

## BAB II

### TINJUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. *Information Sharing* (Berbagi Informasi).

Agar dapat bersaing dan bertahan dalam perekonomian saat ini perusahaan sangat perlu untuk membuat, berbagi dan menyebarluaskan pengetahuan dan informasi terbaru yang tepat (Nunes *et al*, 2006). Untuk mendapatkan keunggulan yang kompetitif, banyak perusahaan kini lebih berfokus pada sistem rantai pasokannya dan memiliki strategi untuk tetap unggul (Lotfi *et al*, 2013). Penting untuk perusahaan dan pemasok dalam hubungan kerjasama harus terus bisa untuk berbagi informasi terkini yang terkait.

*Information sharing* berarti mendistribusikan informasi yang bermanfaat untuk sistem, orang atau organisasi. Istilah *information sharing* juga bisa disebut sebagai berbagi pengetahuan atau integrasi informasi. Ada banyak informasi dalam rantai pasokan seperti persediaan logistik, strategi, biaya, dan banyak lagi lainnya (Sun & Yen, 2005).

*Information sharing* merupakan intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya dalam saling berbagi informasi pada partner yang berkaitan dengan strategi bisnis bersama. *Information sharing* juga memungkinkan anggota rantai pasok untuk mendapatkan, menjaga, dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan untuk memastikan pengambilan keputusan menjadi efektif, dan merupakan faktor yang mampu mempererat

elemen-elemen kolaborasi secara keseluruhan oleh karena itu kemacetan industri dapat dikurangi dengan adanya *information sharing* (Simatupang & Sridharan, 2002).

*Information sharing* (pembagian informasi) adalah aliran komunikasi secara terus menerus antara mitra kerja baik formal maupun informal dan berkontribusi untuk suatu perencanaan serta pengawasan yang lebih baik dalam sebuah rangkaian (Miguel & Brito, 2011).

Menurut Chopra dan Meindl (2007) informasi harus mempunyai karakteristik agar dapat berguna dalam pengambilan keputusan rantai pasok, diantaranya adalah akurat, tepat, dapat diakses pada saat dibutuhkan. Keberhasilan sistem rantai pasok sangat tergantung pada sistem informasinya, dengan adanya informasi pemasok dalam rantai pasokan juga dapat diperhitungkan (Pujawan & Mahendrawathi, 2010).

Kurangnya koordinasi dari pihak-pihak yang terlibat dalam *supply chain* akan menimbulkan distorsi Informasi yang disebut dengan fenomena *bullwhip effect* (Parwati & Andrianto, 2009). Sedangkan *Bullwhip Effect* itu sendiri didefinisikan oleh Susilo (2008 dalam Mahardhika, 2014) sebagai peningkatan variabilitas permintaan yang terjadi pada setiap level *supply chain* sebagai akibat adanya distorsi informasi. Informasi yang tidak akurat atau informasi yang terdistorsi pada setiap level *supply chain* dari bawah ke atas dapat menimbulkan beberapa masalah penting, diantaranya persediaan yang berlebihan, pengiriman yang tidak efektif, kesalahan penjadwalan, dll.

## 2. Kepercayaan.

Secara umum kepercayaan dipandang sebagai dasar bagi keberhasilan suatu hubungan. Dalam sebuah hubungan timbal balik khususnya antara perusahaan dengan mitranya, kepercayaan sangat dibutuhkan. Sridharan & Simatupang (2013) mengatakan bahwa dengan hadirnya kepercayaan, perusahaan dan mitra akan saling berupaya mengatasi perbedaan untuk kepentingan semua anggotanya.

Kepercayaan merupakan sebuah pondasi dalam bisnis. Membangun hubungan jangka panjang dengan pemasok adalah salah satu hal penting untuk menciptakan loyalitas. Kepercayaan tidak dapat secara singkat diakui oleh mitra bisnis, melainkan dibangun sedari awal dan dapat dibuktikan. Menurut Swanetal, (1998 dalam Ahmadi, 2009) kepercayaan adalah bentuk keunggulan pada hubungan kerjasama yang muncul dari sebuah keyakinan akan hubungan kerjasama yang memberikan manfaat seperti yang diharapkan kedua belah pihak.

Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan untuk dapat mempercayai pihak lain dimana kepadanya seseorang dapat mempunyai keyakinan (Moorman et al, 1993). Kepercayaan kepada pemasok mempunyai arti kemauan untuk bertumpu pada partner penukaran dan pada siapa orang memiliki keyakinan (Susanto, 2006 dalam Bernard, 2011).

