

ABSTRAK

Era globalisasi dewasa ini menjadikan persaingan di dunia bisnis semakin ketat. Untuk memperluas jangkauan distribusi atau penjualan, perusahaan memerlukan kerjasama dengan pihak lain. Begitu pula yang dilakukan CV Sampurna Part Niaga sebagai perusahaan distributor suku cadang otomotif yang berlokasi di Bandung. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana pengaruh faktor-faktor aliansi stratejik yang terdiri dari kepercayaan, komitmen, dan komunikasi terhadap kinerja rantai pasokan perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 (seratus) responden yaitu toko yang bekerjasama dengan CV Sampurna Part Niaga. Alat Analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan SPSS 21.0 *for windows*.

Hasil analisis data penelitian ini menunjukkan model dapat diterima dengan baik dan dapat membuktikan bahwa (1) kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap aliansi stratejik, (2) komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap aliansi stratejik, (3) komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap aliansi stratejik, (4) aliansi stratejik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasokan.

Hasil penelitian ini menyatakan diantara variabel kepercayaan, komitmen, dan komunikasi, yang paling besar pengaruhnya terhadap kesuksesan aliansi stratejik adalah komunikasi (X3), yaitu sebesar 59,7%. Hasil koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,368 atau 36,8% menunjukkan variabel aliansi strategis mempunyai pengaruh yang tidak cukup besar terhadap kinerja rantai pasokan CV Sampurna Part Niaga.

Kata Kunci: Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Aliansi Stratejik, Kinerja Rantai Pasokan.

ABSTRACT

In the era of globalization, competition in the business world is getting tougher. To extend the range of distribution or sales, the company requires cooperation with other institutions. As do by CV Sampurna Part Niaga, a distributor of automotive replacement parts located in Bandung. This study aims to analyze how these factors influence strategic alliance consisting of trust, commitment, and communication, the company's supply chain performance.

The method used in this study is the descriptive research. The sampling technique used is simple random sampling. Respondents in this study consist of 100 (one hundred) respondents which was the shop that cooperate with CV Sampurna Part Niaga. Data analysis tools used is path analysis (path analysis) using SPSS 21.0 for windows.

The result of the data analysis of this study shows the model to be well received and proves that (1) the trust contributes negative and not significant impact on strategic alliances, (2) commitment contributes a significant and positive impact on strategic alliances, (3) communication contributes a significant and positive impact on alliance strategic, (4) strategic alliances contributes a positive and significant impact on the performance of the supply chain.

The research results says, among the variables of trust, commitment, and communication, communication (X3) has the biggest impact on the success of the strategic alliance by 59.7%. The coefficient of determination or R² of 0.368 or 36.8% shows variable strategic alliances have considerable influence on the performance of supply chain activity in CV Sampurna Part Niaga.

Keywords: Trust, Commitment, Communication, Strategic Alliances, Supply Chain Performance.