

MEMBANGUN KUALITAS HUBUNGAN RANTAI PASOKAN

Dr. Moh. Mukhsin, SE.M.M.



Cara Membuat Tempe yang Mudah dan Simple beserta Penjelasannya



Proses Pembuatan Tempef Lebih Sehat dan



Pembuatan Tempe Tradisional - YouTube



**MEMBANGUN KUALITAS
HUBUNGAN RANTAI PASOKAN**

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

MEMBANGUN KUALITAS HUBUNGAN RANTAI PASOKAN

Dr. Moh. Mukhsin, S.E., M.M.

Penerbit



CV. MEDIA SAINS INDONESIA
Melong Asih Regency B40 - Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
www.medsan.co.id

Anggota IKAPI
No. 370/JBA/2020

Membangun Kualitas Hubungan Rantai Pasokan

Dr. Moh. Mukhsin, S.E., M.M.

Editor:

Najmudin, Lc., M.E.

Tata Letak:

Puspita Maelani, M.Ak.

Desain Cover:

Dr. Moh. Mukhsin, S.E., M.M.

Ukuran:

A5 Unesco: 15,5 x 23 cm

Halaman:

vi, 101

ISBN:

978-623-362-870-9

Terbit Pada:

Desember 2022

Hak Cipta 2022 @ Media Sains Indonesia dan Penulis

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit atau Penulis.

PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA

(CV. MEDIA SAINS INDONESIA)

Melong Asih Regency B40 - Cijerah

Kota Bandung - Jawa Barat

www.medsan.co.id

KATA PENGANTAR

UMKM merupakan salah satu usaha yang memiliki peran penting dalam mendorong perekonomian di Indonesia. Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia dapat dilihat dari kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, penyedia lapangan kerja yang terbesar, pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor. Berdasarkan hasil sensus ekonomi yang dilakukan BPS menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia saat ini mencapai 26 juta usaha atau 98,68% dari total usaha yang ada di Indonesia.

Saat ini, banyak sekali UMKM yang menghasilkan produk-produk kreatif dan memiliki harga jual tinggi. Seharusnya pemerintah dapat memberikan fokus dan perhatiannya untuk lebih menguatkan peran UMKM ini agar nantinya produk-produk yang dihasilkan dari usaha mikro kecil dan menengah ini dapat berkembang ke kancah global. Selain itu, dengan adanya UMKM ini juga memberikan dampak positif bagi masyarakat di sektor menengah ke bawah. Dengan adanya UMKM ini juga menciptakan tenaga kerja yang memiliki keahlian dan berpenghasilan tinggi.

Salah satu peran pemerintah yang dapat membantu mengembangkan UMKM yaitu dengan cara memberikan akses kepada para pengusaha mikro kecil dan menengah ini ke Lembaga Keuangan. Sehingga dengan adanya akses tersebut dapat membantu UMKM dalam mengatasi kesulitan modal dan membantu mereka mengembangkan usahanya. Jika usaha mikro kecil dan menengah ini dapat berkembang, maka penghasilan mereka akan meningkat.

Sehingga dengan meningkatnya pendapatan tersebut, maka akan semakin banyak UMKM yang ada di Indonesia menjadi usaha besar yang menjanjikan, dengan begitu akan membuka peluang pekerjaan yang dapat mengurangi pengangguran di negeri ini.

Buku referensi ini menawarkan sebuah konsep baru yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja rantai pasokan. Konsep ini dibangun melalui pengembangan pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap kinerja rantai pasokan dengan kualitas hubungan sebagai variable intervening dan Mediasi komitmen terhadap hubungan antara kepercayaan terhadap kinerja rantai pasokan. Penelitian ini dilakukan pada Pelaku UMKM Produksi dan Distribusi Dedak di Provinsi Banten, dan pengrajin tahu dan tempe di Kota Tangerang Provinsi Banten. Diharapkan buku referensi ini dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya manajemen operasi dan dapat memberikan implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh pelaku bisnis UMKM di Indonesia dan dunia pada umumnya.

Kami menyadari bahwa buku referensi ini masih terdapat banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, kami terbuka untuk menerima berbagai masukan dari khalayak untuk kesempurnaan dan perbaikan buku ini di masa yang akan datang. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terbitnya buku referensi ini.

Banten, 15 September 2022
Dr. Moh. Mukhsin, SE.,M.M.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
Manajemen Rantai Pasok	1
Bahan Evuasi Pelaku Rantai Pasok	7
Research Gap.....	13
BAB 2 RANTAI PASOK	15
Definisi Rantai Pasokan Menurut Para Ahli	15
Aspek-Aspek Rantai Pasokan.....	16
BAB 3 KEPERCAYAAN (<i>TRUST</i>)	19
Definisi Kepercayaan.....	19
Kepercayaan Konsumen tentang Atribut Produk..	20
Kepercayaan, Sikap dan Perilaku Terbentuk.....	21
BAB 4 KOMITMEN	23
Definisi Komitmen	23
Komitmen dalam Hubungan Rantai Pasokan.....	24
BAB 5 KUALITAS HUBUNGAN	27
Definisi Kualitas Hubungan	27
Kualitas Hubungan Rantai Pasokan	28
BAB 6 MANAJEMEN RANTAI PASOKAN.....	31
Definisi Rantai Pasokan	31
Pendorong Utama Rantai Pasokan	33
Kinerja Rantai Pasokan.....	35
BAB 7 PERSIAPAN STUDI	39
Studi Terdahulu.....	39
Pengembangan Hipotesis	40

Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasokan	40
Komitmen terhadap Kinerja Rantai Pasokan.....	40
Pengaruh Kepercayaan terhadap Kualitas Hubungan Rantai Pasokan.....	41
Pengaruh Komitmen terhadap Kualitas Hubungan Kinerja Rantai Pasokan	42
Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Kinerja Rantai Pasokan.....	43
Kerangka Pemikiran.....	44
Hipotesis Statistik.....	44
Pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasokan	44
Pengaruh Komitmen terhadap Kinerja Rantai Pasokan.....	44
Pengaruh Kepercayaan terhadap Kualitas Hubungan	45
Pengaruh Komitmen terhadap Kualitas Hubungan	45
Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Kinerja Rantai Pasokan.....	45
BAB 8 METODOLOGI STUDI	47
Jenis Studi	47
Definisi Variabel Operasional.....	47
Populasi dan Sampel	49
Populasi.....	49
Sampel.....	50
Sampel 1.....	50
Sampel 2.....	50
Jenis dan Sumber Data	52
Metode Pengumpulan Data	52

Metode Analisis Data	53
Model Konstruk (Outer Model)	54
Uji Validitas Konstruk.....	55
Uji Reliabilitas	56
Model Konstruk (Inner Model).....	56
Pengujian Hipotesis	57
Model Penelitian.....	58
Model Penelitian Pertama.....	58
Model Penelitian Kedua.....	59
BAB 9 KEGIATAN PROSES PRODUKSI DEDAK PADI DAN TAHU TEMPE	61
Dedak Padi	61
Cara Membedakan Dedak dengan Bekatul	63
Proses Pembuatan Bekatul	64
Tahu Tempe.....	66
Tahu	66
Tempe.....	77
BAB 10 HASIL STUDI.....	83
Gambaran Umum Perusahaan	83
Gambaran Umum Perusahaan Dedak Padi	83
Gambaran Umum Pengrajin Tempe dan Tahu....	84
Alur Rantai Pasokan	85
Pengujian Hipotesis	86
Analisis dan Pembahasan	86
Uji Validitas	86
Uji Reliabilitas	88
Analisis Data	88
Menilai Outer Model (Measurement Model)	88
Outer Model Variabel Kepercayaan	90

Outer Model Variabel Komitmen	91
Outer Model Variabel Kualitas Hubungan.....	91
Outer Model Variabel Kinerja Rantai Pasokan.....	92
Pengujian Hipotesis melalui Inner Model	93
Pengujian dan Pembahasan Hipotesis.....	95
Pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasokan	95
Pengaruh Komitmen terhadap Kinerja Rantai Pasokan	96
Pengaruh Kepercayaan terhadap Kualitas Hubungan	96
Pengaruh Komitmen terhadap Kualitas Hubungan	97
Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Kinerja Rantai Pasokan.....	98
Analisis Pengaruh	98
Kesimpulan dan Rekomendasi.....	99
DAFTAR PUSTAKA	103
GLOSARIUM	109

BAB 1

PENDAHULUAN

Manajemen Rantai Pasok

Menurut Heizer dan Render, penerapan manajemen rantai pasokan yang mengikuti konsep yang sudah benar dapat menghasilkan dampak berupa peningkatan keunggulan kompetitif terhadap produk perusahaan tersebut dan juga pada sistem rantai pasokan yang dibangun oleh perusahaan itu sendiri. Hal penting yang membuat manajemen rantai pasokan menjadi efektif adalah menjadikan para pemasok sebagai mitra dalam strategi sebuah perusahaan dalam memenuhi pasar yang tidak menentu (Munizu, 2017).

Dalam lingkungan yang sangat kompetitif saat ini, kehilangan pelanggan sangat mahal. Oleh karena itu, perusahaan telah berupaya mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka untuk menciptakan loyalitas pelanggan dan meningkatkan profitabilitas. Masalah kualitas hubungan telah muncul sebagai hal yang sangat penting. Ketika kualitas tersebut baik maka hubungan tersebut bisa dibilang akan berhasil dan juga sebaliknya (Athanasopoulou, 2009).

Para peneliti mempunyai pandangan yang beragam tentang bagaimana hubungan antara mitra mempengaruhi kinerja operasional perusahaan dalam rantai pasokan, yang mana dapat menentukan keberhasilan dalam industri dibidang jasa, manufaktur dan juga ritel (Bandara, Leckie, Lobo, & Hewege, 2017). Saat ini, semakin penting bagi perusahaan untuk menilai dan mengelola hubungan pembeli dan pemasok mereka secara strategis untuk memberikan nilai akhir kepada pelanggan. Jika hubungan yang dikembangkan dengan mitra rantai pasokan bermanfaat dan manfaat itu

menghasilkan kinerja operasional yang berbeda jika dibandingkan dengan pesaing, keuntungan kompetitif dapat dihasilkan. Namun, juga penting untuk menilai apakah keuntungan yang dihasilkan bisa berkelanjutan atau tidak (Nyaga & Whipple, 2011).

Beberapa studi berpendapat bahwa kepercayaan dan komitmen sebagai dimensi dasar membangun kualitas hubungan bisnis. Selain itu, kepercayaan dan komitmen sepenuhnya memenuhi aspek penting dari hubungan pemasok-pengecer (Sun, Liu, & Yang, 2018). Menurut Kwon dan Taewon, kesuksesan kinerja perusahaan dalam rantai pasok berasal dari tingginya nilai kepercayaan dan juga komitmen yang kuat antara mitra dalam rantai pasokan. Begitu juga sebaliknya, tingkat kepercayaan dan komitmen yang rendah bisa menjadi faktor kemungkinan gagalnya hubungan antar mitra dalam rantai pasokan (Mukhsin, 2017).

Salah satu produksi yang menggunakan sistem rantai pasok yang mengandalkan kualitas hubungan pembeli dan pemasok adalah proses pembuatan tahu dan tempe oleh para perajin dan kedelainya yang berasal dari pemasok. Bagi masyarakat Indonesia sendiri, kedelai merupakan sumber protein nabati yang paling populer. Konsumsi utama dari kedelai ini adalah dalam bentuk tahu dan tempe yang mana keduanya merupakan lauk pauk utama bagi masyarakat Indonesia. Selain tahu dan tempe, bentuk produk lain yang bisa dibuat dari kedelai adalah kecap, tauco, dan juga susu kedelai.

Dari beragam produk yang bisa dihasilkan dari kedelai, maka tidak heran jika rata-rata kebutuhan kedelai Indonesia per tahun adalah 2,2 juta ton. Namun, lebih dari setengah atau tepatnya 67,99% pemenuhan kebutuhan kedelai harus diimpor dari luar negeri. Hal ini dikarenakan produksi kedelai dalam negeri tidak mampu mencukupi permintaan produsen tahu dan tempe. Indonesia sendiri adalah negara produsen tempe terbesar di dunia dan juga menjadi pasar kedelai terbesar di Asia. Berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) pada tahun 2015 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), rata-rata orang Indonesia per tahun

mengonsumsi tahu sebanyak 7,51 kg dan tempe sebanyak 6,99 kg.

Gambar 1.1

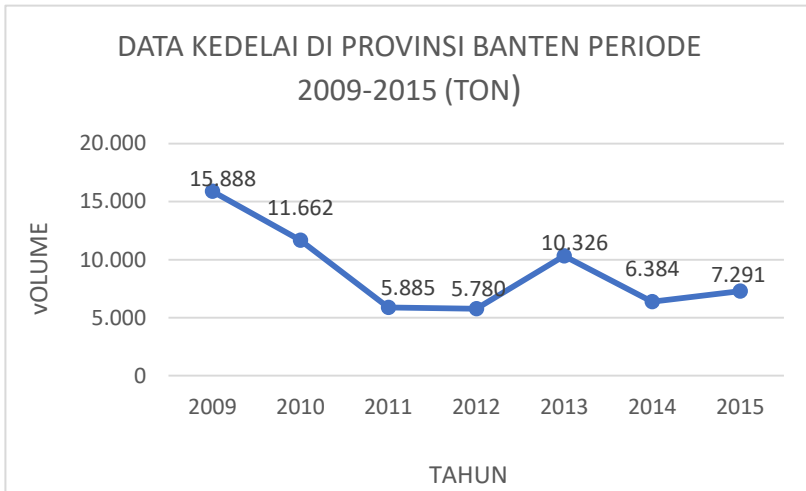


Keterangan : *) Angka Sementara

Sumber : Badan Pusat Statistik

Konsumsi kedelai ditingkat nasional yang terus mengalami peningkatan dan tidak dapat diimbangi oleh pertumbuhan produksi kedelai domestik membuat pemerintah terpaksa harus terus mengimpor bahan makanan tersebut. Berdasarkan Gambar 1.1, impor kedelai dari tahun ke tahun menunjukkan kenaikan. Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa volume impor kedelai dari tahun 2013-2017 mengalami kenaikan setiap tahunnya. Untuk periode Januari-Juni 2018, impor kedelai telah mencapai 1,17 juta ton atau sebesar 43,7% dari total impor tahun sebelumnya.

Gambar 1.2



Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan gambar 1.2 diatas, produksi kedelai di Provinsi Banten yang paling tinggi terjadi pada tahun 2009 yaitu sebesar 15.888 ton selama periode 2009-2015. Semenjak itu, produksi kedelai selalu menurun tiap tahunnya dan baru mengalami kenaikan lagi pada tahun 2013 sebesar 10.326 ton. Akan tetapi jumlah produksi mengalami penurunan kembali ditahun berikutnya. Kemudian pada tahun 2015 mengalami kenaikan kembali ke angka 7.291 ton. Bisa disimpulkan bahwa angka produksi kedelai periode 2009-2015 yang mengalami fluktuasi dan juga ditambah dengan jumlah produksi yang bisa dibilang masih rendah sehingga belum bisa mencukupi kebutuhan kedelai di Provinsi Banten.

Menurut data dari Dinas Pertanian (Distan) Banten yang dimuat dalam berita online RMOL Banten periode September 2018, dalam satu hari kebutuhan kacang kedelai yang diperlukan di Provinsi Banten sebanyak 122.500 Kg, dengan rincian pasokan tersebut diberikan untuk kebutuhan di Kabupaten/Kota Serang dan Cilegon 60.000 Kg, Tangsel 37.500 Kg, Kabupaten/Kota Tangerang 25.000 Kg. Sedangkan jika dilihat kebutuhan kacang kedelai pertahun sebanyak 44.713 ton, dengan rincian Kabupaten/Kota Serang dan Cilegon 21.900 ton,

Tangsel 13.688 ton, dan Kabupaten/Kota Tangerang 9.125 ton. Kepala Distan Banten, Agus M. Tauchid, mengakui jika secara nasional, produksi kedelai tanah air belum bisa memenuhi kebutuhan masyarakat. Sehingga pemerintah masih tergantung dari impor kedelai yang sebagian besar kedelai diimpor dari Amerika, termasuk juga di Provinsi Banten.

Dalam berita online yang dimuat Tangerang Ekspres periode September 2018, imbas melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat (AS) terjadi pada harga kedelai antara Rp200–Rp300. Sementara itu, Menteri Perdagangan (Mendag) Enggartiasto juga menjanjikan harga kedelai impor tidak naik meski dolar AS hingga saat ini nilainya terus menguat. Enggartiasto mengatakan harga kedelai dunia sebenarnya sedang turun sebagai dampak dari perang dagang antara Amerika Serikat dengan China. Namun, ia khawatir persentase penurunan harga kedelai tak sebanding dengan persentase pelemahan rupiah terhadap dolar. Ini akan berdampak pada usaha kecil, utamanya beban yang dipikul pengusaha tahu dan tempe. Sebelumnya, menurut dia, importir berjanji untuk tidak menaikkan harga kedelai atas alasan kurs. Sebab, pemasok kedelai sadar bahwa sebagian besar pengguna kedelai adalah pengusaha tahu dan tempe, dimana kedua bahan tersebut dianggap sebagai bahan pangan masyarakat sehari-hari. Harga kedelai impor mengikuti kurs dolar AS, ketika dolar AS makin menguat terhadap rupiah, maka importir harus mengeluarkan modal lebih banyak. Hal tersebut memicu meningkatnya harga kedelai dan biaya produksi tahu dan tempe naik. Ujungnya berpotensi turut meningkatkan harga saat konsumen membelinya. Dalam berita online yang dimuat Tirto periode September 2018, Ekonom dari *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF), Bhima Yudhistira Adhinegara, mengatakan tidak heran jika ada perajin tempe dan tahu mengurangi porsi kedelai atau mengurangi ukuran produk tempenya. Sebab biaya produksi akan cenderung naik. Salah satu alternatif solusinya adalah menaikkan harga barang atau kurangi komposisinya. Namun melihat kondisi makro ekonomi saat ini, Bhima menilai

memungkinkan tempe dan tahu bisa saja tidak laku jika harganya dinaikkan di luar kewajaran. Sebab konsumsi rumah tangga mengalami perlambatan di kisaran lima persen. Ujungnya para perajin memilih strategi *down sizing* untuk tekan *cost*, yaitu mengecilkan ukuran tempe atau tahunya. Kenaikan kurs dolar atas rupiah ini pun dikeluhkan oleh pengusaha kedelai dan tempe. Pasalnya, pasokan kedelai impor membuat mereka menaikkan harga jual ke pembeli. Dalam berita online yang dimuat detikFinance periode September 2018, menurut salah satu penjual kedelai, untuk kawasan Kota Serang harus menaikkan harga kedelai per kilogram. Kenaikan bahkan sampai kisaran Rp1000. Sementara itu menurut pengusaha tempe dan tahu yang di Kota Serang juga mengeluhkan hal yang sama. Harga kedelai yang tinggi membuat para pengusaha tempe harus menurunkan kualitas tempe dan tahu. Jika perhari bisa menghasilkan 300 potong tempe ukuran 50 sentimeter, yang mana dengan kenaikan harga ini harus mengurangi produksi.

Dalam berita online yang dimuat Tribun News periode September 2018, hal ini juga membuat para perajin tahu tradisional di Kabupaten Tangerang risau. Mereka menurunkan jumlah produksi tahu harian setelah nilai tukar rupiah terhadap dolar terus melemah. Sebab, bahan baku yang digunakan para perajin tahu ini merupakan kedelai impor yang harga belinya mengikuti kurs dolar AS. Menurut salah satu perajin tahu, jika biasanya harga kedelai stabil, ia mampu memproduksi tahu dengan bahan baku kedelai 300 kilogram per hari. Namun dengan melemahnya nilai tukar rupiah, ia terpaksa mengurangi produksi sebanyak 50 persen, yaitu 150 kg per harinya.

Dalam berita online yang dimuat Bisnis.com periode September 2018, belum lagi panjangnya mata rantai pasokan dari importir kedelai menuju para perajin tahu dan tempe yang masih menjadi problematika yang membayangi komoditas sumber protein tersebut. Ketua Umum Gabungan Koperasi Produsen Tahu Tempe Indonesia (Gakoptindo), Aip Syariffuddin, mengakui masih ada sejumlah perajin tahu dan tempe yang mengeluhkan kenaikan harga kedelai dan harus menebus

kedelai bahan baku hingga Rp15.000/kg. Padahal menurutnya, harga kedelai di tingkat importir cenderung stabil, yaitu sekitar Rp7.050/kg. Beliau juga mengatakan bahwa masih banyak yang belum tahu bahwa melalui koperasi, para perajin bisa membeli kedelai bahan baku secara langsung dengan harga Rp7.300-Rp7.800/kg, tergantung daerahnya. Harga yang tinggi itu disebabkan karena perajin tempe dan tahu masih membeli di pengecer dengan rantai pasok yang panjang.

Maka dari itu bisa dibilang belum ada kualitas hubungan yang baik antara perajin tahu dan tempe dengan para pengimpor kedelai yang harusnya bisa mendapatkan harga yang lebih murah dan juga sesuai dengan harga pasar. Padahal hampir sebagian besar para perajin tahu dan tempe memakai kedelai impor, yang mana harganya pun akan berubah-ubah bagaimana nilai rupiah terhadap dolar AS. Berdasarkan pengamatan dan gambaran masalah diatas, maka peneliti mengangkatnya ke dalam sebuah penelitian yang berjudul 'Pengaruh Kualitas Hubungan Pasokan terhadap Kinerja Rantai Pasokan'.