Kepercayaan digambarkan sebagai hal yang kompleks mencakup integritas, reabilitas (Doney & Cannon, 1997 dalam Bernard, 2011). Kepercayaan juga dapat digambarkan sebagai keberadaan ketika sebuah

pihak memiliki kepercayaan dengan pihak dalam hubungan kerjasama yang dapat dipercaya dan memiliki integritas.

Kepercayaan disebutkan dalam berbagai penelitian hubungan kerjasama sebagai variabel penentu keberhasilan dan kualitas hubungan jangka panjang. Heizer & Render (2015) mengungkapkan bahwa kepercayaan ialah hal yang sangat penting dalam rantai pasokan yang efisien dan efektif. Kepercayaan antar pihak dalam rantai pasokan dibutuhkan untuk melakukan aktivitas operasional maupun dalam merencanakan rumusan strategi. Kepercayaan bisa dipandang dari dua sisi, yaitu sebagai fasilitator terbentuknya kolaborasi melalui keterbukaan komunikasi, berbagi informasi, dan manajemen konflik (Blomqvist & Levy, 2006). Pandangan lain yaitu bahwa kepercayaan adalah hasil dari interaksi berulang antar pihak yang terkait. Dalam hal ini, kepercayaan akan tumbuh setelah proses interaksi (Chopra & Meidl, 2007).

Pada suatu sistem rantai pasokan, proses kemitraan dapat diartikan sebagai interaksi antara komitmen, kepercayaan dan kolaborasi antar perusahaan (Ryu et al, 2009). Hubungan yang baik dengan pemasok dibangun atas dasar kepercayaan. Keberhasilan hubungan kerjasama bisa dicapai melalui peningkatan kinerja yang dilandasi dengan hubungan yang baik (Ahda, 2009 dalam Munizu, 2017). Kwon & Tewon (2004) mengungkapkan bahwa keberhasilan pada kinerja perusahaan dalam rantai pasokan juga berasal dari tingginya nilai kepercayaan dan komitmen yang kuat antar pihak dalam rantai pasokan. Pada sistem rantai pasokan,

kemitraan dijabarkan sebagai interaksi antara kepercayaan, komitmen, dan kolaborasi antara pihak dalam rantai pasokan.

### 3. Komitmen.

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).

Studi Anderson dan Weitz (1994, dalam Munizu, 2017) 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. 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 (Ahda 2009, dalam Munizu, 2017).

Komitmen merupakan motivasi untuk dapat memelihara dan memperpanjang hubungan kerjasama (Handoko, 2008). Berry & 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.

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 & Johnson, 2000). Hubungan kerjasama kemitraan dalam sistem rantai pasok memiliki orientasi jangka panjang yang lahir dari pendekatan yang rasional. Hubungan kerjasama jangka panjang memerlukan komitmen dari pihak yang terlibat (Cambra & Polo, 2011).

#### 4. Kinerja Rantai Pasokan.

Suatu *supply chain management* harus bisa melakukan integrasi dengan baik agar bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan akhirnya adalah menghasilkan benefit bagi proses tersebut. Proses dalam perancangan sistem pengukuran kinerja rantai pasokan membuat perusahaan memungkinkan untuk mengetahui masalah yang ada dalam suatu proses sehingga perusahaan dapat mengambil tindakan untuk menyelesaikan masalah dan mencegah masalah tersebut menyebar. Dengan

mengamati kinerja dari rantai pasokan perusahaan dapat melakukan pencegahan apabila terdapat tanda adanya masalah dalam proses (Pujawan & Mahendrawathi, 2010).

Ronald H. Ballou *et al.* (2005, dalam Mukhsin, 2017) dalam bukunya *business logistic/supply chain management* mendefinisikan rantai pasokan sebagai seluruh rangkaian aktifitas yang berhubungan dengan aliran transformasi barang dari tahapan bahan baku sampai ke pengguna akhir, begitupun dengan aliran informasinya. Material/barang bersama-sama mengalir dari hulu ke hilir dalam rantai pasokan. Manajemen rantai pasokan adalah integrasi dari seluruh aktifitas dalam rantai pasokan , sampai meningkatkan hubungan untuk mendapatkan keunggulan bersaing.

