

Pengaruh Kinerja Pemasok Terhadap Kinerja Rantai Pasok Menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) pada PT. Tiga Serangkai

The Effect of Supplier Performance on Supply Chain using Structural Equation Modeling (SEM) Method at PT. Tiga Serangkai

Tuwandi Juniarto¹⁾, Palmadi Putri Surya Negara²⁾, Bayu Wahyudi³⁾

¹⁾ Program Magister Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia
18916015@students.uii.ac.id

²⁾ Program Magister Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia
18916013@students.uii.ac.id

³⁾ Program Magister Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia
18916005@students.uii.ac.id

Abstrak

Manajemen rantai pasok adalah sekumpulan aktivitas dan keputusan yang saling terkait untuk mengintegrasikan pemasok, manufaktur, gudang, jasa transportasi, pengecer dan konsumen secara efisien. Penelitian ini akan memfokuskan kajian untuk mencari variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kinerja pemasok yang dapat mempengaruhi kinerja rantai pasok. Untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kinerja pemasok dan kinerja perusahaan, digunakan model *Structural Equation Modeling* (SEM) yang merupakan gabungan dari dua metode *statistic* terpisah yaitu analisis faktor (*factor analysis*) dan model persamaan simultan (*simultaneous equation modelling*). Dari penelitian di peroleh pengembangan pemasok berpengaruh positif terhadap kinerja pemasok, dan kinerja pemasok berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Kata kunci: Kinerja perusahaan, rantai pasok, *Structural Equation Modeling*

Abstract

Supply chain management is a set of interrelated activities and decisions to efficiently integrate suppliers, manufacturers, warehouses, transportation services, retailers and consumers. This research will focus on the study to find variabls that affect supplier performance that can affect supply chain performance. To determine the variabls that affect supplier performance and company performance, the Structural Equation Modeling (SEM) model is used which is a combination of two separate statistical methods, namely factor analysis and simultaneous equation modeling. From the research, it is found that supplier development has a positive effect on supplier performance, and supplier performance has a positive effect on company performance.

Keywords: *Company performance, supply chain , Structural Equation Modeling*

©Integrasi Universitas Muhammadiyah Palembang

p-ISSN 2528-7419

e-ISSN 2654-5551

Pendahuluan

Berbagai perusahaan telah menerapkan manajemen rantai pasok dalam bisnisnya untuk meningkatkan efisiensi proses logistik. Manajemen rantai pasok adalah sekumpulan aktivitas dan keputusan yang saling terkait untuk mengintegrasikan pemasok, manufaktur, gudang, jasa transportasi, pengecer dan konsumen secara efisien (Muhammad& Sumaraw 2014).

Memasuki era globalisasi perusahaan perlu memfokuskan strategi perencanaan, pengorganisasian, pengoperasian dan pengendalian sehingga siap dengan daya saing dengan kompetitor yang ada. Perkembangan dunia industri dan teknologi informasi membawa dampak pada peningkatan persaingan bisnis antar perusahaan. Setiap perusahaan akan berupaya meningkatkan kinerja untuk dapat memperoleh hasil yang optimal dan

memenuhi kepuasan pelanggan. Salah satu faktor yang memengaruhi kinerja rantai pasok yaitu pemasok (supplier/vendor) yang berperan sebagai pemasok kebutuhan operasional perusahaan baik berupa bahan baku maupun suku cadang peralatan pabrik. Keberadaan pemasok sangat menentukan kelancaran proses produksi dan produk yang akan dihasilkan (Akbar et al., 2015).

Bahan baku yang berkualitas dari pemasok sangat mempengaruhi tingkat kualitas produk yang dapat dihasilkan perusahaan. Beberapa peneliti sebelumnya menyatakan bahwa kinerja pemasok yang baik dapat mempengaruhi kesuksesan kinerja perusahaan. Namun pada tiap penelitian terdapat variabel yang berbeda-beda yang berpengaruh terhadap kinerja pemasok.

Penelitian ini akan memfokuskan kajian untuk mencari variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kinerja pemasok yang dapat mempengaruhi kinerja rantai pasok. Dengan mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi kinerja pemasok, maka diharapkan pemasok dapat meningkatkan kinerjanya sehingga kinerja rantai pasok juga dapat terus ditingkatkan.

