Cross loading tidak terdapat permasalahan discriminat validity. Validitas ini menunjukkan bahwa masing-masing indikator mampu membedakan variabel yang diukurnya dengan variabel lain dalam model.

Uji Fornell Lacker

| Variabel | SSP | KU | KB | IS |
|----------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| SSP | 0.850 | | | |
| KU | 0.195 | 0.847 | | |
| KB | 0.325 | 0.813 | 0.930 | |
| IS | 0.199 | 0.806 | 0.767 | 0.851 |

Berdasarkan hasil pengujian discriminant validity menggunakan pendekatan Fornell-Larcker yang ditampilkan pada Tabel 4, nilai pada diagonal menunjukkan akar kuadrat AVE dari masing-masing variabel. Sesuai dengan kriteria Fornell-Larcker, nilai ini harus lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya untuk memastikan bahwa setiap variabel memiliki perbedaan yang jelas dari variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel laten lebih mampu menjelaskan dirinya sendiri dibandingkan dengan hubungannya dengan variabel lain. Oleh karena itu, persyaratan discriminant validity telah terpenuhi dan hasil pengukuran dalam model dapat diterima.

• Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam Partial Least Square dapat dinilai dengan menggunakan dua metode yakni, Cronbach's alpha dan Composite reliability (Hamid dan Anwar, 2019).

a) Composite Reliability

Composite Reliability dalam penelitian adalah ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi konsistensi internal dari indikator-indikator yang membentuk suatu konstruk laten. Composite Reliability menggambarkan sejauh mana indikator-indikator tersebut secara kolektif mampu merepresentasikan konstruk yang sedang diukur dengan akurat.

| Variabel | Composite Reliability | Keterangan |
|---------------------------------------|-----------------------|-----------------|
| <i>Strategic Supplier Partnership</i> | 0.886 | <i>Reliable</i> |
| <i>Information Sharing</i> | 0.913 | <i>Reliable</i> |
| Keunggulan bersaing | 0.950 | <i>Reliable</i> |
| Kinerja usaha | 0.883 | <i>Reliable</i> |

Berdasarkan hasil uji pada Tabel Diatas Diketahui bahwa hasil uji reliabilitas variabel melalui pengujian Composite Reliability memperoleh nilai Composite Reliability > 0,7 pada keseluruhan variabel yang diuji. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa setiap variabel yang telah diuji dinyatakan reliable. Hal ini berarti bahwa indikator dalam setiap variabel memiliki konsistensi internal yang baik dalam mengukur konsep yang dimaksud, sehingga hasil penelitian dapat diandalkan.

b) Cronbach's Alpha

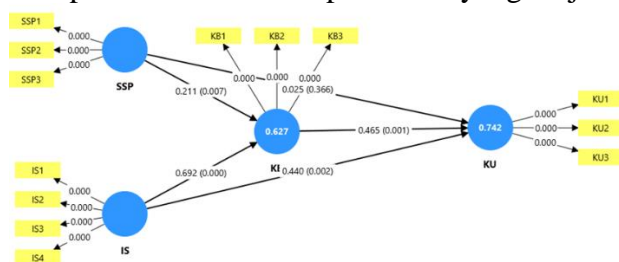
| Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|---------------------------------------|------------------|-----------------|
| <i>Strategic Supplier Partnership</i> | 0.810 | <i>Reliable</i> |
| <i>Information Sharing</i> | 0.871 | <i>Reliable</i> |
| Keunggulan bersaing | 0.922 | <i>Reliable</i> |
| Kinerja usaha | 0.801 | <i>Reliable</i> |

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha yang ditampilkan pada Tabel 6, setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai yang melebihi batas reliabilitas yang baik, yaitu >0,70 (Mahfud 2019). Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan konsisten dalam mengukur setiap variabel yang dianalisis. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat diandalkan untuk mengukur masing-masing konstruk secara konsisten. Reliabilitas yang tinggi mengindikasikan bahwa instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang stabil dan dapat diulang dalam kondisi yang sama.

2) Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Menurut Hair et al. (2021) inner model menunjukkan adanya hubungan antar variabel variabel laten dalam model struktural. Model struktural pada PLS di evaluasi dengan

menggunakan R- Square (R^2) untuk konstruk dependen. Semakin tinggi R- Square (R^2), maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.



