

The Influence of Vendor Costs and Service Quality on SRM through Company Trust at PT Batara Integra Nusa

* Destiana Safitri¹, Danarti Hariani², Helena Louise Panggabean³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mohammad Husni Thamrin

Correspondence Author: Destiana Safitri, destianasafitri2003@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.37012/jeb.v2i1.3857>

Abstract

The success of Supplier Relationship Management (SRM) in the supply chain logistics industry highly depends on the synchronization of performance and effective operational management of vendors. This study aims to analyze the effect of Vendor Cost and Vendor Service Quality on SRM with Corporate Trust as an intervening variable at PT Batara Integra Nusa. A quantitative approach with an explanatory design was used through a census method of 78 employees. Data analysis used Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 3.0. The results of structural testing show that Vendor Cost has no significant effect on Corporate Trust and SRM. In contrast, Vendor Service Quality and Corporate Trust have a significant effect on SRM. Corporate Trust is proven to mediate the effect of Vendor Service Quality on SRM, but does not mediate the effect of Vendor Cost. The recommendation for PT Batara Integra Nusa is to focus efforts on improving Supplier Relationship Management through enhancing vendor service quality and strengthening corporate trust by maintaining cooperation with vendors who are responsive, consistent, and able to fulfill cooperation commitments.

Keywords: Vendor Cost, Vendor Service Quality, Corporate Trust, Supplier Relationship Management.

Abstrak

Keberhasilan Supplier Relationship Management (SRM) dalam industri logistik rantai pasok sangat bergantung pada sinkronisasi kinerja dan pengelolaan operasional vendor secara efektif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Biaya Vendor dan Kualitas Layanan Vendor terhadap SRM dengan Kepercayaan Perusahaan sebagai variabel intervening pada PT Batara Integra Nusa. Pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori digunakan melalui metode sensus terhadap 78 karyawan. Analisis data menggunakan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 3.0. Hasil pengujian struktural menunjukkan bahwa Biaya Vendor tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Perusahaan maupun SRM. Sebaliknya, Kualitas Layanan Vendor dan Kepercayaan Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap SRM. Kepercayaan Perusahaan terbukti memediasi pengaruh Kualitas Layanan Vendor terhadap SRM, namun tidak memediasi pengaruh Biaya Vendor. Rekomendasi bagi PT Batara Integra Nusa adalah memfokuskan upaya peningkatan Supplier Relationship Management melalui peningkatan kualitas layanan vendor dan penguatan kepercayaan perusahaan dengan mempertahankan kerja sama dengan vendor yang responsif, konsisten, dan mampu memenuhi komitmen kerja sama.

Kata kunci : Biaya Vendor, Kualitas Layanan Vendor, Kepercayaan Perusahaan, Manajemen Hubungan Pemasok.

PENDAHULUAN

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, keberhasilan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan internal, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang efektif dengan pihak eksternal, khususnya supplier atau vendor. Hubungan perusahaan dengan vendor tidak lagi terbatas pada aktivitas transaksi, tetapi mencakup koordinasi, pertukaran informasi, kepercayaan, dan kerja sama yang berkelanjutan. Pengelolaan hubungan tersebut dikenal sebagai Supplier Relationship Management (SRM), yaitu pendekatan strategis untuk mengelola hubungan dengan supplier dalam mendukung pencapaian tujuan bisnis perusahaan. Penerapan SRM yang efektif dapat mendukung efisiensi operasional serta memperkuat hubungan kerja sama antara perusahaan dan supplier (Tundunaung et al., 2021).

Dalam konteks bisnis di Indonesia, efektivitas hubungan perusahaan dengan vendor dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya biaya vendor dan kualitas layanan vendor. Pengelolaan biaya vendor perlu dilakukan secara efektif agar biaya yang dikeluarkan perusahaan sesuai dengan nilai dan layanan yang diterima. Sementara itu, kualitas layanan vendor mencerminkan kemampuan vendor dalam memenuhi kebutuhan perusahaan secara tepat waktu, konsisten, dan responsif. Simamora et al., (2022) menunjukkan bahwa pelayanan vendor berpengaruh positif terhadap kepuasan, sedangkan Dza et al., (2024) menunjukkan bahwa Supplier Relationship Management berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan. Selain itu, Sari & Al-Hasin (2023) menunjukkan bahwa berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, dan kolaborasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan biaya dan kualitas layanan serta hubungan yang dilandasi kepercayaan menjadi aspek penting dalam mendukung efektivitas hubungan perusahaan dengan vendor.