Bahan Evuasi Pelaku Rantai Pasok

Menjadi bahan evaluasi bagi pelaku yang terlibat dalam rantai pasokan bidang pertanian. Salah satu kunci sukses perusahaan dalam persaingan bisnis adalah memiliki dan mempertahankan keunggulan kompetitif yang terletak pada kemampuan perusahaan untuk membedakan diri dengan pesaingnya dan kemampuan produksi dengan biaya yang lebih rendah. Perusahaan harus memiliki sistem persediaan yang baik dan efisien dalam persaingan global. Persaingan bisnis yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi bisnis yang tepat dalam menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis, yang diindikasikan oleh proses inovasi secara terus menerus dan tingginya tingkat perubahan selera konsumen.

Hubungan antara *supplier*, *customer*, dan perusahaan harus dikelola dengan baik. Bagaimana agar *supplier* ikut bertanggung jawab terhadap kualitas

produk, hubungan yang baik dan jangka panjang dengan *supplier* dan *customer*, serta agar distribusi produk dari hulu ke hilir tepat pada waktunya sampai ke pengguna akhir. Disinilah pengelolaan perlu dilakukan. Terjadi sebuah kesalahan pada distribusi barang dan jasa akan membuat kualitas barang dan jasa menurun, dan ini berakibat daya saing melemah. Untuk meningkatkan distribusi barang dan jasa dan pembagian informasi dari hulu ke hilir pada perusahaan, maka diperlukan pengelolaan secara komprehensif.

Penerapan dan praktek *supply chain management* untuk penyediaan barang dan jasa inilah yang sangat diperlukan bagi perusahaan, dalam rangka meningkatkan daya saing industri yang akan memberikan dampak pada kinerja usaha. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi perusahaan saat ini adalah keharusan untuk merespon setiap ketidakpastian yang terjadi (Arifin, 2004).

Manajemen rantai pasok merupakan integrasi proses bisnis, mulai dari kegiatan penerimaan bahan baku, pengelolaan di setiap mata rantai aktivitas produksi sampai siap untuk digunakan oleh pemakai. Proses rantai pasok melibatkan produsen utama, pemasok, produsen, pengecer, dan konsumen (Rajaguru dan Matanda, 2012). Rantai pasok memiliki sifat yang dinamis namun melibatkan tiga aliran yang konstan, yaitu aliran informasi, produk dan uang. Di samping itu, Chopra dan Meindl (2007) menjelaskan bahwa tujuan utama dari setiap rantai pasok adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menghasilkan keuntungan.

Simchi-Levi *et al.* (2003) mendefinisikan SCM sebagai serangkaian pendekatan yang digunakan secara efisien, mengkolaborasikan pemasok - pemasok, manufaktur, warehouse, dan retailer sehingga mampu memproduksi dan mendistribusikan produk dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, dan waktu distribusi yang tepat. Kolaborasi yang prima dipercaya mampu meminimalisasi biaya operasional untuk mencapai kepuasan konsumen. Salah satu kata kunci dalam SCM adalah terjalinnya kolaborasi yang kokoh antar pihak dalam sebuah rangkaian *supply chain*.

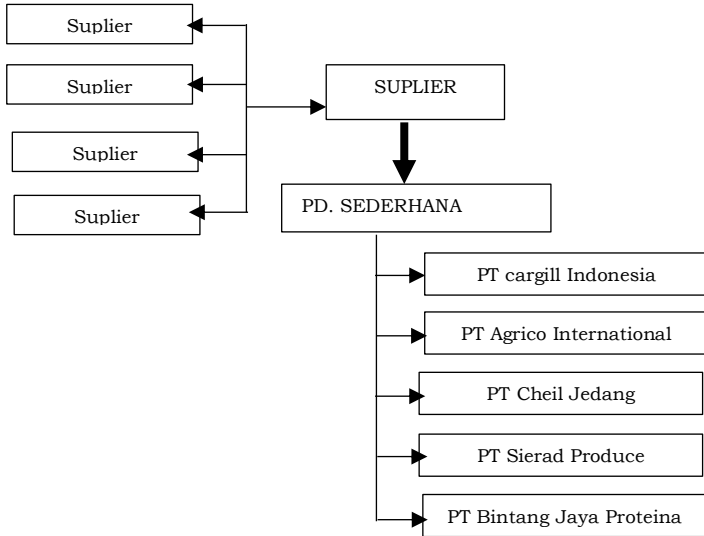
Kolaborasi menjadi istilah umum yang sering digunakan untuk menggambarkan suatu hubungan kerja sama yang dilakukan dua atau lebih pihak.

Dalam literatur *supply chain* yang lain, salah satu hal yang paling penting untuk dimiliki masing-masing perusahaan dalam suatu jejaring rantai pasok adalah kepercayaan antar organisasi (Chopra & Meindl, 2007). Kwon dan Taewon (2004) menyebutkan bahwa kesuksesan pada performa perusahaan (*operation performance*) dalam *supply chain* juga berasal dari tingginya nilai kepercayaan dan komitmen yang kuat antar partner dalam *supply chain*. Penelitian dalam ranah strategi aliansi juga menyebutkan bahwa kemungkinan kegagalan bisa lebih besar terjadi pada hubungan dengan tingkat kepercayaan yang rendah (Kwon & Taewon, 2004).

PD Sederhana merupakan sebuah perusahaan yang berfokus pada distribusi dan produksi dedak halus dan menir di desa Beberan Kecamatan Ciruas Kabupaten Serang Banten sejak tahun 1998 yang semula perusahaan ini merupakan industri rumah tangga karena hanya melayani kebutuhan-kebutuhan masyarakat sekitar dan sekarang menjadi sebuah industri besar yang melayani kebutuhan masyarakat di dalam maupun diluar kota Propinsi Banten. Dalam memenuhi kebutuhan bahan baku, PD Sederhana menjalin kerjasama jangka panjang dengan banyak pemasok, skema aliran bahan baku dari para pemasok ke perusahaan dapat dilihat pada gambar 1.3 dibawah, dimana setiap minggu bahan baku dipasok, namun terdapat kendala dalam kerjasama antara pemasok bahan baku dengan perusahaan yaitu adanya keterlambatan dalam pemasokan bahan baku dan ketidaktepatan dalam pemenuhan kontrak supply bahan baku.

Gambar 1.3

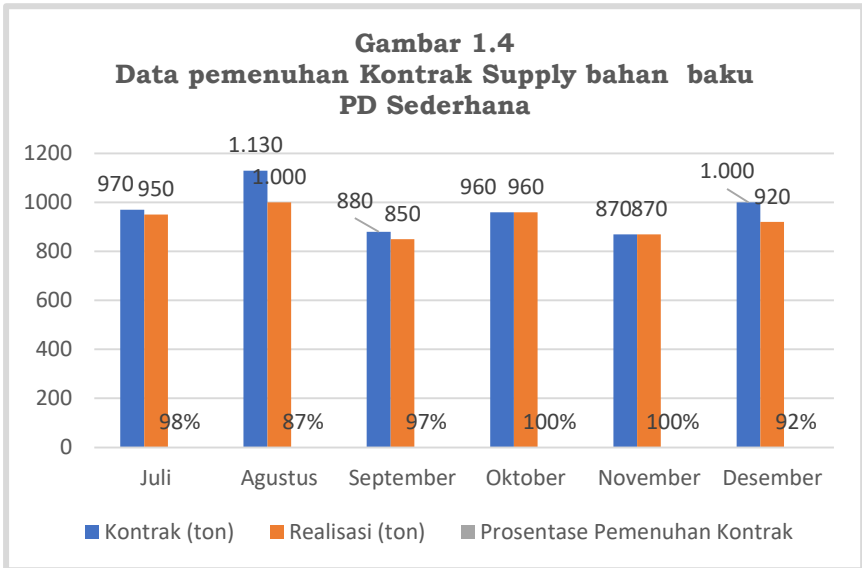
Alur Rantai Pasokan PD Sederhana



Sumber : konsep yang di kembangkan dalam penelitian ini.

Gambar 1.3 diatas menunjukkan skema aliran bahan baku dari supplier kepada PD Sederhana, dimana bahan baku dari para supplier kecil yaitu para petani dan penggilingan padi, disampaikan kepada supplier besar yang kemudian bahan baku tersebut disampaikan kepada PD Sederhana. Bahan mentah tersebut akan di olah di PD Sederhana, kemudian hasil produksi dari PD Sederhana akan disalurkan pada perusahaan-perusahaan besar, seperti PT cargill Indonesia, PT Agrico International, PT Cheil Jedang Superfeed, PT Sierad Produce, PT. Bintang Jaya Proteina, dan lain-lain.

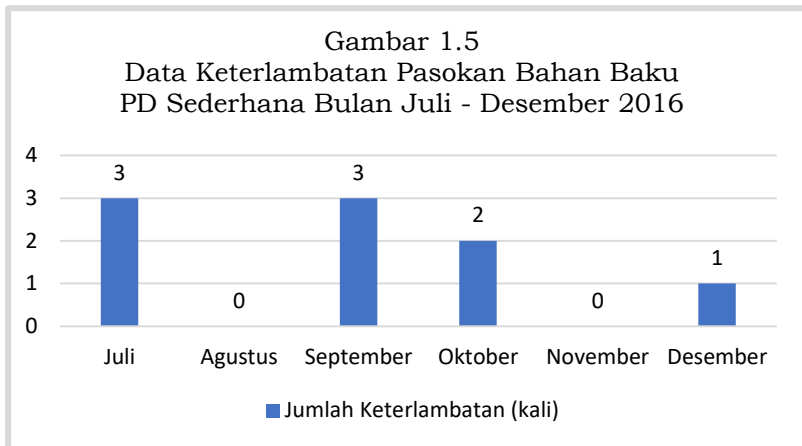
Berikut data pemenuhan kontrak *supply* Bahan Baku PD Sederhana pada bulan Juli hingga Desember 2016 dapat dilihat pada gambar 1.4 dibawah ini.



Sumber : PD. Sederhana, 2016

Dari data diatas dapat dilihat secara keseluruhan pemenuhan kontrak supply bahan baku pada PD Sederhana untuk bulan Juli-Desember tahun 2016, dimana pemenuhan kontrak 100% hanya terjadi pada bulan Oktober dan November sedangkan Pada bulan Juli, Agustus, September, dan Desember pemasok tidak memenuhi kontrak. Hal tersebut dapat menyebabkan masalah dalam pemenuhan kuota produksi perusahaan.

Data lain berkaitan dengan keterlambatan dalam menyampaikan bahan baku dari pemasok ke PD Sederhana. Gambar 1.5 menyajikan data tentang keterlambatan dalam memasok bahan baku dari beberapa pemasok yang telah menjalin kerjasama dalam jangka panjang.



Sumber: PD Sederhana, 2016

Data grafik memberi gambaran tentang ketidaktepatan dalam menyampaikan bahan baku dari beberapa pemasok (Suplier) ke PD Sederhana, hal tersebut dapat memberikan dampak pada kelangsungan proses produksi perusahaan. Melihat hubungan antara *supplier*, *customer*, dan perusahaan itu sendiri harus dikelola dengan baik, maka timbul pertanyaan bagaimana agar *supplier* ikut bertanggung jawab terhadap kualitas produk, hubungan yang baik dan jangka panjang dengan *supplier* dan *customer*, serta agar distribusi produk dari hulu ke hilir tepat pada waktunya sampai ke pengguna akhir. Disinilah pengelolaan perlu dilakukan. Terjadi sebuah kesalahan pada distribusi barang dan jasa akan membuat kualitas barang dan jasa menurun, dan ini berakibat daya saing melemah. Untuk meningkatkan distribusi barang dan jasa, dan pembagian informasi dari hulu ke hilir pada perusahaan, maka diperlukan pengelolaan secara komprehensif.

Penerapan dan praktek *supply chain management* untuk penyediaan barang dan jasa inilah yang sangat diperlukan bagi perusahaan, dalam rangka meningkatkan daya saing industri yang akan memberikan dampak pada kinerja usaha. PD Sederhana sangat memelihara hubungan antara suplier besar dengan PD Sederhana dan PD Sederhana dengan

konsumen akhirnya yaitu perusahaan yang membutuhkan bahan produksi dari PD Sederhana. Sehingga berdasarkan latar belakang masalah tersebut yaitu adanya keterlambatan dalam pemenuhan bahan produksi dan belum sesuai pasokan bahan produksi dengan kontrak seharusnya.

Makara (2015) menemukan kepercayaan memberikan efek yang signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Penelitian Mamad dan Chahdi (2013) mengkonfirmasi bahwa kepercayaan adalah faktor utama kolaborasi anggota rantai pasokan. Chandra dan Kumar (2000) lebih lanjut mengatakan bahwa kinerja rantai pasokan ditentukan oleh tingkat kepercayaan perusahaan terhadap pemasoknya, dan fleksibilitas organisasi. Sedangkan penelitian dalam ranah strategi aliansi juga menyebutkan bahwa kemungkinan kegagalan bisa lebih besar terjadi pada hubungan dengan tingkat kepercayaan yang rendah (Kwon & Taewon, 2004).

Research Gap

Penelitian ini dilakukan karena penelitian-penelitian sebelumnya meneliti kepercayaan dan komitmen terhadap kinerja rantai pasokan sehingga dalam penelitian ini memunculkan variabel baru sebagai intervening yaitu kualitas hubungan. Penelitian sebelumnya juga memiliki perbedaan pendapat mengenai hasil seperti yang dijelaskan dalam tabel 1.1.

Tabel 1.1 Research Gap

No	Sumber	Penelitian	Hasil
1.	1. Makara, 2015 2. Mamad & Chadi, 2013 3. Munizu, 2017 4. Capaldo & Giannoccaro, 2015 5. Narayanan, 2015	Kepercayaan terhadap kinerja rantai pasokan	Positif Signifikan
2.	1. Shin, Thai & Yuen, 2018	Kepercayaan terhadap kinerja rantai pasokan	Positif tidak signifikan
3.	1. Munizu, 2017 2. Narayanan, 2015	Komitmen terhadap kinerja rantai pasokan	Positif signifikan
4.	1. Shin, Thai & Yuen, 2018	Komitmen terhadap kinerja rantai pasokan	Positif tidak signifikan

BAB 2

RANTAI PASOK

Definisi Rantai Pasokan Menurut Para Ahli

Terdapat beberapa definisi rantai pasokan menurut para ahli, antara lain sebagai berikut:

Lalonde dan Master menjelaskan rantai pasokan sebagai arus material yang diintegrasikan dalam beberapa usaha bisnis yang berbeda (Fachrizal, 2016). Lambert mengartikan rantai pasokan adalah sistem yang terintegrasi yang mana sejumlah satuan bisnis (seperti pemasok, manufaktur, dan distributor sampai ke pengecer) bekerja sama untuk menghasilkan barang atau jasa dan juga informasi yang menghasilkan nilai tambah bagi konsumen (Ganika, 2016).

Berdasarkan definisi Stevens, rantai pasokan adalah serangkaian kegiatan atau aktivitas yang saling terkait satu sama lain yang berakitan dengan perencanaan, koordinasi dan pengendalian bahan, suku cadang, dan barang jadi yang berasal dari pemasok hingga ke pelanggan (Fawaeer, Alhunity, & Onizat, 2013).

Menurut Mentzer *et al.*, rantai pasokan adalah sebagai grup yang setidaknya terdiri atas tiga entitas (perusahaan atau perorangan) yang secara langsung terlibat dalam aliran atau distribusi (keatas dan kebawah) dari barang-barang, jasa-jasa, modal dan atau informasi dari sumbernya hingga sampai ke pengguna akhir (Ganika, 2016).

Sedangkan Russel dan Taylor mendefinisikan rantai pasokan sebagai segala hal yang mencakup seluruh kegiatan yang berkaitan dengan aliran dan juga transformasi barang dan jasa dari tahap bahan baku hingga ke pengguna akhir, begitu juga aliran informasi yang terkait (Furqon, 2014).

Dari beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rantai pasokan adalah serangkaian

aktivitas atau kegiatan yang saling terkait satu sama lain yang terdiri dari pemasok, manufaktur, distributor hingga pelanggan yang berkaitan dengan aliran barang dan informasi terkait.

Handfield dan Bechtel menjelaskan bahwa rantai pasokan mencakup semua kegiatan yang terkait dengan aliran barang dan informasi dari sumber bahan baku hingga ke pengguna akhir. Tujuan perusahaan sangat penting dalam menentukan tujuan rantai pasokan dan oleh karena itu menggambarkan konstruk kinerja rantai pasokan. Menurut Handfield dan Krause; MacDuffie dan Helper, perusahaan ingin memposisikan diri mereka sendiri sehingga mereka memiliki lebih banyak fleksibilitas dan mengurangi waktu tunggu dalam proses rantai pasokan mereka dan biaya yang lebih rendah (Panayides & Lun, 2009).

Aspek-Aspek Rantai Pasokan

Rantai pasokan pun mengintegrasikan yang berkaitan dengan tiga aspek yaitu, sumber produksi, proses produksi, dan proses pengiriman mengirimkan produksi. Terdapat tiga komponen dalam rantai pasokan, yaitu:

1. *Upstream supply chain* atau rantai pasokan hulu, yang meliputi segala aktivitas perusahaan dengan para penyalur, antara lain berupa pengadaan bahan baku dan bahan pendamping.
2. *Internal supply chain* atau rantai pasokan internal, yang meliputi semua proses penerimaan barang ke gudang yang digunakan hingga ke proses produksi. Aktivitas utamanya antara lain produksi dan pengendalian persediaan.
3. *Downstream supply chain* atau rantai pasokan hilir, yang meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk sampai ke pelanggan. Aktivitas utamanya antara lain distribusi, pergudangan, transportasi dan juga pelayanan (Furqon, 2014).

Simulasi aliran barang dan juga informasi dalam rantai pasokan digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Aliran informasi



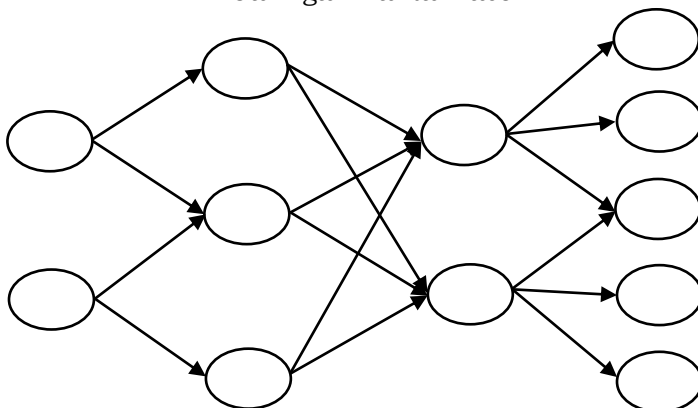
Aliran barang Aliran Informasi dan Barang
Sumber: Russel dan Taylor dalam (Furqon, 2014)

Sebuah rantai pasokan terdiri dari berbagai fasilitas dimana bahan mentah diambil dan juga diubah menjadi bahan setengah jadi, atau bahan setengah jadi diambil dan diubah hingga menjadi produk akhir. Proses perubahan ini juga disertai dengan proses penyimpanan dalam bentuk persediaan serta proses transportasi dari satu fasilitas ke fasilitas yang lain. Sebuah rantai pasokan dapat diilustrasikan dalam bentuk jaringan yang terdiri dari titik-titik yang dihubungkan dengan jalur-jalur transportasi.

Gambar berikut menunjukkan jaringan rantai pasokan yang terdiri dari pemasok, pabrik, pusat distribusi dan yang terakhir pelanggan.

Gambar 2.2

Jaringan Rantai Pasok



Sumber: Sitompul dalam (Sitompul & Hariandja, 2011)

BAB 3

KEPERCAYAAN (*TRUST*)

Definisi Kepercayaan

Kepercayaan (*trust*) merupakan pondasi dari bisnis. Membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang dengan pelanggan adalah suatu faktor yang penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Menurut Prasaran phanich (2007:23.1).

Moorman (1993) mendefinisikan kepercayaan (*trust*) sebagai kesediaan (*willingness*) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain. Ketika satu pihak mempunyai keyakinan (*confidence*) bahwa pihak lain yang terlibat dalam pertukaran mempunyai reliabilitas dan integritas, maka dapat dikatakan ada *trust*. Rofiq (2007:32) mendefinisikan kepercayaan (*trust*) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Kepercayaan konsumen menurut Mowen (2002:312) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka kepercayaan (*Trust*) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap pihak yang lain dalam melakukan hubungan transaksi, berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan, ketika

konsumen mempercayai sebuah perusahaan, mereka akan lebih suka melakukan pembelian ulang dan membagi informasi pribadi yang berharga kepada perusahaan tersebut.

Menurut Swan et al, (1998 dalam ahmadi, 2009) kepercayaan merupakan bentuk keunggulan dalam berkomitmen pada hubungan kerjasama organisasional yang muncul dari sebuah keyakinan bahwa hubungan kerjasama akan memberikan manfaat seperti yang diharapkan oleh kedua belah pihak, diukur dengan indikator keterbukaan komunikasi, berbagi informasi yang penting, kejujuran, tanggung jawab, dan pengalaman.

Kepercayaan Konsumen tentang Atribut Produk

Perusahaan harus menyadari bahwa kepercayaan terhadap objek, atribut, dan manfaat menunjukkan persepsi konsumen, dan karena itu, umumnya kepercayaan seseorang konsumen berbeda dengan konsumen lainnya. Mereka juga harus mengingat bahwa kepercayaan mereka sendiri terhadap sebuah merek tertentu sangat berbeda dari pasar target. Kepercayaan yang dikatakan mewakili asosiasi yang konsumen bentuk di antara objek, atribut, dan manfaat, didasarkan atas proses pembelajaran kognitif. Seseorang membentuk tiga jenis kepercayaan (Mowen, 2002:312):

a. Kepercayaan atribut-objek (*object – attribute beliefs*)

Pengetahuan tentang sebuah objek memiliki atribut khusus yang disebut kepercayaan atribut-objek. Kepercayaan atribut-objek menghubungkan sebuah atribut dengan objek, seperti seseorang, barang, atau jasa.

b. Kepercayaan atribut-manfaat

Kepercayaan atribut-manfaat merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh sebuah atribut tertentu menghasilkan atau memberikan manfaat tertentu. Seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah mereka dan memenuhi kebutuhan mereka, dengan kata lain,

memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal.

c. Kepercayaan objek-manfaat

Kepercayaan objek-manfaat merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang, atau jasa tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu. Atribut (*atributes*) adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Ada 2 jenis atribut yaitu atribut instrinsik dan atribut ekstrinsik. *Atribut instrinsik* adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan sifat aktual produk, sedangkan *atribut ekstrinsik* adalah segala sesuatu yang diperoleh dari aspek eksternal produk, seperti nama merek, kemasan, dan label.