*Supply chain management* telah menjadi praktek umum di industri karena strategis aliansi jangka panjang, hubungan pemasok dan pembeli, manajemen logistik, perencanaan bersama, pengendalian persediaan, dan berbagi informasi. Manajemen rantai pasokan yang efektif akan menyebabkan penurunan jumlah total sumber daya yang dibutuhkan untuk memberikan tingkat layanan pelanggan yang diperlukan untuk segmen tertentu dan meningkatkan layanan pelanggan melalui peningkatan ketersediaan produk dan mengurangi urutan waktu siklus (Rippa, 2009).

Perusahaan yang menekankan pada kinerja operasional pemasok dalam memenuhi kebutuhan bisnis mereka. Sebagai contoh, perusahaan yang menekankan pada pengiriman tepat waktu, dukungan teknis, meminimalkan kekurangan persediaan, dan meminimalkan kerusakan mutu

(Tungjitjatur et al, 2012). Pengetahuan tentang kinerja rantai pasokan dapat membantu meningkatkan kemampuan bisnis perusahaan secara keseluruhan karena dapat meningkatkan pemahaman dan kerjasama antara anggota rantai pasokan (Rashed et al, 2010).

Pengintegrasian aktifitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan, seluruh aktifitas tersebut mencakup pembelian dan outsourcing, ditambah fungsi lain yang penting bagi hubungan antara pemasok dan distributor merupakan rangkaian aktifitas dalam manajemen rantai pasokan menurut Heyzer & Render (2015), termasuk di dalamnya pendekatan dengan pemasok yang meliputi tidak hanya pembelian tetapi pendekatan secara menyeluruh untuk mengembangkan nilai maksimal rantai pasokan. Desain rantai pasokan, perencanaan, dan keputusan operasi memberikan peranan yang penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi (Chopra & Meindl, 2007).

Relasi dengan konsumen akhir adalah sebuah keharusan dalam meraih kesuksesan dalam rantai pasokan. Rantai pasokan harus dekat dengan konsumen akhir mereka untuk membentuk hubungan kerjasama dalam perencanaan permintaan (Cook & Graver, 2002). Sementara perusahaan bersaing melalui penyesuaian produk, kualitas yang tinggi, pengurangan biaya, dan kecepatan mencapai pasar, diberikan penekanan tambahan terhadap rantai pasokan.

## B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian.

**Tabel 2.1.**  
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Simplisius F. Bernard (2011)	Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Hubungan Terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus Pada PT. Industri Jamu Cap Jago Semarang)	- Kepercayaan - Komitmen - Kualitas Hubungan - Kinerja Rantai Pasokan	Hasil dari penelitian ini adalah kepercayaan positif berpengaruh terhadap kualitas hubungan dan kinerja rantai pasokan. Variabel komitmen berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan dan kinerja ranai pasokan. Variabel kualitas hubungan berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasokan.
2.	Musran Munizu (2017)	Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus Ikm Pengolah Buah Markisa di Kota Makassar)	- Kepercayaan - Komitmen - Teknologi Informasi - Kinerja Rantai Pasokan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, komitmen, dan teknologi informasi berpengaruh positif dan terhadap kinerja rantai pasokan. Kepercayaan juga berpengaruh positif terhadap komitmen. Variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasokan melalui komitmen.

Lanjutan tabel 2.1

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
3.	Majid dan Dwiyanto (2017)	Analisis Pengaruh <i>Long-Term Relationship, Information Sharing, Trust, dan Process</i> Terhadap Kinerja <i>Supply Chain Management</i> (Studi pada Industri Knalpot di Purbalingga)	- <i>Long Term Relationship</i> - <i>Information Sharing</i> - <i>Trust</i> - <i>Process Integration</i> - <i>Kinerja Supply Chain Management</i>	Hasil Penelitian ini adalah seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja <i>Supply Chain Management</i>
4.	Zainah Abdullah & Rosidah Musa (2014)	<i>The Effect of Trust and Information Sharing on Relationship Commitment in Supply Chain Management</i>	- <i>Trust</i> - <i>Information Sharing</i> - <i>Relationship Commitment</i>	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan berbagi informasi secara signifikan mempengaruhi tingkat hubungan komitmen dari pedagang besar, distributor dan pengecer dengan mitra dagang utama mereka.
5.	Long Wu, Cheng-Hung Chuang, Chien-Hua Hsu (2014)	<i>Information Sharing and Collaborative Behaviors in Enabling Supply Chain Performance: a Social Exchange Perspective</i>	- <i>Trust</i> - <i>Commitment</i> - <i>Reciprocity</i> - <i>Information Sharing</i> - <i>Supply Chain Performance</i>	Hasil penelitian menunjukkan kolaborasi ( <i>trust, commitment, and reciprocity</i> ) dan <i>information sharing</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>supply chain performance</i> .

