

PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PEMASOK TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI KOTA MAKASSAR

Hasan¹⁾, Suriyanti²⁾, Imaduddin³⁾

^{1,2,3}Ilmu Manajemen, Universitas Muslim Indonesia

E-mail: ¹hasanumi26pip@gmail.com, ²suriyanti.mangkona@umi.ac.id, ³imaduddin@umi.ac.id

Abstract

This study aims to examine the impact of Supplier Relationship Management (SRM) on the performance of manufacturing firms in Makassar. The research employed a descriptive design, collecting data from a sample of manufacturing firms through structured questionnaires. The analysis used regression techniques to explore the relationship between SRM practices, such as early supplier involvement, supplier development, and joint investment, and organizational performance. Findings revealed a significant positive correlation, indicating that enhanced SRM practices contribute to improved efficiency, reduced costs, and better alignment within the supply chain. The study also highlights the importance of government support in facilitating effective SRM strategies for sustainable industrial growth.

Keywords : *Supplier Relationship Management, Manufacturing Firms, Performance, Efficiency.*

1. PENDAHULUAN

Manajemen hubungan pemasok melibatkan cara organisasi terlibat dengan pemasok mereka untuk mencapai keuntungan bersama (Cavinato, 2012). Akitoye (2013) mencatat bahwa risiko rantai pasokan yang timbul dari ketidakpastian mengancam organisasi yang gagal mengenali pentingnya mengelola hubungan pemasok. Perusahaan semakin beralih ke layanan outsourcing dan distribusi karena kompleksitas dan ketidakpastian rantai pasokan modern (Smith et al., 2013). Menurut Miguel dan Brito (2011), manfaat utama dari membina kemitraan pemasok jangka panjang adalah mengurangi biaya transaksi melalui kepercayaan. Untuk mempertahankan daya saing, pemahaman yang mendalam tentang dinamika pembeli-pemasok sangat penting (Berkowitz, 2004). Banyak organisasi telah menyadari bahwa mempertahankan profitabilitas dan tetap kompetitif dari waktu ke waktu membutuhkan pemeliharaan hubungan yang kuat dengan pemasok, yang membantu mereka menavigasi lingkungan bisnis yang tidak menentu (Shin et al., 2014). Olendo dan Kavale (2016) lebih lanjut menyarankan bahwa membangun hubungan ini membutuhkan kepercayaan dan komitmen, yang memotivasi pemasok untuk berbagi informasi penting dengan perusahaan.

Mengelola hubungan dengan pemasok berfokus pada hubungan dan interaksi antara organisasi dengan pemasok yang paling penting (Cavinato, 2012). Olendo & Kavale (2016) berpendapat bahwa manajemen pemasok yang efektif menciptakan hubungan yang penting antara organisasi dan pelanggan akhir. Manajemen Hubungan Pemasok (SRM) dianggap sebagai pendekatan utama untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas rantai pasokan organisasi. Dengan meningkatkan SRM, proses pengadaan menjadi lebih hemat biaya dan hemat waktu, memastikan keselarasan yang lebih baik dalam rantai pasokan (Akech, 2010). Menerapkan strategi manajemen pemasok yang kuat melibatkan pemanfaatan intelijen pasar pasokan dan memahami dinamika persaingan, sekaligus menggabungkan evaluasi dan pengembangan kinerja pemasok (Barratt & Oliveira, 2011).

Keunggulan kompetitif dalam suatu organisasi terkait erat dengan kinerja manufakturnya, karena kapasitas untuk mendapatkan keunggulan di pasar sangat bergantung pada seberapa baik proses manufaktur dijalankan (Bank Dunia, 2016). Berbagai faktor spesifik pabrik, termasuk prioritas kompetitif, keputusan manufaktur, dan praktik inovatif, secara langsung memengaruhi kinerja manufaktur, yang membentuk inti dari strategi manufaktur perusahaan (Peng et al., 2011). Pertumbuhan kinerja manufaktur telah menjadi faktor penting dalam mendorong keberhasilan transformasi di banyak

negara, yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan per kapita yang berkelanjutan (Bank Dunia, 2016).

