BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

A.1. Gambaran umum manajemen Rantai pasokan

Supply chain management menurut Heizer dan Render (2015) adalah integrasi aktivitas untuk mendapatkan material dan servis, mengubahnya menjadi barang setengah jadi dan barang jadi dan mengirimkan kepada konsumen. Aktivitas ini termasuk juga aktivitas pembelian, aktivitas outsourching yang ditambah dengan fungsi lain yang penting untuk hubungan antara supplier dan distributor.

Manajemen rantai pasokan adalah sistem yang menerapkan pendekatan secara total untuk mengelola seluruh aliran informasi, bahan, dan jasadari bahan baku melalui pabrik dan gudang ke konsumen akhir. *Supply chain* menurut Russel (2000) adalah suatu rantai pasokan yang terbentuk dari organisasi, sumber dan proses yang saling berhubungan yang membentuk dan mengirimkan produk dan jasa kepada konsumen akhir. Dimana rantai pasokan ini meliputi semua fasilitas, fungsi dan aktivitas yang berhubungan dengan produksi dan pengiriman produk atau jasa, dari supplier kepada konsumen.

Dari beberapa definisi manajemen rantai pasokan di atas, maka disimpulkan manajemen rantai pasokan adalah suatu metode yang menintegrasikan pengelolaan aliran informasi, produk, barang dan jasadalam fungsi manajemen rantai pasokan dengan pendekatan yang terintegrasi.

Dari konsep manajemen rantai pasokanmemiliki beberapa penetapan yang meliputi: 1. Pengangkutan, 2. Pentransferan kreditdan tunai, 3. Pemasok *(supplier*), 4. Distributor dan Bank, 5. Utang dan Piutang, 6. Pergudangan, 7. Pemenuhan pesanan, 8.pembagian informasi mengenai peramalan pada permintaan, produksi dan kegiatan pada pengendalian persediaan. Dimana penetapan diatas membuat sebuah rantai pasokan yang fokus terhadap memaksimalkan nilai kepada konsumen yang dituju.

Strategi dalam rantai pasokan Menurut Heizer and Render (2011) perusahaan harus memutuskan suatu strategi rantai pasokan dalam memperoleh barang dan jasa dari luar. Beberapa strategi tersebut antara lain:

a) Banyak Pemasok

Dengan strategi banyak pemasok, pemasok dapat menanggapi permintaan dan spesifikasi permintaan penawaran, dengan pesanan yang umumnya akan jatuh ke pihak yang memberikan penawaran rendah.

b) Sedikit Pemasok

Strategi yang memiliki sedikit pemasok yang beranggapan bahwa dari pada mencari atribut jangka pendek, seperti biaya rendah, pembeli lebih ingin menjalin hubungan jangka panjang dengan pemasok yang setia. Penggunaan pemasok yang hanya sedikit dapat menciptakan nilai dengan memungkinkan pemasok memiliki skala ekonomi dan kurva belajar yang menghasilkan biaya transaksi dan biaya produksi yang lebih rendah.

c) Integrasi Vertikal

Integrasi vertikal mengembangkan kemampuan untk memproduksi barang atau jasa yang sebelumnya dibeli atau membeli perusahaan pemasok atau distributor. Integrasi vertikal dapat mengambil bentuk integrasi maju atau mundur. Integrasi mundur

menyarankan perusahaan untuk membeli pemasoknya. Integrasi maju menyarankan produsen komponen untuk membuat produk jadi.

d) Jaringan Keiretsu

Keiretsu merupakan sebuah istilah bahasa Jepang untuk menggambarkan para ng menjadi bagian dari sebuah perusahaan. Anggota keiratsu dipastikan memiliki hubungan jangka panjang dan karenanya diharapkan dapat berperan sebagai mitra yang memberikan keahlian teknis da kestabilan mutu produksi.

e) Perusahaan Virtual

Perusahaan yang mengandalkan beragam hubungan pemasok untuk menyediakan jasa atas permintaan yang diinginkan. Juga dikenal sebagai korporasi berongga atau perusahaan jaringan.