Gambar . Hasil Analisis Bootstrapping Pada Inner Model

Berikut merupakan hasil analisis model pengukuran yang melibatkan pengujian koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis item yang di uji.

- Koefisien Determinasi (R^2) Konstruk Dependen

Besarnya coefficient determination (R-square) digunakan untuk mengukur seberapa banyak variabel dependen dipengaruhi oleh variabel lainnya. Hasil R^2 sebesar 0,67 keatas untuk variabel laten dependen dalam model structural mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap dependen termasuk dalam kategori kuat. Sedangkan jika hasilnya sebesar sebesar 0,33-0,67 maka termasuk kategori sedang sedangkan jika hasilnya bernilai 0,19-0,33 maka termasuk dalam kategori lemah.

Uji Koefisien Determinasi

| Variabel | R-square | R-square adjusted | Keterangan |
|---------------------|----------|-------------------|------------|
| Keunggulan bersaing | 0.627 | 0.611 | Sedang |
| Kinerja usaha | 0.742 | 0.726 | Kuat |

Berdasarkan Tabel diatas, hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing memiliki nilai R-square sebesar 0.627. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas dalam model mampu menjelaskan sekitar 62.7% variasi pada keunggulan bersaing, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan kriteria interpretasi R-square, nilai ini tergolong dalam kategori sedang. Sementara itu, variabel kinerja usaha memiliki nilai R-square sebesar 0.742, yang menunjukkan bahwa variabel bebas dalam model dapat menjelaskan 74,2% variasi kinerja usaha. Nilai ini tergolong dalam kategori kuat, yang berarti model memiliki kemampuan prediktif yang tinggi terhadap variabel Kinerja Usaha

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam menjelaskan keunggulan bersaing dan kinerja usaha, terutama untuk kinerja usaha yang memiliki nilai R-square lebih tinggi.

3) Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan uji yang digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis dan kemungkinan untuk mengambil keputusan yang benar sebesar 95%. Sehingga dasar pengambilan keputusan yaitu (1) p-value < 0,05, maka hipotesis ditolak.

| Construct | Original sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T statistics (O/STDEV) | P values |
|-----------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| SSP => KU | 0.025 | 0.033 | 0.072 | 0.342 | 0.366 |
| IS => KU | 0.440 | 0.445 | 0.154 | 2.860 | 0.002 |
| SSP => KB | 0.211 | 0.217 | 0.085 | 2.466 | 0.007 |

| | | | | | |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| IS=> KB | 0.692 | 0.690 | 0.068 | 10.201 | 0.000 |
| KB => KU | 0.465 | 0.456 | 0.152 | 3.049 | 0.001 |
| SSP -> KB -> KU | 0.098 | 0.101 | 0.056 | 1.735 | 0.041 |
| IS -> KB - > KU | 0.322 | 0.311 | 0.099 | 3.239 | 0.001 |

Berdasarkan yang merupakan hasil pengujian path coefficient dengan teknik bootstrapping, maka keputusan hipotesis dapat diambil, pada direct effect ssp ke Ku t-statistic < 1,96 dan p-values > 0,05. Artinya variabel bebas ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat sementara hasil direct effect yang lain memiliki nilai t-statistic >1,96 dan p-values < 0.05 artinya semua variabel bebas mampu mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

Selanjutnya pada nilai path coefficient pada indirect effect hipotesisnya diterima, namun terdapat nilai t-statistics yang berada di bawa batas kritis >1,96. Artinya hipotesis ini memiliki pengaruh yang signifikan namun kekuatannya tergolong lemah.