Pendorong utama dari ekspansi ekonomi India yang cepat sejak awal tahun 1990-an adalah peningkatan produktivitas sektor manufakturnya, yang mengalami tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 5,7% dari tahun 1993 sampai 2005 (Reserve Bank of India, 2008). Demikian pula, manufaktur memainkan peran penting dalam perekonomian Selandia Baru, sebagai sektor terbesar dan menyumbang 14,6% terhadap PDB negara ini pada tahun 2012, menjadikan Selandia Baru salah satu negara dengan perekonomian yang berfokus pada manufaktur di dunia (BusinessNZ, 2014; OECD, 2014).

Di Kota Makassar, sektor manufaktur diakui sebagai tulang punggung ekonomi karena dampaknya yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi jangka panjang (Owuoth, 2010). Kariithi dan Kihara (2017) mencatat bahwa lanskap manufaktur Indonesia telah mengalami banyak perubahan, yang dipengaruhi oleh pergeseran permintaan domestik, kebijakan nasional yang berkembang, dan tren pasar global. Meskipun kontribusi sektor ini terhadap perekonomian negara-negara Indonesia bervariasi dari waktu ke waktu sejak kemerdekaan, beberapa tahun terakhir ini telah menunjukkan tren peningkatan dalam perannya terhadap pendapatan nasional dan kepentingan ekonomi (Kariithi & Kihara, 2017).

Sektor manufaktur dalam Visi Kota Makassar 2030 terutama ditugaskan untuk menciptakan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Secara historis didominasi oleh anak perusahaan dari perusahaan multinasional, sektor ini menyumbang 13% terhadap PDB pada tahun 2004. Namun, pangsa PDB menurun dari 13,6% pada awal 1990-an menjadi 9,2% pada tahun 2012, dan tingkat pertumbuhan turun dari 3,4% pada tahun 2011 menjadi 3,1% pada tahun 2012. Antara tahun 2006 dan 2013, pertumbuhan riil sektor ini rata-rata 4,1% per tahun, lebih rendah dari tingkat pertumbuhan PDB secara keseluruhan sebesar 4,6%. Kontribusi sektor ini terhadap PDB mengalami sedikit peningkatan menjadi 10,3% pada tahun 2019, dibandingkan dengan 10% pada tahun 2020.

Selama lima tahun terakhir, industri manufaktur di Kota Makassar menghadapi pertumbuhan yang stagnan dan profitabilitas yang menurun, sebagian besar disebabkan oleh lingkungan operasi yang tidak dapat diprediksi. Tren penurunan ini menggarisbawahi perlunya strategi bisnis baru di sektor ini. Menerapkan Aliansi Strategis dalam rantai pasokan dipandang sebagai solusi potensial untuk mengurangi biaya produksi dan distribusi, sehingga meningkatkan kinerja sektor ini. Studi ini berfokus pada sektor manufaktur karena kinerjanya yang terus-menerus rendah, rata-rata sekitar 10% dari PDB selama satu dekade terakhir.

Banyak perusahaan yang sangat bergantung pada lingkungan untuk mengakses sumber daya alam, yang semakin lama semakin langka dan mahal (Cetinkaya, 2011). Teori Ketergantungan Sumber Daya (RDT) menyatakan bahwa organisasi tidak dapat berdiri sendiri dan harus menavigasi jaringan hubungan untuk mengelola ketidakpastian dan ketergantungan yang terkait dengan perolehan sumber daya (Pfeffer & Salancik, 1978). Untuk mengurangi risiko, organisasi dapat menggunakan strategi penyangga dengan meningkatkan persediaan pengaman sumber daya kritis sekaligus mengadopsi strategi penghubung untuk berkolaborasi dengan pemasok sumber daya langka tersebut (Bode et al., 2011).

