

ABSTRAKSI

Strategi perusahaan untuk memenuhi pasar yang selalu berubah sangat diperlukan para pemasok yang merupakan kunci bagi manajemen rantai pasokan yang efektif. Dalam perkembangannya konsep strategi pemasok memasuki babak baru dalam perkembangan strategi perusahaan. Kinerja rantai pasokan yang baik pada rantai pemasok perusahaan membuat perusahaan mampu menyajikan produk yang dikehendaki atau sesuai dengan kemauan konsumen akhir, serta dapat memasok barang ke pasar dengan cepat dan tepat waktu dengan harga jual yang kompetitif, sehingga lebih unggul dari para pesaingnya.

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis implementasi Strategi Kerjasama Jangka Panjang yang diterapkan oleh PT. Charoen Pokphand Semarang, apakah sudah sesuai dan mampu dalam meningkatkan Kinerja Rantai Pasokan. Karena sebagai perusahaan pakan yang memiliki banyak pemasok, PT. Charoen Pokphand Semarang mempunyai masalah dalam pemenuhan kontrak *supply* bahan baku dan keterlambatan pasokan bahan baku.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah menelusuri faktor-faktor yang berpengaruh terhadap strategi kerjasama jangka panjang untuk meningkatkan kinerja rantai pasokan perusahaan. Dalam penelitian ini dikembangkan suatu model teoritis dengan mengajukan 5 hipotesis yang akan diuji dengan menggunakan *Structural Equations Modeling* (SEM) dengan menggunakan software AMOS. Responden yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari para pemasok bahan baku PT. Charoen Pokphand Semarang yang berjumlah 127 responden.

Hasil dari pengolahan data SEM untuk *Full Model* telah memenuhi kriteria *goodness of fit*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi dan keberadaan dari anteseden Strategi Kerjasama Jangka Panjang mempunyai peranan yang tinggi dalam menentukan Kinerja Rantai Pasokan. Dari penelitian ini dihasilkan kesimpulan bahwa berdasarkan analisis pengaruh dapat ditunjukkan bahwa Komunikasi mempunyai pengaruh yang lebih tinggi terhadap Kinerja Rantai Pasokan dibandingkan dengan Komitmen.

Kata Kunci : Komitmen, Komunikasi, Strategi Kerjasama Jangka Panjang, Kinerja Rantai Pasokan.