Dalam penelitian ini terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang telah disebutkan diatas. Penelitian yang dilakukan oleh Bernard (2011) dengan metode SEM mengambil kepercayaan, komitmen, dan kualitas hubungan sebagai variabel dependen. Sedangkan untuk variabel

independennya menggunakan kinerja rantai pasokan. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Munizu (2017) yang juga menggunakan metode SEM menggunakan variabel kepercayaan, komitmen, dan teknologi informasi sebagai variabel dependen dan kinerja rantai pasokan sebagai variabel independen.

Perbedaan dalam penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Bernard (2011) dan Munizu (2017) adalah penelitian ini memodifikasi variabel kualitas hubungan dalam Bernard (2011) dan teknologi informasi dalam Munizu (2017) dengan variabel *information sharing* dikarenakan variabel ini lebih relevan hubungannya dengan keadaan dimana aliran informasi yang semakin cepat dan sangat dibutuhkan saat ini untuk menunjang hubungan dengan pemasok dan operasional bisnis UMKM.

Majid & Dwiyanto (2017) juga meneliti terkait pengaruh *Long-Term Relationship, Information Sharing, Trust, dan Process Integration* terhadap kinerja rantai pasokan yang dilakukan di Industri Knalpot Purbalingga. Perbedaan dengan penelitian ini ialah terletak pada variabel komitmen dan variabel ini pula yang nantinya akan diukur sebagai jembatan antara kepercayaan terhadap kinerja rantai pasokan.

### **C. Hipotesis**

#### **1. Hubungan *Information Sharing* terhadap Kinerja Rantai Pasokan.**

Informasi adalah sekumpulan data yang sudah dikelompokkan, diolah, dan dikomunikasikan untuk kebutuhan yang masuk akal dan bermakna atau bermanfaat (Risnandar dan Wulandari, 2010). Oleh karena itu informasi

digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan yang harus diperoleh pada saat yang tepat, secara cepat, dan memiliki kualitas yang baik. Informasi merupakan dasar pelaksanaan proses rantai pasokan. Penelitian Abdullah & Musa (2014) menemukan bahwa *information sharing* memiliki pengaruh terhadap sebuah hubungan kerjasama dalam rantai pasokan.

*Information sharing* dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki efisiensi dan efektivitas rantai pasokan dan merupakan faktor yang paling penting untuk mencapai koordinasi yang efektif dalam rantai pasokan serta menjadi pengendali di sepanjang rantai pasokan. Hal ini dikemukakan oleh Anatan (2008), pada penelitiannya dengan menggunakan variabel anteseden (fasilitator intra organisasional, dan hubungan inter organisasional) memiliki pengaruh signifikan terhadap *information sharing* dan kualitas informasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2013) yang berjudul Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Kinerja Perusahaan, menyatakan bahwa *information sharing* berpengaruh positif terhadap kinerja *supply chain management*. Selain itu penelitian dari Ferlando (2016) dan penelitian dari Mahardhika (2014) juga menyatakan hal yang sama bahwa *information sharing* berpengaruh positif terhadap kinerja *supply chain management*.

Fawcett, dkk (2007) menerangkan bahwa *information sharing* menjadi sangat penting dalam rangka merancang *supply chain management*. Ini karena informasi dapat mengatasi masalah dalam persediaan, waktu desain produk baru, memperpendek siklus pemesanan, proses *reengineering*,

dan mengatur *supply chain*. Dari literatur di atas, dapat disusun hipotesis penelitian yaitu sebagai berikut:

H1: *Information sharing* berpengaruh positif signifikan pada kinerja rantai pasokan.

## 2. Hubungan Kepercayaan terhadap Kinerja Rantai Pasokan.

Kepercayaan merupakan kemauan untuk bekerjasama dengan senang hati bersama partner bisnisnya dalam suatu rantai pasokan yang didasari oleh keyakinan yang dimiliki antar pihak yang terlibat (Bujang, 2007). Kepercayaan sangat penting dalam sebuah hubungan kerjasama karena hal tersebut dapat membantu dalam menghadapi dan memecahkan suatu masalah yang muncul dalam sebuah hubungan (Bernard, 2011).