Kepercayaan, Sikap dan Perilaku Terbentuk

Kepercayaan, sikap, dan perilaku terbentuk dengan dua cara berbeda. Pada formulasi langsung, kepercayaan, sikap, dan perilaku diciptakan tanpa terjadi keadaan lain sebelumnya. Jadi, seperti ditunjukkan oleh perspektif pengaruh perilaku, perilaku dapat terjadi tanpa pembentukan sikap atau kepercayaan awal konsumen yang kuat tentang objek di mana perilaku di arahkan. Demikian juga, seperti dinyatakan oleh perspektif eksperiensial sikap (misalnya, perasaan) dapat tercipta tanpa pengembangan kepercayaan spesifik awal konsumen tentang objek sikap (Mowen, 2002:322).

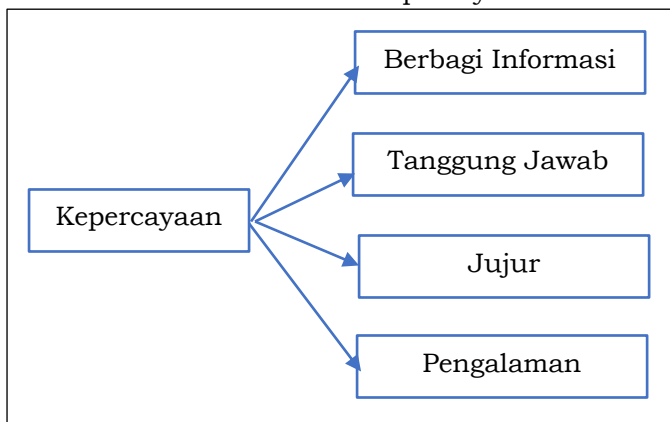
Mowen (2002:322) menambahkan bahwa setelah kepercayaan, sikap, atau perilaku terbentuk secara langsung terdapat tendensi atas tiga keadaan yang dapat menciptakan sebuah hierarki. Dengan cara ini, pertama-tama konsumen membentuk kepercayaan terhadap sebuah produk dan kemudian membentuk kepercayaan serta sikap terhadap produk tersebut.

Dari sudut pandang pemasaran, hal ini menyatakan bahwa perkembangan kepercayaan seharusnya menjadi komponen fundamental dari strategi pemasaran yang ditujukan untuk mengarah pada penciptaan hubungan pelanggan sejati. Pelanggan harus mampu

merasakan bahwa dia dapat mengandalkan perusahaan; bahwa perusahaan dapat dipercaya. Akan tetapi, untuk membangun kepercayaan membutuhkan waktu lama dan hanya dapat berkembang setelah pemakaian yang berulang kali terhadap suatu produk. Lebih penting, kepercayaan berkembang setelah seorang individu mengambil resiko dalam berhubungan dengan apa yang telah digunakannya.

Beberapa penelitian diatas mengenai kepercayaan dan juga indikator yang digunakan dalam penelitian tersebut. Terdapat beberapa indikator untuk mengukur kepercayaan yang telah digunakan dalam penelitian terdahulu. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan empat indikator yaitu, tanggung jawab, berbagi informasi (Ahda, 2009 dalam (Mukhsin, 2017), memenuhi harapan, jujur (Kotler dan Keller, 2009).

Gambar 3.1
Indikator Kepercayaan



Sumber : (Kotler dan Keller, 2009) & Ahda (2009)

BAB 4

KOMITMEN

Definisi Komitmen

Komitmen didefinisikan (Morgan dan Hunt, 1994) sebagai keyakinan salah satu pihak bahwa membina hubungan dengan pihak lain merupakan hal yang penting dan berpengaruh terhadap manfaat optimal yang didapat oleh kedua pihak dalam berhubungan. Lebih lanjut Morgan dan Hunt (1994) berpendapat bahwa komitmen dengan kejasama didefinisikan sebagai keinginan abadi untuk mempertahankan kerjasama yang bernilai. Kerjasama yang bernilai pemasok dan penyalur sesuai dengan komitmen, bahwa komitmen kerjasama hanya ada ketika kerjasama itu dianggap penting. Persamaanya, keinginan abadi untuk mempertahankan kerjasama jangka panjang, sesuai dengan pandangan mereka bahwa partner yang berkomitmen ingin kerja sama itu untuk berjalan lama dan keinginan untuk bekerja mewujudkannya (Faiz dan Susanto, 2006).

Studi Anderson dan Weitz (1994, dalam Ahmadi, 2009) mendefinisikan komitmen sebagai sebuah keinginan untuk berkorban secara jangka pendek dalam memperoleh manfaat jangka panjang baik hal tersebut datang dari sisi pemasok maupun sisi penyalur. Definisi tentang komitmen juga dikemukakan oleh Dwyer (1999) yang menyatakan bahwa komitmen merupakan jaminan secara implisit maupun eksplisit terhadap berlanjutnya hubungan.

Moorman et al. (1993) menyatakan bahwa komitmen terhadap hubungan didefinisikan sebagai suatu hasrat bertahan untuk menjaga suatu nilai hubungan. Hubungan yang bernilai berkaitan erat dengan kepercayaan bahwa komitmen hubungan eksis hanya jika hubungan tersebut penting dipertimbangkan. Hal ini berarti bahwa rekan kerja akan berusaha untuk

membangun hubungan mereka secara berlahan, dan akan berusaha untuk meminimalkan komitmen mereka sampai hasil akhir yang potensial menjadi jelas (Ford et al., 1998, dalam Ahmadi, 2009).

Komitmen merupakan motivasi untuk memelihara hubungan dan memperpanjang hubungan (Handoko, 2008). Menurut Morgan dan Hunt (1994), komitmen harus menjadi sebuah variabel penting dalam menentukan kesuksesan hubungan. Berry dan Parasuraman (1991, dalam Handoko, 2008) menyarankan hubungan bergantung pada komitmen yang saling menguntungkan antara pembeli dan penjual. Ketika motivasi untuk memelihara hubungan tinggi, maka ada kemungkinan dimana kualitas hubungan juga tinggi. Hubungan yang awet menunjukkan sebuah kepastian derajat komitmen antara pembeli-penjual (Parsons, 2001).

Berdasarkan pendapat para ahli maka dapat disimpulkan bahwa komitmen merupakan suatu hasrat bertahan untuk menjaga suatu nilai hubungan. Hubungan yang bernilai berkaitan erat dengan kepercayaan, bahwa komitmen hubungan tetap eksis hanya jika hubungan tersebut penting dipertimbangkan. Hal ini berarti bahwa rekan kerja akan berusaha untuk membangun hubungan mereka secara berlahan, dan akan berusaha untuk meminimalkan komitmen mereka sampai hasil akhir yang potensial menjadi jelas.

Komitmen menurut Morgan dan Hunt (1994 dalam Sugiarto 2012) adalah bentuk perilaku hubungan kerjasama, dimana kecenderungan partner kepadanya berada pada posisi yang kuat dan bahkan melebihi hubungan kerjasama dengan pihak lain, diukur dengan indikator afektif, kontinu, normatif dan keyakinan.

Komitmen dalam Hubungan Rantai Pasokan

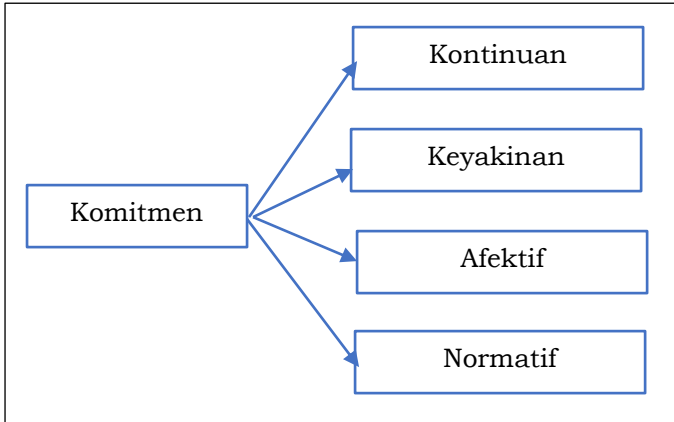
Variabel ini menambahkan dimensi penting dalam studi hubungan pembeli-penjual. Ketika kualitas mungkin dipengaruhi oleh sifat dasar individu yang terlibat dalam hubungan, sifat dasar hubungan antara organisasi, dapat mengesampingkan beberapa efek karakteristik interpersonal. Contohnya, pembeli dapat bekerja baik dengan penjual tetapi penjual mungkin tidak

dapat memberikan keuntungan pada kebutuhan pembeli. Sebaliknya, organisasi mungkin dapat memenuhi kebutuhan pembeli tetapi individu yang dilibatkan mungkin tidak dapat bekerja bersama organisasi pada level personal (Parsons, 2001).

Aktivitas kolaborasi dan perubahan merupakan kunci suatu hubungan. Jika aktivitas dan tindakan kolaborasi positif ada maka akan menghasilkan komitmen dan hasil akhir yang menjaga efisiensi, produktivitas dan keefektifan suatu hubungan (Zineldin dan Johnson, 2000). Studi Wetzels et.al., (1998, dalam Handoko, 2008) menyatakan semakin tinggi komitmen yang dibangun dari kepuasan dan kepercayaan maka semakin tinggi kualitas hubungan saluran antara pemasok dan penyalur. Hal senada juga dinyatakan oleh Morgan dan Hunt (1994), yaitu semakin tinggi komitmen yang dibangun atas kepercayaan dan kepuasan layanan maka semakin tinggi kualitas hubungan yang berkesinambungan. Gundlach et.al., (1995, dalam Soetomo, 2004) menyatakan bahwa semakin tinggi komitmen yang dapat dibangun baik oleh pemasok maupun penyalur akan memperkokoh hubungan kerjasama yang mereka bangun.

Penjelasan diatas merupakan beberapa penelitian mengenai komitmen dan juga indikator yang digunakan dalam penelitian tersebut. Terdapat beberapa indikator untuk mengukur komitmen yang telah digunakan dalam penelitian terdahulu. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan empat indikator yaitu, afektif, normatif, keyakinan (Sugiarto, 2012) dalam (Mukhsin, 2017), Kontinuan (Xiao, Zheng, Pan, & Xie, 2010).

Gambar 4.1
Indikator Komitmen



Sumber : (Sugiarto, 2012) & (Xiao, Zheng, Pan, & Xie, 2010).

BAB 5

KUALITAS HUBUNGAN

Definisi Kualitas Hubungan

Konsep kualitas hubungan menurut Johnson (1999, dalam Susanto, 2006) merupakan gambaran kedalaman dan kedekatan sebuah hubungan antara pemasok dan penyalur. Kalau *relationship* bagus, maka *perceived quality* (kualitas yang dirasakan) juga tinggi (Chan, 2003:243, dalam Handoko, 2008). Menurut Goh, Geok, dan Neo (1999), hubungan kerjasama dengan pemasok sangat berperan menentukan kinerja bisnis perusahaan, dalam kaitannya hubungan antara perusahaan dan pemasok, dan untuk mendapatkan kinerja yang baik melalui sebuah kerjasama, hubungan yang baik antara kedua belah pihak mutlak diperlukan (Parson, 1999; Johnson, 1994; dan Goh, Geok, dan Neo, 1999; dalam Arifin, 2004) dan untuk membangun sebuah kualitas hubungan kerjasama yang baik, faktor kejujuran menjadi salah satu pertimbangan penting. Sikap jujur dalam hal ini berarti tidak mengambil kesempatan (Johnson, 1999 dan Muralidaran, 2002; dalam Arifin, 2004).

Kualitas Hubungan (*Relationship quality*) oleh J. BrocSmith dalam Harsini Soetomo (2002 : 119) didefinisikan sebagai sebuah konsep yang terdiri dari berbagai pengaruh positif yang ditimbulkan oleh suatu hubungan yang mencerminkan keseluruhan hubungan dan luasnya hubungan kepada pihak yang dipenuhi kebutuhan dan harapannya. Dalam kaitannya kualitas hubungan dengan rantai pasokan perusahaan, Johnson (1999) mempertegas bahwa kualitas hubungan dan pertukaran hubungan dalam saluran distribusi merupakan dua hal yang berbeda. Pertukaran hubungan digambarkan sebagai hubungan dekat, saling bergantung dan terdapat adanya seperangkat norma hubungan yang

meningkat. Sedangkan kualitas hubungan tidak hanya terbatas pada pertukaran hubungan saja, melainkan juga melibatkan karakteristik antar perusahaan yang menjalin kerjasama. Karakteristik yang dimaksud seperti komitmen yang tergambar jelas pada manajemen saluran yang terbentuk dari kerja sama pemasok dan penyalur (Faiz dan Susanto, 2006).

Kualitas Hubungan (*Relationship quality*) menurut Kumar, Scheer dan Steen kamp dalam Farida Jasfar (2002: 19, dalam Soetomo, 2004), berkaitan dengan hal-hal yang mencakup masalah konflik, kepercayaan (*trust*), komitmen dan kesinambungan hubungan di masa mendatang. Kualitas hubungan yang baik akan menurunkan level konflik dan sebaliknya memperbesar kepercayaan, komitmen, berlanjutnya hubungan jangka panjang dan kelanjutan investasi. Membangun relationship dengan pelanggan seringkali membawa keberhasilan, tetapi tidak selalu merupakan suatu strategi terbaik.

Berdasarkan pendapat para ahli maka dapat disimpulkan bahwa kualitas hubungan dalam saluran distribusi merupakan pertukaran hubungan digambarkan sebagai hubungan dekat, saling bergantung dan terdapat adanya seperangkat norma hubungan yang meningkat dan kualitas hubungan tidak hanya terbatas pada pertukaran hubungan saja, melainkan juga melibatkan karakteristik antar perusahaan yang menjalin kerjasama antara pemasok dan penyalur.

Kualitas Hubungan Rantai Pasokan

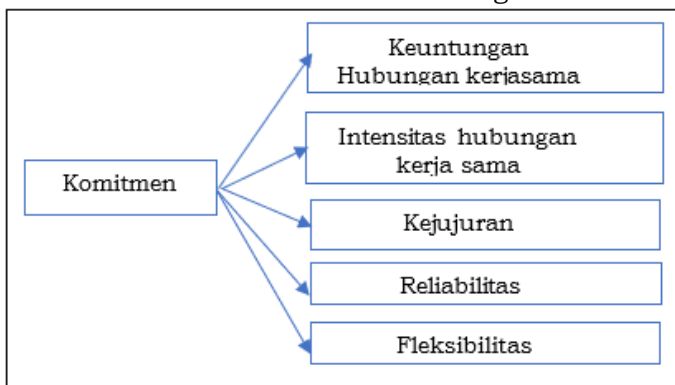
Parsons (1999) menyatakan bahwa, adanya kecenderungan untuk berganti pemasok jika pemasok lain menawarkan keuntungan yang lebih, sebaliknya, pembeli yang merasa memiliki hubungan yang baik dengan pemasok, ada kecenderungan tidak akan berganti pemasok karena rasa takut kehilangan keuntungan yang telah mereka rasakan. Kualitas hubungan berarti kualitas yang dipersepsi berdasarkan kehangatan dan kedalaman suatu hubungan yang terjalin diantara kedua belah pihak.

Menurut pendapat Chan, (2003:237, dalam Handoko, 2008), kualitas selain terhadap produk dan jasa, kualitas juga diterapkan pada karyawan, proses, dan lingkungan fisik dimana produk dan jasa disediakan. Kualitas itu sendiri dapat diperoleh dengan membina hubungan yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan, proses, dan bukti fisik (dalam hal ini adalah lingkungan fisik dimana jasa disampaikan) yang merupakan atribut evaluasi konsumen dalam mengkonsumsi jasa mempunyai hubungan dengan kualitas hubungan (Handoko, 2008). Lebih lanjut Johnson (1999, dalam Faiz dan Susanto, 2006) menyimpulkan bahwa penelitian – penelitian sebelumnya telah berhasil merumuskan konsep kualitas hubungan sebagai perwujudan atas kepercayaan, komitmen, dan kepuasan menyeluruh.

Hill (1994, dalam Hesti, 2013) mengungkapkan bahwa kualitas hubungan adalah ukuran kualitas pengembangan dan pemeliharaan kerjasama dalam mencapai hubungan kerjasama yang saling memuaskan yang berhubungan dengan aliran dan perpindahan barang, dari bahan mentah sampai ke konsumen akhir, termasuk yang berhubungan dengan informasi dan dana. Indikator dari kualitas hubungan terdiri dari keuntungan hubungan kerjasama, intensitas hubungan kerja sama, kejujuran, reliabilitas, dan fleksibilitas.

Gambar 5.1

Indikator Kualitas Hubungan



Sumber : (Hill, 1994; dalam Hesti, 2013)

BAB 6

MANAJEMEN RANTAI PASOKAN

Definisi Rantai Pasokan

Rantai Pasok adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan secara terintegrasi untuk meningkatkan efisiensinya melalui mata rantai *supplier* yang terkait, mulai dari *supplier* awal (*raw material supplier*) hingga pelanggan akhir (*end customer*). Upaya ini dilakukan dengan meningkatkan komunikasi dan kerjasama yang lebih baik dalam setiap kaitan rantai perusahaan, yang terlibat dalam penciptaan produk (Sobarsa, 2009: p.110).

Menurut Pujawan (2005) *Rantai Pasok* adalah jaringan perusahaan- perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Perusahaan-perusahaan tersebut biasanya termasuk *supplier*, pabrik, distributor, toko atau *retailer*, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik. Pada suatu *supply chain* biasanya ada 3 macam aliran yang harus dikelola. Pertama adalah aliran barang yang mengalir dari hulu (*up stream*) ke hilir (*down stream*). Contohnya adalah bahan baku yang dikirim dari *supplier* ke pabrik. Setelah produk selesai diproduksi, mereka dikirim ke distributor, lalu ke *retailer*, kemudian ke pemakai akhir. Yang kedua adalah aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu. Yang ketiga adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir ataupun sebaliknya. Informasi tentang ketersediaan kapasitas produksi yang dimiliki oleh *supplier* juga sering dibutuhkan oleh pabrik. Informasi tentang status pengiriman bahan baku sering dibutuhkan oleh perusahaan yang mengirim maupun yang akan menerima. Bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai

akhir. Perusahaan- perusahaan tersebut biasanya termasuk *supplier*, pabrik, distributor, toko atau *retailer*, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik.

Tujuan utama Manajemen Rantai Pasokan adalah memuaskan konsumen secara terpadu melalui:

1. Kualitas yang tinggi (*the right quality*).
2. Biaya yang rendah (*the low quality*).
3. Kecepatan pelayanan (*the quick response*).

Sebuah rantai pasok akan memiliki komponen-komponen yang biasanya disebut chanel. Misalnya ada *raw material*, transportasi, manufaktur, pergudangan, distributor, *retail*, dan konsumen terakhir (Hugos, 2006). Kunci keberhasilan dalam mengembangkan *supply chain* adalah komunikasi dengan para *supplier*. Ada beberapa strategi yang biasa digunakan antara lain:

1. Mengembangkan komunikasi dengan banyak *supplier* (*many supplier*). Strategi ini dipilih untuk merespon konsumen yang meminta harga yang rendah untuk produk-produk tertentu.
2. Mengembangkan komunikasi dengan sedikit *supplier*. Strategi ini dipilih untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan *supplier* sehingga tercipta saling ketergantungan antara produsen dan *supplier*.
3. Mengintegrasikan *supplier* ke dalam perusahaan. Strategi ini dipilih untuk menghilangkan ketidakpastian sepanjang jalur produksinya baik kearah belakang (*backward integration*) ataupun ke arah depan (*forward integration*). Strategi ini dilakukan dengan membeli perusahaan *supplier* atau perusahaan customernya.
4. Mengembangkan kombinasi sedikit *supplier* dengan *vertical integration* yang disebut sebagai *network*. Perusahaan selain membeli *supplier* inti juga mengembangkan hubungan dengan *supplier*-nya untuk mendapatkan kepastiannya dalam pasokan bahan penunjangnya.
5. Mengembangkan komunikasi bayangan dengan *supplier-supplier* yang dibutuhkan dengan berbagai *supplier* yang memiliki berbagai spesialisasi dengan

tujuan mengantisipasi permintaan *customer* yang berbeda beda.

Pendorong Utama Rantai Pasokan

Untuk meningkatkan dan mencapai rantai pasok yang efektif, perusahaan harus mengambil keputusan secara individu atau kolektif sehubungan dengan aksi perusahaan dalam 5 (lima) pendorong utama rantai pasok (Hugos, 2006), yaitu:

1. Produksi (*Production*).
Barang apa yang diinginkan pasar? Berapa banyak barang tertentu harus diproduksi dan kapan? Aktivitas ini mencakup *master production Schedules* (MPS) yang berhubungan dengan kapasitas produksi, keseimbangan batas kerja, pengendalian kualitas, dan pemeliharaan peralatan.
2. Persediaan (*Inventory*)
Persediaan apa yang harus distok di setiap level rantai pasok? Berapa banyak persediaan bahan baku, barang setengah jadi, atau barang jadi? Tujuan utama persediaan adalah berperan sebagai penyangga (*buffer*) dalam ketidakpastian dalam rantai pasok. Bagaimanapun juga, memiliki persediaan barang bisa mengakibatkan besarnya biaya, sehingga harus diketahui tingkat persediaan barang yang optimal dan titik pemesan kembali.
3. Lokasi (*Location*)
Dimana seharusnya lokasi fasilitas untuk produksi dan penyimpanan barang? Dimana lokasi yang paling efisien untuk produksi dan penyimpanan barang? Apakah fasilitas yang sekarang masih bisa digunakan atau harus membangun yang baru? Setelah keputusan dibuat maka dapat ditentukan jalur yang memungkinkan bagi pergerakan barang melalui pengiriman ke pelanggan akhir.
4. Transportasi (*Transportasi*).
Bagaimana persediaan dipindahkan dari satu lokasi rantai pasok ke lokasi lain.
5. Informasi (*Information*).

