

Analisis pengaruh pembeli-pemasok terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah : studi kasus pada UMKM Fashion di Jabodetabek =
Analysis of buyer-supplier relationship towards performance of micro small and medium enterprises

Mohammad Bayu Radhitya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331428&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Hubungan antara pembeli dengan pemasok pada korporasi besar dapat terjalin dengan mudah dan lebih sistematis. Perdebatan muncul ketika pembeli bukanlah korporasi besar melainkan usaha mikro kecil menengah. Penelitian ini membahas hubungan antara pembeli dengan pemasok serta pengaruhnya terhadap performa organisasi tersebut. Peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh peningkatan hubungan antara pembeli dengan pemasok terhadap performa usaha mikro kecil dan menengah. Dengan mengetahui hal ini diharapkan usaha mikro kecil menengah dapat mengetahui hal-hal yang perlu diperhatikan dan dilakukan oleh UMKM selaku pembeli terhadap supplier serta manfaatnya terhadap kebaikan organisasi UMKM tersebut. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis PLS (Partial Least Square). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan buyer specificity, peningkatan supplier specificity berpengaruh positif terhadap hubungan jangka panjang antara pembeli dan pemasok serta hubungan jangka panjang antara pembeli dan pemasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah.

ABSTRACT

The relationship between the buyers and suppliers in a large corporation can be established easily and more systematically. The debate arises when the buyer is not the big corporations but small and medium micro enterprises. This study examines the relationship between buyer and supplier and their impact towards organizational performance. Researchers want to know how to influence the improvement of relations between the buyers and suppliers to the performance of micro, small and medium enterprises. Knowing these SMEs are expected to know the things that need to be considered and carried out by SMEs as buyers and the benefit against SME organizations. The data analysis techniques used PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that increased buyer specificity, increased supplier specificity have a positive effect on long-term relationships between buyers and suppliers as well as long-term relationships between buyers and suppliers have a positive and significant impact on the performance of micro, small and medium enterprises.