Penelitian Mamad & Chahdi (2013) mengkonfirmasi bahwa kepercayaan adalah 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 (Wu *et al.*, 2014; Cambra & Polo, 2011). Selain itu penelitian dari Ferlando (2016) dan penelitian dari Bernard (2011) yang berjudul Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Hubungan Terhadap Kinerja Rantai Pasokan juga menyatakan hal yang sama bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap kinerja *supply chain management*.

Makara (2015) serta Munizu & Hamid (2016) menemukan kepercayaan memberikan efek yang signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Berkaitan dengan temuan ini Chopra & 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 Abdullah & Musa (2014) juga menemukan hal yang sama bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap sebuah hubungan kerjasama dalam rantai pasokan.

Menurut Bernard (2011) kepercayaan sangat penting dalam sebuah sistem rantai pasokan karena hal tersebut berperan penting dalam membangun kerjasama dan komunikasi antar pihak. Ketika adanya kepercayaan antara perusahaan dengan pemasok maka akan ada peningkatan hubungan kerjasama yang terjalin, hal ini dapat meningkatkan kualitas hubungan kerjasama dan memberikan keuntungan kepada pihak-pihak yang terlibat. Dari literatur di atas, dapat disusun hipotesis penelitian yaitu sebagai berikut:

H2: Kepercayaan berpengaruh positif signifikan pada kinerja rantai pasokan.

### 3. Hubungan Komitmen terhadap Kinerja Rantai Pasokan.

Menurut Cambra & Polo (2010), hubungan jangka panjang membutuhkan komitmen dari pihak-pihak yang terlibat. Komitmen merupakan motivasi untuk memelihara hubungan kerjasama dan memperpanjang hubungan tersebut. Komitmen haruslah menjadi variabel

penting dalam menentukan kesuksesan sebuah hubungan kerjasama. 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. Argumen tersebut juga didukung oleh Anbanandam et al. (2011) komitmen dari mitra rantai pasokan akan meningkatkan aktivitas kerja sama dan memfasilitasi transaksi informatif (Ryu et al., 2009) serta membantu menghindari konflik antar mitra rantai pasokan (Kim et al., 2009).

Penelitian yang dilakukan Munizu (2015) menyatakan komitmen yang semakin kuat antara anggota rantai pasokan dapat mendorong pada semakin baiknya kinerja rantai pasokan. Komitmen yang tumbuh dengan kuat dapat membawa kinerja rantai pasokan yang semakin baik. Komitmen berkaitan dengan keterlibatan aktif dan kontinue masing-masing individu dalam rantai pasokan untuk menentukan segala keputusannya bagi perbaikan kinerja semua anggota rantai pasokan. Dengan adanya komitmen pula dapat mengurangi ketidakpastian dan membuat hubungan menjadi lebih baik. Hipotesis penelitian yang kedua dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Komitmen berpengaruh positif signifikan pada kinerja rantai pasokan.

#### 4. Hubungan Kepercayaan terhadap Komitmen.

Kepercayaan merupakan suatu harapan untuk mempercayai *partner* usaha yang diharapkan dapat diandalkan dalam melaksanakan tugas (Xiao et al, 2010). Kepercayaan sangatlah penting dalam sebuah hubungan

kerjasama karena hal tersebut berperan penting dalam membangun suatu komunikasi dan kerjasama dalam menghadapi dan memecahkan suatu masalah yang muncul dalam sebuah hubungan (Pruitt dalam Bernard, 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh Abdullah dan Musa (2014) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap komitmen diantara pengecer dan distributor dengan *partner* kunci bisnis mereka. Selain itu penelitian dari Ryu et al (2009) yang berjudul *the role of partnership in supply chain performance* menemukan adanya hubungan signifikan kepercayaan yang semakin tinggi diantara pemasok dan perusahaan dapat mendorong pada semakin kuatnya komitmen. Temuan dari Munizu dan Hamid (2016) pada industri kopi di Makassar juga menjelaskan bahwa kepercayaan membawa pada terbentuknya komitmen yang kuat pada semua anggota rantai pasokan. Perusahaan yang percaya pada integritas mitranya akan memiliki niat yang lebih tinggi untuk melanjutkan hubungan kerjasama tersebut (Cambra & Polo, 2011).