Metode

Penyusunan Model Structural Equation Modeling (SEM)

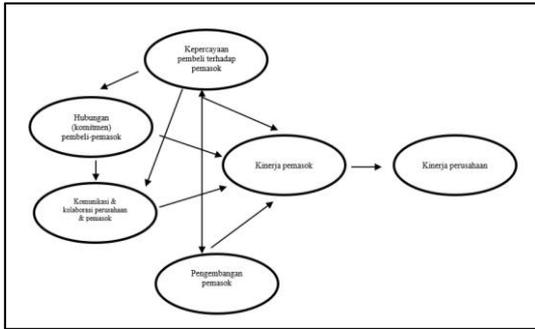
Untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kinerja pemasok dan kinerja perusahaan, digunakan model *Structural Equation Modeling* (SEM) yang merupakan gabungan dari dua metode statistik terpisah yaitu analisis faktor (*factor analysis*) dan model persamaan simultan (*simultaneous equation modelling*). SEM digunakan untuk mengestimasi kekuatan hubungan diantara variabel-variabel dalam model. SEM dapat memberikan informasi tentang pengaruh dari satu variabel ke variabel lain atau melalui variabel perantara (disebut *intervening* atau *mediating variabel*) yang berada diantara kedua variabel tersebut (Maruyama, G.M., 1997). Langkah-langkah dalam memodelkan pengaruh kinerja pemasok terhadap kinerja rantai pasok menggunakan model SEM akan diuraikan dalam subbab berikut.

Kerangka Model Teoritis/Usulan

Kinerja pemasok dapat mempengaruhi kinerja bisnis organisasi (Ho et al., 2012). Lukhona & Muturi (2015) dalam Jabbour & Jabbour (2009) menyatakan bahwa pemasok telah memainkan peran strategis dalam organisasi, dan secara signifikan terlibat dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan tindakan mereka memiliki dampak positif pada kinerja organisasi. Pengukuran kinerja pemasok merupakan hal yang sangat penting dalam aktifitas rantai pasok (Akbar, 2017). Sukriyadi (2013) mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat digunakan untuk pengukuran kinerja pemasok yaitu kualitas produk, harga produk, *delivery time* produk, dan kemampuan pemasok terhadap pemenuhan pesanan. Akbar (2017) menyebutkan bahwa indikator utama yang mempengaruhi kinerja pemasok adalah *quality, delivery, Performance Histori, Price, Technical Capability, Procedural Compliance*.

Beberapa faktor utama yang menentukan kinerja pemasok dalam rantai pasokan ritel moderen menjadi terintegrasi adalah *commitment, conflict, conflict resolution, cooperation, trust* (Dedie, 2017).

Sementara itu terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan kinerja pemasok yaitu komunikasi dan kolaborasi yang dibangun perusahaan (*purchasing department*) dengan pemasok-nya akan memberikan pertumbuhan yang baik bagi pemasok (Tarigan, 2010), kepercayaan pembeli terhadap pemasok memiliki dampak positif terhadap kinerja pemasok (Paparoidamis et al., 2017) dan dapat meningkatkan kualitas serta kuantitas *output* pemasok (Gorton et al., 2015), komitmen pembeli-pemasok dalam dimensi hubungan pembeli-pemasok memainkan peran penting dalam peningkatan kinerja pemasok baik secara langsung maupun tidak langsung (Tungjitjarurn et al., 2012), dan pengembangan pemasok dapat meningkatkan kinerja pemasok (Lukhona & Muturi, 2015). Berdasarkan penemuan dari peneliti-peneliti tersebut, diusulkan model yang memiliki 6 variabel dalam Gambar 1.