Kepercayaan perusahaan terhadap vendor juga menjadi aspek penting dalam membangun hubungan bisnis jangka panjang. Kepercayaan dapat tercermin melalui kemampuan vendor dalam memenuhi komitmen, keterbukaan informasi, komunikasi yang baik, serta kesediaan untuk bekerja sama. Edbert & Pakpahan (2023) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap integrasi rantai pasokan, sedangkan Setiawan et al., (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap supplier berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan tidak hanya mendukung kelancaran kerja sama,

tetapi juga dapat memperkuat hubungan antara perusahaan dan vendor dalam penerapan SRM.

Pada konteks lokal, PT Batara Integra Nusa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Logistik dan Supply Chain Management (SCM) yang dalam kegiatan operasionalnya melibatkan berbagai jenis vendor untuk mendukung kebutuhan perusahaan di berbagai fungsi. Vendor yang terlibat tidak hanya berkaitan dengan kegiatan transportasi dan logistik, tetapi juga mencakup penyedia kebutuhan dan pengembangan karyawan, keuangan, administrasi dan perpajakan, serta kebutuhan operasional lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan hubungan dengan vendor merupakan bagian yang penting dalam mendukung kelancaran aktivitas perusahaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa biaya yang dikeluarkan sebanding dengan nilai dan layanan yang diterima, serta memastikan kualitas layanan vendor dalam memenuhi kebutuhan perusahaan secara tepat waktu, responsif, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing fungsi.

Meskipun penelitian terdahulu telah membahas hubungan antara pelayanan vendor, biaya, kepercayaan, kinerja rantai pasok, dan Supplier Relationship Management, penelitian yang menguji biaya vendor dan kualitas layanan vendor terhadap Supplier Relationship Management dengan kepercayaan perusahaan sebagai variabel intervening dalam satu model penelitian masih terbatas. Selain itu, penelitian dengan model tersebut belum secara spesifik dilakukan pada PT Batara Integra Nusa. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperoleh pemahaman mengenai pengaruh biaya vendor dan kualitas layanan vendor terhadap Supplier Relationship Management serta peran kepercayaan perusahaan dalam hubungan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya vendor dan kualitas layanan vendor terhadap Supplier Relationship Management (SRM), serta mengkaji peran kepercayaan perusahaan sebagai variabel intervening pada PT Batara Integra Nusa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori serta metode asosiatif kausal untuk menganalisis kontribusi biaya vendor dan kualitas layanan vendor terhadap Supplier Relationship Management (SRM), baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepercayaan perusahaan sebagai variabel mediasi. Studi kasus ini dilaksanakan di PT Batara Integra Nusa yang beralamat di Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Pemilihan lokasi riset didasarkan pada relevansi operasional perusahaan yang intensif dalam

membangun hubungan kemitraan dengan pihak vendor. Adapun proses pengumpulan data lapangan dijadwalkan berlangsung selama empat bulan, terhitung mulai April hingga Juli 2026. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh karyawan PT Batara Integra Nusa yang berjumlah 78 orang, dengan rincian komposisi terdiri atas 23 personel di bagian administrasi (office) dan 55 personel di bagian operasional (lapangan). Penentuan populasi ini didasarkan pada keterlibatan aktif para karyawan dalam rantai aktivitas operasional perusahaan yang bersinggungan langsung maupun tidak langsung dengan vendor. Mengingat ukuran populasi yang relatif terbatas, penelitian ini menerapkan teknik sampling jenuh atau sensus, di mana segenap anggota populasi diikutsertakan sebagai sampel penelitian, sehingga ukuran sampel akhir ditetapkan sebanyak 78 responden.

Proses pengumpulan data mengombinasikan penggunaan data primer dan data sekunder. Data primer dihimpun secara digital melalui penyebaran kuesioner terstruktur berbasis Google Form dengan alternatif jawaban menggunakan Skala Likert lima tingkat, mulai dari poin 1 untuk representasi sangat tidak setuju hingga poin 5 untuk sangat setuju. Penyusunan butir instrumen diturunkan dari indikator spesifik pada tiap variabel yang diteliti. Variabel biaya vendor (X1) diukur melalui empat dimensi yang meliputi price level, cost reliability, price transparency, dan price flexibility dengan mengadopsi teori dari (Ellram, 1995). Variabel kualitas layanan vendor (X2) mengacu pada model SERVQUAL dari Parasuraman et al., (1988) yang mencakup aspek reliability, responsiveness, empathy, assurance, dan tangibles. Selanjutnya, variabel kepercayaan perusahaan (Z) dioperasionalkan lewat indikator-indikator yang merefleksikan tingkat kepercayaan dalam kemitraan dengan vendor, sedangkan variabel Supplier Relationship Management (Y) dinilai berdasarkan dimensi information sharing, supplier evaluation, decision synchronization, dan collaboration. Sebagai pendukung, data sekunder diperoleh melalui penelaahan dokumen internal organisasi serta literatur ilmiah pendukung seperti buku, jurnal, dan hasil riset terdahulu yang relevan.