Dalam membentuk sebuah jaringan rantai pasokan yang kuat berikut faktorfaktor yang mempengaruhi keberasilan sebuah manajemen rantai pasokan

a. Produksi

Produksi mengenai keputusan strategis berfokus pada apa yang diinginkan pelanggan dan permintaan pasar tahap pertama ini dalam mengembangkan rantai suplai kelincahan mempertimbangkan apa dan berapa banyak produk untuk memproduksi, dan apa, jika ada, suku cadang atau komponen harus diproduksi di mana tanaman atau outsourcing untuk mampu pemasok.. Keputusan strategis ini mengenai produksi juga harus fokus pada kemampuan, kualitas dan volume barang, perlu diingat bahwa permintaan dan kepuasan pelanggan harus dipenuhi. Keputusan operasional, di sisi lain, fokus pada penjadwalan beban kerja, pemeliharaan peralatan dan segera bertemu klien / permintaan pasar Pengendalian kualitas dan keseimbangan beban kerja adalah isu-isu yang perlu dipertimbangkan ketika membuat keputusan tersebut.

b. *Supply*

Suatu organisasi harus dapat menentukan apa fasilitas yang mereka mampu menghasilkan, baik secara ekonomis dan efisien, sekaligus mempertahankan kualitas tinggi tapi kebanyakan perusahaan tidak dapat memberikan performa yang baik dengan pembuatan dari semua komponen. *Outsourcing* merupakan alternatif yang sangat tepat untuk dipertimbangkan untuk produk-produk dan komponen yang tidak dapat diproduksi secara efektif oleh organisasi .

c. Inventaris

Lebih lanjut keputusan strategis berfokus pada inventarisasi dan berapa banyak produk harus di-rumah sebuah keseimbangan ada antara terlalu banyak persediaan, yang biaya dapat di mana saja antara 20 dan 40 persen dari nilai mereka, dan tidak cukup persediaan untuk memenuhi permintaan pasarIni merupakan isu penting dalam manajemen rantai pasokan yang efektif Keputusan inventaris operasional berkisar tingkat optimal saham di setiap lokasi untuk memastikan kepuasan pelanggan sebagai tuntutan pasar berfluktuasi. Kontrol kebijakan harus melihat pada tingkat yang benar untuk menentukan persediaan pada poin ketertiban dan menyusun ulang. Tingkat ini sangat penting untuk operasi harian organisasi dan untuk menjaga tingkat kepuasan pelanggan

d. Lokasi

Lokasi keputusan tergantung pada permintaan pasar dan penetapan kepuasan pelanggan.Keputusan strategis harus berfokus pada penempatan tanaman produksi,

distribusi dan fasilitas penyimpanan, dan menempatkan mereka di lokasi utama untuk melayani pasar setelah pasar pelanggan ditentukan

e.Transportasi

Transportasi keputusan strategis berkaitan erat dengan keputusan persediaan serta memenuhi permintaan pelanggan

f. Informasi

Manajemen rantai pasokan yang efektif memerlukan informasi-informasi yang cepat dan akurat dari titik akhir penggunaan, dan sumber-sumber informasi yang menghubungkan pada seluruh rantai .

A.2 Kerangka Teori

1. Kinerja Rantai Pasokan

Pengukuran kinerja rantai pasokan bertujuan untuk mendukung tujuan, evaluasi, kinerja dan penentuan aksi dimasa depan pada tingkat strategi, taktik, dan operasional. untuk dapat mengoptimalkan kinerja rantai pasokan dengan baik,sehingga dapat efektif dan efisien , diperlukanya adanya pengukuran kinerja rantai pasokan, dengan adanya pengukuran tersebut kita dapat memahami tentang manajemen rantai pasokan dan dapat memperbaiki kinerjanya agar dapat lebih baik lagi.

a. Definisi Kinerja Rantai Pasokan

Levi et.al. (2004) Kinerja rantai pasokan merupakan hasil dari berbagai upaya yang dilakukan setiap anggota rantai pasokan untuk memenuhi tujuan akhir rantai

pasokan, yakni kepuasan konsumen. Makara (2015) menemukan kepercayaan memberikan efek yang signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Penelitian Mamad dan Chahdi (2013) mengkonfirmasi bahwa kepercayaan merupakan faktor utama kolaborasi anggota rantai pasokan.

