

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan tidak hanya mengandalkan keunggulan internal namun bergantung pada kualitas hubungan dengan pihak eksternal dengan menjalin hubungan baik dengan vendor serta menjaga kelancaran operasional. Menjalinkan hubungan baik antara supplier dan perusahaan tidak hanya mencakup transaksi semata, tetapi bagaimana menjaga kepercayaan, koordinasi dan layanan terbaik yang diberikan. Menjaga hubungan strategis yang dikenal sebagai *Supplier Relationship Management* (SRM). SRM menjadi salah satu faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan operasional perusahaan, efisiensi biaya, serta peningkatan kualitas produk dan layanan. Untuk menjaga hubungan baik dengan vendor, sewajarnya perusahaan memiliki regulasi yang mengatur agar operasional berjalan dengan lancar dan dituangkan ke dalam *Standar Operasional Prosedur* (SOP) untuk meminimalkan risiko dan menjaga kelangsungan operasional.

Pada praktiknya, keberlangsungan implementasi SRM tidak terlepas dari berbagai faktor yang memengaruhi kualitas hubungan antara perusahaan dan vendor. Dua faktor yang sering menjadi pertimbangan utama dalam SRM adalah biaya vendor dengan biaya yang kompetitif, namun tetap mempertimbangkan nilai yang diberikan. Sedangkan kualitas layanan vendor mencerminkan kemampuan vendor dalam memenuhi kebutuhan perusahaan secara tepat waktu, responsif, dan konsisten.

Selanjutnya, perusahaan harus mengelola biaya yang dikeluarkan untuk berkomunikasi dengan vendor secara efisien agar tidak menimbulkan pengeluaran yang berlebih tanpa mengorbankan kualitas layanan yang diberikan. Kepercayaan, transparan, dan profesionalisme adalah prinsip yang perlu dibangun untuk meningkatkan efektivitas *Supplier Relationship Management* dan berkontribusi dalam mendukung pencapaian tujuan strategis perusahaan.

Dalam mengelola biaya vendor harus didasarkan dengan pengetahuan-pengetahuan yang memadai, karena hal tersebut merupakan bagian penting dalam manajemen pengadaan dan hubungan dengan vendor. Biaya yang terstruktur dapat menjaga kelancaran operasional tanpa mengorbankan kualitas layanan yang diterima. Definisi *Supplier Relationship Management* (SRM) adalah pendekatan yang memerlukan strategi untuk menjaga hubungan dengan para *supplier* dan berkontribusi bersama untuk mencapai keberhasilan suatu bisnis perusahaan. Dalam tercapainya *Supplier Relationship Management*, diperlukan komitmen dan kerja sama yang baik dari kedua belah pihak, baik perusahaan maupun *supplier*. Guna tercapainya hubungan yang kuat, SRM juga membutuhkan investasi uang, waktu dan sumber daya yang memadai. Oleh sebab itu, *Supplier Relationship Management* perlu dilakukan dengan menjaga hubungan berbasis kepercayaan, pertukaran informasi, dan aktivitas kolaboratif agar mampu meningkatkan kinerja bisnis perusahaan (Tundunaung et al. 2021).

Kualitas layanan vendor merupakan bagian penting untuk membangun hubungan yang sehat antara perusahaan dan *supplier*. Kualitas layanan tidak hanya semata memenuhi target dasar, tetapi mencerminkan bagaimana kemampuan *supplier* dalam memenuhi ekspektasi perusahaan secara konsisten. Parasuraman et al. (1988) menyatakan bahwa ada 5 dimensi kualitas pelayanan yang dapat memengaruhi sikap pelanggan, meliputi Bukti Fisik (*Tangible*) kemampuan perusahaan dalam memberikan eksistensinya kepada pihak eksternal; Keandalan (*Reliability*) bagaimana menyampaikan pelayanan yang sudah dijanjikan; Daya Tanggap (*Responsiveness*) kebijakan untuk membantu pelayanan yang cepat dan tepat; Jaminan (*Assurance*) pengetahuan dan kemampuan dalam memberikan rasa percaya, serta ikut Merasakan (*Empathy*) memberikan perhatian kepada pelanggan.