Teknis analisis data dalam riset ini mengandalkan pendekatan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Pendekatan ini dipilih karena dinilai sangat tepat untuk menguji hubungan antar-konstruk laten sekaligus mengevaluasi model pengukuran dan model struktural pada kondisi ukuran sampel yang terbatas (Hair et al., 2022). Seluruh variabel di dalam model ini diposisikan sebagai konstruk reflektif. Operasionalisasi analisis data dilakukan secara bertahap, dimulai dari analisis statistik

deskriptif, evaluasi model pengukuran (outer model), evaluasi model struktural (inner model), pengujian hipotesis, hingga analisis efek mediasi. Analisis statistik deskriptif diterapkan untuk memetakan profil responden serta memberikan gambaran umum mengenai kondisi setiap variabel riset berdasarkan data lapangan. Data karakteristik demografi responden dipresentasikan menggunakan distribusi frekuensi dan persentase, sedangkan kecenderungan persepsi responden terhadap indikator variabel diidentifikasi berdasarkan nilai rata-rata (mean) serta sebaran jawaban.

Evaluasi model pengukuran (outer model) dilakukan untuk memverifikasi kualitas keabsahan instrumen penelitian, yang mencakup aspek validitas dan reliabilitas dari setiap konstruk laten. Kriteria validitas konvergen dinilai berdasarkan parameter outer loading dengan ambang batas ideal sebesar 0,70 atau lebih, serta nilai Average Variance Extracted (AVE) yang diwajibkan menyentuh angka 0,50 atau lebih. Indikator yang memiliki beban loading di bawah standar baku selanjutnya akan dievaluasi dari aspek teoretis maupun statistik untuk menentukan tindakan eliminasi atau pertahanan. Sementara itu, validitas diskriminan diverifikasi melalui perbandingan nilai cross loading serta kriteria Fornell–Larcker guna memastikan keunikan tiap konstruk dari konstruk lainnya dalam model. Untuk pengujian reliabilitas instrumen, konsistensi internal diukur menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dan Composite Reliability dengan batas nilai minimal yang dipersyaratkan sebesar 0,70 (Ghozali & Kusumadewi, 2023; Hair et al., 2022).

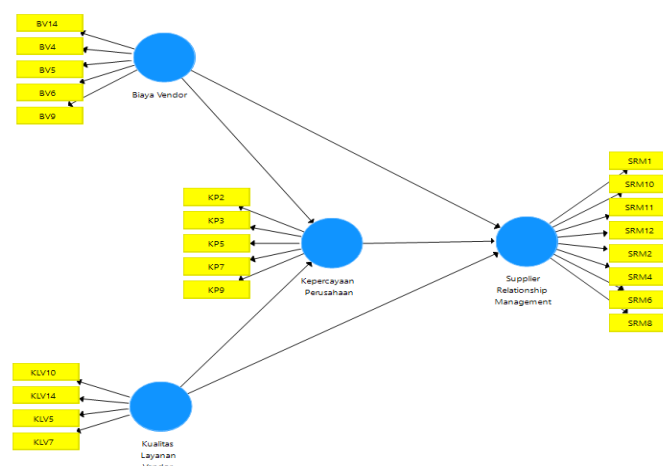
Tahapan berikutnya adalah evaluasi model struktural (inner model) yang bertujuan untuk mengukur akurasi daya prediksi model serta melihat kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian model struktural ini mengacu pada tiga indikator utama dari Hair et al. (2022), yaitu koefisien determinasi (R^2), effect size (f^2), dan predictive relevance (Q^2). Nilai R^2 digunakan untuk mendeteksi seberapa besar proporsi varians pada variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variasi variabel eksogen dalam sistem model. Parameter f^2 dipakai untuk mengukur kekuatan kontribusi relatif variabel eksogen terhadap variabel endogen, dengan kategorisasi efek kecil pada nilai 0,02, efek sedang pada nilai 0,15, dan efek besar pada nilai 0,35. Sedangkan nilai Q^2 yang berada di atas angka nol menunjukkan bahwa model struktural memiliki relevansi prediktif yang memadai.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur penyampelan ulang atau bootstrapping untuk melihat nilai koefisien jalur (path coefficient), t-statistic, dan p-value. Hubungan antarvariabel

dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik apabila nilai p-value kurang dari 0,05 dan nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 pada taraf signifikansi lima persen. Nilai path coefficient sendiri berfungsi untuk mengidentifikasi arah hubungan antar-konstruk, di mana koefisien positif menunjukkan hubungan searah dan koefisien negatif menandakan hubungan yang berlawanan arah. Pengujian ini difokuskan untuk mengonfirmasi signifikansi pengaruh biaya vendor dan kualitas layanan vendor terhadap kepercayaan perusahaan dan Supplier Relationship Management, serta kontribusi langsung kepercayaan perusahaan terhadap peningkatan Supplier Relationship Management.

Pada bagian akhir, pengujian efek mediasi diimplementasikan untuk mendeteksi peran intervensi variabel kepercayaan perusahaan pada hubungan kausal antara biaya vendor dan kualitas layanan terhadap Supplier Relationship Management. Melalui kalkulasi algoritma bootstrapping, nilai pengaruh langsung (direct effect) akan dibandingkan dengan nilai pengaruh tidak langsung (indirect effect). Hubungan mediasi dinyatakan terbentuk apabila koefisien pengaruh tidak langsung terbukti signifikan secara statistik. Perbandingan komparatif antara efek langsung dan tidak langsung ini nantinya akan mengklasifikasikan karakteristik dan sifat mediasi dari variabel kepercayaan perusahaan dalam model penelitian (Hair et al., 2022).

Kerangka konseptual komprehensif yang dianalisis dalam penelitian SEM-PLS ini disajikan secara visual pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian SEM-PLS

HASIL & PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 78 responden, mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebesar 58,97%, berasal dari bagian Operasional/Lapangan/Project sebesar 56,41%, dan paling banyak terlibat dengan vendor armada, transportasi, serta logistik lapangan sebesar 64,10%. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki keterlibatan langsung dengan aktivitas operasional dan hubungan kerja sama dengan vendor, sehingga relevan dengan konteks penelitian mengenai Biaya Vendor, Kualitas Layanan Vendor, Kepercayaan Perusahaan, dan Supplier Relationship Management (SRM).

Analisis Deskriptif Variabel

Guna memetakan arah kecenderungan persepsi responden, dilakukan kalkulasi nilai rata-rata berbasis Skala Likert dengan rentang 1 hingga 5. Berdasarkan hasil pengujian deskriptif, diperoleh fakta bahwa setiap variabel penelitian menempati interval kategori ‘Sangat Tinggi’. Capaian tersebut mengindikasikan adanya apresiasi yang tinggi dan penilaian yang sangat baik terhadap tata kelola vendor yang berjalan saat ini. Rincian statistik deskriptif dari variabel-variabel tersebut disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif Variabel

Variabel	Mean	TCR	Kriteria
Biaya Vendor (X1)	4,297	85,94%	Sangat Tinggi
Kualitas Layanan Vendor (X2)	4,407	88,14%	Sangat Tinggi
Kepercayaan Perusahaan (Z)	4,420	88,40%	Sangat Tinggi
SRM (Y)	4,405	88,42%	Sangat Tinggi

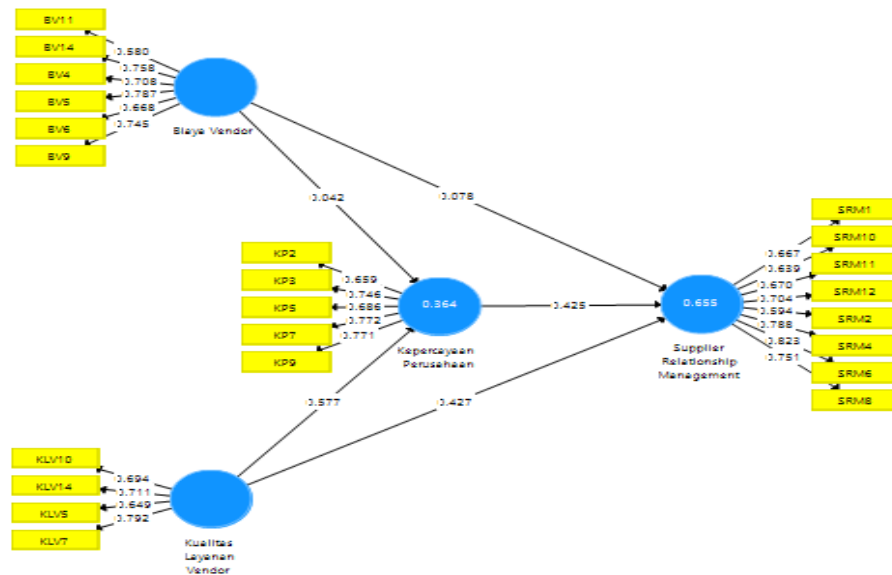
Sumber: Data diolah (2026)