Hasil serupa juga ditunjukkan Ryu *et al.* (2009) yang berpendapat selain meningkatkan kolaborasi, kepercayaan (*trust*) sangat penting dalam membangun komitmen. Perusahaan yang percaya pada integritas mitranya akan memiliki niat yang lebih tinggi untuk melanjutkan kerja sama dengan mitra tersebut (Cambra dan Polo, 2011; Wu *et al.(*2014). Komitmen dan kepercayaan merupakan faktor utama yang mendukung kolaborasi perusahaan dengan *supplier* (Stefani dan Sunardi, 2014). Chandra dan Kumar (2000) lebih lanjut mengatakan bahwa kinerja rantai pasokan ditentukan oleh tingkat kepercayaan perusahaan terhadap pemasoknya, dan fleksibilitas organisasi.

b. Indikator Kinerja Rantai Pasokan

1. Reliabilitas, konsistensi atau keandalan terhadap penyediaan mutu produk yang sesuai, ketersediaan barang atau produk, waktu penyerahan
2. Fleksibilitas, merupakan tanggung jawab setiap elemen yang berada dalam supply chain, baik itu internal perusahaan, yakni departemen-departemen yang ada dalam perusahaan maupun eksternal perusahaan mulai supplier, distributor, retailer termasuk pihak yang mmbantu dalam penyedian informasi .(Swafford,et.al 2000)
3. Biaya, Biaya adalah pengorbanan sumber daya atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat di saat sekarang atau di masa yang akan datang bagi perusahaan.

4. Utilitas, Istilah utilitas itu sendiri sering diartikan sebagai: *the satisfaction that a consumer receives from the goods and services that he or she consumes*. Kepuasan dalam konsumsi ini sudah barang tentu syarat nilai dan sangat subyektif yang tidak mudah dilakukan pengukuran-pengukuran. Namun demikian, para ekonomis telah banyak yang berikhtiar bagimana teorisasi ini bisa dilakukan untuk analisis lebih memadai terhadap perilaku konsumen, dan pada gilirannya perilaku permintaan, level individual dan pasar.

2. Teori Kepercayaan

a. Definisi Kepercayaan

Kepercayaan adalah kemauan seseorang yang bertumpu pada orang lain dimana kita terlebih dahulu memiliki keyakinan terhadap orang tersebut. Ketika seseorang akan mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada orang yang kurang dipercayai (Moorman, 1993). Ahda (2009) kepercayaan sebagai keyakinan atau harapan positif yang diperoleh melalu pertukaran dengan mitra dalam suatu sistem rantai pasokan. 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*. Tingginya tingkat kolaborasi, baik dengan *supplier* dan pelanggan, mengarah pada perbaikan kinerja (Makara, 2015). Hubungan yang baik dengan mitra dibangun atas dasar kepercayaan.

Kepercayaan dapan meningkatkan daya saing dan mengurangi biaya transaksi (Noordewier et al,1990). Suatu kerja sama dapat juga terlibat dalam hubungan yang

strategis dengan para penyalur,yang kemudian akan mengakibatkan kebutuhan tingkat kepercayaan dan komitmen lebih tinggi (Su et al.2008). Kepercayaan adalahsebagai suatu keyakinan bahwa pernyataan pihak lain dapat diandalkan untuk memenuhi kewajibannya. Rasa percaya seseorang yang akan muncul dalam perilakunya ditentukan oleh factor-faktor informasi, pengaruh dan pengendalian. Kepercayaan akan meningkat bila seseorang atau suatu pihak mau bersikap terbuka terhadap pengaruh dari pihak lain (Zand, 1972).

Semakin tinggi tingkat kepercayaan akan menyebabkan tujuan bersama menjadi semakin jelas dan memudahkan komunikasi dalam pemecahan masalah manajerial.Selain faktor-faktor diatas, timbulnya tingkat kepercayaan dipengaruhi oleh pengalaman di masa lalu.Pengalaman positif yang konsisten di masa lalu dengan satu pihak akan meningkatkan rasa saling percaya sehingga akan menumbuhkan harapan akan hubungan yang baik dimasa akan datang(Forsyth 1990:380).