Berapa banyak data yang harus dikumpulkan dan berapa banyak informasi yang harus dibagi? Informasi yang tepat waktu dan akurat berperan penting bagi koordinasi dan pengambilan keputusan yang lebih baik.

Kombinasi yang tepat dari kemampuan menanggapi dan efisiensi di setiap pendorong dapat meningkatkan rantai pasok, sementara secara simultan menurunkan biaya persediaan dan operasional.

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2002), Manajemen Rantai Pasokan adalah suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada para pelanggannya. Rantai ini juga merupakan jaringan atau jejaring dari berbagai organisasi yang saling berhubungan yang mempunyai tujuan yang sama, yaitu sebaik mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang tersebut.

Manajemen Rantai Pasokan adalah serangkaian pendekatan yang diterapkan untuk mengintegrasikan *supplier*, pengusaha, gudang (*warehouse*) dan tempat penyimpanan lainnya secara efisien sehingga produk yang dihasilkan dan didistribusikan dengan kuantitas yang tepat, lokasi yang tepat dan waktu yang tepat untuk memperkecil biaya dan memuaskan kebutuhan pelanggan (Levi, 1999).

Manajemen Rantai Pasokan adalah modifikasi praktek tradisional dari manajemen logistik yang bersifat adversial (pola-pola yang mementingkan pihak-pihak secara individual dan bukan mengacu kepada kinerja kepada keseluruhan) ke arah koordinasi dan kemitraan antar pihak-pihak yang terlibat. Koordinasi dan kolaborasi antar perusahaan sangat diperlukan pada rantai pasok karena perusahaan-perusahaan yang berada pada suatu rantai pasok pada intinya ingin memuaskan konsumen akhir yang sama, mereka harus bekerjasama untuk membuat produk yang murah, mengirimkannya tepat waktu, dan dengan kualitas yang bagus. Hanya dengan kerja sama antara elemen-elemen pada rantai pasok tujuan tersebut akan bisa dicapai.

Kinerja Rantai Pasokan

Menurut Porter, salah satu cara untuk menciptakan nilai adalah dengan efisiensi dalam proses produksi dan dalam menyampaikan barang dan jasa kepada konsumen, atau sering disebut dengan strategi *cost leadership* (Ganika, 2016).

Ronald H Ballou et al., menyatakan rantai pasokan merupakan seluruh aktivitas yang berhubungan dengan aliran transformasi barang dari tahapan bahan baku sampai ke pengguna akhir, begitupun dengan aliran informasinya (Mukhsin, 2017).

Kwon dan Taewon mengatakan Kesuksesan kinerja pasokan berasal dari tingginya nilai kepercayaan dan komitmen yang kuat antar partner dalam kinerja pasokan (Mukhsin, 2017).

Pada suatu sistem kinerja pasokan, proses kemitraan didefinisikan sebagai interaksi antara komitmen, kepercayaan dan kolaborasi (Mukhsin, 2017).

Pujawan mengartikan kinerja rantai pasokan sebagai sistem pengukuran kinerja dengan sebuah alat ukur yang digunakan mengamati kinerja sebuah rantai pasokan secara bersama antara suatu organisasi dengan organisasi lainnya (Fachrizal, 2016).

Menurut Slamet, kinerja rantai pasokan adalah tingkat kemampuan rantai pasokan memaksimalkan jaringan rantai dan meningkatkan daya saing pelaku rantai pasokan dengan mempertimbangkan kunci indikator kinerja rantai pasokan (Sucipta, Widia, & Utama, 2016).

Sedangkan Vorst mendefinisikan kinerja rantai pasokan adalah tingkat kemampuan rantai pasokan tersebut untuk memenuhi segala kebutuhan dari konsumen (Munizu, 2017).

Levi *et al.*, menjelaskan kinerja rantai pasokan merupakan sebuah kinerja tentang mutu aktifitas yang berhubungan dengan aliran dan juga perpindahan barang, dari bahan baku hingga ke konsumen akhir, termasuk yang berhubungan dengan informasi dan dana (Ariani & Dwiyanto, 2013).

Dari beberapa definisi diatas, maka dapat

disimpulkan bahwa kinerja rantai pasokan adalah tingkat kemampuan rantai pasokan secara keseluruhan dalam memaksimalkan jaringan rantai dan meningkatkan daya saing para pelaku rantai pasokan untuk memenuhi segala kebutuhan konsumen.

Kinerja rantai pasokan merupakan hasil dari segala yang dilakukan setiap anggota rantai pasokan untuk memenuhi tujuan akhir rantai pasokan, yakni kepuasan konsumen (Munizu, 2017). Menurut Rashed *et al.*, pengetahuan tentang kinerja rantai pasokan dapat meningkatkan kemampuan bisnis perusahaan secara keseluruhan karena meningkatkan pemahaman dan juga kerja sama antar anggota rantai pasokan. Banomyong dan Supat menjelaskan bahwa pengukuran kinerja rantai pasokan tidak hanya menyediakan informasi umpan balik untuk menyatakan kemajuan, meningkatkan motivasi, komunikasi dan memprediksi masalah, akan tetapi juga untuk menyediakan pemahaman dan integral antara anggota rantai pasokan. Hasilnya adalah kepuasan pelanggan secara menyeluruh dan juga daya saing serta profitabilitas harus ditingkatkan (Alfianto & Ronald, 2015).

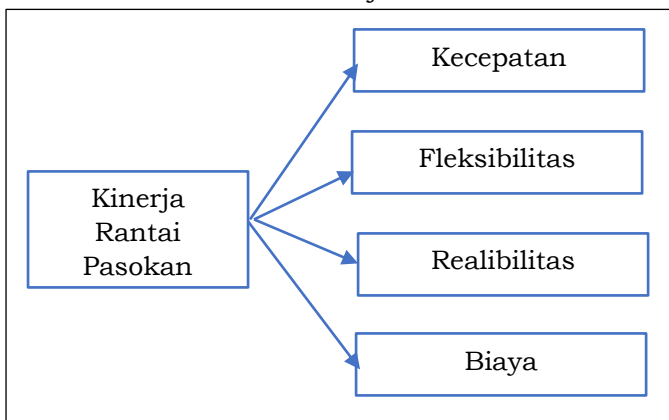
Sistem pengukuran kinerja diperlukan untuk melakukan pengawasan dan pengendalian, mengkomunikasikan tujuan organisasi ke fungsi-fungsi pada rantai pasokan, mengetahui posisi suatu organisasi terhadap pesaing maupun terhadap tujuan yang hendak dicapai dan juga menentukan arah perbaikan untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing (Fachrizal, 2016). Pengukuran kinerja rantai pasokan secara menyeluruh melibatkan semua komponen anggota rantai pasokan mulai dari pemasok sampai kepada konsumen. Model pengukuran kinerja rantai pasokan yang telah ada dan diterapkan di lapangan mengacu kepada aktivitas rantai pasokan dalam satu organisasi yang secara umum meliputi kegiatan pengadaan, perencanaan produksi, produksi, pemenuhan pesanan pelanggan dan pengembalian apabila terdapat kecacatan dalam produk (Ali, Pambudi, & Astuti, 2014).

Dalam penelitian Hut *et al.*, bahwa terdapat empat prioritas kompetitif sangat penting dalam pengukuran

kinerja rantai pasokan yang meliputi kecepatan, kualitas, biaya dan fleksibilitas (Panayides & Lun, 2009). Menurut Levi *et al.*, kinerja rantai pasokan dapat diukur dengan empat indikator yaitu biaya, reliabilitas, fleksibilitas dan utilitas (Munizu, 2017). Sedangkan dalam penelitian Anantan dan Ellitan, terdapat lima indikator yang dapat mengukur kinerja rantai pasokan yaitu biaya, reliabilitas, fleksibilitas, responsivitas, dan asset (Fachrizal, 2016).

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan empat indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja rantai pasokan, yaitu kecepatan, Fleksibilitas Hunt *et al* (2006) dalam Panayides & Lun (2009) dan reliabilitas, biaya Levi *et al* dalam Munizu (2017).

Gambar 6.1
Indikator Kinerja Rantai Pasokan



Sumber : (Panayides & Lun, 2009) & (Munizu, 2017)

BAB 7

PERSIAPAN STUDI

Studi Terdahulu

Agar penelitian ini mengarah pada pokok bahasan dan penelitian ini sebagai pembeda dengan peneliti sebelumnya maka kajian penelitian yang relevan dalam penelitian ini adalah:

1. Hesti Aprianingsih (2013). *Analisis Pengaruh implementasi Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Rantai Pasokan dengan Integrasi Rantai Pasokan Sebagai Mediator Pada Sektor Industri Tekstil (TPT)*. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode SEM, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kinerja rantai pasok dengan nilai signifikansi sebesar 3,09* dan nilai estimasi 0,517. Implementasi TI berpengaruh terhadap peningkatan integrasi rantai pasok dengan nilai signifikansi sebesar 37,34* dan nilai estimasi 0,921. Integrasi rantai pasok berpengaruh terhadap peningkatan kinerja rantai pasok dengan nilai signifikansi sebesar 2,84* dan nilai estimasi 0,464
2. Dr. Y Sugiarto (2012). *Analisis Faktor-faktor Kualitas Hubungan Terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus pada PT Jamu Cap jago Semarang)*. metode penelitian yang digunakan adalah metode SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara faktor-faktor Kualitas Hubungan Terhadap Kinerja Rantai Pasokan.
3. Adiyoga (2007). *Rantai Pasokan Sayuran dan Persepsi partisipasi Rantai Terhadap Pentingnya Keamanan pangan*. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, hasil penelitian menunjukkan bahwa semua partisipan rantai pasokan menyatakan belum pernah menerima keluhan dari konsumen/pelanggan mengenai

kurangnya pasokan sayur dan pentingnya keamanan pangan.

Pengembangan Hipotesis

Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasokan

Kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis. Membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang dengan pelanggan adalah suatu faktor yang penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan (Mukhsin, 2017). Kesuksesan pada performa perusahaan dalam kinerja pasokan berasal dari tingginya nilai kepercayaan dan komitmen yang kuat antar relasi dalam kinerja pasokan (Kwon & Taewon, 2004 dalam Mukhsin, 2017). Sridharan & Simatupan (2013) mengungkapkan bahwa ketika kepercayaan hadir, anggota rantai pasokan akan saling berupaya mengatasi perbedaan untuk kepentingan semua anggota (Stefani & Sunardi, 2014). Ryu et al (2009) berpendapat bahwa kepercayaan sangat penting dalam membangun komitmen. Perusahaan yang percaya pada integritas mitranya akan memiliki niat yang lebih tinggi untuk melanjutkan kerja sama dengan mitra tersebut (Wu, Tseng, Chiu, & Lim, 2016).

H₁ : Jika kepercayaan dalam rantai pasok ditingkatkan maka akan meningkatkan kinerja pasokan

Komitmen terhadap Kinerja Rantai Pasokan

Balaji (2015) menguji komitmen terhadap kelincahan pasokan. Hasil penelitian tersebut komitmen berpengaruh terhadap kinerja pasokan. Beberapa kriteria umum kelincahan pasokan adalah komitmen dari manajemen puncak, struktur organisasi, status karyawan,

manufacturing, dll. Sebuah keinginan untuk berkorban secara jangka pendek dalam memperoleh manfaat jangka panjang baik hal tersebut datang dari sisi pemasok maupun sisi penyalur (Mukhsin, 2017). Semakin tinggi komitmen yang dibangun dari kepuasan dan kepercayaan maka semakin tinggi kualitas hubungan kinerja pasokan (Wezels et.al., 1998; Handoko, 2008 dalam Mukhsin, 2017).

Menurut Cambra & Polo (2010), hubungan jangka panjang membutuhkan komitmen dari pihak-pihak yang terlibat. Argumen tersebut juga didukung oleh Min et al (Stefani & Sunardi, 2014). Komitmen dari mitra rantai pasokan akan meningkatkan aktivitas kerja sama dan memfasilitasi transaksi informatif (Ryu et al, 2009)

Semakin tinggi komitmen yang dibangun dari kepuasan dan kepercayaan maka semakin tinggi hubungan antara pemasok dan perusahaan (Mukhsin, 2017). Komitmen merupakan motivasi untuk memelihara hubungan dan memperpanjang hubungan (Handoko, 2008; Mukhsin, 2017). Studi Wetzels et al., (1998, dalam Handoko, 2008; Mukhsin, 2017) menyatakan semakin tinggi komitmen yang dibangun maka semakin tinggi kinerja pasokan.

H2 : Jika komitmen antar perusahaan dalam rantai pasok ditingkatkan maka akan meningkatkan kinerja pasokan

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kualitas Hubungan Rantai Pasokan

Johnson (1999) memandang kepercayaan dan kejujuran sebagai dimensi - dimensi penyusun kualitas suatu hubungan kerjasama. Lebih lanjut Johnson (1999 p: 6, dalam Arifin, 2004) menjelaskan, ketika sebuah perusahaan percaya dengan mitra kerjasamanya dan benar-benar memperlakukan mitranya itu dengan adil, perusahaan tersebut akan memandang lebih hubungan tersebut sebagai sebuah asset strategik dan alat strategik yang akan memperkuat kemampuan bersaing perusahaan. Aspek penting definisi ini adalah konsep

kepercayaan sebagai ekspektasi mengenai partnerpertukaran yang berasal dari keahlian partner, dapat dipercaya, dan investasi (Hines dan Donna, 1999; dalam Faiz dan Susanto, 2006).

Pentingnya kepercayaan yang telah diteliti oleh Schurr dan Ozzane (1985, dalam Soetomo, 2004) yang menyatakan bahwa tingginya kepercayaan telah meningkatkan hubungan yang terjalin. Ketika kepercayaan muncul, maka akan terjalin sebuah hubungan kejasama dengan tidak melupakan sikap jujur, ketika kepercayaan dan kejujuran ada maka terjadi peningkatan hubungan kerjasama, sehingga memberikan keuntungan bagi pihak - pihak yang terlibat dan ketika keuntungan yang didapat semakin meningkat, kualitas hubungan pun meningkat, seperti yang diungkapkan oleh Hesti (2013) yang mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap kualitas hubungan rantai pasokan pada sektor industri tekstil. Sehingga dapat ditarik sebuah hipotesis:

H3 : Jika kepercayaan dalam rantai pasok ditingkatkan maka akan meningkatkan kualitas hubungan rantai pasokan

Pengaruh Komitmen terhadap Kualitas Hubungan Kinerja Rantai Pasokan

Morgan dan Hunt (1994) berpendapat bahwa komitmen dengan kejasama didefinisikan sebagai keinginan abadi untuk mempertahankan kerjasama yang bernilai. Kerjasama yang bernilai pemasok dan penyalur sesuai dengan komitmen, bahwa komitmen kerjasama hanya ada ketika kerjasama itu dianggap penting. Persamaanya, keinginan abadi untuk mempertahankan kerjasama jangka panjang, sesuai dengan pandangan mereka bahwa partner yang berkomitmen ingin kerja sama itu untuk berjalan lama dan keinginan untuk bekerja mewujudkannya (Faiz dan Susanto, 2006). Sedangkan komitmen merupakan motivasi untuk memelihara hubungan dan memperpanjang hubungan

(Handoko, 2008). Menurut Morgan dan Hunt (1994), komitmen harus menjadi sebuah variabel penting dalam menentukan kesuksesan hubungan. Berry dan Parasuraman (1991, dalam Handoko, 2008) menyarankan hubungan bergantung pada komitmen yang saling menguntungkan antara pembeli dan penjual. Ketika motivasi untuk memelihara hubungan tinggi, maka ada kemungkinan dimana kualitas hubungan juga tinggi. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Sugiarto (2012) yang mengungkapkan bahwa komitmen berpengaruh terhadap kualitas hubungan rantai pasokan pada PT Jamu Cap Jago. Sehingga dapat ditarik sebuah hipotesis, yaitu

H4 : Jika komitmen dalam rantai pasok ditingkatkan maka akan meningkatkan kualitas hubungan rantai pasokan

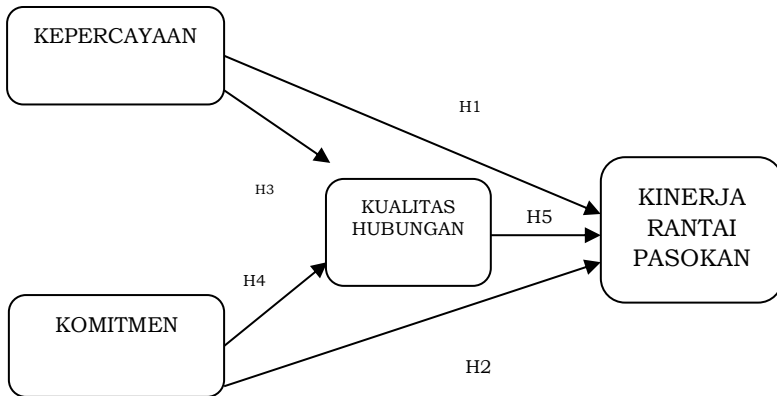
Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Kinerja Rantai Pasokan

Hasil penelitian Prahinski dan Benton (2004) yang meneliti pemasok perusahaan mobil di Amerika Utara menemukan bahwa kualitas hubungan dengan perusahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja rantai pasokan. Kualitas hubungan menurut Johnson (1999, dalam Susanto, 2006) merupakan gambaran kedalaman dan kedekatan sebuah hubungan antara pemasok dan penyalur. Hubungan kerjasama dengan pemasok sangat berperan menentukan kinerja bisnis perusahaan, dalam kaitannya hubungan antara perusahaan dan pemasok.

H5 : Jika kualitas hubungan dalam rantai pasok ditingkatkan maka akan meningkatkan kinerja rantai pasokan

Kerangka Pemikiran

Gambar 7.1
Model Penelitian yang dikembangkan



Sumber : konsep yang di kembangkan dalam penelitian ini.

Hipotesis Statistik

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasokan

H0 : Kepercayaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasokan

H1 : Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasokan

Pengaruh Komitmen terhadap Kinerja Rantai Pasokan

H0 : Komitmen tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasokan

H2 : Komitmen berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasokan

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kualitas Hubungan

H0 : Kepercayaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas hubungan

H3 : Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas hubungan

Pengaruh Komitmen terhadap Kualitas Hubungan

H0 : Komitmen tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas hubungan

H4 : Komitmen berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas hubungan

Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Kinerja Rantai Pasokan

H0 : Kualitas hubungan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasokan

H5 : Kualitas hubungan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasokan

BAB 8

METODOLOGI STUDI

Jenis Studi

Jenis penelitian adalah keseluruhan proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian, sehingga pertanyaan-pertanyaan yang ada dapat dijawab. Berdasarkan sifat eksplorasi ilmu, penelitian ini merupakan penelitian dasar (*basic research*) yang mana merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan yang ada demi perkembangan keilmuan (Ferdinand, 2013). Penelitian eksplorasi ilmu juga dapat dikatakan sebagai penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausal (sebab- akibat) antara variabel-variabel penelitian melalui suatu pengujian hipotesis tertentu.

Jika berdasarkan sifat eksplanasi ilmu, penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori, yang mana bertujuan untuk mengetahui hubungan satu arah dua variabel atau lebih. Jenis hubungan dalam penelitian ini adalah kausal atau sebab akibat, karena bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dan variabel intervening terhadap variabel terikat (sugiyono, 2012). Desain kausalitas ini digunakan untuk mengetahui hubungan kepercayaan dan komitmen terhadap kinerja pasokan dengan kualitas hubungan sebagai variabel mediasi.

Definisi Variabel Operasional

Menurut Sugiyono (2013), Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu untuk mempelajari variasi tertentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel independen dalam bahasa Indonesia sering disebut juga variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang

menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (bebas). Variabel intervening/mediasi adalah variabel yang secara teoritis memengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, tetap tidak dapat diukur. Variabel ini merupakan penyela atau antara yang diantara variabel independen dan dependen.

Tabel 8.1
Variabel Operasional

Variabel	Konsep	Indikator
Kinerja Rantai Pasokan	Kinerja rantai pasokan adalah tingkat kemampuan rantai pasokan tersebut untuk memenuhi segala kebutuhan dari konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan 2. Fleksibilitas 3. Reliabilitas 4. Biaya
	Sumber : (Panayides dan Lun, 2009) & (Munizu, 2017)	
Kepercayaan	Kepercayaan merupakan suatu kepercayaan dari pihak tertentu terhadap pihak lainnya dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayai tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tanggung Jawab 2. Pengalaman 3. Berbagi informasi 4. Jujur
	Sumber : (Mukhsin, 2017), (Kotler dan Keller, 2009)	

Komitmen	Komitmen merupakan motivasi untuk memelihara hubungan dan memperpanjang hubungan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kontinuan 2. Afektif 3. Keyakinan 4. Normatif
	Sumber : (Sugiarto, 2012) & (Xiao, Zheng, Pan & Xie, 2010)	
Kualitas Hubungan	Ukuran kualitas pengembangan dan pemeliharaan kerjasama dalam mencapai hubungan kerjasama yang saling memuaskan yang berhubungan dengan aliran dan perpindahan barang, dari bahan mentah sampai ke konsumen akhir, termasuk yang berhubungan dengan informasi dan dana	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keuntungan hubungan kerjasama 2. Intensitas hubungan kerjasama 3. Kejujuran 4. Reliabilitas 5. Fleksibilitas
	Sumber : (Hill, 1994; dalam Hesti, 2013)	

Populasi dan Sampel

Populasi

Sugiyono (2012) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Pengertian lain dari populasi adalah keseluruhan atau totalitas objek psikologis yang dibatasi oleh kriteria tertentu. Banyaknya

objek psikologis dapat merupakan objek yang dapat ditangkap oleh panca indra manusia dan memiliki sifat konkrit.