Namun demikian, dalam hubungan bisnis jangka panjang, aspek rasional seperti biaya dan kualitas layanan tidak sepenuhnya menjamin terciptanya hubungan yang kuat. Faktor emosional dan psikologis yang turut berperan, yaitu kepercayaan perusahaan terhadap vendor. Tanpa adanya kepercayaan, perusahaan akan cenderung bersikap oportunistik dan tidak berkomitmen dalam menjalin hubungan kerja sama.

PT Batara Integra Nusa adalah perusahaan yang bergerak di bidang Logistik dan *Supply Chain Management* (SCM) yang memerlukan pengelolaan vendor yang baik dalam mendukung kelancaran operasional perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara kualitas layanan, biaya dan *Supplier Relationship Management*, antara lain oleh Simamora et al. (2022) menerangkan bahwa pelayanan vendor dan kepuasan konsumen berpengaruh positif pada PT. PLN (Persero) Pembangkitan Sumatera Bagian Utara Sektor Pembangkitan Pandan. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa kualitas layanan yang efektif, termasuk bagaimana komunikasi dan koordinasi yang jelas serta ketepatan dalam pemenuhan layanan, menjadi peranan penting dalam meningkatkan rasa kepuasan dan memperkuat hubungan antara perusahaan dan vendor. Selanjutnya, penelitian Dza et al. (2024) menunjukkan bahwa *Supplier Relationship Management* berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pengelolaan hubungan yang efektif dengan *supplier* berperan penting dalam meningkatkan kinerja operasional sekaligus memperkuat hubungan kerja sama antara perusahaan dan *supplier*. Selain itu, penelitian Sari & Al-Hasin (2023) menunjukkan bahwa berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, dan kolaborasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa komunikasi yang efektif, pertukaran informasi, kepercayaan, dan kolaborasi antar pihak dalam rantai pasok memiliki peranan penting dalam meningkatkan kinerja rantai pasok serta mendukung terciptanya hubungan kerja sama yang lebih baik antara perusahaan dan *supplier*.

Sementara itu, beberapa penelitian juga menekankan pentingnya kepercayaan dalam hubungan antar perusahaan. Edbert & Pakpahan

(2023) menerangkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap integrasi rantai pasokan pada perusahaan makanan di Jakarta. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa kepercayaan yang terbangun antar perusahaan, termasuk dalam hal transparansi informasi, komunikasi yang terbuka, serta komitmen dalam kerja sama, memiliki peranan penting dalam meningkatkan efektivitas koordinasi dan memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan mitra bisnis. Selain itu, penelitian oleh Setiawan et al. (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap *supplier* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan manufaktur. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa kepercayaan yang tinggi, yang ditunjukkan melalui kehandalan dalam memenuhi komitmen, keterbukaan informasi, serta kolaborasi yang baik, dapat meningkatkan efektivitas kerja sama dan mendorong peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Sejalan dengan itu, penelitian Aziza (2019) menyatakan bahwa kepercayaan dalam hubungan *buyer-supplier* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Yogyakarta. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan antara perusahaan dan mitra bisnis, maka semakin tinggi pula kinerja bisnis yang dihasilkan, sehingga kepercayaan menjadi faktor penting dalam membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah diuraikan, terdapat beberapa *research gap* yang dapat diidentifikasi. Dalam penelitian-penelitian sebelumnya, belum banyak yang mengkaji secara simultan variabel biaya vendor, kualitas layanan vendor, *Supplier Relationship*

Management (SRM), serta kepercayaan perusahaan sebagai variabel *intervening* dalam satu model penelitian yang terintegrasi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji seluruh variabel tersebut secara simultan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antar variabel. Selain itu, penelitian dengan variabel biaya vendor, kualitas layanan vendor, SRM dan kepercayaan perusahaan juga belum secara spesifik dilakukan pada konteks PT Batara Integra Nusa. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami kondisi nyata di lapangan terkait hubungan kerja sama antara perusahaan dan vendor.