Ditinjau dari parameter statistik pada Tabel 1, dimensi Kepercayaan Perusahaan mencatat nilai mean tertinggi (4,420) yang berbanding terbalik dengan dimensi Biaya Vendor sebagai pemilik skor terendah (4,297). Walau demikian, marginalitas perbedaan ini tetap menempatkan seluruh variabel dalam klasifikasi kriteria ‘Sangat Tinggi’.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Penilaian terhadap model pengukuran (outer model) diimplementasikan guna memvalidasi bahwa instrumen indikator secara tepat dan konsisten mampu merefleksikan konstruk laten yang diteliti. Prosedur evaluasi ini mencakup serangkaian pengujian empiris yang meliputi

validitas konvergen, validitas diskriminan, serta estimasi reliabilitas konstruk. Bentuk visualisasi model dari hasil estimasi outer model tersebut ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Model Pengukuran (Outer Model)

Berdasarkan Gambar 2 tersebut, seluruh variabel laten telah terhubung dengan indikator pembentuknya. Hasil pengujian validitas konvergen berdasarkan Average Variance Extracted (AVE) disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
Biaya Vendor (X1)	0,506	Valid
Kualitas Layanan Vendor (X2)	0,509	Valid
Kepercayaan Perusahaan (Z)	0,509	Valid
SRM (Y)	0,502	Valid

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil kalkulasi data pada Tabel 2 membuktikan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai AVE yang melebihi standar minimum 0,50, sehingga prasyarat validitas konvergen dinyatakan terpenuhi. Selanjutnya, guna menguji diferensiasi antar-konstruk, validitas diskriminan dievaluasi menggunakan instrumen Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) dengan batasan nilai di bawah 0,90. Distribusi data hasil pengujian ini dapat dicermati pada Tabel 3.

Tabel 3. Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)

	Biaya Vendor	Kepercayaan Perusahaan	Kualitas Layanan Vendor	Supplier Relationship Management
Biaya Vendor				
Kepercayaan Perusahaan	0,485			
Kualitas Layanan Vendor	0,830	0,809		
<i>Supplier Relationship Management</i>	0,585	0,856	0,919	

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hampir seluruh pasangan konstruk memiliki nilai HTMT yang berada dalam batas rekomendasi, yaitu kurang dari 0,90. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa masing-masing konstruk mampu mempertahankan karakteristiknya sehingga dapat dibedakan dari konstruk lainnya. Akan tetapi, pasangan konstruk Kualitas Layanan Vendor dan Supplier Relationship Management (SRM) menghasilkan nilai HTMT sebesar 0,919. Meskipun nilai ini sedikit melampaui ambang batas standar sebesar 0,90, nilai tersebut masih berada di bawah batas toleransi maksimal sebesar 0,95 yang direkomendasikan oleh Hair et al., (2022) untuk konstruk-konstruk yang secara konseptual sangat dekat (conceptually close constructs). Sebagai langkah penyempurnaan model, evaluasi telah dilakukan dengan mencoba mengeliminasi indikator yang memiliki nilai outer loading relatif rendah. Namun, langkah tersebut tidak memberikan perubahan yang berarti terhadap nilai HTMT serta berpotensi mengurangi keterwakilan indikator dalam merepresentasikan konstruk asli. Didukung oleh hasil evaluasi Cross Loading, Average Variance Extracted (AVE) yang seluruhnya telah memenuhi kriteria, maka kualitas model pengukuran berada pada tingkat yang memadai dan model penelitian ini tetap valid untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya. Setelah seluruh rangkaian pengujian validitas terpenuhi, tahapan analisis berikutnya adalah melakukan pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Hasil pengujian tersebut disajikan secara rinci pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Biaya Vendor	0,805	0,859
Kualitas Layanan Vendor	0,681	0,805
Kepercayaan Perusahaan	0,788	0,849
<i>Supplier Relationship Management</i>	0,856	0,889

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4 tersebut, seluruh konstruk memiliki Cronbach's Alpha di atas 0,60 dan Composite Reliability di atas 0,70 sehingga reliabel.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Tahapan analisis dilanjutkan dengan evaluasi model struktural (inner model) untuk mengukur seberapa besar kemampuan konstruk eksogen dalam menjelaskan variasi pada konstruk endogen. Pengujian ini diukur menggunakan parameter R-Square, Q², dan f². Adapun hasil estimasi untuk nilai R-Square dan Q² dirangkum secara rinci pada Tabel 5.