Gambar 1. Model Usulan Pengaruh Berbagai Variabel Kinerja Pemasok Terhadap Kinerja Rantai Pasok

Adapun indikator untuk kinerja perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Indikator Penelitian Kepercayaan pembeli terhadap pemasok

Indikator	Label
Tingkat kepercayaan pembeli terhadap pemasok	Kep1
Tingkat kemauan untuk melakukan semua proses bisnis dengan benar	Kep2
Tingkat kepercayaan bahwa pemasok mempunyai integritas	Kep3
Tingkat kepercayaan bahwa pemasok berperilaku jujur dalam berbisnis	Kep4

Tabel 2. Indikator Penelitian Hubungan (komitmen) pembeli-pemasok

Indikator	Label
Tingkat perhatian terhadap masalah yang dihadapi partner	Hub1
Tingkat keinginan dan usaha untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan partner	Hub2
Tingkat penerimaan terhadap resiko dalam hubungan dengan partner	Hub3

Tabel 3. Indikator Penelitian Komunikasi dan kolaborasi perusahaan dan pemasok

Indikator	Label
Sharing informasi tentang tingkat <i>inventory</i> , perencanaan produksi, dan <i>demand forecast</i>	Kom1
Kesepakatan pada frekuensi dan waktu pengiriman	Kom2

Tabel 4. Indikator Penelitian Pengembangan pemasok

Indikator	Label
Keterlibatan pemasok awal	Peng1
Memberikan pelatihan pemasok	Peng2
Insentif pemasok	Peng3
Dukungan keuangan	Peng4

Tabel 5. Indikator Penelitian Kinerja pemasok

Indikator	Label
<i>Delivery time</i> produk	KP1
Kualitas produk	KP2
Harga produk	KP3
<i>Responsiveness</i>	KP4
<i>Technical Capability</i>	KP5
<i>Performance History</i>	KP6

Tabel 6. Indikator Penelitian Kinerja Rantai Pasok

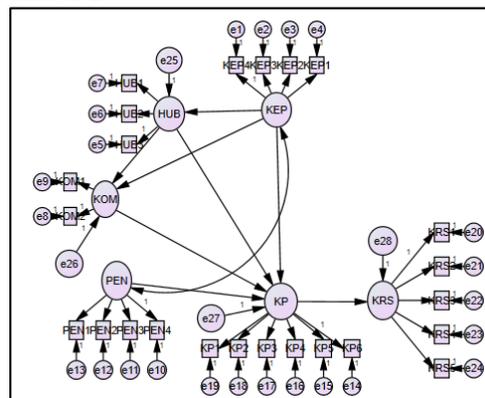
Indikator	Label
Kualitas kerja	KRS1
Kuantitas kerja	KRS2
Waktu untuk menyelesaikan pekerjaan	KRS3
<i>Cost effectiveness</i>	KRS4
Kerja sama	KRS5

Hasil dan Pembahasan

Untuk menguji model apakah sesuai dengan data observasi dalam penelitian ini, sampel penelitian diambil dengan survei/kuesioner terhadap 269 responden. Responden yang dipilih merupakan bagian dari PT. Tiga Serangkai, Supplier, Distributor, dan Retail. Metode estimasi yang digunakan adalah *Maximum Likelihood* (ML) yaitu dengan mencari nilai parameter yang paling memungkinkan menghasilkan korelasi tertinggi dari data yang ada. Data diolah menggunakan *Software Amos 21.0*. Berikut langkah-langkah dalam menjalankan model SEM.

Membentuk Diagram Hubungan antar Variabel dan Indikator

Langkah awal adalah membentuk diagram hubungan antara variabel dan indikatornya seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.



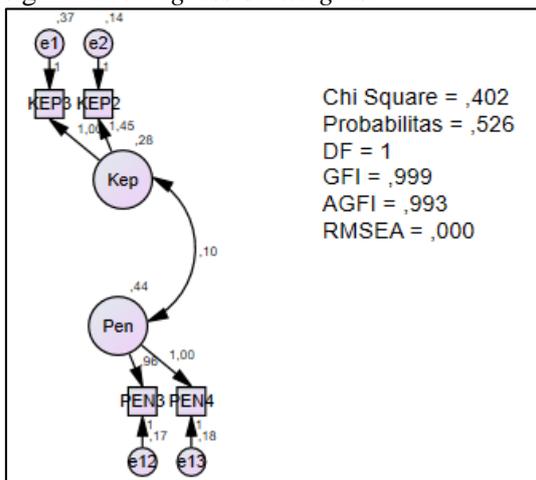
Gambar 2. Model Awal Hubungan antara Variabel dengan Indikatornya

Untuk mengetahui apakah masing-masing indikator signifikan untuk mengukur konstruk (*variabel latent*) digunakan *confirmatory analysis factor*.

