ABSTRAK

Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh dari praktik manajemen rantai pasokan, manajemen pengetahuan, dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing (Studi pada industri *fashion* di Kota Semarang). Data dari BPS Kota Semarang (2018) yang menunjukkan bahwa industri pengolahan yang di dalamnya berisi salah satunya industri *fashion* menjadi sektor terbesar sebagai penyumbang produk domestik regional bruto (PDRB) Kota Semarang, menjadi perlu untuk di teliti lebih lanjut disebabkan cukup vitalnya industri ini bagi pendapatan Kota dan juga jumlah usaha yang menurut data dari Dinas UMKM berjumlah lebih dari 300 unit usaha menjadikan persaingan dalam industri ini sulit untuk dihindarkan, hal tersebut tentu menjadi ancaman bagi kinerja perusahaan beberapa usaha yang tidak memiliki keunggulan disbanding para pesaingnya.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari variabel praktik manajemen rantai pasokan, manajemen pengetahuan, dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan sampel yang berasal dari usaha kecil dan menengah yang bergerak di bidang fashion di kota semarang, yang diwakili oleh pemilik ataupun pengelola usaha tersebut. Metode purposive sampling digunakan dalam penelitian ini sebagai metode pengumpulan data, dan terkumpullah 127 form kuesioner dari responden. Teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data yang telah diperoleh adalah dengan teknik *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan aplikasi AMOS.

Hasil pengujian hipotesis menemukan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini. Yang pertama terdapat pengaruh positif dan signifikan antara praktik manajemen rantai pasokan, manajemen rantai pasokan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing. Kedua, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara manajemen pengetahuan dan orientasi terhadap kinerja perusahaan.

Kata Kunci: kinerja perusahaan, keunggulan bersaing, praktik manajemen rantai pasokan, manajemen pengetahuan, orientasi pasar