RDT digunakan dalam penelitian ini untuk mengeksplorasi bagaimana manajemen hubungan pemasok berdampak pada kinerja perusahaan manufaktur di Kota Makassar. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan harus terlibat dalam pertukaran dengan lingkungannya untuk mendapatkan sumber daya yang diperlukan untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan (Scott, 1987). Teori ini menekankan pentingnya memperoleh sumber daya eksternal sebagai hal yang penting bagi keberhasilan perusahaan (Barringer & Harrison, 2000).

Literatur yang ada mengenai manajemen rantai pasokan sering kali mengasumsikan, tanpa bukti yang jelas, bahwa pembeli dan pemasok bersedia dan mampu mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan (Hong et al., 2012). Aliansi rantai pasokan adalah lingkungan yang kompleks dan dinamis yang melibatkan banyak pemangku kepentingan, dengan efektivitasnya tergantung pada kekuatan aliansi ini untuk meningkatkan kinerja secara keseluruhan (Vijayasarathy, 2010; Prajogo & Olhager, 2012). Menurut Hofer dkk. (2012), perusahaan dapat berhasil dengan meningkatkan ketergantungan mereka pada perusahaan lain atau dengan memanfaatkan ketergantungan perusahaan lain pada mereka untuk mengakses sumber daya penting. Meskipun ketergantungan tidak selalu menimbulkan konflik antara pembeli dan pemasok, RDT menekankan bahwa perusahaan perlu mengelola ketergantungan ini

dengan mengendalikan sumber daya utama untuk mengurangi ketergantungan mereka pada orang lain dan meningkatkan ketergantungan orang lain pada mereka (Min et al., 2005).

Organisasi yang menjaga hubungan yang kuat dengan lingkungan eksternal cenderung memiliki pengaruh yang lebih besar dalam jaringan mereka (Prajogo & Olhager, 2012). Membangun kemitraan dengan pemasok, pelanggan, dan bahkan pesaing untuk memecahkan masalah secara kolaboratif telah menjadi elemen penting dalam strategi bisnis dan sumber utama keunggulan kompetitif (Zacharia et al., 2011). Dengan menerapkan prinsip-prinsip Teori Ketergantungan Sumber Daya (Resource Dependence Theory/RDT) di luar rantai pasokan hingga ke tingkat perusahaan, perusahaan dapat mengurangi ketergantungan mereka pada faktor eksternal dengan berbagi sumber daya di antara mitra rantai pasokan. Rantai pasokan yang responsif membutuhkan pemasok yang puas yang berkolaborasi dengan pembeli hilir untuk memenuhi kebutuhan pengguna akhir (Benton & Maloni, 2005). Dengan demikian, RDT secara efektif berfungsi sebagai kerangka kerja untuk memahami dampak manajemen hubungan pemasok terhadap kinerja perusahaan manufaktur.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini, yang didasarkan pada filosofi penelitian Positivisme, menggunakan desain penelitian deskriptif. Target populasi terdiri dari 499 perusahaan manufaktur yang berlokasi di Nairobi dan sekitarnya. Metode pengambilan sampel acak bertingkat digunakan untuk memastikan sampel yang representatif, karena populasinya beragam. Pendekatan ini memungkinkan representasi yang setara di berbagai sektor dalam populasi target. Dari 499 perusahaan, sampel 217 responden dipilih, dan 180 di antaranya mengembalikan kuesioner untuk dianalisis.

Penelitian ini mengikuti pendekatan survei deskriptif, dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang dikelola sendiri yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan 10% dari sampel. Analisis data kuantitatif dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif dan inferensial, yang difasilitasi oleh SPSS versi 23, sementara data kualitatif dianalisis secara deskriptif. Untuk menguji hubungan antara variabel dependen dan independen, digunakan model regresi linier dan berganda. Temuan-temuan tersebut disajikan dalam bentuk tabel, diagram, frekuensi, persentase, dan grafik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak manajemen hubungan pemasok terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Kota Makassar. Hal ini dievaluasi dengan menggunakan koefisien dari model regresi linier yang menguji hubungan antara manajemen hubungan pemasok dan hasil kinerja perusahaan-perusahaan ini. Analisis dimulai dengan menguji hipotesis penelitian yang sesuai mengenai pengaruh manajemen hubungan pemasok terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Kota Makassar.