1) *Confirmatory Analysis Factor pada Variabel Eksogen*

Uji konfirmatori dilakukan pada variabel eksogen yaitu variabel kepercayaan pembeli terhadap pemasok (Kep) dan pengembangan pemasok (Pen).

Karena hasil uji *Chi Square* menunjukkan bahwa model tidak fit, oleh karena itu dilakukan evaluasi terhadap nilai signifikansi *regression weights*.



Gambar 3. Hasil Uji Konfirmatori Faktor untuk Variabel Eksogen

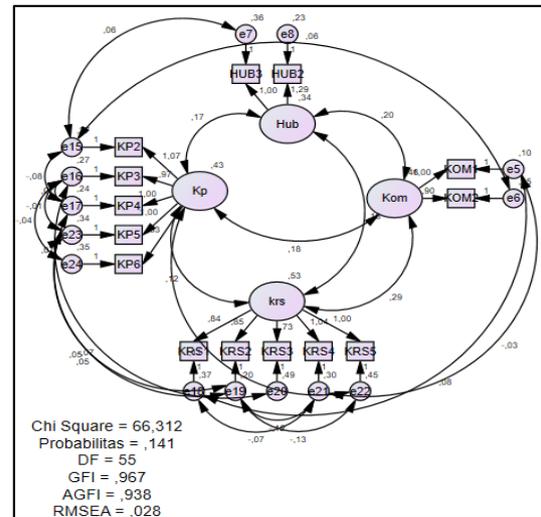
Hasil *output* uji *confirmatory* variabel eksogen setelah indikator Pen1, Pen2, Kep1 dan Kep4 dihilangkan ditampilkan dalam diagram pada gambar 4. Berdasarkan *output* pada gambar 4, diperoleh nilai *Chi Square* (0,402) sehingga sudah <2, dengan probabilitas $p=0,526$ sudah >0,05, GFI (0,999) sudah >0,9, AGFI (0,993) sudah >0,9, dan RMSEA (0,000) belum <0,05. Berdasarkan *output* tersebut model menunjukkan model sudah fit. Sehingga indikator pada gambar 3. akan digunakan sebagai indikator untuk menyusun model lengkap.

2) *Confirmatory Analysis Factor pada Variabel Endogen*

Uji konfirmatori dilakukan pada variabel endogen, yaitu komunikasi dan kolaborasi perusahaan dan pemasok (Kom), hubungan atau komitmen pembeli-pemasok

(Hub), Kinerja supplier (KS) dan kinerja rantai pasok (KRS).

Berikut ini hasil dari model setelah dimodifikasi:

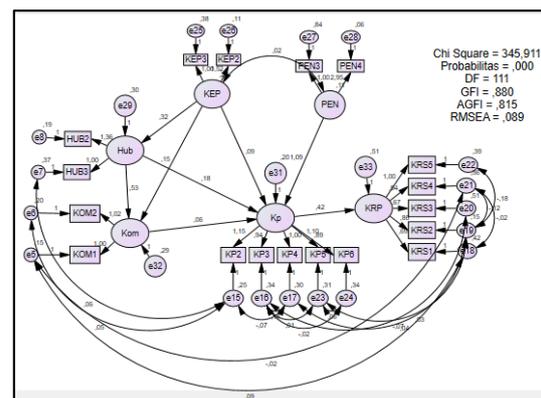


Gambar 4. Hasil Akhir Uji Konfirmatori Faktor untuk Variabel Endogen

Hasil revisi model diberikan dalam gambar 7 dengan hasil *Chi Square* 66,312 dengan probabilitas 0,141, GFI (0,967), AGFI (0,938), dan RMSEA (0,028) dinyatakan bahwa model belum fit. Namun nilai GFI sudah mendekati 0,9 sehingga hasil ini akan digunakan untuk menyusun model lengkap.

Uji Estimasi Pada Model Lengkap

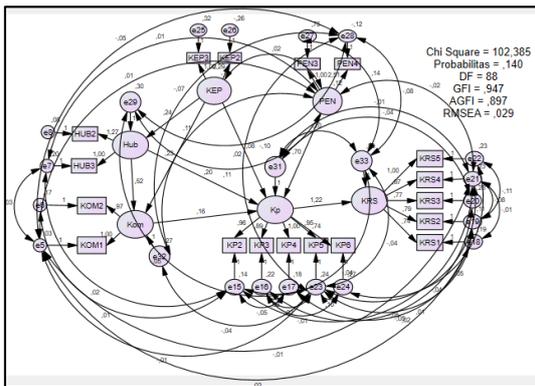
Dari hasil uji konfirmatori pada variabel eksogen dan endogen, maka disusun model lengkap dengan mengkorelasikan semua variabel berdasarkan kerangka teoritis dan hipotesis yang diajukan. *Output* lengkap ditunjukkan pada gambar 5.