Dalam penelitian ini, penulis berharap kondisi pengelolaan hubungan dengan vendor dapat berjalan secara efektif, sehingga perusahaan mampu memperoleh layanan dengan kualitas yang tinggi serta membangun tingkat kepercayaan yang kuat terhadap vendor. Kepercayaan tersebut menjadi faktor penting yang berperan dalam memperkuat *Supplier Relationship Management* (SRM), sehingga hubungan kerja sama dapat berlangsung secara optimal dan berkelanjutan.

Meskipun penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa biaya vendor dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap SRM dan kepercayaan perusahaan Sahputri (2021), penelitian tersebut belum secara komprehensif mengkaji peran kepercayaan sebagai variabel *intervening* dalam hubungan tersebut. Selain itu, belum terdapat penelitian yang secara khusus dilakukan pada PT Batara Integra Nusa.

Oleh karena itu, pengaruh biaya vendor dan kualitas layanan vendor terhadap SRM dengan kepercayaan perusahaan sebagai variabel *intervening* pada perusahaan ini perlu dianalisis secara empiris.

Selain itu, berdasarkan hasil *pra-survey* yang dilakukan selama kegiatan magang di PT Batara Integra Nusa, diketahui bahwa proses pengelolaan vendor dalam kegiatan operasional perusahaan melibatkan koordinasi antara *customer*, perusahaan, dan vendor. Proses operasional dimulai dari penerimaan *Purchase Order* (PO) dari *customer*, kemudian tim *Vendor Management* melakukan analisis kebutuhan pengiriman dengan menentukan jenis armada dan vendor transportasi yang sesuai dengan kebutuhan pengiriman barang. Selanjutnya, perusahaan menerbitkan Surat Perintah Kerja (SPK) kepada vendor sebagai dasar pelaksanaan pengiriman.

Dalam pelaksanaannya, proses pengiriman melibatkan koordinasi antara *Vendor Management*, *Account Officer*, Koordinasi Lapangan, serta vendor transportasi guna memastikan kegiatan operasional berjalan sesuai prosedur dan jadwal yang telah ditentukan. Perusahaan juga melakukan monitoring selama proses pengiriman berlangsung hingga barang diterima oleh pihak tujuan dan dokumen *Proof of Delivery* (POD) diterima kembali oleh perusahaan sebagai bukti penyelesaian pengiriman. Setelah proses pengiriman selesai, tahapan administrasi pembayaran vendor dilakukan melalui proses *Account Payable* (AP) dengan melampirkan dokumen pendukung, seperti invoice vendor dan dokumen pengiriman.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki keterlibatan yang cukup kompleks dalam pengelolaan vendor, baik dari sisi operasional maupun administrasi. Oleh karena itu, pengelolaan biaya vendor perlu dilakukan secara efektif agar biaya yang dikeluarkan perusahaan sesuai dengan layanan yang diberikan vendor. Selain itu, kualitas layanan vendor juga menjadi faktor penting dalam mendukung kelancaran operasional perusahaan, terutama dalam hal ketepatan waktu pengiriman, kejelasan informasi, koordinasi antar pihak, serta kelengkapan dokumen pengiriman. Dengan adanya keterlibatan berbagai pihak dalam proses operasional perusahaan, maka diperlukan hubungan kerja sama yang baik antara perusahaan dan vendor melalui penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) yang efektif serta didukung oleh tingkat kepercayaan perusahaan terhadap vendor.