Sampel

Sampel 1

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili (Sugiyono, 2015).

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi perajin tahu dan tempe di Kota Tangerang berdasarkan batasan wilayah yang akan menjadi lokasi penelitian. Menurut Hair *et al.*, salah satu cara menentukan jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali lima sampai sepuluh (Sudjatmika, 2017). Dalam penelitian ini terdapat 12 indikator penelitian . Maka sampel minimal yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned} N &= 5 \times \text{jumlah indikator} \\ &= 5 \times 12 \\ &= 60 \end{aligned}$$

Sampel 2

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti yang memiliki karakteristik sama dengan populasi (Sugiono, 2012). Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive random sampling*. *Purposive random sampling* adalah teknik pemilihan

sampel secara acak dengan memperhatikan kriteria-kriteria tertentu (Sugioyono, 2012). Dengan metode *purposive random sampling*, peneliti pertama kali menentukan bagian yang digunakan sebagai dasar sebelum melakukan pemilihan secara acak. Setelah melakukan bagian secara *purposive* peneliti kemudian memilih secara acak (random) elemen tersebut.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive random sampling*, peneliti pertama kali menentukan bagian yang digunakan sebagai dasar sebelum melakukan pemilihan secara acak. Dalam penelitian ini yang dimaksud adalah suplier PD Sederhana. Setelah melakukan bagian secara *purposive* peneliti kemudian memilih secara acak (*random*) elemen tersebut.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah mengacu pendapat Slovin. Jumlah suplier secara keseluruhan (populasinya) adalah 130 suplier PD Sederhana dengan tingkat alpha sebesar 10%. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 57 suplier responden. Untuk penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini, digunakan rumus Slovin (Sugiono, 2011) yang dirumuskan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Di mana:

- n = Ukuran Sampel
- N = Ukuran Populasi ()
- e = Batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam sampel (10%)

Dari rumus di atas, maka besarnya jumlah sampel (n) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{130}{1 + 130 (0.1)^2} = \frac{130}{1 + 130 (0.01)}$$

$$n = \frac{130}{1 + 1,3} = \frac{130}{2,3}$$

n = 56,52 dibulatkan menjadi 57

Jadi jumlah sampel yang diperoleh untuk penelitian ini adalah sebanyak 57 suplier PD Sederhana.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek, yaitu data berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden). Sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui pembagian atau penyebaran kuesioner yang diberikan kepada responden.

Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2011) pengumpulan data berdasarkan tekniknya, yaitu sebagai berikut:

1. Observasi (pengamatan) yaitu teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti.
2. Wawancara, digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti akan melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti
3. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Skala yang digunakan dalam penyebaran angket ini menggunakan Skala Likert.

Tabel 8.2
Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu-Ragu (RR)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

4. *Library Research* (Studi Kepustakaan) yaitu metode pengumpulan data dari literatur yang secara langsung berhubungan dengan topik permasalahan yang sedang diteliti, baik literatur yang bersumber dari referensi, maupun dari buku-buku relevan.

Metode Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian ini akan menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan software *SmartPLS 3*. PLS adalah salah satu metode statistika *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian yang kecil, adanya data yang hilang (*missing value*), dan multikoleniaritas (Abdillah dan Jogiyanto, 2015).

Selanjutnya Abdillah dan Jogiyanto (2015) Menyatakan bahwa analisis *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik statistika multivarian yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. PLS merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan

regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data.

Menurut Ghozali (2006) dalam Yuteva (2010), tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Sebagai alat model prediksi, PLS mendefinisikan variabel laten sebagai linear agregat dari indikatornya. Metode estimasi bobot variabel laten dilakukan dengan membangun *inner model* (model struktural yang menghubungkan antar variabel) dan *outer model* (model pengukuran untuk menghasilkan yang dispesifikasi) (Abdillah dan Jogiyanto, 2015). Analisis Model Struktural pada PLS dilakukan dengan tiga tahap yaitu *outer model*, kedua *inner model* dan ketiga pengujian hipotesa (Hussein, 2015).

Model Konstruk (*Outer Model*)

Analisis *outer model* ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya atau dapat dikatakan bahawa *outer model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variable latennya. Uji *outer model* sendiri digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen (Abdillah dan Jogiyanto, 2015). Suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dengan variabel latennya. Suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahap purifikasi dalam pengukuran. Model pengukuran sendiri digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen.

Persamaan model pengukuran untuk konstruk reflektif dapat disusun sebagai berikut:

$$x = \pi_x \xi + \varepsilon_x$$

$$Y = \pi_y \eta + \varepsilon_y$$

x dan y adalah indikator untuk variabel independen dan variabel dependen ξ dan η sedangkan π_x dan π_y adalah matrik *loading* yang menggambarkan

koefisien regresi yang menghubungkan variabel laten dan indikatornya. ε_x dan ε_y menggambarkan tingkat kesalahan (*error*) pengukuran (Abdillah & Hartono, 2015).

Uji Validitas Konstruk

Validitas konstruk menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukuran sesuai teori-teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu konstruk (Hartono, 2008 dalam Abdillah dan Jogiyanto 2015). Uji validitas konstruk terdiri atas validitas konvergen (*convergent validity*) dan validitas diskriminan (*discriminant validity*).

1. Convergent Validity

Convergent validity berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur- pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkolerasi tinggi. Uji *convergent validity* dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut (Abdillah dan Jogiyanto, 2015). Nilai *loading factor* yang diharapkan yaitu $>0,7$.

Selain dilihat dari nilai *loading factor*, *convergent validity* juga dapat dilihat dari nilai *average variance extracted* (AVE) (Hussein, 2015). Nilai *average variance extracted* (AVE) yang diharapkan yaitu $>0,5$.

2. Discriminant Validity

Discriminant validity merupakan nilai *cross loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan konstruk yang lain.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketetapan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran (Hartono, 2008 dalam Abdillah dan Jogiyanto, 2015). Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan 2 metode yaitu *Composite reliability* dan *Cronbach's alpha*.

Composite reliability mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *Cronbach's alpha* mengukur atas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk (Chin, 1995 dalam Abdillah dan Jogiyanto, 2015). Nilai dari *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability* yang diharapkan adalah >0,7 tetapi nilai 0,6 masih bisa diterima (Hair *et al*, 2008 dalam Abdillah dan Jogiyanto, 2015).

Model Konstruk (*Inner Model*)

Model structural *Inner model* atau menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibangun berdasarkan substansi teori. Model persamaan *inner model* dapat disusun sebagai berikut:

$$\eta = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i Y_{ji} \xi_i + \zeta_i$$

β_{ji} dan Y_{ji} adalah koefisien jalur yang menghubungkan variabel independen ξ dan η dengan variabel dependen sepanjang rentang indeks i dan b , dan ζ_i adalah tingkat kesalahan pengukuran (*inner residual error*). Analisis *inner model* atau analisis *structural model* dilakukan untuk memastikan apakah model struktural yang dibangun *robust* (kuat) dan meliputi:

1. Koefisien determinasi (R^2)

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 maka

semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Jika nilai $R^2 \geq 0,7$ artinya variasi perubahan variable independen diatas 70%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diajukan. Namun, R^2 bukanlah parameter *absolut* dalam mengukur ketetapan model prediksi karena dasar hubungan teoritis adalah parameter yang paling utama untuk menjelaskan hubungan kualitas tersebut.

2. *Predictive Relevamce* (Q^2)

Nilai Q^2 digunakan untuk melihat pengaruh relatif model struktural terhadap pengukuran observasi untuk variabel tergantung laten (variabel laten endogenus) (Sarwono, 2014). Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bukti bahwa nilai nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik dengan demikian model mempunyai relevansi prediktif. Sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan tidak adanya relevansi prediktif.

Pengujian Hipotesis

Secara umum metode *explanatory research* adalah pendekatan metode yang menggunakan PLS. Hal ini disebabkan pada metode ini terdapat pengujian hipotesis. Menguji hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas (Hussein, 2015).

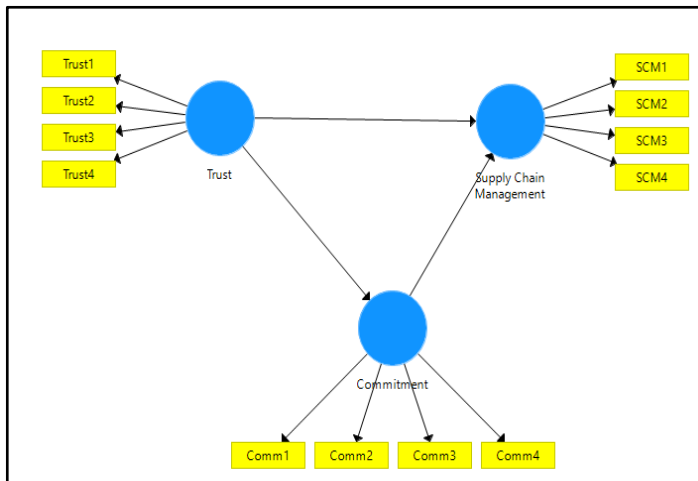
Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilihat dari nilai probabilitas. Untuk menolak atau menerima hipotesis menggunakan probabilitas, maka H_a diterima dan H_o ditolak jika *p value* < 0,005.

Model Penelitian

Model Penelitian Pertama

Dalam penelitian ini, alat statistik yang digunakan untuk menganalisis data adalah *SmartPLS 3.0* yang merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang dirancang untuk menyelesaikan permasalahan struktural yang melibatkan banyak variabel atau konstruk. Terdapat dua evaluasi model dalam PLS yaitu model pengukuran (*outer model*) yang didalamnya terdapat uji validitas dan reliabilitas. Kemudian model kedua yaitu model struktural (*inner model*) yang menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibangun atas substansi teori (Abdillah & Hartono, 2015). Berikut adalah model yang dibentuk dalam penelitian ini.

Gambar 8.1
Model Penelitian 1



Sumber : Data Hasil pengolahan *SmartPLS*

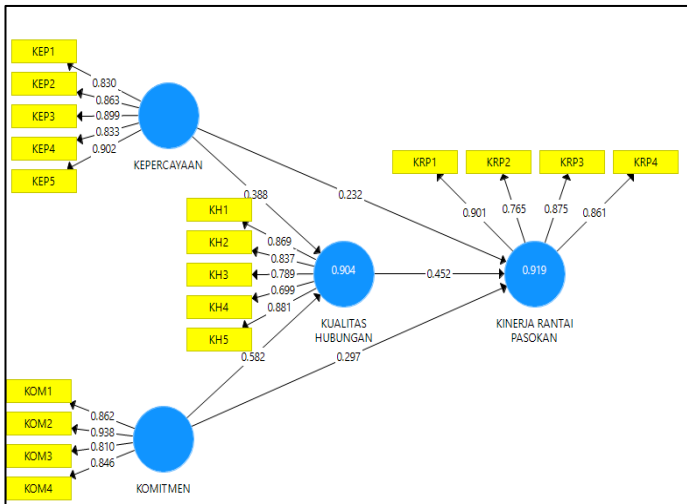
Keterangan :

Trust = Trust
Comm = Commitment
SCM = Supply Chain Management

Model Penelitian Kedua

Dalam penelitian ini, alat statistik yang digunakan untuk menganalisis data adalah *SmartPLS 3.0* yang merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang dirancang untuk menyelesaikan permasalahan struktural yang melibatkan banyak variabel atau konstruk. Terdapat dua evaluasi model dalam PLS yaitu model pengukuran (*outer model*) yang didalamnya terdapat uji validitas dan reliabilitas. Kemudian model kedua yaitu model struktural (*inner model*) yang menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibangun atas substansi teori (Abdillah & Hartono, 2015). Berikut adalah model yang dibentuk dalam penelitian ini.

Gambar 8.2
Model Penelitian 2



Sumber : Data Hasil pengolahan *SmartPLS*

Keterangan :

- KEP = Kepercayaan
- KOM = Komitmen
- KH = Kualitas Hubungan
- KRP = Kinerja Rantai Pasokan

BAB 9

KEGIATAN PROSES PRODUKSI DEDAK PADI DAN TAHU TEMPE

Dedak Padi

Dedak padi merupakan limbah pengolahan padi dengan kualitasnya yang beraneka ragam dari varietas padi. Dedak padi adalah hasil samping dari pabrik penggilingan padi dalam produksi beras. Bagian padi ini juga berguna sebagai pakan ternak karena mempunyai kandungan gizi yang tinggi, harganya relatif murah dan mudah diperoleh. Penggunaan bahan pakan ini tak bersaing dengan manusia. Produksi pakan ternak ini cukup tinggi per tahunnya, dengan capaian 4 juta dan setiap kuintal padi dapat menghasilkan 18-20 gram. Proses penggilingan padi dapat menghasilkan beras giling sebanyak 65% dan limbah hasil gilingan sebanyak 35% yang terdiri dari sekam dedak dan bekatul. Proteinnya berkisar antara 12-14% lemak sekitar 7-9%, serat kasar sekitar 8-13% dan abu sekitar 9-12%.

Dedak padi merupakan bahan pakan yang telah terpakai secara luas oleh sebagian peternak Indonesia. Sebagian bahan pakan yang berasal dari limbah agro industri, dan mempunyai potensi yang besar sebagai bahan pakan sumber energi bagi ternak. Kandungan proteinnya yang berkisar antara 12-13% bahan pakan ini sangat diperhitungkan dalam penyusunan ransum unggas.

Sebagai bahan pakan ternak, dedak mempunyai beberapa karakter yaitu mempunyai yang cukup kasar, bau khas wangi, berwarna coklat dan tidak menggumpal. Umumnya tak tahan disimpan dalam waktu lama, karena cepat berbau menyengat. Hal ini

terjadi akibat tingginya kandungan lemak. Ketersediaanya sangat berpengaruh dari waktu atau musim. Pakan ini merupakan yang bersifat mudah rusak selama penyimpanan jika tersimpan melebihi waktu tertentu.





DEDAK PADI



Cara Membedakan Dedak dengan Bekatul

Seringkali orang tidak dapat membedakan Dedak & Bekatul. Padahal kedua jenis pakan ternak tersebut adalah produk yang sama yang berasal dari proses penggilingan gabah padi. Banyak orang yang beranggapan bahwa 2 pakan ternak tersebut adalah hal yang sama. Apabila dilihat dari tekstur dan kandungan nutrisi antara kedua bahan tersebut. Pedagang nakal terkadang memalsukan 2 benda sama ini dengan menggunakan sekam giling.

Ketiga bagian padi tersebut, sama-sama berasal dari limbah penggilingan padi. Penggilingan padi dapat menghasilkan beras giling sebanyak 65% dan limbah hasil gilingan sebanyak 35% yang terdiri dari sekam 23% dedak dan bekatul sebanyak 10% untuk yang lainnya berupa kotoran. Sementara bekatul adalah lapisan sebelah dalam dari butiran padi. Dalam proses penggilingan padi, dedak terpisah pada penyosohan pertama, sedangkan bekatul pada proses penyosohan kedua. Umumnya kedua bagian padi tersebut bercampur menjadi satu. Berikut adalah 4 cara membedakan dedak dengan bekatul.

1. Secara tekstur bekatul lebih halus dari dedak.
2. Jika direndam menggunakan air hampir keseluruhan bekatul akan tenggelam. Sedangkan pada dedak padi ada bagian kulit yang terapung.

3. Harga dedak dan bekatul pun juga berbeda, biasanya mempunyai selisih 500-1000 rupiah.
4. Kandungan serat kasar dedak padi lebih tinggi dari pada bekatul.



Proses Pembuatan Bekatul



Menurut banyak hasil penelitian, ternyata manfaat bekatul sangat tak terduga. Di beberapa negara maju, bekatul telah dijadikan sebagai bahan alternatif pangan serta sebagai bahan baku kecantikan.

Sebelum membahas mengenai detail manfaat yang dimiliki oleh bekatul, sebaiknya ketahui terlebih dahulu proses pembuatan bekatul.

Bekatul merupakan salah satu hasil sampingan dari produksi beras. Ketika padi digiling untuk memisahkan beras dari kulitnya, terdapat 3 hasil sisa residu sampingan yang dihasilkan, yaitu sekam, dedak, dan bekatul.

Pemahaman awam banyak yang mengatakan bahwa dedak dan bekatul adalah sama, padahal keduanya merupakan dua hasil sampingan yang berbeda.

Dalam Bahasa Inggris, baik sekam, dedak, maupun bekatul disebut sebagai *rice bran*, yang merupakan kulit luar padi. Nyatanya di Indonesia, ketiganya ini memiliki penamaan yang berbeda. Sekam sendiri merupakan kulit terluar dari biji beras, atau untuk lebih mudahnya disebut sebagai kulit ari.

Tekstur sekam yang kasar membuat orang tidak memanfaatkannya sebagai pakan ternak dan biasanya hanya digunakan untuk alas kandang ataupun media tanam.

Sementara itu, dedak dan bekatul merupakan hasil dari kelupasan kulit di bawah lapisan kulit ari. Dedak bertekstur lebih kasar dibandingkan bekatul yang lebih halus dan menyerupai serbuk.

Dedak bekatul banyak dimanfaatkan sebagai pakan ternak, dan banyak yang mengira keduanya sama saja. Nyatanya, dedak dan bekatul memiliki ciri fisik yang berbeda.

Bekatul bukan dihasilkan oleh dedak yang digiling halus, akan tetapi dedak dan bekatul merupakan hasil dari proses penggilingan padi menjadi beras. Dalam sekali proses penggilingan padi, dihasilkan tiga jenis residu, yakni sekam, dedak, dan bekatul.



Tahu Tempe

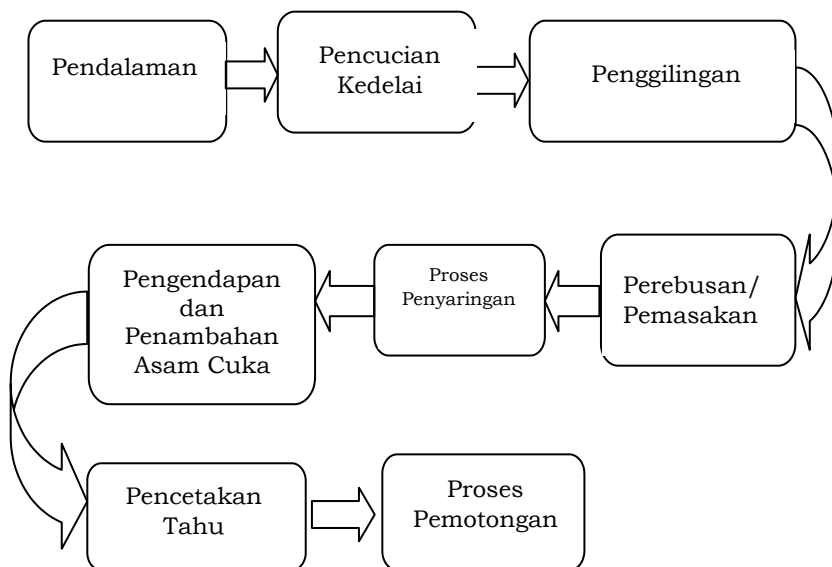
Tahu

Tahu sebagai salah satu produk olahan kedelai yang merupakan sumber penyediaan protein yang sangat baik bagi tubuh karna jumlah protein yang di kandunginya serta daya cernanya yang tinggi. Tahu pertama kali di buat pada tahun 2000 sebelum masehi oleh salah satu juru masak cina yang secara tidak sengaja menambahkan nigari atau larutan garam ke dalam sari kedelai hingga terjadi proses pengumpalan menjadi padatan. Sejak saat itu tahu sebagai produk olahan kedelai diterima sebagai satu sumber kesehatan bagi orang Asia. Kata tahu berasal dari bahasa cina yaitu tao-hu atau kata tao yang berarti kedelai, sementara hu berarti lumut atau menjadi bubur. Jepang di kenal dengan nama tohu, sedangkan dalam bahasa inggris disebut *soybean curda* atau *tofu*.

Biasanya tahu diproduksi dalam jumlah banyak, akan tetapi dalam penjualan tersebut belum tentu habis dibeli konsumen. Oleh sebab itu untuk menghindari kerugian dengan penambahan pengawet kedalam tahu. Salah satu upaya yang dilakukan produsen untuk

menghindari kerugian akibat kerusakan tekstur tahu antara lain berjamur, berlendir, sehingga menimbulkan bentuk, warna, rasa dan bau berubah dengan penambahan pengawet. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan masa simpan tahu agar menjadi lebih panjang dan tidak menutup kemungkinan menambahkan zat kimia sebagai pengawet. Proses pengolahan kedelai menjadi tahu dapat di lihat pada Gambar 9.1

Gambar 9.1
Proses pengolahan kedelai menjadi tahu



1. Perendaman Kedelai direndam selama 3 jam.
2. Pencucian kedelai setelah direndam dibuka dan dimasukkan kedalam ember plastik untuk dicuci dengan air yang mengalir.
3. Penggilingan
Proses penggilingan dilakukan dengan menggunakan mesin penggiling biji kedelai dengan tenaga penggerak dari motor listrik.
4. Perebusan dan Pemasakan
Proses perebusan ini dilakukan disebuah bak

- berbentuk bundar yang terbuat dari semen yang bagian bawahnya terdapat pemanas uap.
5. Penyaringan
Setelah bubur kedelai direbus dan mengental, dilakukan proses penyaringan dengan menggunakan kain saring.
 6. Pengendapan dan Penambahan Asam Cuka
Dari proses penyaringan diperoleh fitrat putih seperti susu yang kemudian akan diperoleh lebih lanjut.
 7. Pencetakan dan Pengepresan
Proses pencetakan dan pengepresan merupakan tahap akhir pembuatan tahu. Menggunakan cetakan yang terbuat dari kayu berukuran 70x70 cm yang diberi lubang ukuran kecil disekelilingnya.
 8. Pemotongan Tahu
Setelah proses pencetakan selesai, tahu yang sudah jadi dikeluarkan dari cetakan dengan cara membalik cetakan dan kemudian membuka kain saring yang melapisi tahu.