Gambar 5. Output Model Lengkap

Dari hasil *output* pada model lengkap diketahui bahwa ditinjau dari kriteria *Chi Square* model tersebut belum fit karena nilai *Chi square*= 345,911, $p=0$, $GFI=0,880$, $AGFI=0,815$, dan $RMSEA=0,089$ Sehingga perlu dilakukan modifikasi data sesuai dengan analisis hasil *output*,

Dengan mengganti data dan melakukan perbaikan dengan *modification indices*, maka akan didapatkan model seperti pada gambar 6 berikut ini.



Gambar 6. Model Lengkap

Dari gambar 6 didapatkan nilai *Chi Square* mengalami penurunan dari 336,068 menjadi 102,385, nilai probabilitas dari $p=0$ menjadi 0,140, nilai GFI dari 0,852 menjadi 0,947, nilai $AGFI$ dari 0,773 menjadi 0,897 dan $RMSEA$ dari 0,101 menjadi 0,029 dan kriteria tersebut model sudah dianggap fit.

Tabel 7. Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P
Hub <--- KEP	,241	,088	2,750	,006
Kom <--- Hub	,517	,086	6,048	***
Kom <--- KEP	,234	,082	2,841	,004
Kp <--- KEP	,085	,063	1,344	,179
Kp <--- Hub	,201	,109	1,836	,066
Kp <--- Kom	,158	,148	1,069	,285
Kp <--- PEN	,698	,237	2,948	,003
KRS <--- Kp	1,215	,162	7,484	***
HUB3 <--- Hub	1,000			
HUB2 <--- Hub	1,269	,152	8,373	***
KOM1 <--- Kom	1,000			
KOM2 <--- Kom	,973	,099	9,865	***
KRS5 <--- KRS	1,000			
KRS4 <--- KRS	,967	,086	11,199	***
KRS3 <--- KRS	,770	,072	10,657	***
KP4 <--- Kp	1,000			
KP3 <--- Kp	,887	,074	12,012	***
KP2 <--- Kp	,957	,083	11,549	***
KRS2 <--- KRS	,788	,066	11,854	***
KRS1 <--- KRS	,740	,058	12,757	***
KP5 <--- Kp	,954	,102	9,391	***

	Estimate	S.E.	C.R.	P
KP6 <--- Kp	,741	,083	8,907	***
KEP3 <--- KEP	1,000			
KEP2 <--- KEP	2,293	,804	2,852	,004
PEN3 <--- PEN	1,000			
PEN4 <--- PEN	2,513	,923	2,722	,006

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa pengaruh hubungan variabel KEP dengan HUB tidak signifikan karena *p-value* (0,006) lebih besar dari 0,001. Begitu juga untuk hubungan antara KEP dengan KOM, KEP dengan KP, HUB dengan KP, KOM dengan KP dan PEN dengan KP, semuanya tidak signifikan karena nilai *p* lebih besar dari 0,001. Pengaruh hubungan yang signifikan terdapat pada hubungan antara HUB dengan KOM dan hubungan antara KP dengan KRS.

Tabel 8. Standardized Regression Weights

	Estimate
Hub <--- KEP	,174
Kom <--- Hub	,476
Kom <--- KEP	,155
Kp <--- KEP	,055
Kp <--- Hub	,181
Kp <--- Kom	,154
Kp <--- PEN	,397
KRS <--- Kp	,974
HUB3 <--- Hub	,783
HUB2 <--- Hub	,932
KOM1 <--- Kom	,964
KOM2 <--- Kom	,819
KRS5 <--- KRS	,852
KRS4 <--- KRS	,875
KRS3 <--- KRS	,793
KP4 <--- Kp	,828
KP3 <--- Kp	,757
KP2 <--- Kp	,844
KRS2 <--- KRS	,878
KRS1 <--- KRS	,792
KP5 <--- Kp	,794
KP6 <--- Kp	,659
KEP3 <--- KEP	,581
KEP2 <--- KEP	1,199
PEN3 <--- PEN	,377
PEN4 <--- PEN	1,087