Pembahasan

- Pengaruh Strategic Supplier Partnership terhadap Kinerja Usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategic Supplier Partnership (SSP) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha (KU). Berdasarkan analisis yang dilakukan, nilai Original Sample (O) sebesar 0.0295, dengan t-statistic sebesar 0.342 dan P-value sebesar 0.366, yang jauh di atas ambang batas signifikansi 0.05. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun arah hubungan antara SSP dan Kinerja Usaha bersifat positif, pengaruhnya sangat kecil dan tidak signifikan secara statistik. Dengan kata lain, peningkatan dalam (Strategic Supplier Partnership)kemitraan strategis dengan pemasok tidak serta-merta meningkatkan Kinerja Usaha

Salah satu alasan mengapa Strategic Supplier Partnership tidak berpengaruh langsung terhadap Kinerja Usaha adalah karena hubungan dengan pemasok lebih banyak berfungsi sebagai pendukung dalam meningkatkan efisiensi rantai pasok, bukan sebagai faktor utama yang langsung meningkatkan profitabilitas atau pertumbuhan usaha. SSP lebih berperan dalam meningkatkan aspek operasional, seperti kelancaran pasokan bahan baku, pengurangan biaya produksi, dan peningkatan kualitas produk, tetapi dampaknya terhadap kinerja usaha sering kali bergantung pada faktor lain, seperti kapabilitas inovasi, strategi pemasaran, serta daya saing produk di pasar. Selain itu, dalam banyak kasus, manfaat dari kemitraan strategis dengan pemasok baru terasa dalam jangka panjang, sehingga pengaruhnya terhadap kinerja usaha tidak langsung terlihat dalam periode waktu yang lebih pendek.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM sering kali memiliki keterbatasan dalam modal, teknologi, dan sumber daya manusia, sehingga mereka cenderung lebih bergantung pada kemitraan dengan pemasok untuk mendapatkan bahan baku dengan harga kompetitif dan berkualitas. Namun, berdasarkan temuan ini, sekadar membangun kemitraan strategis dengan pemasok tidak cukup untuk meningkatkan kinerja usaha secara signifikan. UMKM perlu mengoptimalkan faktor lain yang lebih langsung memengaruhi kinerja mereka, seperti penguatan strategi pemasaran, peningkatan inovasi produk, serta pemanfaatan teknologi digital dalam operasional bisnis.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Huo et al. (2019), yang menemukan bahwa kemitraan strategis dengan pemasok tidak selalu berdampak langsung terhadap kinerja usaha, terutama jika tidak didukung oleh faktor internal seperti

kapabilitas operasional dan inovasi dan berbagai faktor lainnya.

Dengan demikian, hasil penelitian ini semakin memperkuat temuan bahwa hubungan langsung antara SSP dan Kinerja Usaha tidak selalu kuat, dan kemungkinan ada faktor lain yang lebih dominan dalam menentukan kinerja suatu usaha.

Walaupun penelitian Permana (2023) menunjukkan bahwa Strategic Supplier Partnership berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Semakin tinggi dan positif hubungan kemitraan strategis dengan pemasok, semakin baik kinerja suatu usaha tersebut.

- Pengaruh Information Sharing terhadap Kinerja Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM Mitra P2K2 Universitas Riau. Artinya, semakin terbuka UMKM dalam berbagi informasi dengan mitra bisnisnya, semakin besar pula peningkatan kinerja usaha yang dapat dicapai.

Dalam praktiknya, berbagi informasi dapat membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional mereka, memperbaiki strategi pemasaran, serta mengurangi risiko bisnis. UMKM yang memiliki akses terhadap informasi yang akurat dapat mengambil keputusan yang lebih efektif, meningkatkan produktivitas, dan mencapai pertumbuhan usaha yang lebih baik.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian Hilmawati et al. (2023), yang menemukan bahwa berbagi informasi dapat mendukung kinerja bisnis secara langsung maupun melalui inovasi. Selain itu, penelitian Li dan Lin (2006) menunjukkan bahwa keterbukaan dalam berbagi informasi meningkatkan koordinasi dalam rantai pasok, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja usaha.

Namun, penelitian oleh Roihatul Musyaa' (2019) menunjukkan bahwa meskipun berbagi informasi memiliki dampak positif terhadap rantai pasok integratif, pengaruhnya terhadap kinerja usaha dapat bervariasi tergantung pada faktor eksternal lainnya, seperti lingkungan bisnis dan adopsi teknologi. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Omar et al. (2010), yang menyoroti bahwa penggunaan teknologi informasi dalam berbagi informasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan dampak positifnya terhadap kinerja usaha. Tanpa adanya dukungan teknologi yang memadai, berbagi informasi dapat menjadi tidak efektif dan bahkan menimbulkan kesalahan komunikasi yang berpotensi menghambat produktivitas usaha.