Kepercayaan antar pemasok dan perusahaan akan meningkat bila informasi dinilai relevan seperti barang yang dipasok oleh supplier harus sesuai dengan perjanjian perusahaan.

b. Indikator Kepercayaan pada Pemasok

Penelitian Ahda (2009) memberikan rujukan pada pemasok. Indikator yang dipergunakan dalam mengukur kepercayaan pemasok adalah

1. Komunikasi terbuka
2. Berbagi informasi
3. Kejujuran
4. Tanggung jawab

3. Komitmen

a. Definisi komitmen

Allen dan Mayer (1996) menyatakan bahwa komitmen merupakan suatu bentuk konstruk psikologis yang merupakan karakteristik hubungan anggota organisasi dengan organisasinya, dan memiliki implikasi terhadap keputusan individu untuk melanjutkan keanggotanya dalam organisasi. Studi Wetzels et.al.,(1998) menyatakatan bahwa semakin tinggi komitmen yang dibangun dari kepuasan dan kepercayaan maka akan semakin tinggi kualitas hubungan saluran antara pemasok danpenyalur.

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. Allen dan Meyer (1996) menyatakan bahwa semakin tinggi komitmen yang dapat dibangun baik oleh pemasok maupun penyalur akan memperkokoh hubungan kerja sama yang mereka bangun. Allen dan Meyer membagi komitmen kedalam tiga jenis, yakni afektif, kontinu, dan normatif.

Menurut Luthans (2013) komitmen pada organisasi merupakan suatu keadaan dimana seorang karyawan memihak pada suatu organisasi dan tujuan-tujuanya, serta berniat memelihara keanggotaan dalam organisasi itu. Komitmen menurut Anderson dan Weitz (1994) adalah bentuk nyata dari sebuah stabilitas dan kerelaan untuk berkorban demi kelanggengan sebuah hubungan pemasaran. Studi Siguaw et.,al.,(1998) merumuskan

kaian dimana kinera perusahaan diukur melalui komitmen,norma yang berlaku dan komitmen para penyalur kepada pemasok.

b. Indikator Komitmen

Indikator Komitmen Allen dan Mayer (1996) memberikan rujukan pada penelitian hubungan jangka panjang dengan pemasok. Indikaror yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1) Afektif (*affective commitment*), yaitu keterlibatan emosinal seseorang pada organisasi berupa perasaan cinta pada organisasi yang diikuti.
2) Kontinuan (*continuan commitment*), yaitu persepsi seseorang atas biaya dan resiko dengan meninggalkan organisasi saat ini. Artinya, terdapat dua aspek pada komitmen kontinyu, yaitu: melibatkan pengorbanan pribadi apabila meninggalkan organisasi dan ketiadaan alternative yang tersedia bagi orang tersebut
3) Normatif (*normative commitment*), yaitu sebuah dimensi moral yang didasarkan pada perasaan wajib dan tanggung jawab pada organisasi yang mempekerjakanya

4. Teknologi informasi

a. Definisi Teknologi Informasi

Levi *et al.* (2004) mengartikan teknologi informasi (TI) sebagai alat-alat, baik berupa perangkat keras maupun perangkat lunak, yang digunakan untuk mengetahui keberadaan informasi dan menganalisis informasi tersebut untuk mengambil keputusan yang terbaik bagi rantai pasok. Chopra dan Meindl (2007) mengistilahkan TI sebagai mata dan telinga, bahkan sebagian dari otak, dari manajemen dalam sebuah rantai pasok yang menangkap dan menganalisis informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan. Levi *et al.* (2004) mengatakan bahwa tujuan penerapan TI dalam manajemen

rantai pasokan adalah (a) mengumpulkan informasi mengenai sebuah produk mulai dari produksi sampai pengiriman dan pembelian dan menyediakan pola pandang bagi semua pihak dalam rantai pasok, (b) menyediakan akses bagi seluruh data dan informasi yang ada di dalam sistem melalui satu titik kontak (*single-point-of contact*).