H_a: Manajemen hubungan pemasok meningkatkan kinerja perusahaan manufaktur di Kota Makassar.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan meningkatnya tingkat manajemen hubungan pemasok (SRM), tingkat manajemen kinerja juga meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa SRM merupakan solusi utama untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas jaringan rantai pasokan organisasi. SRM yang efektif dapat menyederhanakan proses pengadaan, membuatnya lebih hemat biaya dan waktu, sehingga memastikan keselarasan yang lebih baik dalam rantai pasokan, seperti yang dicatat oleh Akech (2010). Temuan ini konsisten dengan Barratt dan Oliveira (2011), yang menemukan bahwa memiliki sistem yang dapat diandalkan untuk mengevaluasi kinerja pemasok secara langsung terkait dengan manajemen kinerja perusahaan manufaktur secara keseluruhan.

3.2. Pembahasan

Responden yang terlibat dalam studi percontohan tidak diikutsertakan dalam penelitian utama. Studi percontohan terdiri dari 18 peserta, dengan distribusi tanggapan yang ditunjukkan pada Tabel 1 dan 2. Analisis reliabilitas dilakukan untuk menilai konstruk survei dengan menggunakan Cronbach's alpha. Tabel 1 menyajikan hasil reliabilitas untuk studi percontohan.

Tabel 1. Keandalan

Variables	Cronbach's Alpha	Number of Items	Conclusion
Supplier Relationship Management	0.782	9	Reliable
Performance	0.788	3	Reliable

Berdasarkan Tabel 1, hasil studi percontohan menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan variabel sangat reliabel, dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,782 untuk Manajemen Hubungan Pemasok dan 0,788 untuk kinerja organisasi. Sekaran dan Bougie (2013) menyatakan bahwa koefisien 0,7 atau lebih tinggi dapat diterima untuk penelitian dasar. Bagozzi (1991) lebih lanjut menjelaskan bahwa keandalan dapat dinilai dari segi ketepatan (reliability) dan ketidaktepatan (unreliability). Koefisien reliabilitas yang paling banyak digunakan adalah Cronbach's alpha, yang mengukur konsistensi internal dengan memeriksa bagaimana semua item dalam sebuah tes berkorelasi satu sama lain dan dengan total tes, yang menunjukkan koherensi internal data. Koefisien reliabilitas berkisar antara 0 hingga 1,00, dengan nilai yang lebih tinggi menandakan reliabilitas tes yang lebih besar.

Penelitian ini menggunakan uji Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) untuk menilai validitas konstruk. Menurut Field (2005), nilai KMO, yang mengindikasikan tingkat varians umum, dikategorikan sebagai berikut: 0.90 hingga 1.00 dianggap "Luar Biasa," 0.80 hingga 0.89 adalah "Berjasa," 0.70 hingga 0.79 adalah "Sedang," 0.60 hingga 0.69 adalah "Biasa-biasa saja," 0.50 hingga 0.59 adalah "Menyedihkan," dan 0.00 hingga 0.49 adalah "Tidak Masuk Akal." Untuk penelitian ini, nilai KMO di atas 0,800 akan dianggap sebagai "Luar Biasa." Evaluasi dilakukan seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2, yang menyajikan hasil uji KMO dan Bartlett's untuk validitas konstruk baik untuk variabel dependen maupun independen.

Tabel 2. Hasil Uji Faktorial untuk Validitas Konstruk

	KMO	Bartlett's Test of Sphericity			Validity
		Approx. Chi-Square	df	Sig.	
Supplier Relationship Management	0.638	75.29	36	0.000	Valid
Performance	0.666	16.403	3	0.001	Valid

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai KMO Measure of Sampling Adequacy untuk semua variabel berada di atas 0.500, yang menunjukkan tingkat yang dapat diterima untuk analisis faktor. Signifikansi dari koefisien KMO dinilai dengan menggunakan uji Chi-Square, dengan nilai probabilitas kritis (p-value) yang ditetapkan sebesar 0,05. Koefisien Chi-Square sebesar 16,403 dan 75,29, dengan nilai p-value kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa hasilnya signifikan secara statistik. Temuan ini menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara Manajemen Hubungan Pemasok dan kinerja organisasi perusahaan.