Selain itu, berbagi informasi yang berlebihan tanpa adanya kontrol yang baik juga dapat menimbulkan risiko kebocoran data dan penyalahgunaan informasi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, UMKM perlu mengembangkan sistem berbagi informasi yang aman dan terstruktur, seperti menggunakan platform digital yang terpercaya serta menetapkan kebijakan keamanan data yang jelas.

- Pengaruh Strategic Supplier Partnership terhadap Keunggulan bersaing

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategic Supplier Partnership (SSP) berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing (KB). Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan bahwa semakin kuat kemitraan strategis dengan pemasok (Strategic Supplier Partnershi), semakin tinggi tingkat Keunggulan Bersaing yang dimiliki suatu usaha.

Hal ini mengindikasikan bahwa usaha yang menjalin hubungan yang lebih erat dengan pemasok melalui komunikasi yang lebih baik, berbagi informasi strategis, serta kerja sama dalam inovasi dan efisiensi biaya dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar.

Penerapan konsep ini pada Usaha Mikro dan Kecil UMKM sangat relevan, terutama karena UMKM sering menghadapi tantangan dalam mendapatkan bahan baku berkualitas, menekan biaya produksi, dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan membangun kemitraan strategis dengan pemasok, UMKM dapat memperoleh akses yang lebih baik terhadap bahan baku dengan harga yang kompetitif, mendapatkan dukungan teknis dari

pemasok, serta meningkatkan fleksibilitas dalam memenuhi permintaan pasar. Misalnya, dalam industri makanan dan minuman, UMKM yang bekerja sama erat dengan pemasok bahan baku dapat memastikan kualitas yang lebih konsisten, mempercepat inovasi produk, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Li et al. (2020), yang menemukan bahwa Strategic Supplier Partnership berkontribusi secara positif terhadap peningkatan Keunggulan Bersaing melalui efisiensi rantai pasok dan peningkatan inovasi produk. Dengan demikian, hasil penelitian ini semakin memperkuat bukti bahwa membangun Strategic Supplier Partnership merupakan salah satu strategi yang efektif bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka dan memperkuat posisi mereka di pasar.

Namun penelitian Baqleh dan Alateeq (2023) yang berjudul “The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage: The Moderating Role of Big Data Analysis” menyimpulkan bahwa praktik Supply Chain Management (SCM) yang diukur oleh dimensi strategic supplier partnership tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif/bersaing, hal ini disebabkan karena beberapa faktor. Salah satunya adalah ketergantungan yang tidak seimbang, di mana UMKM sering kali bergantung pada pemasok tertentu tanpa memiliki strategi diversifikasi. Hal ini membuat mereka kurang fleksibel dalam menghadapi perubahan pasar, terutama jika pemasok memiliki posisi yang lebih dominan dan menetapkan syarat yang kurang menguntungkan. Selain itu, jika pemasok tidak memberikan inovasi atau peningkatan kualitas yang signifikan, maka kemitraan ini tidak akan memberikan nilai tambah bagi daya saing UMKM. Banyak UMKM yang hanya fokus pada mendapatkan harga terbaik dari pemasok tanpa mempertimbangkan aspek inovasi atau diferensiasi produk.

Di sisi lain, kelemahan dalam implementasi SSP juga sering terjadi pada UMKM. Banyak di antara mereka yang menjalin kemitraan dengan pemasok hanya sebagai formalitas, tanpa strategi jangka panjang yang jelas. Tanpa perencanaan yang matang, manfaat dari SSP tidak akan terasa dalam peningkatan daya saing mereka.

- Pengaruh Information Sharing terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, berbagi informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Mitra P2K2 Universitas Riau. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik UMKM dalam berbagi informasi dengan mitra bisnis, pemasok, dan pelanggan, semakin tinggi pula kemampuannya dalam menciptakan keunggulan bersaing.

UMKM yang aktif dalam berbagi informasi dapat lebih cepat merespons perubahan pasar, meningkatkan inovasi produk, serta mengoptimalkan strategi pemasaran. Informasi yang akurat memungkinkan UMKM untuk mengelola stok, memahami permintaan pelanggan, dan menyesuaikan harga secara lebih efektif, sehingga meningkatkan daya saing mereka.