Tabel 9.1
Bentuk Pengendalian Proses Produksi Tahu

No	Proses	Standar/ Perbandingan	Hasil Penelitian
1.	Perendaman Kedelai	Pada tahap perendaman ini kedelai direndam dalam sebuah bak perendam yang dibuat dari semen. Langkah pertama adalah memasukkan kedelai kedalam karung plastik kemudian diikat dan direndam selama kurang lebih 3 jam (untuk 1 karung berisi 15kg biji kedelai).	Perendaman kedelai dilakukan Sama standar secara umum.

2.	Pencucian kedelai	Kedelai yang ada di dalam karung dikeluarkan dari bak pencucian, dibuka dan dimasukkan kedalam ember plastik. Kemudian membersihkan biji-biji kedelai dari kotoran-kotoran supaya tidak mengganggu proses penggilingan. Setelah selesai proses pencucian, kedelai ditiriskan dalam saringan bambu.	Proses pencucian yang dilakukan sama dengan standar yang ada secara umum.
3.	Penggilingan Kedelai	Proses penggilingan menggunakan mesin penggiling biji kedelai dengan tenaga penggerak dari motor listrik, saat proses penggilingan dialiri air untuk mendapatkan kekentalan bubur yang diinginkan.	Proses penggilingan biji kedelai menggunakan mesin penggiling dengan tenaga penggerak yang dirakit dari mesin Yanmar 8.5PK.
4.	Perebusan Bubur Kedelai	Proses perebusan dilakukan disebuah bak berbentuk bundar yang dibuat dari semen dan bagian bawahnya terdapat pemanas uap yang berasal dari ketel uap dan dialirkan melalui pipa besi. Bahan bakar	Proses perebusan yang dilakukan sama dengan standar yang ada tapi dalam kouta yang lebih banyak.

		menggunakan kayu bakar. Kapasitas bak perebusan sekitar 7,5kg kedelai.	
5.	Proses Penyaringan	Proses penyaringan menggunakan kain saring untuk memisahkan ampas dari bubur kedelai, selanjutnya dialirkan melalui kran yang ada dibagian bawah bak pemanas. Saat penyaringan secara terus-menerus dilakukan penambahan air dengan cara menuangkan pada bagian tepi saringan agar tidak ada padatan yang tersisa disaringan.	Bubur kedelai selanjutnya dialirkan dari bak pemanas melalui selang besar dan disaring menggunakan kain tipis untuk memisahkan ampas dari bubur kedelai dan ditambah air panas sekitar 100 liter kedalam bak penampungan.
6.	Pendidihan dan Pencampuran Bahan Tambah	Dari proses penyaringan diperoleh filtrat putih seperti susu kemudian ditambahkan asam cuka untuk mengumpalkan protein tahu.	Dimana proses pendidihan dan penggumpalan terjadi selama 5-15 menit lalu dilakukan pencampuran (gula merah dan cuka) dalam keadaan panas.
7.	Pencetakan Tahu	Proses pencetakan merupakan tahap akhir, cetakan yang digunakan terbuat dari kayu	Proses pencetakan menggunakan cetakan yang terbuat dari kayu yang berukuran

		<p>berukuran 70x70 cm yang diberi lubang ukuran kecil di sekelilingnya, memasang kain saring tipis di permukaan cetakan. Setelah itu endapan yang dihasilkan dipindahkan menggunakan wajan, kain saring ditutup rapat kemudian diletakkan kayu yang berukuran sama dengan cetakan dibagian atasnya dan diberi beban untuk membantu mempercepat proses pengepresan tahu. Waktu untuk proses pengepresan tidak ditentukan secara tepat.</p>	<p>80x80 cm, memasang kain tipis disekeliling permukaan cetakan kemudian endapan yang dihasilkan dipindahkan menggunakan wajan kedalam cetakan lalu kain saring ditutup rapat kemudian diletakkan kayu yang berukuran sama dengan cetakan dibagian atas kemudian dipress menggunakan alat yang telah dirakit, yang perlu diperhatikan juga dalam proses ini kerapian pelapis kain penyaring tahu agar tidak timbul garis pada permukaan tahu.</p>
8.	Proses Pematangan	<p>Tahu yang sudah jadi dikeluarkan dari cetakan dengan cara membalik cetakan dan membuka kain saring yang melapisi tahu, pemotongan dilakukan didalam air dan dilakukan secara cepat agar tahu tidak hancur.</p>	<p>Tahu yang sudah jadi dikeluarkan dari cetakan kemudian buka kain saring yang melapisi tahu lalu dilakukan pemotongan dengan menggunakan pisau yang telah dirakit agar mudah memotong tahu</p>

✓ Proses Perendaman Kedelai



✓ Proses Pembersihan Kedelai



✓ Proses penirisan kedelai



✓ Proses Penggilingan Kedelai



✓ Proses Penyaringan Ampas Kedelai



✓ Proses Pencentakan Tahu





✓ Proses Pemotongan Tahu



✓ Hasil Tahu yang dipotong





Tempe

Sudah tidak diragukan lagi, tempe merupakan salah satu jenis makanan nabati yang mengandung nutrisi tinggi. Bahkan selama ini tempe dikenal sebagai makanan dengan sumber protein tinggi yang dibutuhkan tubuh. Bukan hanya itu, tempe juga memiliki berbagai kandungan mineral lain seperti kalsium, zat besi, magnesium, fosfor, vitamin A, vitamin B6, juga asam folat.

Selain memiliki berbagai kandungan kaya gizi, tempe pun menjadi salah satu makanan favorit yang cocok diolah menjadi berbagai menu hidangan. Mulai dari menu makanan yang digoreng, ditumis, maupun diolah menjadi berbagai camilan lezat. Rasanya yang gurih, memang tidak pernah gagal memanjakan lidah dengan berbagai hidangan olahannya.

Tidak heran, produksi tempe di dalam negeri menjadi suatu kebutuhan tersendiri yang harus dipenuhi. Hal ini tentu saja didasari oleh permintaan pasar yang selalu meningkat. Bahkan pada momen tertentu seperti perayaan hari-hari besar produk tempe selalu laris di pasaran. Terkadang, sebagian masyarakat pun menjadi kesulitan mendapatkan tempe karena selalu terjual habis.

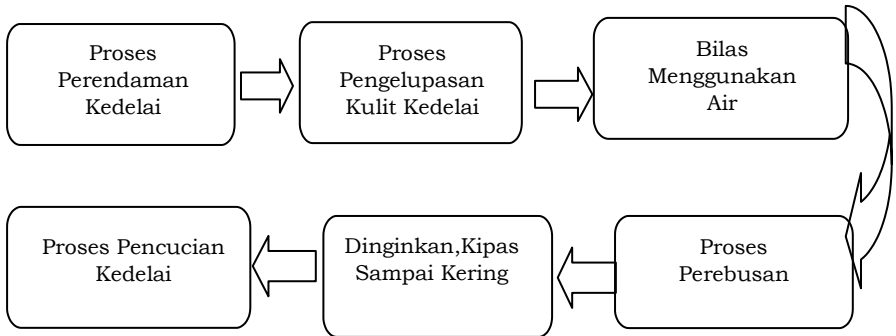
Prose Pembuatan Tempe :

1. Pertama, kedelai dicuci dengan air mengalir hingga bersih, kemudian rendam kedelai selama 5 jam.
2. Setelah selesai direndam, lalu cuci kembali rendaman kedelai sampai bersih.
3. Selanjutnya, rebus rendaman kedelai yang telah dicuci bersih selama 30 – 45 menit, setelah itu rendam selama satu malam.
4. Langkah berikutnya, kupas kulit ari kedelai yang telah direndam semalam dengan menggunakan tangan atau memanfaatkan mesin, setelah itu cuci hingga bersih.
5. Kukus selama 20 menit, kemudian angkat dan dinginkan sejenak lalu taburi ragi temped an aduk hingga rata.
6. Setelah itu, bungkus kedelai dengan menggunakan daun pisang maupun plastik, sesuai yang diinginkan.
7. Proses fermentasi pun akan membutuhkan waktu 2 hari dengan suhu ruangan normal. Jika kacang kedelai sudah tertutup oleh jamur secara merata, maka tempe sudah matang dan siap diolah menjadiberbagai hidangan.

Tempe merupakan salah satu jenis makanan yang banyak di favoritkan oleh masyarakat Indonesia. Selain rasanya yang gurih, tempe ternyata mengandung banyak protein nabati yang sangat baik oleh metabolisme tubuh. Tempe adalah makanan tradisional yang dihasilkan dari fermentasi biji kedelai atau beberapa bahan lainnya. Fermentasi menggunakan beberapa jenis kapang *Rhizopus oligosporus*, *Rhizopus oryzae*, *Rhizopus stolonifer*, dan beberapa jenis kapang *Rhizopus* lainnya (PUSINDO, 2012). Dimana pada proses fermentasi akan terjadi hidrolisis senyawa-senyawa kompleks menjadi sederhana, sehingga baik untuk dicerna. Proses kedelai di olah menjadi Tempe dapat di lihat pada gambar 9.2.

Gambar 9.2

Proses kedelai di olah menjadi Tempe



1. Proses Pembersihan.
2. Proses Pengupasan.
3. Proses Pengukusan.
4. Proses Peragian.
5. Proses Pembungkusan.
6. Proses Penyimpanan.

Tabel 9.2

Tabel Pengendalian Proses Produksi Tempe

No	Proses	Standar/	Hasil Penelitian
1.	Proses Pembersihan	Kotoran dan kedelai yang jelek dipisahkan dari kedelai yang baik kemudian rendam dengan air bersih selama satu malam.	Mencuci bersih kacang kedelai kemudian direndam kurang lebih selama 2 hari 2 malam.
2.	Proses Pengupasan	Kedelai yang sudah direndam selama satu malam dikupas kulit arinya dengan cara menggunakan mesin pengupas kedelai .	kedelai yang sudah direndam selama 2 hari 2 malam dikupas kulitnya menggunakan tapis.

3.	Proses Pengukusan	Setelah dikupas dan dicuci bersih kedelai dikukus dalam dandang selama 1 jam, kemudian angkat dan dinginkan dalam tapah besar.	Merebus biji kedelai yang sudah dipisahkan dengan kulitnya selama 30 menit, kemudian ditiriskan pada tampah dan dikipasi hingga kering menggunakan kipas angin. Hal ini menunjukkan bahwa proses pengukusan dilakukan lebih cepat dibandingkan perusahaan lain
4.	Proses Peragian	Ragi dimasukkan kedalam rendaman kedelai kemudian diaduk hingga merata.	Memasukkan ragi tempe dan kanji ke biji kedelai kemudian aduk secara merata.
5.	Proses pembungkusan	Masukkan campuran kedalam cetakan yang dialasi plastik atau dibungkus dengan daun pisang.	Masukkan biji kedelai yang sudah diberi ragi kedalam plastik yang sesuai dengan permintaan konsumen. Hal itu dilakukan sebab pisang tidak memadai.
6	Proses penyimpanan	Tumpuk cetakan dan tutup dengan karung goni supaya menjadi hangat	Tempe membutuhkan waktu untuk proses fermentasi selama 2 hari ditempat tertutup.

- ✓ Proses pembersihan kedelai dengan kulitnya



- ✓ Proses Peragian



✓ Proses Pembungkusan Tempe



✓ Proses Fermentasi Tempe



BAB 10

HASIL STUDI

Gambaran Umum Perusahaan

Gambaran Umum Perusahaan Dedak Padi

PD Sederhana adalah perusahaan yang berfokus pada bidang distribusi serta produksi dedak halus dan menir yang berlokasi di desa Beberan Kecamatan Ciruas, Kabupaten Serang - Banten. Perusahaan ini didirikan oleh bapak H. Fakhri dimana sebelumnya beliau adalah pegawai dari perusahaan dedak halus dan menir sebelumnya pada tahun 1995, kemudian mencoba untuk menjual sendiri hasil olahan gabah ke pasar dan wilayah sekitar, hingga pada akhirnya bapak H. Fakhri memberanikan diri membuka usaha dengan modal seadanya dan juga tambahan modal yang di pinjam dari bank, untuk menyewa tempat yang akan di gunakan sebagai tempat usahanya, hingga bisa membeli tanah dari hasil usahanya sendiri yang kemudian tanahnya di jadikan tempat produksi. Kini perusahaan PD Sederhana dikelola oleh putranya H. Maftudi Fakhri. PD Sederhana pun semakin memperluas pemasaran produknya. Hingga sekarang ini pendistribusiannya tidak hanya warga dan wilayah sekitar saja, tetapi sudah meluas hingga ke perusahaan- perusahaan besar.

Alasan yang mendasari bapak H. Fakhri untuk mendirikan perusahaan ini adalah karena sedikitnya perusahaan dedak halus dan menir sedangkan penggilingan padi sangat banyak dan permintaan akan dedak halus dan menirpun tinggi, sehingga menjadi peluang bisnis bagi beliau.

Dalam rangka meningkatkan daya saing industri yang akan memberikan dampak pada kinerja usaha. PD Sederhana sangat memelihara hubungan anantara suplier besar dengan PD Sederhana dan PD

Sederhana dengan konsumen akhirnya yaitu perusahaan yang membutuhkan bahan baku produksi dari PD Sederhana. Sehingga terciptalah kualitas hubungan yang baik bagi semua pelaku manajemen rantai pasokan. Salah satu strategi yang digunakan PD Sederhana adalah strategi supply chain management, sehingga perusahaan ini mampu mengelola aliran produk dan material dengan baik antara supplier, perusahaan dan distributor. Alur rantai pasokan PD Sederhana dimulai dari supplier dimana supplier merupakan pemasok bahan baku produksi dari PD Sederhana, supplier terdiri dari pemasok bahan baku untuk produksi dedak halus dan menir, dari supplier maka akan didistribusikan pada gudang masing-masing untuk penyimpanan bahan baku, dari gudang bahan-bahan akan diproduksi menjadi produk jadi sesuai dengan jenis produk yang di produksi sesuai dengan pesanan konsumen. Produk akan didistribusikan pada konsumen sesuai dengan permintaan yang diinginkan oleh konsumen, PD Sederhana juga membuka diri untuk bekerja sama dengan konsumen dalam hal distribusi dan produksi.

Makanan terbuat dari bahan baku kedelai yang diolah melalui proses perendaman, penggilingan, pemasakan, penyaringan, penggumpalan, pencetakan sehingga teksturnya jadi kenyal lembut ini sangat populer di masyarakat. Selain harganya murah merakyat, kandungan proteinnya juga tinggi. Biasa digoreng, dijadikan tahu campur, sayur oseng, orak arik, tahu bulat dll. Rasanya lezat bikin nagih

Gambaran Umum Pengrajin Tempe dan Tahu

Tahu dan tempe yang pada awalnya dikenal sebagai makanan khas dan di buat oleh masyarakat Jawa, sekarang menyebar luas ke seluruh Indonesia salah satunya Tangerang. Tahu berasal dari Tiongkok, terbuat dari endapan perasan biji kedelai yang mengalami proses fermentasi. Sedangkan tempe pada awalnya hanya terkenal di Jawa, namun seiring waktu tempe menyebar luas ke seluruh Indonesia, menjadikan makanan khas

Indonesia dan dikonsumsi hampir semua kalangan setiap harinya.

Pengrajin tahu dan tempe pada umumnya adalah masyarakat yang kurang mampu dari segi ekonomi, para pengrajin juga pernah menimba ilmu yang dapat di bilang relatif rendah tingkat pendidikannya yaitu ada yang lulus SMU, SMP, SD dan tidak sekolah. Mereka hidup sederhana hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari hari. Ada beberapa kendala dalam pembuatan tahu dan tempe, seperti yang kita tahu kota Tangerang bukanlah kota berpenghasilan kedelai, salah satu masalahnya adalah dari mana pengrajin tahu dan tempe memperoleh bahan utama untuk pembuatan tahu dan tempe.

Pengrajin tahu dan tempe yang ada di Kota Tangerang merupakan industri rumahan dengan jumlah pekerja kurang dari 10 orang yang harus bekerja hingga 12 jam, jumlah waktu yang panjang tersebut dikarenakan karena kurangnya tenaga kerja dan permintaan dari konsumen.

Ada banyak tempat usaha industri pembuatan tahu di Tangerang dikelola oleh pengusaha UMKM secara tradisional. Mereka memproduksi tahu putih, tahu kuning, tahu sumedang serta macam-macam jenis tahu dan memasarkannya ke wilayah Banten dan kawasan sekitar Jabodetabek. Dengan mudah kita jumpai dijual di pasar maupun penjual sayur sekitar rumah. Hubungi pabrik tahu terdekat bagi yang mau pesan dalam jumlah banyak. Cocok bagi pedagang tahu tempe, pemilik warung makan, penjual tahu goreng, usaha catering dan ibu rumah tangga yang punya hajat. Dapatkan tahu berkualitas tanpa formalin yang sehat bergizi, enak dan halal dengan harga murah bersaing

Alur Rantai Pasokan

Alur rantai pasokan pada PD Sederhana dapat digambarkan dimana bahan baku dari para supplier kecil yaitu para petani disampaikan kepada supplier besar yang kemudian bahan baku tersebut disampaikan kepada PD Sederhana oleh para supplier besar dari para supplier bahan mentah akan diolah di PD Sederhana kemudian

hasil produksi dari PD Sederhana akan disalurkan pada perusahaan-perusahaan besar seperti PT. Cargill Indonesia, PT. Agrico International, PT. Cheil Jedang Superfeed, PT. Sierad Produce, PT. Charon, dan PT. Malindo.

Pengujian Hipotesis

Pengumpulan data yang dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan software *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan struktural (SEM) yang berbasis komponen atau varian (variance) dan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis *covariance* menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* (Wold, 1985 dalam Ghozali, 2006).

Analisis dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan software *SmartPLS* dengan *Outer Model*, yaitu *Convergent validity* yang dilihat dengan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) masing-masing konstruk dimana nilainya harus lebih besar dari 0,5 (Ghozali, 2006). Cara lain yaitu dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap konstruk (variabel laten) dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Apabila nilai akar kuadrat dari AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi antara konstruk satu dengan konstruk lainnya dalam model, maka masing-masing indikator pernyataan adalah

valid (Ghozali, 2006) atau dikatakan memiliki nilai *Discriminant validity* yang baik.

Tabel 10.1

Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average variance extracted (AVE)	$\sqrt{\text{AVE}}$	Keterangan
KEP	0.749	0.758	Valid
KOM	0.726	0.744	Valid
KH	0.749	0.743	Valid
KRP	0.669	0.673	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan *SmartPLS* (2016)

Tabel 10.1 menjelaskan nilai dari AVE dan akar AVE dari konstruk Kepercayaan, Komitmen, Kualitas Hubungan dan Kinerja Rantai Pasokan. Dapat dilihat bahwa setiap konstruk (variabel) tersebut memiliki nilai AVE diatas 0.5. Hal ini menunjukkan bahwa setiap konstruk tersebut memiliki nilai validitas yang baik dari setiap indikatornya atau kuesioner yang digunakan untuk mengetahui variabel Kepercayaan, Komitmen, Kualitas Hubungan dan Kinerja Rantai Pasokan dapat dikatakan valid. Cara lain yang dapat digunakan untuk menilai validitas suatu konstruk adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari AVE yang terdapat dalam Tabel 1 dengan korelasi dari variabel laten yang terdapat dalam Tabel 10.2.

Tabel 2

Correlations of Latent Variables

	KEP	KOM	KH	KRP
KEP	0.866			
KOM	0.923	0.852		
KH	0.919	0.935	0.865	
KRP	0.923	0.945	0.939	0.818

Sumber: Data primer diolah dengan *SmartPLS* (2016)

Hasil yang didapat menyatakan bahwa akar AVE lebih kecil apabila dibandingkan dengan korelasi variabel laten, hal ini dapat diartikan bahwa pernyataan dalam kuesioner dinyatakan tetap valid karena semua konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi salah satu kriteria yang berlaku.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur *internal consistency* suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan menghasilkan jawaban yang sama dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas data dalam penelitian ini menggunakan *software SmartPLS* dengan kriteria uji *Composite reliability*. Suatu data dikatakan reliabel jika *Composite reliability* lebih besar dari 0.7 (Ghozali, 2006).

Tabel 10.3
Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
KEP	0.937	Reliabel
KOM	0.922	Reliabel
KH	0.909	Reliabel
KRP	0.913	Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan *SmartPLS* (2016)

Dari Tabel 10.3 dapat dilihat setiap konstruk atau variabel laten tersebut memiliki nilai *composite reliability* diatas 0.7 yang menandakan bahwa *internal consistency* dari variabel independen (Kepercayaan, Komitmen, dan Kualitas Hubungan) dengan variabel dependen (Kinerja Rantai Pasokan) memiliki reliabilitas yang baik.