Kepercayaan dan komitmen merupakan faktor utama yang mendukung kerjasama perusahaan dengan pemasok (Stefani & Sunardi, 2014). Untuk itu dalam sebuah hubungan kerjasama perlu adanya kepercayaan antara pemasok dengan perusahaan agar dapat tercipta komitmen untuk dapat saling meningkatkan sebuah hubungan. Dari penjelasan di atas dapat disusun hipotesis penelitian yaitu:

H4: Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap komitmen.

## 5. Hubungan Kepercayaan dengan Kinerja Rantai Pasokan Melalui Komitmen.

Sebuah sistem rantai pasokan yang baik haruslah didukung oleh hubungan yang baik antara pemasok dan perusahaan. Hubungan tersebut dapat terjalin dengan baik apabila didalamnya terdapat kepercayaan yang telah terbangun. Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai keinginan untuk menggantungkan diri pada mitra yang dipercayai (Zulganef, 2002). Kepercayaan juga memiliki peran penting dalam membangun komitmen (Ryu *et al*, 2009). Komitmen merupakan sebuah motivasi untuk dapat memelihara dan memperpanjang hubungan kerjasama. Semakin tinggi komitmen yang dapat dibangun baik oleh pemasok dan perusahaan akan memperkuat hubungan kerja sama yang mereka bangun (Allen & Meyer, 1996 dalam Munizu, 2017). Perusahaan yang percaya pada mitranya akan memiliki niat yang lebih tinggi untuk melanjutkan hubungan kerjasama tersebut. Komitmen dan kepercayaan merupakan faktor utama yang mendukung kolaborasi perusahaan dengan pemasok (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.

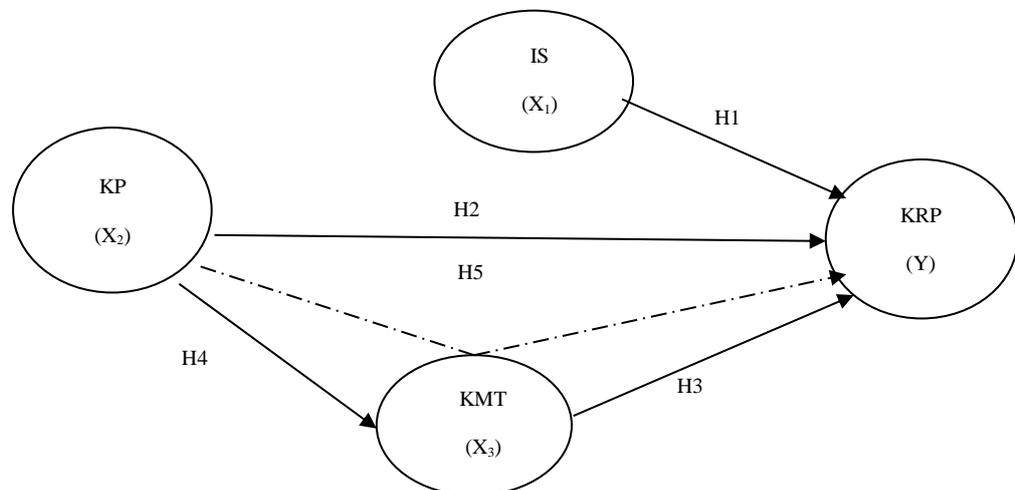
Penelitian yang dilakukan oleh Munizu (2017) yang berjudul pengaruh kepercayaan, komitmen, dan teknologi informasi terhadap kinerja rantai pasokan mengkonfirmasi adanya hubungan signifikan antara variabel kepercayaan terhadap kinerja rantai pasokan melalui komitmen.

Peningkatan kinerja rantai pasokan haruslah didahului dengan upaya intens dan berkelanjutan dalam berkomitmen pada hubungan kerjasama. Kombinasi kepercayaan, komitmen akan menghasilkan kinerja rantai pasokan yang lebih baik dalam hal reliabilitas, utilitas, biaya, dan fleksibilitas (Munizu & Hamid, 2016). Dari penjelasan tersebut, dapat disusun sebuah hipotesis penelitian yaitu sebagai berikut:

H5: Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja rantai pasokan melalui komitmen.

#### D. Model Penelitian

Model penelitian yang akan dikembangkan dalam penelitian ini adalah seperti pada Gambar 2.1. berikut:



**Gambar 2.1.**  
Model Penelitian