Hasil penelitian ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Suganda (2016), yang menemukan bahwa berbagi informasi berkontribusi terhadap peningkatan kinerja manajemen rantai pasokan. Penelitian Musyaa'i (2019) juga menunjukkan bahwa berbagi informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap rantai pasok integratif, yang kemudian berdampak pada keunggulan bersaing. Dengan demikian, berbagi informasi menjadi faktor penting dalam memperkuat daya saing UMKM Mitra P2K2 Universitas Riau di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Meskipun berbagai penelitian menunjukkan bahwa berbagi informasi memiliki dampak positif, beberapa studi menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian oleh Hilmawati et al. (2023) menemukan bahwa berbagi informasi tidak selalu memberikan dampak signifikan terhadap keunggulan bersaing, terutama dalam sektor usaha kecil yang masih mengalami keterbatasan akses teknologi dan sumber daya manusia. Hal ini menunjukkan

bahwa berbagi informasi harus diimbangi dengan kapasitas pengolahan informasi yang baik agar dapat memberikan manfaat yang maksimal.

- Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Usaha

Keunggulan bersaing ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada UMKM Mitra P2K2 Universitas Riau. Artinya, UMKM yang memiliki daya saing yang tinggi akan lebih mampu bertahan dan berkembang dalam pasar yang kompetitif.

Keunggulan bersaing dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, menarik lebih banyak pelanggan, serta memperluas pangsa pasar. Dengan diferensiasi produk, inovasi layanan, dan strategi pemasaran yang lebih baik, UMKM dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar serta mempertahankan pertumbuhan bisnisnya.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Permana (2018), yang mengungkapkan bahwa keunggulan bersaing berperan sebagai faktor mediasi dalam hubungan antara manajemen rantai pasokan dan kinerja usaha. Selain itu, penelitian Suryana et al. (2023) juga menemukan bahwa keunggulan bersaing memiliki dampak langsung terhadap kinerja usaha UMKM.

Namun, beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa keunggulan bersaing tidak selalu memberikan dampak langsung terhadap kinerja usaha. Misalnya, penelitian oleh Hilmawati et al. (2023) menemukan bahwa dalam beberapa sektor industri, keunggulan bersaing hanya berdampak signifikan apabila didukung oleh inovasi yang berkelanjutan dan strategi pemasaran yang agresif. Tanpa adanya inovasi yang terus-menerus dan peningkatan kualitas produk atau layanan, keunggulan bersaing dapat kehilangan relevansinya dalam jangka panjang.

Selain itu, penelitian oleh Budinorman et al. (2021) menyoroti bahwa keunggulan bersaing yang berbasis pada harga rendah sering kali tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha dalam jangka panjang. Hal ini dikarenakan strategi penetapan harga yang terlalu rendah dapat mengurangi profitabilitas dan menyebabkan ketergantungan terhadap volume penjualan yang tinggi. Oleh karena itu, UMKM harus menyeimbangkan strategi keunggulan bersaing mereka dengan inovasi dan efisiensi operasional yang berkelanjutan.

Dengan demikian, keunggulan bersaing memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja usaha, tetapi efektivitasnya sangat bergantung pada strategi bisnis yang diterapkan oleh UMKM. Oleh karena itu, UMKM perlu terus melakukan inovasi, meningkatkan kualitas layanan, serta mengembangkan strategi pemasaran yang efektif agar keunggulan bersaing yang mereka miliki dapat memberikan dampak positif yang maksimal terhadap kinerja usaha mereka.

- Pengaruh Strategic Supplier Partnership terhadap Kinerja Usaha melalui Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategic Supplier Partnership (SSP) berpengaruh positif terhadap Kinerja Usaha (KU) melalui Keunggulan Bersaing (KB) sebagai variabel mediasi. Berdasarkan analisis yang dilakukan, nilai Original Sample (O) sebesar 0.098, dengan t-statistic sebesar 1.735 dan P-value sebesar 0.041. Meskipun nilai t-statistic masih berada di bawah batas kritis 1.96, nilai P-value yang lebih kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa hubungan ini cukup signifikan secara statistik. Artinya, meskipun SSP tidak memiliki pengaruh langsung yang kuat terhadap Kinerja Usaha, pengaruhnya menjadi lebih signifikan ketika melalui Keunggulan Bersaing.

