

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja produk Komatsu Genuine Oil (KGO) yang dipasarkan oleh PT. Komatsu Marketing and Support Indonesia (KMSI). Peningkatan produksi batubara Indonesia mendorong pertumbuhan populasi alat berat, namun pangsa pasar KGO masih di bawah target 60% meskipun penjualannya mencapai USD 22,85 juta. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman lebih lanjut mengenai faktor yang mempengaruhi kinerja produk KGO dalam pasar yang kompetitif.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan kepada karyawan manajerial dan non-manajerial, distributor, serta pemasok terkait. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan perangkat lunak JAMOWI untuk menguji hubungan antara faktor-faktor seperti kualitas produk, inovasi, responsivitas rantai pasok, serta strategi manajemen rantai pasok terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan kompetitif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan responsivitas rantai pasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Sementara itu, inovasi produk, praktik manajemen rantai pasok, dan responsivitas rantai pasok berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, yang pada akhirnya berdampak pada kinerja perusahaan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pangsa pasar KGO, diperlukan strategi yang lebih efektif dalam peningkatan kualitas produk, inovasi, serta pengelolaan.

Kata kunci: Keunggulan kompetitif, kinerja perusahaan, Komatsu Genuine Oil, inovasi produk, manajemen rantai pasok.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing the performance of Komatsu Genuine Oil (KGO) products marketed by PT. Komatsu Marketing and Support Indonesia (KMSI). The increase in Indonesia's coal production has driven the growth of heavy equipment usage; however, KGO's market share remains below the 60% target despite achieving sales of USD 22.85 million. Therefore, a deeper understanding of the factors affecting KGO product performance in a competitive market is needed.

The research employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to managerial and non-managerial employees, distributors, and relevant suppliers. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with JAMOV software to examine the relationships between factors such as product quality, innovation, supply chain responsiveness, and supply chain management strategies on company performance and competitive advantage.

The findings indicate that product quality and supply chain responsiveness have a positive and significant impact on company performance. Meanwhile, product innovation, supply chain management practices, and supply chain responsiveness positively influence competitive advantage, ultimately affecting company performance. Therefore, to increase KGO's market share, more effective strategies are needed in enhancing product quality, innovation, and supply chain management.

Keywords: *Competitive advantage, company performance, Komatsu Genuine Oil, product innovation, supply chain management.*