Dari hasil pra-survey tersebut, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “Pengaruh Biaya Vendor dan Kualitas Layanan Vendor terhadap *Supplier Relationship Management* (SRM) dengan Kepercayaan Perusahaan Sebagai Variabel *Intervening* Pada PT Batara Integra Nusa”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya vendor dan kualitas layanan vendor terhadap *Supplier Relationship Management* (SRM), serta mengkaji peran kepercayaan perusahaan terhadap vendor sebagai variabel *intervening* dalam memperkuat hubungan kerja sama antara perusahaan dan pemasok.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah biaya vendor berpengaruh terhadap kepercayaan perusahaan pada PT Batara Integra Nusa?
2. Apakah kualitas layanan vendor berpengaruh terhadap kepercayaan perusahaan pada PT Batara Integra Nusa?
3. Apakah biaya vendor berpengaruh terhadap *Supplier Relationship Management* (SRM) pada PT Batara Integra Nusa?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap *Supplier Relationship Management* (SRM) pada PT Batara Integra Nusa?
5. Apakah kepercayaan perusahaan berpengaruh terhadap *Supplier Relationship Management* (SRM) pada PT Batara Integra Nusa?
6. Apakah kepercayaan perusahaan memediasi pengaruh biaya vendor terhadap *Supplier Relationship Management* (SRM) pada PT Batara Integra Nusa?
7. Apakah kepercayaan perusahaan memediasi pengaruh kualitas layanan vendor terhadap *Supplier Relationship Management* (SRM) pada PT Batara Integra Nusa?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya vendor terhadap kepercayaan perusahaan pada PT Batara Integra Nusa.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan vendor terhadap kepercayaan perusahaan pada PT Batara Integra Nusa.

3. Untuk mengetahui pengaruh biaya vendor terhadap *Supplier Relationship Management* (SRM) pada PT Batara Integra Nusa.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan vendor terhadap *Supplier Relationship Management* (SRM) pada PT Batara Integra Nusa.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan perusahaan terhadap *Supplier Relationship Management* (SRM) pada PT Batara Integra Nusa.
6. Untuk mengetahui peran kepercayaan perusahaan dalam memediasi pengaruh biaya vendor terhadap *Supplier Relationship Management* (SRM) pada PT Batara Integra Nusa.
7. Untuk mengetahui peran kepercayaan perusahaan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan vendor terhadap *Supplier Relationship Management* (SRM) pada PT Batara Integra Nusa.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Menjadi kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam manajemen pemasok dan *Supplier Relationship Management* (SRM).
- b. Memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang pengaruh biaya dan kualitas layanan vendor terhadap SRM melalui kepercayaan perusahaan sebagai variabel *intervening*.
- c. Dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya di bidang manajemen pemasok, logistik, dan hubungan bisnis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

- 1) Memberikan gambaran bagi perusahaan dalam mengelola biaya dan kualitas layanan vendor agar hubungan dengan pemasok lebih efektif.
- 2) Membantu memperkuat kepercayaan perusahaan terhadap vendor, sehingga SRM dapat berjalan lebih efisien.
- 3) Mengoptimalkan *Supplier Relationship Management* (SRM) untuk mendukung keberlanjutan hubungan kerja sama.
- 4) Dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengelolaan vendor yang lebih tepat, khususnya dalam menyeimbangkan antara efisiensi biaya dan kualitas layanan guna meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pemasok.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi akademisi dalam mengembangkan penelitian di bidang manajemen operasional, khususnya yang berkaitan dengan hubungan perusahaan dan vendor, serta variabel kepercayaan sebagai faktor mediasi.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan ini dibagi menjadi lima bab, dengan susunan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori-teori yang relevan dan mendukung penelitian, termasuk penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian yang akan dilakukan, jenis data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan gambaran umum penelitian, karakteristik responden, hasil analisis data, serta pembahasan yang mendalam terkait temuan penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi ringkasan hasil penelitian, serta saran yang disampaikan.