

ABSTRAKSI

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh praktik manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja bisnis (studi pada usaha pemancingan dan rumah makan Di Kabupaten Semarang). Peningkatan daya tarik pariwisata Kabupaten Semarang menyebabkan adanya fenomena jumlah usaha pemancingan dan rumah makan di Kabupaten Semarang juga meningkat. Hasil wawancara pra-penelitian, permasalahan studi ini adalah terdapat persaingan antar pelaku usaha pemancingan dan rumah makan di Kabupaten Semarang. Selain itu, usaha pemancingan dan rumah makan ini mengalami peningkatan kinerja bisnis melalui omset penjualan, keuntungan, pelanggan hingga aset.

Populasi penelitian ini adalah pelaku usaha pemancingan dan rumah makan di Kabupaten Semarang dengan jumlah 65 anggota. Penelitian ini menggunakan metode sensus dan pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan form kuesioner kepada responden. Selanjutnya, uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dilakukan sebagai uji validitas dan reliabilitas sedangkan uji pengaruh dilakukan menggunakan alat analisis *Partial Least Square* (PLS).

Penelitian ini memberikan kesimpulan. Pertama terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kemitraan pemasok strategis, hubungan pelanggan dan berbagi informasi terhadap keunggulan bersaing. Kedua, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kemitraan pemasok strategis, berbagi informasi dan keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis. Implikasi teori dari penelitian ini adalah memperkaya teori manajemen rantai pasokan (kemitraan pemasok strategis, hubungan pelanggan, dan berbagi informasi), keunggulan bersaing dan kinerja bisnis. Penelitian ini juga memberikan implikasi manajerial yaitu pelaku usaha pemancingan dan rumah makan mampu meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja bisnis melalui menjaga hubungan yang baik, kerjasama dan melibatkan pemasok dalam bisnis pemancingan, saling percaya dan terbuka dalam berbagi informasi, serta respon dan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Kata kunci: kinerja bisnis, keunggulan bersaing, kemitraan pemasok strategis, hubungan pelanggan, berbagi informasi