Tabel 5. R-Square dan Q²

Variabel	R-Square	Q ²
Kepercayaan Perusahaan	0,364	0,178
<i>Supplier Relationship Management</i>	0,655	0,298

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil evaluasi model struktural pada Tabel 5 memperlihatkan nilai R-Square untuk Kepercayaan Perusahaan sebesar 0,364 dan SRM sebesar 0,655, yang mencerminkan kemampuan prediksi pada tingkat moderat. Kualitas model ini diperkuat oleh nilai Q² yang konsisten di atas nol, menandakan terpenuhinya kriteria predictive relevance yang baik pada model pengukuran.

Untuk melihat kontribusi spesifik antar-konstruk melalui nilai effect size (f²), hasil pengujiannya dipaparkan pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Hasil Pengujian Effect Size

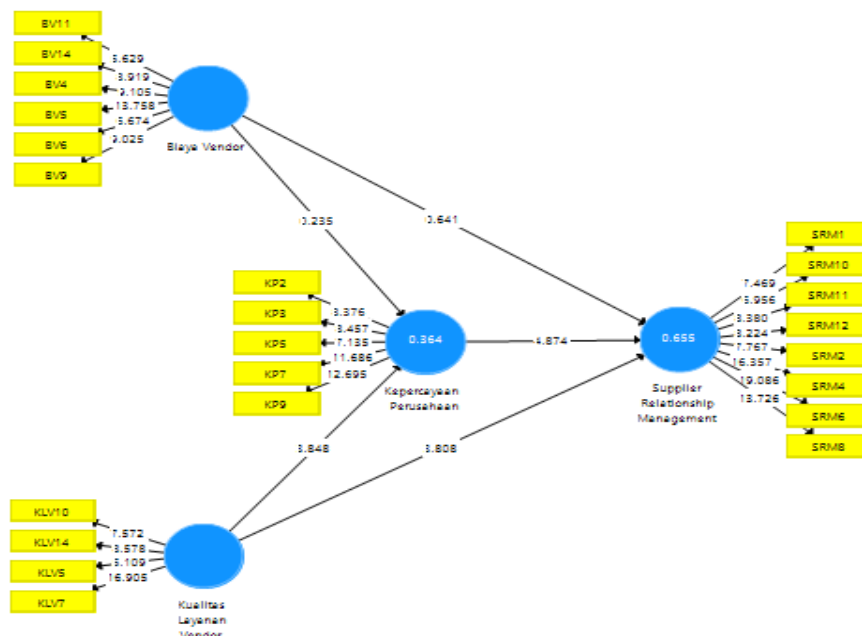
Jalur	f ²	Kategori
Biaya Vendor -> Kepercayaan Perusahaan	0,002	Sangat Kecil
Biaya Vendor -> SRM	0,011	Sangat Kecil
Kualitas Layanan Vendor -> Kepercayaan Perusahaan	0,326	Sedang
Kualitas Layanan Vendor -> SRM	0,248	Sedang
Kepercayaan Perusahaan -> SRM	0,333	Sedang

Sumber: Data diolah (2026)

Data pengujian effect size pada Tabel 6 menunjukkan adanya variasi kontribusi antar variabel. Kontribusi yang diberikan oleh Kualitas Layanan Vendor dan Kepercayaan Perusahaan berada dalam kategori sedang. Sebaliknya, variabel Biaya Vendor hanya memberikan pengaruh dengan kategori sangat kecil terhadap Kepercayaan Perusahaan maupun SRM.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengacu pada prosedur bootstrapping dengan ambang batas signifikansi *t*-statistics di atas 1,96 dan *p*-values di bawah 0,05. Hasil visualisasi dari prosedur ini disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Model Bootstrapping