Secara konseptual, hubungan positif ini dapat dijelaskan karena Strategic Supplier Partnership memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya produksi, serta memperoleh bahan baku berkualitas dengan harga lebih kompetitif. Dengan adanya kemitraan yang baik, perusahaan dapat lebih fleksibel dalam

menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar, meningkatkan inovasi, dan mempercepat proses distribusi, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja usaha mereka.

Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), hasil ini memiliki implikasi yang sangat penting. UMKM sering menghadapi keterbatasan dalam modal, sumber daya, serta akses ke pasar yang lebih luas. Dengan membangun kemitraan strategis dengan pemasok, UMKM dapat memperoleh keuntungan seperti stabilitas pasokan, pengurangan biaya pembelian, serta peningkatan kapabilitas dalam inovasi produk. Sebagai contoh, UMKM di sektor kuliner yang menjalin kerja sama erat dengan pemasok bahan baku dapat memastikan kualitas produk tetap konsisten, menekan biaya produksi, serta lebih cepat menyesuaikan diri dengan tren pasar. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan daya saing mereka dan memperkuat keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chen et al. (2017), yang menunjukkan bahwa kemitraan strategis dengan pemasok berkontribusi pada peningkatan keunggulan bersaing, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Selain itu, studi oleh Huo et al. (2019) juga menemukan bahwa SSP dapat meningkatkan efisiensi operasional dan inovasi produk, yang pada akhirnya memperbaiki performa bisnis. Dengan demikian, hasil penelitian ini semakin memperkuat bukti bahwa Strategic Supplier Partnership tidak hanya penting dalam membangun hubungan bisnis yang baik dengan pemasok, tetapi juga berperan dalam meningkatkan daya saing dan kinerja usaha, khususnya bagi UMKM mitra P2K2 UNRI yang ingin bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif.

- Pengaruh Information Sharing terhadap Kinerja Usaha melalui Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis H7, diperoleh hasil bahwa keunggulan bersaing memediasi pengaruh Information Sharing terhadap kinerja usaha secara positif dan signifikan pada UMKM Mitra P2K2 Universitas Riau. Artinya, berbagi informasi yang lebih baik akan meningkatkan keunggulan bersaing UMKM, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja usaha.

Information Sharing (Berbagi Informasi) dalam konteks UMKM sangat krusial karena memungkinkan pelaku usaha untuk mendapatkan wawasan pasar, memahami tren industri, dan meningkatkan koordinasi dengan mitra bisnis. Dengan berbagi informasi yang baik, UMKM dapat lebih cepat merespons perubahan lingkungan usaha, meningkatkan efisiensi dalam rantai pasok, serta mempercepat inovasi produk dan layanan. Informasi yang akurat dan tepat waktu juga memungkinkan UMKM untuk mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan bisnis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Musyaa'i (2019), yang menemukan bahwa berbagi informasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha melalui rantai pasok integratif. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Manalu dan Mahfudz (2023) yang menunjukkan bahwa berbagi informasi berkontribusi terhadap efisiensi rantai pasok yang berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Selain itu, penelitian oleh Li dan Lin (2006) menemukan bahwa kepercayaan dalam berbagi informasi dengan mitra bisnis dapat meningkatkan integrasi dalam rantai pasok dan memperkuat daya saing perusahaan.

Dalam konteks UMKM Mitra P2K2 Universitas Riau, berbagi informasi dapat menjadi strategi untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, terutama dalam industri makanan dan oleh-oleh khas daerah. UMKM yang secara aktif berbagi informasi dengan pemasok dan pelanggan dapat lebih mudah menyesuaikan produk mereka dengan permintaan pasar, mengelola persediaan dengan lebih efisien, serta meningkatkan hubungan jangka panjang dengan mitra bisnis. Selain itu, peningkatan keunggulan bersaing melalui berbagi informasi juga dapat memberikan manfaat dalam aspek pemasaran. Misalnya, UMKM yang berbagi informasi melalui media sosial dan platform digital dapat menarik lebih banyak pelanggan

serta membangun reputasi yang lebih baik di pasar. Dengan meningkatnya persaingan dalam industri UMKM, keunggulan bersaing yang diperoleh dari berbagi informasi dapat menjadi faktor penentu dalam kelangsungan usaha.