Berdasarkan tabel 8, terdapat 16 elemen yang berpengaruh positif terhadap setiap elemen lainnya. Diketahui bahwa seperti KP (kinerja pemasok) berpengaruh positif terhadap KRS (kinerja rantai pasok) dengan koefisien *standardized regression* sebesar 0,974 (H7 diterima). Demikian juga untuk hipotesa yang lain, semuanya diterima dan berpengaruh positif.

Tabel 9. *Square Multiple Correlations Model Akhir*

	Estimate
Hub	,030
Kom	,276
Kp	,441
KRS	,118
PEN4	1,182
PEN3	,142
KEP2	1,437
KEP3	,338
KP6	,434
KP5	,560
KRS1	,627
KRS2	,771
KP2	,713
KP3	,574
KP4	,686
KRS3	,501
KRS4	,688
KRS5	,726
KOM2	,671
KOM1	,929
HUB2	,868
HUB3	,613

Berdasarkan *output square multiple correlations* pada tabel 9 dapat diketahui nilai koefisien determinasi masing-masing variabel. Sebagai contoh variabel KP (kinerja pemasok) memiliki nilai estimasi sebesar 0,441, berarti bahwa variabel kinerja pemasok yang dapat dijelaskan oleh Kep, Kom, Hb, dan Pen sebesar 44,10% sedangkan 55,90% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai *squared multiple correlations* yang lebih kecil dari 0,5 dianggap bahwa variabel *antecedence* tidak bisa menjelaskan variabel *consequens*. Berdasarkan *output* model pada tabel 9, maka dapat disimpulkan semua variabel *antecedence* bisa menjelaskan variabel *consequens* karena nilai R^2 lebih besar dari 0,5.

Pada diagram *output* model akhir pada gambar 6 terdapat korelasi antara error measurement pada beberapa indikator. Hal ini terjadi karena dua atau lebih indikator variabel laten dalam sebuah model secara sistematis dipengaruhi oleh sebuah faktor yang secara eksplisit tidak dimasukkan ke dalam model. Sebagai contoh terdapat korelasi antar *error measurement* pada indikator Hub3 (e7) dan Kp2 (e15). Pertanyaan berkaitan dengan indikator Hub3 berkaitan dengan kinerja pemasok yaitu kualitas produk. Kedua pertanyaan tersebut

memiliki korelasi karena dalam menentukan/ mendesain kualitas produk itu harus sesuai dengan yang diinginkan/dibutuhkan

pelanggan/perusahaan pembeli jadi pemasok harus mempunyai tingkat perhatian yang sungguh-sungguh terhadap masalah yang dihadapi perusahaan pembeli terkait dengan produk seperti apa yang sebenarnya diinginkan oleh *partner*-nya tersebut. Oleh karena itu, keduanya memiliki keterkaitan sehingga *error measurement* kedua indikator tersebut saling berkorelasi.

Dari pengembangan model yang diusulkan menggunakan metode SEM dapat diketahui estimasi kekuatan hubungan antara beberapa variabel beserta indikator-indikator signifikan untuk keberhasilan kinerja perusahaan sebagaimana yang dihipotesiskan dalam model usulan. Metode estimasi yang digunakan adalah *Maximum Likelihood (ML)*, yaitu dengan mencari nilai parameter yang paling memungkinkan menghasilkan kovarians atau korelasi tertinggi dari data yang ada. Pendekatan ini menurut para ahli dapat digunakan untuk data yang bermasalah dengan nonnormalitas. Namun demikian metode ML ini sangat sensitif terhadap non-normalitas data sehingga muncul metode estimasi lain seperti *Weighted Least Square (WLS)*, *Generalized Least Square (GLS)* dan *Asymptotically Distribution Free (ADF)* (Ghozali, 2008).