Analisis Data

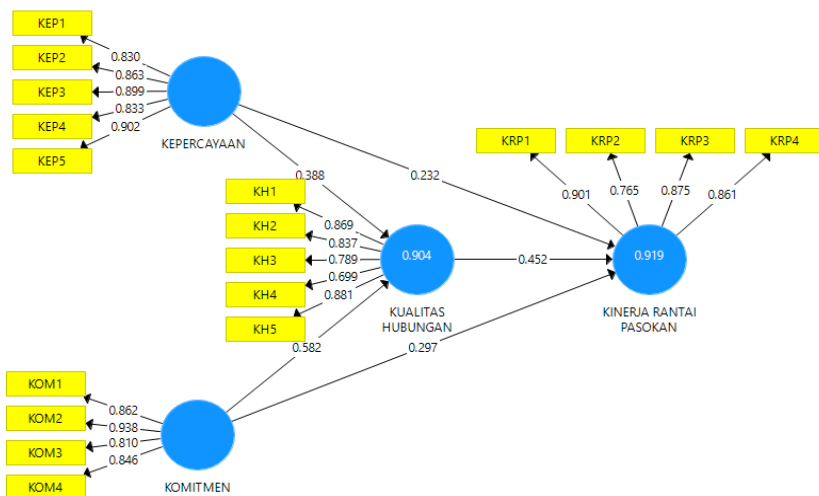
Menilai *Outer Model (Measurement Model)*

Model *measurement* dilakukan untuk menguji hubungan (nilai *loading*) antara indikator dengan konstruk (variabel laten). Dalam menilai *outer model* dalam PLS terdapat tiga kriteria, salah satunya adalah melihat *Convergent validity*, sedangkan untuk dua kriteria yang lain yaitu *Discriminant validity* dalam bentuk *square*

root of average variance extracted (AVE) dan *Composite Reliability* telah dibahas sebelumnya pada saat pengujian kualitas data. Untuk *Convergent validity* dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* yang diestimasi dengan *software SmartPLS*. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0.7 dengan konstruk (variabel laten) yang diukur. Namun menurut Chin (dalam Ghazali 2006), untuk penelitian tahap awal dari pengembangan, skala pengukuran nilai loading 0.5 sampai 0.6 dianggap cukup memadai.

Berikut dapat dilihat secara keseluruhan korelasi setiap variabel pada Gambar 10.1, yaitu gambar yang menyatakan Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Kualitas Hubungan dan Kinerja Rantai Pasokan.

Gambar 10.1
Full Model *Structural Partial Least Square*



Sumber: Data primer diolah dengan *SmartPLS* (2016)

Keterangan:

KEP = Kepercayaan

KOM = Komitmen

KH = Kualitas Hubungan

KRP = Kinerja Rantai Pasokan

Berikut dapat dilihat secara keseluruhan korelasi setiap variabel pada gambar 10.1 yaitu gambar yang menyatakan pengaruh variabel independen (Kepercayaan, Komitmen dan Kualitas Hubungan) dan variabel dependen (Kinerja Rantai Pasokan).

Outer Model Variabel Kepercayaan

Variabel KEP dijelaskan oleh 5 indikator pernyataan yang terdiri dari KEP1 sampai dengan KEP5 ditunjukkan dengan Gambar 2. Indikator dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi diatas 0.7. Namun dalam tahap pengembangan korelasi 0.5 masih dapat diterima (Ghozali, 2006).

Tabel 10.4
Nilai Outer Loadings Kepercayaan

Variabel	Original Sample Estimate	Mean of subsamples	Standard Deviation	T-Statistic
Indikator Kepercayaan				
KEP1	0.830	0.830	0.048	17.240
KEP2	0.863	0.853	0.076	11.326
KEP3	0.899	0.894	0.043	20.683
KEP4	0.833	0.836	0.044	18.792
KEP5	0.902	0.899	0.028	31.959

Sumber: Data primer diolah dengan *SmartPLS* (2016)

Hasil pengolahan dengan menggunakan *Smart PLS* dapat dilihat pada Tabel 10.4, dimana nilai *outer loadings* dari indikator variabel kepercayaan tidak terdapat nilai yang kurang dari 0.5 dan menunjukkan nilai *outer model* atau korelasi dengan variabel secara keseluruhan sudah memenuhi *Convergent validity*. Hal ini juga dapat dilihat pada Tabel 9, dimana nilai t-statistik dari indikator KEP1 sampai dengan KEP5 lebih besar daripada t-tabel (dengan tingkat sig=1,96 dan n sampel=57). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kepercayaan telah memenuhi syarat dari kecukupan model atau *Discriminant validity*.

Outer Model Variabel Komitmen

Variabel KOM dijelaskan oleh 4 indikator yang terdiri dari KOM1 sampai dengan KOM4 ditunjukkan dengan Gambar 2 Uji terhadap *outer loading* bertujuan untuk melihat korelasi antara *score item* atau indikator dengan *score* konstruksya. Indikator dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi diatas 0.7. Namun dalam tahap pengembangan korelasi 0.5 masih dapat diterima (Ghozali, 2006).

Tabel 10.5
Nilai *Outer Loadings* Variabel Komitmen

Variabel	Original Sample Estimate	Mean of subsamples	Standard Deviation	T-Statistic
Indikator Komitmen				
KOM1	0.862	0.858	0.067	12.871
KOM2	0.938	0.940	0.018	51.044
KOM3	0.810	0.815	0.050	16.158
KOM4	0.846	0.844	0.063	16.270

Sumber: Data primer diolah dengan *SmartPLS* (2016)

Hasil pengolahan dengan menggunakan *Smart PLS* dapat dilihat pada Tabel 10.5, dimana nilai *outer loadings* dari indikator variabel komitmen tidak terdapat nilai yang kurang dari 0.5 dan menunjukkan nilai *outer model* atau korelasi dengan variabel secara keseluruhan sudah memenuhi *Convergent validity*. Hal ini juga dapat dilihat pada Tabel 10, dimana nilai t-statistik dari indikator KOM1 sampai dengan KOM4 lebih besar daripada t-tabel (dengan tingkat sig=1,96 dan n sampel=57). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa komitmen telah memenuhi syarat dari kecukupan model atau *Discriminant validity*.

Outer Model Variabel Kualitas Hubungan

Variabel Kualitas Hubungan dijelaskan oleh 5 indikator yang terdiri dari KH1 sampai dengan KH5 ditunjukkan dengan Gambar 2 Uji terhadap *outer loading* bertujuan untuk melihat korelasi antara *score item* atau indikator dengan *score* konstruksya. Indikator dianggap

reliabel jika memiliki nilai korelasi diatas 0.7. Namun dalam tahap pengembangan korelasi 0.5 masih dapat diterima (Ghozali, 2006).

Tabel 10.6

Nilai Outer Loadings Variabel Kualitas Hubungan

Variabel	Original Sample Estimate	Mean of subsamples	Standard Deviation	T-Statistic
Indikator Kualitas Hubungan				
KH1	0.869	0.864	0.047	18.598
KH2	0.837	0.837	0.053	15.835
KH3	0.789	0.798	0.080	9.888
KH4	0.699	0.690	0.111	6.272
KH5	0.881	0.881	0.044	20.230

Sumber: Data primer diolah dengan *SmartPLS* (2016)

Hasil pengolahan dengan menggunakan *SmartPLS* dapat dilihat pada Tabel 6, dimana nilai *outer loadings* dari indikator variabel kualitas hubungan tidak terdapat nilai yang kurang dari 0.5 dan menunjukkan nilai *outer model* atau korelasi dengan variabel secara keseluruhan sudah memenuhi *Convergent validity*. Hal ini juga dapat dilihat pada Tabel 6 nilai t-statistik dari indikator KH1 sampai dengan KH5 lebih besar daripada t-tabel (dengan tingkat sig=1,96 dan n sampel=57). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas hubungan telah memenuhi syarat dari kecukupan model atau *Discriminant validity*.

Outer Model Variabel Kinerja Rantai Pasokan

Variabel kinerja rantai pasokan dijelaskan oleh 4 indikator pernyataan yang terdiri dari KRP1 sampai dengan KRP4 ditunjukkan dengan Gambar 2. Uji terhadap *outer loading* bertujuan untuk melihat korelasi antara *score item* atau indikator dengan *score* konstruksinya. Indikator dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi diatas 0.7. Namun dalam tahap pengembangan korelasi 0.5 masih dapat diterima (Ghozali, 2006).

Tabel 10.7Nilai *Outer Loadings* Variabel Kinerja Rantai Pasokan

Variabel	Original Sample Estimate	Mean of subsamples	Standard Deviation	T-Statistic
Indikator Kinerja Rantai Pasokan				
KRP1	0.901	0.892	0.063	14.270
KRP2	0.765	0.756	0.074	10.404
KRP3	0.875	0.868	0.051	17.171
KRP4	0.861	0.846	0.078	11.059

Sumber: Data primer diolah dengan *SmartPLS* (2016)

Hasil pengolahan dengan menggunakan *Smart PLS* dapat dilihat pada Tabel 10.7 dimana nilai *outer loadings* dari indikator variabel kinerja rantai pasokan tidak terdapat nilai yang kurang dari 0.5 dan menunjukkan nilai *outer model* atau korelasi dengan variabel secara keseluruhan sudah memenuhi *Convergent validity*. Hal ini juga dapat dilihat pada Tabel 7 dimana nilai t-statistik dari indikator KRP1 sampai dengan KRP4 lebih besar dari pada T-tabel (dengan tingkat sig=1,96 dan n sampel=57). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kinerja rantai pasokan telah memenuhi syarat dari kecukupan model atau *Discriminant validity*.

Pengujian Hipotesis melalui *Inner Model*

Inner model menurut Ghazali (2006) merupakan gambaran hubungan antar variabel laten yang berdasarkan pada *substantive theory Inner model* yang kadang disebut juga dengan *inner relation, structural model* dan *substantive theory*. Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen (Ghozali, 2006). Batas untuk menolak dan menerima hipotesis yang diajukan yaitu $\pm 1,96$, dimana apabila nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel (1,96) maka hipotesis diterima, sebaliknya jika nilai t-statistik lebih kecil dari t-tabel (1,96) maka hipotesis ditolak. Adapun *inner model* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 10.8
Result For Inner Weight

Variabel	original sample estimate	mean of sub samples	Standard deviation	T-Statistic	Hipotesis
KEP -> KH	0.388	0.422	0.120	3.239	Diterima
KOM -> KH	0.582	0.574	0.123	4.728	Diterima
KEP -> KRP	0.232	0.239	0.140	1.661	Tidak Diterima
KOM -> KRP	0.297	0.310	0.182	1,663	Tidak Diterima
KH -> KRP	0.452	0.433	0.135	3.347	Diterima

Sumber: Data primer diolah dengan *SmartPLS* (2016)

Berdasarkan Tabel 10.8 terlihat bahwa hubungan KEP dengan KH positif 3.239 dan signifikan 1.96. Hubungan KOM dengan KH positif 4.728 dan signifikan 1.96. Hubungan KEP dengan KRP positif pada koefisien =0,232 dengan t hitung =1.661 dan (Pvalue;= 0,102) pada t = 1.96. menunjukkan bahwa KEP tidak berpengaruh positif dan signifikan. Hubungan KOM dengan KRP positif 1.663 tapi tidak signifikan pada 1.96. Dan hubungan KH dengan KRP positif 3.347 dan signifikan pada 1.96.

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-Square* untuk setiap variabel laten dependen yang ditunjukkan pada Tabel 9.

Tabel 10.9
R-Square

	R-square
KEP	
KOM	
KH	0.901
KRP	0.915

Sumber: Data primer diolah dengan *SmartPLS* (2016)

Keterangan :

- KEP = Kepercayaan
- KOM = Komitmen
- KH = Kualitas Hubungan
- KRP = Kinerja Rantai Pasokan

Tabel 10.9 menunjukkan nilai *R-square* kinerja rantai pasokan 0.909 dan kualitas hubungan 0.904. Semakin tinggi *R-square* maka semakin besar variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel dependen, sehingga semakin baik persamaan struktural.

Pengujian dan Pembahasan Hipotesis

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasokan

Berdasarkan data yang telah diolah peneliti, hasil perhitungan menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Berdasarkan hasil penelitian tidak terdapat indikator yang dieliminasi, hal ini disebabkan karena tidak terdapat korelasi konstruk yang kurang dari 0,5 sehingga setiap variabel memenuhi kriteria *convergent validity* yang ditampilkan dengan nilai *original sample estimate* sebesar 0.232 dan nilai t-stastik sebesar 1.663 > dari 1.96, Hubungan KEP dengan KRP positif dengan t hitung =1.661 dan (Pvalue;= 0,102) pada t = 1.96. menunjukkan bahwa KEP tidak berpengaruh positif dan signifikan.hal ini berarti **hipotesis 1 tidak diterima**.

Kwon dan Taewon (2004) menyebutkan bahwa kesuksesan pada performa perusahaan (operation performance) dalam supply chain juga berasal dari tingginya nilai kepercayaan dan komitmen yang kuat antar partner dalam supply chain. Pada suatu sistem rantai pasok, proses kemitraan didefinisikan sebagai interaksi antara komitmen, kepercayaan dan kolaborasi antar perusahaan (Ryu et al. 2009). Tingginya tingkat kolaborasi, baik dengan supplier dan pelanggan, mengarah pada perbaikan kinerja (Makara, 2015). Hubungan yang baik dengan mitra dibangun atas dasar kepercayaan. Ahda (2009) mengatakan bahwa keberhasilan melalui kerja sama dicapai melalui peningkatan kinerja perusahaan yang dilandasi dengan hubungan baik.

Pengaruh Komitmen terhadap Kinerja Rantai Pasokan

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa etos kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan hasil penelitian tidak terdapat indikator yang dieliminasi, hal ini disebabkan karena tidak terdapat korelasi konstruk yang kurang dari 0,5 sehingga setiap variabel memenuhi kriteria *convergent validity* yang ditampilkan dengan nilai *original sample estimate* sebesar 0.297 dan nilai t-statistik 1.633 > t-tabel yaitu 1.96 Dengan demikian **Hipotesis 2 Tidak diterima.**

Berdasarkan penelitian Cambra dan Polo (2011) menegaskan bahwa hubungan jangka panjang membutuhkan komitmen dari pihak-pihak yang terlibat. Komitmen merupakan motivasi untuk memelihara hubungan dan memperpanjang hubungan. Komitmen harus menjadi sebuah variabel penting dalam menentukan kesuksesan hubungan. Semakin tinggi komitmen yang dibangun dari kepuasan dan kepercayaan maka semakin tinggi kualitas hubungan saluran antara pemasok dan penyalur.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kualitas Hubungan

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas hubungan. Berdasarkan hasil penelitian tidak terdapat indikator yang dieliminasi, hal ini disebabkan karena tidak terdapat korelasi konstruk yang kurang dari 0,5 sehingga setiap variabel memenuhi kriteria *convergent validity*. Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan yang ditampilkan dengan nilai *original sample estimate* sebesar 0.380 dan nilai t-statistik 3.239 adalah lebih besar dari t-tabel yaitu 1.96. Dengan demikian **Hipotesis 3 diterima.**

Menurut penelitian Schurr dan Ozzane (1985, dalam Soetomo,2002) yang menyatakan bahwa tingginya kepercayaan telah meningkatkan hubungan yang terjalin. Ketika kepercayaan muncul, maka akan terjalin sebuah hubungan kejasama dengan tidak melupakan

sikap jujur, ketika kepercayaan dan kejujuran ada maka terjadi peningkatan hubungan kerjasama, sehingga memberikan keuntungan bagi pihak - pihak yang terlibat dan ketika keuntungan yang didapat semakin meningkat, kualitas hubungan pun meningkat, seperti yang diungkapkan oleh Hesti (2013) yang mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap kualitas hubungan rantai pasokan pada sektor industri tekstil.

Pengaruh Komitmen terhadap Kualitas Hubungan

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas hubungan. Berdasarkan hasil penelitian tidak terdapat indikator yang dieliminasi, hal ini disebabkan karena tidak terdapat korelasi konstruk yang kurang dari 0,5 sehingga setiap variabel memenuhi kriteria *convergent validity*. Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa komitmen berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan yang ditampilkan dengan nilai *original sample estimate* sebesar 0.582 dan nilai t-statistik 4.728 adalah lebih besar dari t-tabel yaitu 1.96. Dengan demikian **Hipotesis 4 diterima**.

Menurut Studi Wetzels et.al., (1998, dalam Handoko, 2008) menyatakan semakin tinggi komitmen yang dibangun dari kepuasan dan kepercayaan maka semakin tinggi kualitas hubungan saluran antara pemasok dan penyalur. Sedangkan komitmen merupakan motivasi untuk memelihara hubungan dan memperpanjang hubungan (Handoko, 2008). Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Sugiarto, 2012) yang mengungkapkan bahwa komitmen berpengaruh terhadap kualitas hubungan rantai pasokan pada PT Jamu Cap Jago.

Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Kinerja Rantai Pasokan

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kualitas hubungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Berdasarkan hasil penelitian tidak terdapat indikator yang dieliminasi, hal ini disebabkan karena tidak terdapat korelasi konstruk yang kurang dari 0,5 sehingga setiap variabel memenuhi kriteria *convergent validity*. Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kualitas hubungan berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasokan yang ditampilkan dengan nilai *original sample estimate* sebesar 0.452 dan nilai t-statistik 3.347 adalah lebih besar dari t-tabel yaitu 1.96. Dengan demikian **Hipotesis 5 diterima**.

Hasil penelitian Prahinski dan Benton (2004) yang meneliti pemasok perusahaan mobil di Amerika Utara menemukan bahwa kualitas hubungan dengan perusahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja rantai pasokan. Kualitas hubungan menurut Johnson (1999, dalam Susanto, 2006) merupakan gambaran kedalaman dan kedekatan sebuah hubungan antara pemasok dan penyalur. Hubungan kerjasama dengan pemasok sangat berperan menentukan kinerja bisnis perusahaan, dalam kaitannya hubungan antara perusahaan dan pemasok.

Analisis Pengaruh

Analisis pengaruh perlu dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen baik secara langsung, maupun tidak langsung tersaji dalam Tabel 10 berikut.

Tabel 10.10
Pengaruh Langsung, Tidak Langsung

Pengaruh	Koefisien	t-Stat	PValue	Ket.
KEP -> KRP	0,175	2,139	0,037	Memediasi
KEP -> KH	-	-	-	-
KOM -> KRP	0,263	2,832	0,006	Memediasi
KOM -> KH	-	-	-	-

Sumber: Data primer diolah dengan *SmartPLS* (2016)

Berdasarkan tabel 10.10 diatas, menunjukkan bahwa kualitas hubungan (KP) mampu memediasi pengaruh Kepercayaan (KEP) terhadap Kinerja Rantai Pasokan (KRP), berdasarkan pada $t\text{-Stat} = 2,139 > t\text{-hitung}$ sebesar 1,96 dengan $p\text{Value} = 0,037 < 0,05$, demikian juga Kualitas Hubungan (KH) mampu memediasi pengaruh Komitmen (KOM) terhadap Kinerja Rantai Pasokan (KRP), berdasarkan $t\text{-Stat} = 2,832 > t\text{-hitung}$ sebesar 1,96 dengan $p\text{Value} = 0,006 < 0,05$.

Kesimpulan dan Rekomendasi

1. Kesimpulan

Kepercayaan yang semakin tinggi diantara anggota rantai pasokan dapat mendorong pada semakin baiknya kinerja rantai pasokan. Kepercayaan yang semakin tinggi juga dapat mendorong pada semakin kuatnya kualitas hubungan. Komitmen yang kuat dapat mendorong pada semakin baiknya kinerja rantai pasokan. Komitmen yang kuat dapat mendorong pada semakin baiknya kualitas hubungan, Variabel kepercayaan juga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan melalui kualitas hubungan. Efek tidak langsung variabel kepercayaan melalui kualitas hubungan lebih besar dibandingkan efek langsungnya dalam meningkatkan kinerja rantai pasokan, begitu pula Efek tidak langsung variabel komitmen melalui kualitas hubungan lebih besar dibandingkan efek langsungnya dalam meningkatkan kinerja rantai pasokan. Berdasarkan hasil analisis uji pengaruh langsung, menunjukkan bahwa kualitas hubungan (KP) mampu memediasi pengaruh Kepercayaan (KEP) terhadap Kinerja Rantai Pasokan (KRP), berdasarkan pada $t\text{-Stat} = 2,139 > t\text{-hitung}$ sebesar 1,96 dengan $p\text{Value} = 0,037 < 0,05$, demikian juga Kualitas Hubungan (KH) mampu memediasi pengaruh Komitmen (KOM) terhadap Kinerja Rantai Pasokan

(KRP), berdasarkan $t\text{-Stat} = 2,832 > t\text{-hitung sebesar } 1,96$ dengan $p\text{Value} = 0,006 < 0,05$.

Hasil uji analisis menunjukkan bahwa komitmen mampu memediasi antara variable independen (kepercayaan) terhadap variable dependen (kinerja rantai pasok) artinya semakin tinggi kepercayaan diantara anggota rantai pasokan dapat mendorong pada semakin baiknya kinerja rantai pasok. semakin tinggi kepercayaan juga dapat mendorong pada semakin kuatnya komitmen anggota rantai pasokan. Efek tidak langsung variabel independen (kepercayaan) melalui komitmen lebih besar dibandingkan efek langsungnya dalam meningkatkan variable dependen (kinerja rantai pasok). Berdasarkan analisis hasil pengujian menunjukkan bahwa komitmen tersebut mampu memediasi antara variabel independen (kepercayaan) pada variabel dependen (kinerja rantai pasokan) artinya kepercayaan yang lebih tinggi di antara anggota rantai pasokan dapat didorong untuk memberikan kinerja rantai pasokan yang lebih baik. semakin tinggi kepercayaan diri juga bisa mendorong komitmen yang lebih kuat dari anggota rantai pasokan. Efek tidak langsung dari variabel independen (kepercayaan) melalui komitmen yang lebih besar daripada efek langsungnya di meningkatkan variabel dependen (*Supply Chain Performance*).