Dengan demikian, berbagi informasi tidak hanya penting dalam meningkatkan kinerja usaha secara langsung, tetapi juga berperan dalam membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi UMKM Mitra P2K2 Universitas Riau

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa Strategic Supplier Partnership dan Information Sharing berperan penting dalam meningkatkan kinerja usaha UMKM Mitra P2K2 Universitas Riau, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Keunggulan Bersaing. Strategic Supplier Partnership tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kinerja usaha, namun memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa kerja sama strategis dengan pemasok belum cukup untuk mendorong profitabilitas atau pertumbuhan usaha secara langsung, tetapi menjadi fondasi penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif seperti efisiensi produksi dan kualitas produk. Sementara itu, Information Sharing memiliki pengaruh positif dan signifikan baik terhadap keunggulan bersaing maupun langsung terhadap kinerja usaha. Berbagi informasi membantu UMKM menyesuaikan strategi, merespons perubahan pasar secara cepat, memperluas jejaring usaha, serta mendorong inovasi yang berdampak pada daya saing dan peningkatan kinerja. Keunggulan bersaing itu sendiri terbukti berkontribusi besar terhadap kinerja usaha, melalui peningkatan loyalitas pelanggan, penguasaan pangsa pasar, dan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Selain itu, keunggulan bersaing memediasi secara signifikan hubungan antara Strategic Supplier Partnership dan Information Sharing terhadap kinerja usaha, yang menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut akan memberikan dampak yang lebih kuat apabila dikombinasikan dengan strategi peningkatan daya saing. Temuan ini menegaskan bahwa dalam konteks UMKM, membangun keunggulan bersaing menjadi kunci penting dalam mentransformasikan kemitraan dan pengelolaan informasi menjadi peningkatan kinerja yang nyata dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L. (2010), Pengaruh Implementasi Praktik-Praktik Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Rantai Pasok Dan Keunggulan Kompetitif Effect of Supply Chain Management Practices on Supply Chain Performance and Competitive Advantage, 106 Karisma, Vol. 4.
- Baqleh, L. A., & Alateeq, M. M. (2023). The impact of supply chain management practices on competitive advantage: The moderating role of big data analytics. *International Journal of Professional Business Review*, 8(3), e0679.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2015). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases*. Pearson Education.
- Budinorman, Y., Mulyani, S., SUKMadilaga, C. dan Winarningsih, S. (2021), "Is information quality a key factor in improving competitive advantages and performance of engineering, procurement and construction companies?", *Economic Annals-XXI*, Vol. 188 No. 3–4, hal. 118–126, doi: 10.21003/ea.V188-14.
- Chen, J., Liang, C., & Zhang, Q. (2017). The Impact of Information Sharing on Supply Chain Performance: A Systematic Review. *Journal of Operations and Supply Chain Management*, 10(1), 34-50
- F. Hair, J., M. Hult, G. T., & M. Ringle. (2021). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage.

