

## ABSTRAK

Ketatnya persaingan yang dipicu oleh globalisasi, menimbulkan perubahan paradigma dalam persaingan industri perusahaan. Dimana persaingan saat ini bukan lagi antara perusahaan, namun antar mitra bisnis dalam suatu jaringan rantai pasok.

PT. Telekomunikasi Indonesia telah menjalankan kegiatan CRM yang diterapkan pada level korporat. Namun menjalin hubungan jangka panjang dengan *supplier* bukanlah hal yang mudah. Untuk mengetahui bagaimana hubungan perusahaan dengan *supplier* dalam *supply chain* dalam keberlangsungan sebuah bisnis. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis efektivitas hubungan perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia dengan *supplier* dalam *supply chain*.

Metode pengumpulan data menggunakan data primer berupa kuesioner yang disebarakan secara *offline* kepada responden pegawai di PT. Telekomunikasi Indonesia dan secara *online* kepada responden *supplier* yang berkerjasama dengan PT. Telekomunikasi Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 43 responden pegawai dan 47 responden *supplier*. Teknik analisis data dan pengujian hipotesis menggunakan uji beda non parametrik mann-whitney dengan bantuan *software* IBM SPSS 20.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara hubungan PT. Telekomunikasi Indonesia dengan *supplier* baik terhadap per-sub variabel yang digunakan maupun dari keseluruhan sub variabel. Dengan kata lain responden merasa hubungan yang terjalin antara PT. Telekomunikasi Indonesia dengan *supliernya* memiliki nilai efektivitas yang hampir sama, meskipun terdapat sedikit perbedaan nilai efektivitas. Sehingga dengan tidak adanya perbedaan persepsi dari kedua belah pihak, diharapkan kemitraan yang telah berlangsung ini dapat menjadi hubungan jangka panjang.

Kata Kunci : *Supply Chain Management*, Industri Telekomunikasi, *Mann Whitney*, *Hubungan Perusahaan dan Pemasok*