Responden diminta untuk memberi peringkat pada indikator-indikator manajemen hubungan pemasok berdasarkan kepentingan yang mereka rasakan, dengan menggunakan skala di mana 1 = Paling Tidak Penting, 2 = Cukup Penting, 3 = Netral, 4 = Penting, dan 5 = Sangat Penting. Hasilnya kemudian dianalisis dan disajikan dalam subbagian berikut.

Responden menilai dampak pengembangan produk bersama dalam meningkatkan waktu tunggu sebagai hal yang positif, dengan skor rata-rata 4,02 dan standar deviasi 1,196. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap pengembangan produk bersama penting untuk meningkatkan waktu tunggu, dan standar deviasi yang rendah menunjukkan konsensus umum tentang pandangan ini.

Mengenai perencanaan bersama, nilai rata-rata adalah 3,86, dengan standar deviasi 1,346, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap perencanaan bersama penting untuk meningkatkan waktu tunggu. Standar deviasi yang relatif rendah sekali lagi menunjukkan adanya kesamaan pendapat di antara para responden.

Untuk efektivitas sistem dukungan pelanggan dalam meningkatkan waktu tunggu, nilai rata-rata adalah 3,79, dengan standar deviasi 1,345. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai sistem dukungan pelanggan sebagai hal yang penting untuk meningkatkan waktu tunggu, dengan standar deviasi yang kecil mencerminkan kesepakatan umum tentang pentingnya hal tersebut.

Responden menilai keterlibatan pemasok awal sangat tinggi dalam hal perannya dalam meningkatkan waktu tunggu, dengan skor rata-rata 4,15 dan standar deviasi 1,033, yang mengindikasikan konsensus bahwa keterlibatan pemasok awal sangat bermanfaat bagi organisasi manufaktur di bidang ini. Demikian

pula, untuk meningkatkan produktivitas, keterlibatan pemasok awal menerima nilai rata-rata yang sama yaitu 4,15 dan standar deviasi 1,126, yang mencerminkan kesepakatan yang luas tentang dampak positifnya.

Mengenai peran investasi bersama dalam meningkatkan produktivitas, skor rata-rata adalah 4,00, dengan standar deviasi 1,087, menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggapnya penting untuk meningkatkan produktivitas di bidang manufaktur, dengan variabilitas yang rendah dalam tanggapan. Untuk peningkatan kualitas, investasi bersama juga dinilai positif, dengan rata-rata 4,01 dan standar deviasi 1,114, yang menunjukkan kesepakatan umum tentang efektivitasnya.

Dampak pengembangan pemasok terhadap produktivitas dianggap signifikan, dengan nilai rata-rata 4,00 dan standar deviasi 1,135, yang menunjukkan keyakinan umum di antara para responden bahwa pengembangan pemasok memainkan peran kunci. Ketika mengevaluasi peran pengembangan pemasok dalam meningkatkan waktu tunggu, nilai rata-rata 4,01 dan standar deviasi 1,116, sekali lagi menunjukkan konsensus yang luas.

Selain itu, investasi bersama dalam meningkatkan waktu tunggu memiliki skor rata-rata 3,95 dan standar deviasi 1,150, yang menunjukkan kesepakatan umum tentang signifikansinya. Peran keterlibatan pemasok awal dalam peningkatan kualitas dinilai dengan nilai rata-rata 3,89 dan standar deviasi 1,101, sementara dampak pengembangan pemasok terhadap peningkatan biaya dan kualitas memiliki nilai rata-rata 3,88 dan standar deviasi 1,122. Dalam kedua kasus tersebut, standar deviasi yang relatif rendah menunjukkan tanggapan yang konsisten, yang menegaskan bahwa faktor-faktor ini dianggap penting di sektor manufaktur.