Uji kecocokan model dalam laporan ini menggunakan beberapa kriteria, antara lain *Chi Square*, Probabilitas, GFI, AGFI, dan RMSEA. Walaupun dalam model akhir didapatkan nilai *Chi Square* (102,385) yang tinggi, namun probabilitas diatas 0,05 yaitu 0,140, nilai GFI dan AGFI lebih besar sama dengan 0,8 yaitu GFI sebesar 0,947 dan AGFI 0,897 sedangkan nilai RMSEA dibawah 0,08 yaitu 0,029 maka model dianggap cocok. Hal ini karena belum ada kesepakatan kriteria *goodness of fit* mana yang benar-benar fit. Nilai *Chi Square* yang tinggi dapat disebabkan karena data yang tidak terdistribusi normal secara multivariat. Nilai *Chi Square* yang tinggi relatif terhadap *degree of freedom* menunjukkan bahwa matriks kovarian atau korelasi yang diobservasi dengan yang diprediksi berbeda secara nyata dan ini dapat menyebabkan

probabilitas (p) yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α). Usaha untuk menurunkan *Chi Square* dilakukan dengan memodifikasi model (*modification indices*).

Untuk memenuhi syarat asumsi yang harus dipenuhi dengan *maximal likelihood*, pada laporan ini dilakukan pengujian normalitas data. Dari hasil pengujian didapatkan bahwa data berdistribusi normal. Untuk memperbaiki kenormalan data, dilakukan evaluasi *outlier* dengan cara menghilangkan data ekstrim yang berbeda jauh dari nilai *centroid*-nya. Dari 269 observasi, setelah diuji *outlier*-nya data tinggal 198 observasi yang kemudian digunakan untuk estimasi model.

Berdasarkan *output* model, diketahui bahwa tidak semua variabel *antecedence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *consequens*. Demikian juga bahwa tidak semua hipotesa diterima. Namun semua variabel *antecedence* bisa menjelaskan variabel *consequens* karena nilai R^2 lebih besar dari 0,5.

Kesimpulan

Berdasarkan pada Analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan uji konfirmatori analisis, indikator konstruk yang digunakan untuk menyusun model akhir signifikan untuk mengukur variabel latent eksogen maupun endogen.
2. Metode estimasi yang digunakan adalah *Maximum Likelihood* (ML), yaitu dengan mencari nilai parameter yang paling memungkinkan menghasilkan kovarians atau korelasi tertinggi dari data yang ada.
3. Dari hasil pengujian diperoleh bahwa data tidak berdistribusi normal secara multivariat dengan nilai *critical ratio* 15,201.
4. Secara keseluruhan model usulan fit bila ditinjau dari probabilitas, GFI, AGFI, dan RMSEA, namun tidak fit bila ditinjau dari nilai *Chi Square*. Namun karena belum ada kesepakatan kriteria *goodness of fit* mana yang benar-benar fit, maka dapat disimpulkan bahwa model usulan adalah fit.
5. Dari uji hipotesa disimpulkan bahwa:
 - a. Komunikasi dan kolaborasi perusahaan dan pemasok berpengaruh positif terhadap kinerja pemasok (H1

diterima) dan hubungan tersebut signifikan.

- b. Kepercayaan pembeli terhadap pemasok berpengaruh positif terhadap hubungan pembeli-pemasok (H2 diterima) dan hubungan tersebut signifikan.
- c. Kepercayaan pembeli terhadap pemasok berpengaruh positif terhadap komunikasi dan kolaborasi perusahaan dan pemasok (H3 diterima).
- d. Kepercayaan pembeli terhadap pemasok berpengaruh positif terhadap kinerja pemasok (H4 diterima) dan hubungan tersebut signifikan.
- e. Hubungan (komitmen) pembeli dan pemasok berpengaruh positif terhadap komunikasi dan kolaborasi perusahaan dan pemasok (H5 diterima) dan hubungan tersebut signifikan.
- f. Hubungan (komitmen) pembeli dan pemasok berpengaruh positif terhadap kinerja pemasok (H6 diterima).
- g. Pengembangan pemasok berpengaruh positif terhadap kinerja pemasok (H7 diterima) tetapi berdasarkan nilai *p value* hubungan tersebut tidak signifikan.
- h. Kinerja pemasok berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan (H8 diterima) dan hubungan tersebut signifikan.