Tujuannya adalah semua informasi yang tersedia baik yang untuk pelanggan atau untuk kebutuhan internal harus dapat diakses dalam satu langkah dan tetap sama terlepas dari cara untuk mengakses data tersebut baik melalui telepon, faks, atau internet, atau siapapun yang membutuhkan data tersebut, (c) menganalisis, merencanakan dan membuat *tradeoff* berdasarkan informasi dari seluruh komponen dalam sebuah rantai pasokan, dan (d) kolaborasi dengan *partner* untuk mengatasi ketidakpastian, antara lain melalui pembagian informasi untuk mencapai kinerja terbaik.

Hasil ulasan terhadap literatur menunjukkan pentingnya kepercayaan, komitmen, dan teknologi informasi dalam mendukung kinerja *supply chain*.

Menurut Vorst (2006), kinerja rantai pasok merupakan tingkat kemampuan rantai pasok tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kinerja rantai pasok merupakan hasil dari berbagai upaya yang dilakukan setiap anggota rantai pasok untuk memenuhi tujuan akhir rantai pasok, yakni kepuasan konsumen. 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

b. Implikasi Teknologi informasi dalam kinerja rantai pasokan

Menurut Li et.al. (2008) menyebutkan ada empat bentuk TI yang jika diimplementasikan akan berpengaruh terhadap kinerja rantai pasokan, empat implementasi TI tersebut antara lain:

1) Penggunaan komputer secara efektif dalam operasional dan pembuatan keputusan
2) Penggunaan internet website
3) Penggunaan *Electronic Data Interchange* (EDI)
4) DSS (*Decision Support System*) untuk patner rantai pasokan

5. Pengertian Industri

a. Pengertian Industri

Menurut Godam (2006) industri merupakan suatu proses kegiatan yang dikerjakan manusia dalam mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi lalu menjadikan barang tersebut menjadi barang jadi yang memiliki nilai ekonomi dan kegunaan yang tinggi. Menurut Minto (2000) mengatakan bahwa menjalankan usaha industri sangat dibutuhkan kegiatan produksi yang bertujuan untuk membuat barang yang akan ditawarkan dan digunakan oleh masyarakat. Proses produksi tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya alat serta benda yang dipergunakan sebagai penghasil produksi, maka factor-faktor produksi sangat diperlukan dalam proses produksi agar memperoleh barang dan jasa. Menurut Simanjuntak (1998) industri adalah suatu rangkaian dalam usaha ekonomi baik dalam pengolahan,pembuatan,perubahan bahan baku menjadi barang jadi. Pada saat itubarang tersebut menjadi berguna dan bermanfaaat bagi masyarakat.

b. Pengertian Industri Kecil

Menurut Gledoh (2001) industry kecil merupakan suatu proses dalam penyerapan tenaga kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menyediakan barang dan jasa serta dapat menghasilkan produksi untuk negara maupun luar negeri. Sehingga dalam hal ini industry kecil mampu bersaing dengan industry-industri diluar negeri karena industry kecil juga memiliki pemasaran cukup luas. Industry kecil juga memiliki potensi dalam membangun sector ekonomi, dengan adanya pendampingan serta memberikan pengetahuan secara terus menerus supaya lebih maju dan berkembang. Dengan adanya industri kecil juga dapat meningkatkan devisit Negara dan menghasilkan barang dan jasa pada harga yang terjangkau bagi masyarakat.

a). Penelitian Terdahulu

Munizu (2015), Melakukan penelitian yang berjudul " Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Rantai Pasokan . (Studi Kasus IKM Pengolahan Buah Markisa di Kota Makassar)". Sempel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 152 responden, yang terdiri berdasarkan karakteristik jeniskelamin, usia, tingkat pendidikan, dan lama berusaha. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dimana kuisioner menjadi alat pengumpul data utama, Data dianalisis menggunakan dekriptif dan partial least square-path modeling (PLS-PM). Komputasi dala menggunakan bantuan Software Smart PLS 2.0. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasokan.

Kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen. Komitmen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Teknologi informasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasokan melalui komitmen. Kepercayaan memberikan efek

langsungyang lebih kecil pada kinerja rantai pasokan dibandingkan dengan efek tidak langsung, yang dimediasi oleh komitmen, Kinerja rantai pasokan lebih dipengaruhi oleh teknologi informasi dari pada kepercayaan dan komitmen.

Bernard (2011), Melakukan penelitian yang berjudul " Analisis Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus Pada PT.Industri Jamu CapJago Semarang)". Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel mengunakan Purposive Sampling dengan jumlah responden 100, dimana para responden adalah supplier bahan baku PT.Industi Jamu Cap Jago Semarang. Alat analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM) yang dioperasikan melalui program Amos 16. Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan model yang dapat diterima dengan baik dan membuktikan bahwa: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan, Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasokan, Komitmen berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan, Komitmen berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasokan, dan Kualitas hubungan berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasokan

b). Penurunan Hipotesis.

1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasokan

Kepercayaan merupakan suatu kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan kepada orang tersebut. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan pada situasi seseorang dan konteks sosialnya. kepercayaan sebagai bentuk keyakinan bahwa pernyataan pihak lain dapat diandalkan untuk kewajibannya. Kepercayaan juga akan memberikan harapan positif yang diperoleh melalui pertukaran dengan mitra dalam suatu sistem rantai pasokan. Kepercayaan merupakan bentuk keunggulan pada hubungan kerjasama organisasional yang muncul dari sebuah keyakinan bahwa hubungan kerja sama tersebut akan memberikan manfaat seperti yang diharapkan oleh kedua belah pihak, diukur dengan indikator keterbukaan komunikasi, berbagi informasi yang penting, kejujuran, tanggung jawab, dan pengalaman. Menurut penelitian Chopra dan Meindl (2007) mengatakan bahwa salah satu unsur penting yang harus ada dan tumbuh dalam suatu sistem rantai pasokan adalah kepercayaan diantara anggota rantai pasokan.

Penelitian yang dilakukan Munizu (2017) yang berjudul pengaruh kepercayaan, komitmen, dan teknologi informasi terhadap kinerja rantai pasokan pada IKM pengelolaan buah markisa di kota Makasar diperoleh hasil bahwa Variabel kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan yang diterima atau didukung oleh fakta empiris. tinggi kepercayaan diantara anggota rantai pasokan dapat mendorong semakin baiknya sebuah rantai pasokan. Dalam Penelitian Mamad dan Chahdi (2013) mengatakan bahwa kepercayaan adalah faktor utama kolaborasi anggota rantai pasokan. Penelitian yang dilakukan (munizu dan

Hamid 2016*)* yang berjudul *How to improve supply chain performance by trust and commitment study coffe industry in Makasar* diperoleh hasil bahwa kepercayaan memberikan efek signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Berdasarkan uraian diatas serta penelitian terdahulu yang mendukung maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H1: Variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja rantai pasokan

2. Variabel Pengaruh kepercayaan terhadap variabel komitmen

Kepercayaan secara umum dianggap sebagai unsur yang mendasari dalam keberhasilan sebuah hubungan. Dalam sebuah hubugan timbal balik antara kedua belah pihak khususnya dalam har ini adalah perusahaan atau pelaku bisnis kepada para mitranya. Hubungan kepercayaan ini sangatlah dibutuhkan dalam suatu hubungan kerjasama walupun kepercayaan tersebut tidak dengan mudah diberikan. Menurut Ahda (2009) Kepercayaan berkembang menjadi sebuah tema yang semakin penting dalam sebuah hubungan organisasi, khususya dalam perubahan desain struktur organisasi yang semakin datar. Moorman (1993) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesedian untuk mempercayai orang lain dimana kepedanya seseorang dapat mempunyai keyakinan. . Menurut Ryu et.al (2009) komitmen ditentukan oleh kepercayaan. Selain meningkatkan kolaborasi , kepercayaan juga berperan penting dalam pembangunan sebuah komitmen. Penelitian yang dilakukan Munizu (2017) yang berjudul pengaruh kepercayaan, komitmen, dan teknologi informasi terhadap kinerja rantai pasokan pada IKM pengelolaan buah markisa di kota Makasar diperoleh hasil bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap

komitmen dapat dilihat dari nilai koefisien jalur (path coenfficient) sebesar 0,587 dengan nilai statistic yang lebih besar dari ttabel (8,225>1,980) hasil ini menunjukan bahwa diterima atau didukung oleh fakta empiris. Kepercayaan memiliki nilai positif signifikan .Kepercayaan yang semakin tinggi diantara anggota rantai pasokan dapat mendorong semakin kuatnya komitmen. Munizu dan Hamid (2016) menyatakan bahwa kepercayaan membawa pada terbentuknya komitmen yang kuat pada semua anggota rantai pasokan. Menurut Stefani dan Sunardi, (2014) Komitmen dan kepercayaan merupakan factor utama yang mendukung kolaborasi perusahaan dengan *supplier* . Berdasarkan uraian diatas serta penelitian terdahulu yang mendukung maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H2 : variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel komitmen

3. Pengaruh variabel komitmen terhadap kinerja rantai pasokan

Komitmen merupakan motivasi untuk memelihara hubungan dan memperpanjang hubungan. Menurut morgan dan hunt (1994) Komitmen didefinisikan 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. Menurut Anderson dan weitz dalam penelitian Ahda (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. Menurut

Penelitian Munizu 2017) yang berjudul pengaruh kepercayaan, komitmen, dan teknologi informasi terhadap kinerja rantai pasokan pada IKM pengelolaan buah markisa di kota Makasar diperoleh hasil bahwa menyatakan bahwa komitmen mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan diterima atau didukung oleh fakta empiris, variabel komitmen dalam penelitian tersebuat berpengaruh langsung terhadap kinerja rantai pasokan dilihat dari nilai koefisien jalur (path coefficient) sebesar 0,337 dengan nilai t-statistic yang lebih besar dari nilai t-tabel (3,884>1,980). Hal ini berarti bahwa komitmen yang semakin kuat diantara rantai pasokan dapat mendorong semakin baiknya kinerja rantai pasokan. (Munizu dan Hamid 2016) menyatakan bahwa komitmen yang tumbuh kuat membawa pada kinerja rantai pasokan yang semakin kuat . Berdasarkan uraian diatas serta penelitian terdahulu yang mendukung maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H3: Variabel komitmen berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja rantai pasokan .

4. Pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja rantai pasokan

Levi *et al. (*2004) mengartikan teknologi informasi (TI) sebagai alat-alat, baik berupa perangkat keras maupun perangkat lunak, yang digunakan untuk mengetahui keberadaan informasi dan menganalisis informasi tersebut untuk mengambil keputusan yang terbaik bagi rantai pasokan. Teknologi informasi dapat mempermudah adanya kerjasama antara perusahaan dan jaringan rantai pasokanya. Dengan menggunakan teknologi informasi diharapkan perusahaan dapat dengan

mudah mengaplikasikan system system yang akan meningkatkan kinerja rantai pasokanya.

Penelitian Munizu (2017) yang berjudul pengaruh kepercayaan, komitmen, dan teknologi informasi terhadap kinerja rantai pasokan pada IKM pengelolaan buah Markisa di kota Makasar diperoleh hasil bahwa menyatakan bahwa variabel teknologi informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan diterima atau didukung oleh fakta empirik. Arah pengaruh mempunyai nilai positif dan signifikan yang berartikan bahwa pengunaan suatu teknologi informasi yang semakin baik dapat mendorong pada semakin meningkatnya kinerja rantai pasokan. Menurut (Li et al. 2008) menyatakan bahwa implementasi TI secara umum diyakini dapat menjadikan factor utama dalam kesuksesan manajemen rantai pasokan dan menjadi kebutuhan dalam mengoptimalkan kinerja rantai pasokan. Perkembangan teknologi informasi yang pesat mendorong terjadinya integrasi teknologi informasi ke dalam manajemen rantai pasokan yang mampu meningkatkan profitabilitas dan efektifitas perusahaan (Marinagi et al.2014). Teknologi informasi berperan untuk memperkuat kooperasi dan koordinasi dalam rantai pasokan, serta dapat menciptakan kesempatan yang lebih baik dalam area rantai pasokan, seperti pertukaran informasi, koordinasi, aktivitas integrasi dan sensifitas. (lee et.al 2007) menegaskan bahwa integrasi rantai pasokan melalui teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja rantai pasokan. Berdasarkan uraian diatas serta penelitian terdahulu yang mendukung maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H4: variabel teknologi informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja rantai pasokan.