Analisis ANOVA menunjukkan bahwa model regresi, dengan menggunakan pelatihan dan pengembangan sebagai prediktor, tidak signifikan ($F = 52,079$, $p\text{-value} = 0,071$). Namun, hasilnya masih menunjukkan pengaruh yang signifikan dari manajemen hubungan pemasok terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Kota Makassar, yang mengarah pada keputusan untuk tidak menolak hipotesis penelitian: Manajemen hubungan pemasok meningkatkan kinerja perusahaan manufaktur di Kota Makassar.

Temuan ini konsisten dengan Miguel dan Brito (2011), yang menyatakan bahwa manfaat utama membangun hubungan pemasok jangka panjang adalah pengurangan biaya transaksi melalui kepercayaan, yang pada gilirannya memfasilitasi peningkatan pasokan untuk perusahaan manufaktur. Sebagaimana dicatat oleh Berkowitz (2004), pemahaman yang mendalam tentang hubungan pembeli-pemasok sangat penting bagi perusahaan manufaktur untuk tetap kompetitif.

Tabel 3. ANOVA Manajemen Hubungan Pasokan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.478	1	9.478	52.079	.071 ^b
	Residual	32.428	178	.182		
	Total	41.906	179			

Berdasarkan model regresi dan Tabel 5, nilai koefisien determinasi (R-squared) sebesar 0,226 menunjukkan bahwa 22,6% variasi dalam kinerja perusahaan manufaktur di Kota Makassar dapat dijelaskan oleh manajemen hubungan pemasok. R-squared yang disesuaikan sebesar 0,221 menunjukkan bahwa, tidak termasuk variabel konstanta, manajemen hubungan pemasok menyumbang 22,1% dari variasi dalam kinerja, dengan persentase yang tersisa dapat diatribusikan kepada faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model.

Koefisien korelasi (R) sebesar 0,476 menunjukkan hubungan positif antara manajemen kinerja dan manajemen hubungan pemasok, yang menunjukkan bahwa manajemen pemasok yang efektif meningkatkan kinerja organisasi. Hal ini sejalan dengan Cavinato (2012), yang mencatat bahwa mengelola hubungan pemasok melibatkan penguatan hubungan antara organisasi dan pemasok utamanya. Olendo dan Kavale (2016) lebih lanjut menekankan bahwa manajemen pemasok bertindak sebagai penghubung antara organisasi dan pelanggannya, sehingga membangun hubungan pasokan yang kuat yang dapat meningkatkan kinerja organisasi.

Kesalahan standar estimasi (0,453) mencerminkan penyimpangan rata-rata variabel independen dari garis kecocokan terbaik. Nilai yang kecil ini mengindikasikan bahwa model dapat memprediksi manajemen kinerja berdasarkan manajemen hubungan pemasok dengan kesalahan yang minimal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan meningkatnya tingkat manajemen hubungan pemasok (SRM), tingkat manajemen kinerja juga meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa SRM merupakan solusi utama untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas jaringan rantai pasokan organisasi. SRM yang efektif dapat menyederhanakan proses pengadaan, membuatnya lebih hemat biaya dan waktu, sehingga memastikan keselarasan yang lebih baik dalam rantai pasokan, seperti yang dicatat oleh Akech (2010). Temuan ini konsisten dengan Barratt dan Oliveira (2011), yang menemukan bahwa memiliki sistem yang dapat diandalkan untuk mengevaluasi kinerja pemasok secara langsung terkait dengan manajemen kinerja perusahaan manufaktur secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak manajemen hubungan pemasok (SRM) terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Kota Makassar. Analisis regresi menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan, dengan koefisien ($\beta = 0,295$) dan nilai p kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya SRM, kinerja perusahaan manufaktur di Kota Makassar juga meningkat secara signifikan.