2. Rekomendasi

Sesuai dengan hasil kesimpulan studi, maka dapat diberikan rekomendasi bahwa dalam proses produksi perusahaan agar dapat memahami secara mendalam pentingnya membangun kepercayaan dan komitmen diantara semua anggota rantai pasokan. Peningkatan kinerja rantai pasokan hendaknya didahului dengan upaya-upaya yang intens, terencana dan kontinu oleh semua anggota rantai pasokan untuk menciptakan dan menumbuhkan kepercayaan, dan komitmen secara bersama-sama. Kombinasi antara kepercayaan, komitmen, dan dukungan kualitas

hubungan yang semakin baik akan menghasilkan kinerja rantai pasokan yang lebih tinggi. Hasil studi ini dapat berimplikasi pada peranan manajemen yang sangat penting untuk menjaga kepercayaan, komitmen dan kualitas hubungan dalam sistem rantai pasokan. Peningkatan kinerja rantai pasokan akan ditandai dengan semakin fleksibel, dan andalnya perusahaan dalam memenuhi permintaan pelanggan. Disamping itu, pada saat yang sama kinerja pengiriman produk yang semakin baik, dan biaya operasional yang semakin menurun, serta utilitas yang optimal dalam proses operasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, AB, Abdullah, MI, & Saleh, FI (2017). The Effect Of Trust With Suppliers On Hospital Supply Chain Performance The mediating Role Of Supplier Integration. *Benchmarking: An International Journal*, 24 (3), 694-715. doi: <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2016-0062>
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) - Alternative Structural Equation Modeling (SEM) in Business Research*. Yogyakarta: ANDI.
- Ahda FA. 2009. Pengaruh bentuk rantai pasokan dan kualitas hubungan perusahaan pemasok dalam mewujudkan kinerja pemasaran melalui peningkatan kinerja rantai pasokan [tesis], Semarang: Program Pascasarjana UNDIP.
- Ahmadi. 2009. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta
- Alfianto, R. (2015, Desember). Analisis Pengaruh Kualitas Hubungan Pemasok Dengan Perusahaan Terhadap Kinerja Rantai Pasokan. *Jurnal Bisnis Strategi*, 24(2), 66-82.
- Ali, A. H., Pambudi, S., & Astuti, H. M. (2014, September). Analisis Pengaruh Implementasi Teknologi Informasi Terhadap Integrasi Dan Kinerja Rantai Pasok Industri Otomotif Di Jawa Timur. *Jurnal Sistem Informasi*, 5(2), 138-145.
- Allen NJ, Meyer PJ. 1996. *Affective, continuance, and normative commitment to the organization: an examination of construct validity*. *Journal of Vocational Behavior* 49(3): 252-276. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1996.0043>.

- Andri, Y. (2018, September 20). *Komoditas Kedelai : PR Rantai Pasok Tak Kunjung Tuntas*. Retrieved from Bisnis.com:
<https://sumatra.bisnis.com/read/20180920/448/840097/komoditas-kedelai-pr-rantai-pasok-tak-kunjung-tuntas>
- Ariani, D., & Dwiyanto, B. M. (2013). Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil Dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). *Diponegoro Journal Of Management*, 2(3), 1-10.
- Benton W.C., Maloni M. 2005. *The influence of power driven buyer/seller relationships on supply chain satisfaction*. *Journal of Operations Management*, 23, 1-22.
- Chandra C, Kumar S. 2000. *Supply chain management in theory and practice: a passing fad or a fundamental change?*. *Industrial Management & Data Systems* 100(3): 100–113. <https://doi.org/10.1108/02635570010286168>.
- Chopra, S., Meindl, P., 2007, *Supply Chain Management : Strategy, Planning and Operation, third edition, Prentice Hall, New Jersey, USA*.
- Cambra JJ, Polo Y. 2011. *Post-satisfaction factors affecting the long-term orientation of supply relationships*, *Journal of Business & Industrial Marketing* 26(6): 395–405.
<https://doi.org/10.1108/08858621111156395>.
- Ganika, G. (2016, December). Mengukur Kinerja Manajemen Rantai Pasok: Kepuasan Inter-Relasi Antar-Perusahaan Sebagai Ukuran Alternatif.
- Ghozali, I. 2006. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Chopra S, Meindl P. 2007. *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Handoko, T. Hani. 2008. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE
- Haslinda 2018. Analisis Pengendalian Proses Produksi tahu Tempe pada UD. Restu Pasui Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang. Skripsi.

- Hesti Aprianingsih. 2013. Analisis Pengaruh implementasi Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Rantai Pasokan dengan Integrasi Rantai Pasokan Sebagai Mediator Pada Sektor Industri Tekstil (TPT). *Jurnal*
- Ilimiyati, A., & Munawaroh, M. (2016, September). Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Bantul). 7(2), 226-251.
- Johnson, Jeans L., 1999, *Strategic Integration in Industrial Distribution Supply Network's : Managing the Interfirm Relationship as a Strategic Asset*, *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol. 27, No. 1, p. 4-18.
- Kwon IWG, Taewon S. 2004. *Factors affecting the level of trust and commitment in supply chain relationships*. *Journal of Supply Chain Management* 40(1): 4-14. <https://doi.org/10.1111/j.1745-493X.2004.tb00165.x>.
- Makara. 2015. *Effects of supplier manufacturer relationships on supply chain performance of manufacturing industries in Indonesia*. *Journal of Technology* 19(2): 51-58
- Mamad M, Chahdi FO. 2013. *The factors of the collaboration between the upstream supply chain actors: case of the automotive sector in Morocco*. *International Business Research* 6(11): 15-28. <https://doi.org/10.5539/ibr.v6n11p15>.
- Marimin, & Slamet, S. (2010). Analisis Pengambilan Keputusan Manajemen Rantai Pasok Bisnis Komoditi Dan Produk Pertanian. *Pangan*, 19(2), 169-188.
- Mas'ud, Fuad. 2014. *Survai Diagnosis Organisasional Konsep & Aplikasi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Mukhsin, M. (2017). Pengaruh Kepercayaan Dan Keselarasan Tujuan Terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Pelaku UMKM Industri Tekstil di Kabupaten Tangerang - Banten). *SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis* p-ISSN:1978-2241 e-ISSN:2541-1047. Volume IX, Nomor 2, Juni 2017

- Mukhsin, M. (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Kualitas Hubungan Dmpaknya pada kinerja rantai pasokan. *Jurnal Manajemen*/Volume XXI, No. 03, Oktober 2017: 454-471
- Mukhsin, M. (2020). *The Effect Of Commitment Mediation Through The Relationship Between Confidence And Performance Supply Chain*. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 3(4), 329.
- Panduwinata, A. (2018, September 5). *Rupiah Ambruk, Harga Kedelai Jadi Mahal, Perajin Tahu di Tangerang Kurangi Produksi*. Retrieved from <http://www.tribunnews.com>:
<http://www.tribunnews.com/metropolitan/2018/09/05/rupiah-ambruk-harga-kedelai-jadi-mahal-perajin-tahu-di-tangerang-kurangi-produksi>
- Rahadian, R. (2011, Desember). Pengaruh Trust Dan Commitment Terhadap Relationship Quality Studi Pada Perusahaan Pasangan Usaha PT. XYZ (Sebuah Lembaga Keuangan Non Bank). *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 4(3), 52-62.
- Rajaguru R, Matanda MJ. 2012. *Effects of interorganizational compatibility on supply chain capabilities*. *Industrial Marketing Management Journal* 1(2): 220–230
- Riniarsi, D. (2016, Desember 29). *Outlook Komoditas Pertanian Tanaman Pangan Kedelai*. Retrieved from <http://epublikasi.pertanian.go.id>:
<http://epublikasi.pertanian.go.id/arsip-outlook/81-outlook-tanaman-pangan>
- Rivai, B. (2018, September 7). *Rupiah Terpukul, Pengusaha Kedelai dan Tempe di Banten Mengeluh*. Retrieved from finance.detik.com:
<https://finance.detik.com/industri/d-4202288/rupiah-terpukul-pengusaha-kedelai-dan-tempe-di-banten-mengeluh>
- Ronald H. Ballou. *Business Logistics /Supply Chain Management* 5 edition. (Prentice Hall 2004)

- Ryu I, So S, Koo C. 2009. *The role of partnership in supply chain performance. Industrial Management and Data Systems* 109(4): 496–514.
- Rustandi, D. (2018, September 8). *Hari Gini, Bahan Baku Tahu Dan Tempe Di Banten Masih Impor*. Retrieved from <http://www.rmolbanten.com:4444/http://www.rmolbanten.com/read/2018/09/08/2974/Hari-Gini,-Bahan-Baku-Tahu-Dan-Tempe-Di-Banten-Masih-Impor->
- Soetomo, Harsini., 2002, *Expertise, Trust, Commitment and Behaviour Intentions in Relationship Marketing: Case Study North Bandung Dairy Cooperative*, Jurnal Bisnis dan Akunansi, Vol 4, No. 2.
- Sugiarto Y. 2012.. Analisis Faktor-faktor Kualitas Hubungan Terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus pada PT Jamu Cap jago Semarang).
- Simchi- Levi D, Kaminsky P, Simchi-Levi E. 2003. *Designing, and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies*. New York: Mc. Graw-Hill.
- Shin, Y., Thai, V., & Yuen, K. F. (2018). The Impact Of Supply Chain Relationship Quality On Performance In The Maritime Logistics Industry In Light Of Firm Characteristics. *The International Journal of Logistics Management*, 1-22. doi:<https://doi.org/10.1108/IJLM-10-2016-0227>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tungjitjarur W., Suthiwartnarueput K., Pornchaiwiseskul P. 2012. *The Impact of Supplier Development on Supplier Performance: the Role of Buyer-Supplier Commitment, Thailand. European Journal of Business and Management*, 4(16), 183-193.

GLOSARIUM

Kualitas Hubungan :	Kualitas pengembangan dan pemeliharaan kerjasama dalam mencapai hubungan kerjasama yang saling memuaskan yang berhubungan dengan aliran dan perpindahan barang,
Kualitas Rantai pasokan :	Serangkaian aktivitas atau kegiatan yang saling terkait satu sama lain yang terdiri dari pemasok, manufaktur, distributor hingga pelanggan yang berkaitan dengan aliran barang dan informasi terkait.
Kinerja rantai pasokan :	Tingkat kemampuan rantai pasokan secara keseluruhan dalam memaksimalkan jaringan rantai dan meningkatkan daya saing para pelaku rantai pasokan untuk memenuhi segala kebutuhan konsumen.
<i>Upstream supply chain</i> :	Rantai pasokan hulu, yang meliputi segala aktivitas perusahaan dengan para penyalur, antara lain berupa pengadaan bahan baku dan bahan pendamping.
<i>Internal supply chain</i> :	Rantai pasokan internal, yang meliputi semua proses penerimaan barang ke gudang yang digunakan hingga ke proses produksi. Aktivitas utamanya antara lain produksi dan pengendalian persediaan.

<i>Downstream supply chain</i>	:	Rantai pasokan hilir, yang meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk sampai ke pelanggan. Aktivitas utamanya antara lain distribusi, pergudangan, transportasi dan juga pelayanan
Kepercayaan (<i>trust</i>)	:	Kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan
Komitmen	:	merupakan suatu hasrat bertahan untuk menjaga suatu nilai hubungan.
<i>Convergent validity</i>	:	berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur- pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkolerasi tinggi.
<i>Discriminant validity</i>	:	merupakan nilai <i>cross loading factor</i> yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai <i>loading</i> pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai <i>loading</i> dengan konstruk yang lain
<i>Composite reliability</i>	:	Mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk

- Cronbacg's alpha* : Mengukur atas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk.
- explanatory research* : Pendekatan metode yang menggunakan PLS.
- Partial Least Squares (PLS)* : Tata cara analisa yang *powerfull* serta kerap diucap pula bagai *sofft modeling* sebab meniadakan asumsi-asumsi OLS (*Ordinari Least Squares*) regresi, semacam informasi wajib berdistribusi normal dengan cara multivariate serta tidak terdapatnya masalah multikolinearitas dampingi faktor eksogen.
- Outer model* : Untuk memastikan bahwa *measurement* yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel).
- Inner model* : Bentuk sistemis buat melukiskan ataupun memperkirakan ikatan sebab-akibat dampingi faktor potensial. *Inner model* dengan memakai *R-Square* buat tiap faktor potensial *variable endogen* selaku daya perkiraan dari bentuk yang sistematis.

PROFIL PENULIS



Dr. Moh. Mukhsin, SE., M.M.

Lahir di Serang dan telah menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen 1993 dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang Banten. Kemudian melanjutkan studi Magister Manajemen tahun 2002 di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen IMMI Jakarta dan dinyatakan lulus tahun 2004.

Selanjutnya, studi Program Doktor Ilmu Ekonomi Manajemen dapat diselesaikan tahun 2015 dari UNDIP Semarang.

Saat ini penulis tercatat sebagai dosen PNS di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA Banten), dengan jabatan fungsional saat ini adalah Lektor Kepala, IV/a (Pembina). Penulis juga banyak terlibat dalam kegiatan penelitian terapan maupun keilmuan, baik secara mandiri maupun didanai oleh pihak luar bersama rekan seprofesi dosen. Sumber pendanaan untuk kegiatan riset tersebut diantaranya berasal dari instansi Pemerintah Daerah Provinsi/ Kabupaten/Kota, serta beberapa lainnya berasal dari pendanaan internal UNTIRTA.

Hasil penelitian terapan maupun keilmuan yang dilakukan, sebagian besar telah dipublikasikan oleh penulis, diantaranya dalam bentuk buku referensi ber-ISBN, artikel ilmiah, laporan penelitian, laporan naskah akademik, dan beberapa diantaranya telah didaftarkan untuk mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dari Kementerian Hukum dan HAM. Sedangkan artikel ilmiah yang dihasilkan penulis, diantaranya telah dipublikasikan pada jurnal nasional, jurnal nasional terakreditasi, jurnal internasional, maupun jurnal internasional bereputasi, mulai dari yang terindek Garuda, *Google Scholar*, DOAJ, Sinta, maupun *Scopus*.

PROFIL EDITOR



Najmudin, Lc., M.E.

Lahir di Serang dan telah menyelesaikan pendidikan Sarjana Bidang Tafsir dan Quranologi pada Tahun 2009 dari Al-Azhar Kairo-Mesir, kemudian melanjutkan studi pada Program Pascasarjana (Post Graduate Diplom Bidang Islamic Studies) lulus Pada Tahun 2012 dari Institute of Higher Islamic Studies and Arabic Kairo-Mesir, Kemudian melanjutkan studi Magister Ekonomi Syariah Pada Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten, lulus tahun 2018.

Saat ini penulis tercatat sebagai dosen PNS di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA Banten). Penulis juga banyak terlibat dalam kegiatan penelitian terapan maupun keilmuan, baik secara mandiri maupun didanai oleh pihak luar bersama rekan seprofesi dosen.

Hasil penelitian terapan maupun keilmuan yang dilakukan, sebagian besar telah dipublikasikan oleh penulis, diantaranya dalam bentuk buku referensi ber-ISBN, artikel ilmiah, laporan penelitian, dan beberapa diantaranya telah didaftarkan untuk mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dari Kementerian Hukum dan HAM. Sedangkan artikel ilmiah yang dihasilkan penulis, diantaranya telah dipublikasikan pada jurnal nasional, jurnal nasional terakreditasi, mulai dari yang terindek Garuda, *Google Scholar*, DOAJ, maupun Sinta.

SINOPSIS BUKU

Buku referensi ini diberi judul “Membangun Kualitas Hubungan Rantai Pasokan” yang merupakan hasil penelitian tentang mediasi komitmen terhadap hubungan antara kepercayaan dengan kinerja rantai pasokan pada tahun 2019, dan pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap kinerja rantai pasokan dengan kualitas hubungan sebagai variable intervening tahun 2017, yang sudah diterbitkan dalam artikel Sriwijaya internasional journal of Dynamic Economic and Business SIJDEB, 3(4), 2019, 329-340, dan jurnal akreditasi sinta2 Jurnal Manajemen/ Volume XXI, No.03, Oktober 2017: 454-471, Penelitian ini dilakukan dalam rangka menganalisis mediasi komitmen terhadap hubungan kepercayaan dengan kinerja rantai pasok. Penelitian menguji pengaruh kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok, pengaruh kepercayaan terhadap komitmen, pengaruh komitmen terhadap kinerja rantai pasok. penelitian ini juga dilakukan dalam rangka menganalisis pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap kinerja rantai pasokan dengan kualitas hubungan sebagai variable intervening. Penelitian ini menguji pengaruh kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok, pengaruh komitmen terhadap kinerja rantai pasokan, pengaruh kepercayaan terhadap kualitas hubungan, pengaruh komitmen terhadap kualitas hubungan, dan pengaruh kualitas hubungan terhadap kinerja rantai pasokan.

Obyek penelitian ini adalah pada Pelaku UMKM pengrajin tahu tempe di Kota Tangerang, dan pelaku UMKM produksi, dan distribusi dedak padi di Provinsi Banten yang menjadi responden tentang mediasi komitmen terhadap hubungan antara kepercayaan dengan kinerja rantai pasokan, dan pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap kinerja rantai pasokan dengan kualitas hubungan sebagai variable intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah Pemilik atau pengelola atau manajer dari Pelaku UMKM pengrajin Tahu tempe dan pelaku UMKM Produksi, dan Distribusi Dedak padi di Provinsi Banten. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu, terutama yang berkaitan dengan manajemen operasional, dan manajemen pemasaran serta memberikan kontribusi praktis untuk UMKM dalam mengimplementasikan kualitas hubungan dalam meningkatkan kinerja rantai pasok.

Buku referensi ini diberi judul “Membangun Kualitas Hubungan Rantai Pasokan” yang merupakan hasil penelitian tentang mediasi komitmen terhadap hubungan antara kepercayaan dengan kinerja rantai pasokan pada tahun 2019, dan pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap kinerja rantai pasokan dengan kualitas hubungan sebagai variabel intervening tahun 2017, yang sudah diterbitkan dalam artikel Sriwijaya International Journal of Dynamic Economic and Business *SIJDEB*, 3(4), 2019, 329-340, dan jurnal akreditasi sinta2 *Jurnal Manajemen/ Volume XXI, No.03, Oktober 2017: 454-471*. Penelitian ini dilakukan dalam rangka menganalisis mediasi komitmen terhadap hubungan kepercayaan dengan kinerja rantai pasok. Penelitian menguji pengaruh kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok, pengaruh kepercayaan terhadap komitmen, pengaruh komitmen terhadap kinerja rantai pasok. penelitian ini juga dilakukan dalam rangka menganalisis pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap kinerja rantai pasokan dengan kualitas hubungan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menguji pengaruh kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok, pengaruh komitmen terhadap kinerja rantai pasokan, pengaruh kepercayaan terhadap kualitas hubungan, pengaruh komitmen terhadap kualitas hubungan, dan pengaruh kualitas hubungan terhadap kinerja rantai pasokan. Obyek penelitian ini adalah pada Pelaku UMKM pengrajin tahu tempe di Kota Tangerang, dan pelaku UMKM produksi, dan distribusi dedak padi di Provinsi Banten yang menjadi responden tentang mediasi komitmen terhadap hubungan antara kepercayaan dengan kinerja rantai pasokan, dan pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap kinerja rantai pasokan dengan kualitas hubungan sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah Pemilik atau pengelola atau manajer dari Pelaku UMKM pengrajin Tahu tempe dan pelaku UMKM Produksi, dan Distribusi Dedak padi di Provinsi Banten. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu, terutama yang berkaitan dengan manajemen operasional, dan manajemen pemasaran serta memberikan kontribusi praktis untuk UMKM dalam mengimplementasikan kualitas hubungan dalam meningkatkan kinerja rantai pasok.

Tentang Penulis



Dr. Moh. Mukhsin, SE., M.M.

Lahir di Serang dan telah menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen 1993 dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang Banten. Kemudian melanjutkan studi Magister Manajemen tahun 2002 di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen IMMI Jakarta dan dinyatakan lulus tahun 2004. Selanjutnya, studi Program Doktor Ilmu Ekonomi Manajemen dapat diselesaikan tahun 2015 dari UNDIP Semarang. Saat ini penulis tercatat sebagai dosen PNS di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA Banten), dengan jabatan fungsional saat ini adalah Lektor Kepala, IV/a (Pembina). Penulis juga banyak terlibat dalam kegiatan penelitian terapan maupun keilmuan, baik secara mandiri maupun didanai oleh pihak luar bersama rekan seprofesi dosen. Sumber pendanaan untuk kegiatan riset tersebut diantaranya berasal dari instansi Pemerintah Daerah Provinsi/ Kabupaten/Kota, serta beberapa lainnya berasal dari pendanaan internal UNTIRTA. Hasil penelitian terapan maupun keilmuan yang dilakukan, sebagian besar telah dipublikasikan oleh penulis, diantaranya dalam bentuk buku referensi ber-ISBN, artikel ilmiah, laporan penelitian, laporan naskah akademik, dan beberapa diantaranya telah didaftarkan untuk mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dari Kementerian Hukum dan HAM. Sedangkan artikel ilmiah yang dihasilkan penulis, diantaranya telah dipublikasikan pada jurnal nasional, jurnal nasional terakreditasi, jurnal internasional, maupun jurnal internasional bereputasi, mulai dari yang terindeks Garuda, Google Scholar, DOAJ, Sinta, maupun Scopus.

Untuk akses **Buku Digital**,
Scan **QR CODE**



Media Sains Indonesia

Melong Asih Regency B.40, Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
Email : penerbit@medsan.co.id
Website : www.medsan.co.id



ISBN 978-623-362-870-9 (PDF)



9

786233

628709