Arah hubungan serta tingkat signifikansi pada setiap jalur penelitian telah divisualisasikan melalui Gambar 3. Selanjutnya, perincian nilai dari hasil pengujian hipotesis tersebut dirangkum dalam Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Jalur	Original Sample	<i>t</i> -statistics	<i>p</i> -values	Keputusan
H1	BV -> KP	0,042	0,236	0,814	Ditolak
H2	KLV -> KP	0,577	3,777	0,000	Diterima
H3	BV -> SRM	0,078	0,634	0,521	Ditolak
H4	KLV -> SRM	0,427	3,782	0,000	Diterima
H5	KP -> SRM	0,425	4,748	0,000	Diterima
H6	BV -> KP -> SRM	0,018	0,240	0,810	Ditolak
H7	KLV -> KP -> SRM	0,245	2,875	0,004	Diterima

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil pengujian pada Tabel 7 menunjukkan bahwa dari tujuh hipotesis yang diajukan, terdapat empat hipotesis yang diterima (H2, H4, H5, H7) karena memenuhi ambang batas signifikansi yang ditentukan. Sebaliknya, tiga hipotesis lainnya (H1, H3, H6) dinyatakan ditolak lantaran tidak memenuhi kriteria statistik.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, ditemukan bahwa Biaya Vendor tidak memiliki pengaruh signifikan, baik terhadap Kepercayaan Perusahaan (Original Sample 0,042, p-values 0,814), maupun terhadap Supplier Relationship Management atau SRM (Original Sample 0,078, p-values 0,521). Lebih lanjut, peran Kepercayaan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Biaya Vendor dan SRM juga terbukti tidak signifikan (Original Sample 0,018, p-values 0,810), sehingga H1, H3, dan H6 ditolak. Fenomena ini mengindikasikan bahwa dalam ekosistem Business-to-Business (B2B) di PT Batara Integra Nusa, jalinan kemitraan tidak didasarkan pada penawaran harga yang murah, melainkan lebih menitikberatkan pada aspek komitmen dan konsistensi vendor. Hasil ini memperkuat argumen dari Prior et al., (2022), Christopher (2023), serta Prasad et al., (2016), namun bertolak belakang dengan temuan Khairunnisa & Laily (2025) dan (Sutrisno & Kaihatu, 2022).

Sebaliknya, Kualitas Layanan Vendor menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Perusahaan (Original Sample 0,577, p-values 0,000) serta terhadap SRM (Original Sample 0,427, p-values 0,000), yang berarti H2 dan H4 diterima. Temuan ini mengonfirmasi relevansi konsep SERVQUAL dari Parasuraman et al., (1988), sekaligus sejalan dengan penelitian Khairunnisa & Laily (2025), Sahputri (2021), Swara & Bustommy (2022) yang menyatakan bahwa dimensi reliability (keandalan) dan responsiveness (daya tanggap) merupakan fondasi krusial dalam hubungan bisnis.

Terakhir, Kepercayaan Perusahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap SRM (Original Sample 0,425, p-values 0,000). Hubungan ini juga diperkuat oleh kemampuan Kepercayaan dalam memediasi dampak Kualitas Layanan Vendor terhadap SRM secara signifikan (Original Sample 0,245, p-values 0,004), sehingga H5 dan H7 diterima. Hasil empiris ini berhasil memvalidasi Commitment-Trust Theory yang digagas oleh Morgan & Hunt (1994), serta didukung oleh studi empiris (Gustin et al., 2024; Tundunaung et al., 2021).

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh Biaya Vendor dan Kualitas Layanan Vendor terhadap Supplier Relationship Management (SRM) dengan Kepercayaan Perusahaan sebagai variabel intervening pada PT Batara Integra Nusa. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, hasil penelitian menyimpulkan bahwa Biaya Vendor tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Perusahaan maupun terhadap SRM, serta tidak terbukti dipengaruhi melalui variabel intervening Kepercayaan Perusahaan. Sebaliknya, Kualitas Layanan Vendor terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Perusahaan dan keberhasilan SRM. Selain itu, Kepercayaan Perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan dalam meningkatkan SRM, sekaligus mampu bertindak sebagai variabel intervening yang menjembatani pengaruh Kualitas Layanan Vendor terhadap SRM secara signifikan. Hasil ini menegaskan bahwa dalam konteks hubungan Business-to-Business (B2B) pada objek penelitian, efektivitas pengelolaan hubungan pemasok tidak ditentukan oleh strategi harga murah, melainkan secara mutlak digerakkan oleh kualitas pelayanan yang unggul dan penguatan fondasi kepercayaan yang kokoh.