Studi ini menyimpulkan bahwa keterlibatan pemasok awal, pengembangan pemasok, dan investasi bersama merupakan praktik-praktik utama SRM yang meningkatkan kinerja perusahaan-perusahaan ini. Temuan ini memberikan bukti bahwa SRM, sebagai aliansi strategis, memainkan peran penting dalam mempengaruhi kinerja organisasi. Selain itu, penelitian ini menyoroti perlunya pemerintah Kota Makassar untuk menciptakan kesadaran dan memberikan pelatihan bagi para pemangku kepentingan utama, karena 53,17% responden mengindikasikan bahwa kebijakan dan strategi pemerintah yang ada saat ini tidak efektif. Pengaruh signifikan dari SRM terhadap kinerja organisasi menyiratkan bahwa perusahaan manufaktur harus meningkatkan praktik hubungan dengan pemasok untuk meningkatkan kualitas produk dan mengurangi waktu tunggu. Mengingat bahwa kualitas produk tidak mengalami peningkatan yang substansial selama lima tahun terakhir, penting untuk menerapkan strategi tambahan, termasuk menggabungkan teknologi, untuk meningkatkan kualitas dan mempertahankan waktu tunggu yang diperlukan dalam organisasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achuka, V. (2016). Bribes you have to pay 'to survive' in Kenya. *Africa Review*, March 20.
- Arani, W., Mukulu, E., Waiganjo, E., & Wambua, J. (2016). Strategic Sourcing an Antecedent of Supply Chain Resilience in Manufacturing Firms in Kenya. *International Journal of Academic Research in Business and Social Science*, 6(10), 1-18.
- Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Phillips, L. (1991). Assessing construct validity in organizational research. *Administrative Science Quarterly*, 36, 421-458.
- Barringer, B. R., & Harrison, J. S. (2000). Walking a tightrope: Creating value through interorganizational relationships. *Journal of Management*, 26(3), 367-403.
- Bode, C., Wagner, S. M., Petersen, K. J., & Ellram, L. M. (2011). Understanding responses to supply chain disruptions: Insights from information processing and resource dependence perspectives. *Academy of Management Journal*, 54(4), 833-856.
- Cetinkaya, B., Cuthbertson, R., Ewer, G., Klaas-Wissing, T., Piotrowicz, W., & Tyssen, C. (2011). *Sustainable supply chain management: Practical ideas for moving towards best practice*. Springer.
- Flynn, B. B., Huo, B., & Zhao, X. (2010). The impact of supply chain integration on performance: A contingency and configuration approach. *Journal of Operations Management*, 28(1), 58-71.
- Kamau, J. N. (2013). Buyer-supplier relationships and organizational performance among large manufacturing firms in Nairobi, Kenya (Doctoral dissertation, University of Nairobi).

- Kariithi, J. N. (2017). Factors affecting performance of manufacturing firms in Kenya: A case of pharmaceutical firms in Nairobi county. *Strategic Journal of Business & Change Management*, 4(2), 234-257.
- Orodho, A. J. (2012). *Techniques of Writing Proposals and Research Reports in Education and Social Science Research Methods*. Maseno: Kanezja Publishers.
- Prajogo, D., & Olhager, J. (2012). Supply chain integration and performance: The effects of long-term relationships, information technology and sharing, and logistics integration. *International Journal of Production Economics*, 135(1), 514-522.
- Salancik, G. R., & Pfeffer, J. (1978). A social information processing approach to job attitudes and task design. *Administrative Science Quarterly*, 224-253.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2009). *Research Method for Business: A Skill-Building Approach*. Wiley.
- Sundram, V. P. K., Ibrahim, A. R., & Govindaraju, V. C. (2011). Supply chain management practices in the electronics industry in Malaysia: Consequences for supply chain performance. *Benchmarking: An International Journal*.
- Tseng, S. M. (2014). The impact of knowledge management capabilities and supplier relationship management on corporate performance. *International Journal of Production Economics*, 154, 39-47.
- World Bank. (2016). *Kenya Economic Update*. Washington, DC: World Bank.