Daftar Pustaka

- [1] Akbar. Pri Gustari, et. al. 2015. Usulan Indikator Evaluasi Pemasok Dalam Penetapan Bidder List: Studi Kasus Pengadaan Jasa Pt. Semen Padang. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*. Vol 14, No.1, Hal. 36-50.
- [2] Dedie S. Martadisastra. Kinerja Pemasok Dalam Rantai Pasokan Makanan Kemasan : Suatu Kajian Kasus Di Indonesia. *Kompetensi - Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol.12, No.1, Hal. 89-102.
- [3] Gorton matthew et al. 2015. Power, Buyer Trustworthiness and Supplier Performance: Evidence From The Armenian Dairy Sector. *Industrial*

- Marketing Management. Vol.50, Hal.69–77.
- [4] Hassan, Sallaudin et al. 2015. Supplier Performance Management at Higher Education Institutes. International Accounting and Business Conference 2015, IABC 2015. *Procedia Economics and Finance* 31 (2015): 671 – 676. Johor, Malaysia.
- [5] Ho Li-Hsing et al. 2012. Using Modified Ipa To Evaluate Supplier's Performance: Multiple Regression Analysis and DEMATEL Approach. *Journal Expert Systems with Applications*. Vol.39, Hal. 7102-7109.
- [6] Jabbour, L.S. & Jabbour, J.C. 2009. Are Pemasok Selection Criteria Going Green? Case Studies Of Companies In Brazil. *Industrial Management & Data Systems*. Vol.9, No.4, Hal.477-495.
- [7] Kusrini, Elisa. 2011. Pengaruh Kolaborasi Terhadap Performansi Supply Chain Management: Metode Structural Equation Modeling.
- [8] Lukhoba, Effie Josephine & Muturi, willy. 2015. Effect of Supplier Development On Supplier Performance: A Survey Of Food Manufacturing Companies In Kisumu County. *International journal of economics, commerce, and management*. Vol.3, Hal.1146-1159.
- [9] Mathis, Robert., Jackson, John. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Salemba empat.
- [10] Min, Xue et al. 2018. Evaluation of supplier performance of high-speed train based on multi-stage multi-criteria decision-making method. *Journal Knowledge-Based Systems*. Hal.1-14
- [11] Muhammad. Mubaroq Rayan dan Sumarauw Jacky S. B. 2014. Evaluasi Kinerja Manajemen Rantai Pasok Pada Pemasok Daging Ayam, Jeky PM. *Jurnal EMBA*. Vol 2, No.4, Hal.195-202.
- [12] Paparoidamis et al. 2017. The Role Of Supplier Performance In Building Customer Trust and Loyalty: A Cross-Country Examination. Article in press. *Industrial marketing management*.
- [13] Paradipta, Adila et al. 2013. *Sistem Evaluasi Kinerja Supplier Di PT. XYZ*. Jakarta. Teknik Industri Binus University.
- [14] Rahmasari, Lisda. 2011. Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja perusahaan dan Keunggulan Bersaing. Vol.2, No.3, Hal. 89-103.
- [15] Sukriyadi. 2013. *Evaluasi Kinerja Supplier Bahan Baku Benang Dengan Menggunakan Pendekatan Fuzzy Data Envelopment Analysis (Studi Kasus di PT GKBI)*. Yogyakarta. Skripsi Teknik Industri UIN SuKa.
- [16] Tarigan. 2010. Dukungan Manajemen Puncak terhadap *Strategic Purchasing* dalam Berkomunikasi dan Berkolaborasi dengan Supplier untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, Vol.11, No. 2, Hal. 126-133.
- [17] Tungjitjarun et al. 2012. The Impact of Supplier Development on Supplier Performance: the Role of Buyer-Supplier Commitment, Thailand. *European Journal of Business and Management*. Vol 4, No.16, Hal. 183-193.
- [18] Wibowo. 2010. *Manajemen Kinerja*. Jakarta. Rajawali Press.
- [19] Wibowo. 2009. *Manajemen Kinerja*. Jakarta. Raja Grafindo Perkasa.
- [20] Widiyanesti, Sri dan Retno, Setyorini. 2012. Penentuan Kriteria Terpenting Dalam Pemilihan *Supplier* di *Family Business* Dengan Menggunakan Pendekatan *Analytic Hierarchy Process* (Ahp) (Studi Kasus Pada Perusahaan Garmen PT. X). *Jurnal Riset Manajemen*. Vol.1, No.1, Hal.45-58.