Berdasarkan hasil penelitian, ulasan teoritis, dan kesimpulan akhir yang diperoleh, beberapa rekomendasi konkret dirumuskan untuk pihak praktisi dan akademisi. Bagi manajemen PT Batara Integra Nusa, disarankan untuk lebih memfokuskan upaya peningkatan Supplier Relationship Management (SRM) melalui peningkatan kualitas layanan vendor dan penguatan kepercayaan perusahaan terhadap vendor. Perusahaan diharapkan tetap mempertahankan kerja sama dengan vendor yang memiliki pelayanan yang responsif, konsisten, dan mampu memenuhi komitmen, karena aspek-aspek tersebut terbukti secara empiris mendominasi keberhasilan hubungan kemitraan dibandingkan faktor biaya. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan indikator penelitian yang lebih spesifik agar setiap variabel dapat terukur secara lebih komprehensif. Peneliti masa depan juga direkomendasikan untuk memilih objek penelitian dengan karakteristik industri yang berbeda atau memperluas cakupan responden agar dapat memberikan gambaran yang lebih luas sekaligus menguji kembali mengapa faktor biaya tidak mampu memengaruhi SRM secara langsung maupun melalui variabel intervening Kepercayaan Perusahaan.

REFERENSI

- Christopher, M. (2023). *Logistics & supply chain management* (6th ed.). Pearson.
- Dza, M., Acquah, I. N., & Atsu, W. (2024). Supplier relationship management and operational performance: The mediating role of supply chain resilience. *Journal of Operations and Strategic Planning*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/2516600x241277294>
- Edbert, J., & Pakpahan, A. K. (2023). Pengaruh kepercayaan, komitmen dan integrasi rantai pasokan terhadap kinerja operasional pada perusahaan makanan di Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 18719–18729.
- Ellram, L. M. (1995). Total cost of ownership: An analysis approach for purchasing. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 25(8), 4–23. <https://doi.org/10.1108/09600039510099928>
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi*. Penerbit Yoga Pratama.
- Gustin, S. A., Fika, E. D. I. N., & Marsono. (2024). Strategi komunikasi dan kolaborasi dalam supplier relationship management: Studi kasus Toko Ritel Hasna 35.000. *Jurnal Bisnis*, 12, 271–280.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage.
- Khairunnisa, S. A., & Laily, N. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 14(11), 129–141. <https://doi.org/10.62421/jibema.v2i2.79>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prasad, S., Kamath, G., Barkur, G., & Nayak, R. (2016). Does supplier evaluation impact process improvement? *Journal of Industrial Engineering and Management*, 9(3), 708–

731. <https://doi.org/10.3926/jiem.1777>
- Prior, D. D., Saberi, M., Janjua, N. K., & Jie, F. (2022). Can I trust you? Incorporating supplier trustworthiness into supplier selection criteria. *Enterprise Information Systems*.
- Sahputri, R. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan vendor di Shared Service Unit PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero)*. Universitas Pembangunan Panca Budi.
- Sari, M. I., & Al-Hasin. (2023). Pengaruh berbagi informasi, kepercayaan, hubungan jangka panjang, kolaborasi terhadap kinerja rantai pasok manajemen (Studi pada UMKM toko retail bahan bangunan di Pangkalan Bun, Kalimantan Tengah). *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2(3), 46.
- Setiawan, E. O., Tarigan, Z. J. H., & Siagian, H. (2022). Effect of trust supplier on firm performance through information sharing and collaboration in manufacturing companies. *Petra International Journal of Business Studies*, 5(1), 87–96. <https://doi.org/10.9744/ijbs.5.1.87-96>
- Simamora, F. N., Kaharuddin, & Ambarita, R. (2022). Pengaruh pelayanan vendor terhadap kepuasan konsumen pada PT. PLN (Persero) Pembangkitan Sumatera Bagian Utara Sektor Pembangkitan Pandan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2084–2096.
- Sutrisno, T. F. C. W., & Kaihatu, T. S. (2022). The role of cost reduction and inventory optimization on the partnership in purchasing and logistics: An empirical study of food and beverage companies from Indonesia. *Journal of Applied Management (JAM)*, 20(1), 208–217. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.01.20>
- Swara, A. W., & Bustommy, A. Y. (2022). Evaluasi pemasok pada industri kimia penjernih air dengan metode AHP dalam kerangka supplier relationship management. *Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering*, 14(2), 130. <https://doi.org/10.22441/oe.2022.v14.i2.050>
- Tundunaung, A. G. C., Tumbuan, W. J. F. A., & Tasik, H. H. D. (2021). The influence of supplier relationship management toward business performance of SMEs in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), 134–142. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/download/31986/30384>