

## ABSTRAK

*Permintaan produk furnitur domestik telah mengalami pertumbuhan sekitar 6%–10% tiap tahunnya. Jenis produk furnitur kayu yang paling diminati adalah furnitur kayu jati dengan ornamen ukiran. Namun, keterbatasan pasokan kayu jati sebagai bahan baku, menurunnya jumlah pengrajin yang dapat mengerjakan ornamen ukiran, dan rantai produksi furnitur kayu yang kompleks dengan spesialisasi tinggi menjadikan tidak semua UMKM dapat mengerjakan jenis produk tersebut. Pengembangan hubungan berorientasi jangka panjang oleh pembeli skala bisnis dengan UMKM sebagai pemasok menjadi penting dalam rangka mengamankan pasokan jenis produk tersebut. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi orientasi jangka panjang hubungan UMKM furnitur kayu jati sebagai pemasok dengan pembeli skala bisnis melalui variabel kepercayaan, dan selanjutnya dirancang strategi berdasarkan faktor-faktor yang berpengaruh tersebut. Faktor-faktor yang digunakan merupakan integrasi model penelitian Sharif dkk. (2005) dan Cho dkk. (2015). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan diolah menggunakan PLS-SEM. Hasil temuan menunjukkan variabel kepercayaan memengaruhi secara kuat orientasi jangka panjang. Selain itu didapati bahwa variabel kepercayaan dipengaruhi secara positif oleh faktor dari yang tertinggi adalah kepuasan ekonomi, investasi spesifik transaksi, pertukaran informasi formal, reputasi, pertukaran informasi informal, kepuasan sosial, kemampuan, dan fleksibilitas. Sementara faktor kekuatan paksaan memengaruhi secara negatif variabel kepercayaan.*

**Kata kunci:** Orientasi jangka panjang; hubungan pemasok-pembeli, UMKM, PLS-SEM