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, V. P., & Ray, S. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (1st ed., Vol. 6, Issue August). Inkubator Penulis Indonesia.
- Hilmawati, R.S., Samsir, S., Daulay, I.N. dan Siregar, P.A. (2023), "The Effect of Information Sharing, Knowledge Sharing, and Social Capital on Business Performance Mediated by Innovation (Study on Small Food Industry in Pekanbaru City)", *Indonesian Journal of Economics, Social, and Humanities*, Vol. 5 No. 1, hal. 65–84, doi: 10.31258/ijesh.5.1.65-84.
- Huo, B., Han, Z., Zhao, X., & Zhou, H. (2019). The impact of innovation strategies on the relationship between supplier integration and operational performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 39(3), 339–362. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-11-2017-0710>
- Latan, H., Noonan, R., & Henseler, J. (2017). *Partial Least Squares Path Modeling: Basic Concepts, Methodological Issues and Applications*. Springer International Publishing, 1st Edition.
- Lestari, R., & Supriyono, E. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi dan Sistem Informasi terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 52-64.
- Li, X., & Wang, Y. (2019). The Role of Real-Time Information Sharing in Small and Medium-Sized Enterprises' Competitive Advantage. *Journal of Business Research*, 101(3), 460-472.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T.S. and Subba Rao, S. (2006), "The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance", *Omega*, Elsevier BV, Vol. 34 No. 2, pp. 107–124, doi: 10.1016/j.omega.2004.08.002.
- Mahendra, T., Kuncoro, M., & Hartono, B. (2020). The Role of Information Technology in Enhancing SME Performance in the Digital Age. *Journal of Applied Management Science*, 18(2), 121-130
- Manalu, C. E., & Mahfudz, M. (2023). Pengaruh Berbagi Informasi, Integrasi Rantai Pasok dan Hubungan Jangka Panjang terhadap Kinerja Bisnis dengan Kinerja Rantai Pasok sebagai Variabel Intervening (Studi pada UMKM Fashion di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*
- Marie, A. and Binalla, A. (2019), "Strategic supplier partnership: A Source of Competitive Advantage", *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, Vol. 7 No. 4, pp. 106–111.
- Muhammad, F. (2020) . "Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kinerja Usaha pada UMKM di Yogyakarta." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* , 22(3), 114-124.
- Muhammad, I. (2020), "Analisis Pengaruh Berbagi Informasi, Kepercayaan, Hubungan Jangka Panjang, Dan Kolaborasi Terhadap Kinerja Supply Chain Management (Studi Pada Paguyuban UMKM Kampung Keramik Dinoyo Malang)", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol. 8 No. 2, hal. 1–18.
- Omar, R., Lo, M.-C., Tan, Y.S. dan Siron, R. (2010), "Information sharing, information quality and usage of information technology (IT) tools in Malaysian organizations Islamic perspective of talent management View project", *African Journal of Business Management*, Vol. 4 No. 12, hal. 2487–2499.
- Ramadhani, S., Hadi, I., & Widodo, S. (2018). Information as a Key Resource in SMEs Competitiveness: A Study in the Indonesian Food Industry. *Journal of Information Technology and Management*, 23(4), 320-335.
- Regina, Suharto dan Devie (2013), *Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan Bussines Accounting Review* Vol. 1. No 2, 2013
- Roihatul Musyaai'. (2019), "Pengaruh Information Sharing dan Information Quality terhadap Rantai Pasok Integratif dan Kinerja Usaha.(Studi Pada petani Bawang Merah di Jawa Timur)", *Repository.Ub.Ac.Id*, hal. 1–177.
- Suganda. (2016), "Pengaruh information sharing dan informartion quality terhadap kinerja supply chain management pada industri penyamakan kulit di Kabupaten Garut".
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suryana, A., Mukhsin, M. dan Satyanegara, D. (2023), “Peran Mediasi Keunggulan Bersaing Dalam Pengaruh Hubungan Pengelolaan Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Usaha Ukm Penjual Pakaian Di Kabupaten Pandeglang”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 8 No. 1, hal. 223–236.
- Suryani, E., & Ardiansyah, S. (2020). The Influence of Local Wisdom on SME Development in Indonesia: A Case Study in the Food Sector. *International Journal of Business and Cultural Studies*, 9(1), 34-42.
- Syamsir, A., & Wibowo, Y. (2021). The Role of Local Food SMEs in Promoting Tourism in Pekanbaru. *Journal of Tourism and Culinary Development*, 14(2), 178-190.
- Wijayanti, R., & Sudaryanto, A. (2017). Barriers to Supply Chain Integration in Indonesian SMEs. *Journal of Small Business and Supply Chain Management*, 7(4), 80-90
- Yusuf, M. (2022), “Analisis Pengaruh Information Sharing, Cooperation, Dan Integration Terhadap Kinerja Pada UMKM Kabupaten Bekasi”, *Journal of Public and Business Accounting*, Badan Penerbitan Universitas Widyagama Malang, Vol. 3 No. 2, pp. 101–107, doi: 10.31328/jopba.v3i2.283.