5. Pengaruh variabel kepercayaan terhadap kinerja rantai pasokan melalui komitmen

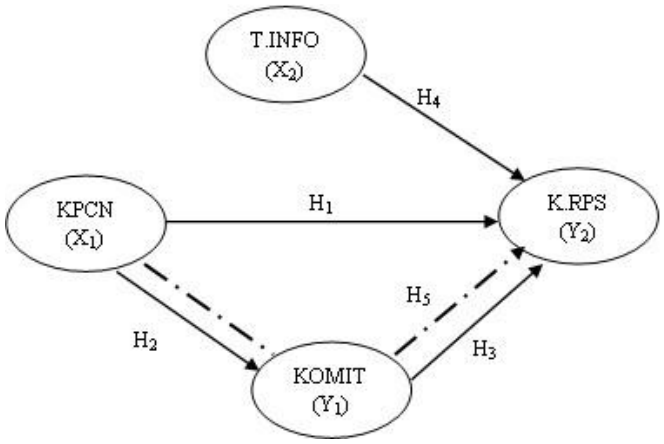
Kepercayaan merupakan suatu kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan kepada orang tersebut. Ketika sebuah kepercayaan muncul maka akan terjalin hubungan kerjasama dengan tidak melupakan sikap jujur, ketika kepercayaan yang terjalin kuat antara perusahaan dan pemasok maka akan terjadi peningkatan komitmen hubungan kerjasama, sehingga memberikan keuntungan bagi pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan rantai pasokan tersebu. Menurut Chopra dan meindl (2007) mengatakan bahwa salah satu unsur penting yang harus ada dan tumbuh dalam suatu sistem rantai pasokan adalah kepercayaan diantara anggota rantai pasokan.

komitmen yang tumbuh dengan kuat membawa pada kinerja rantai pasokan yang semakin meningkat Hamid,(2016) Penelitian yang dilakukan Munizu (2017), Menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan melalui komitmen diterima dan didukung oleh fakta yang empirik. Efek tidak langsung variabel kepercayaan lebih besar dibandingkan efek langsungnya dakam meningkatkan sebuah kinerja rantai pasokan. Oleh sebab itu, kinerja rantai pasok harus didahului dengan upaya upaya yang intens dan kontinu agar menciptakan dan menumbuhkan komitmen bersama. Heizer dan Render (2010) menyatakan Kombinasi antara kepercayaan , komitmen dan dukungan teknologi informasi akan menghasilkan kinerja rantai pasokan yang lebih baik dalam hal reliabilitas, fleksibelitas, biaya, dan utilitas. Berdasarkan uraian diatas serta penelitian terdahulu yang mendukung maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H5: Pengaruh variabel kepercayaan terhadap kinerja rantai pasokan melalui variabel komitmen memiliki pengaruh positif signifikan.

c). Kerangka Berfikir

Berdasarkan teoritis di atas maka kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat digambarkan dengan model penelitian sebagai berikut:



Gambar 3.1 Model

Penelitian

Keterangan:

KPCN = Kepercayaan; TINFO = Teknologi Informasi; KOMIT = Komitmen; KRPS = Kinerja Rantai Pasokan; H1= Pengaruh X1 terhadap Y2; H2 = Pengaruh X1 terhadap Y1; H3 = Pengaruh Y1 terhadap Y2; H4 = Pengaruh X2 terhadap Y2; dan H5 = Pengaruh X1 terhadap Y2 melalui Y.