

**IDENTIFIKASI INTERAKSI TINGKAT
KEPERCAYAAN, KOMITMEN, DAN PENANGANAN
MASALAH TERHADAP TOTAL *PROFIT* PADA
KEMITRAAN *SUPPLIER* DAN *RETAILER***

TESIS



Oleh:

David Stanley Kurniawan

2015881005

Pembimbing I:

Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D.

Pembimbing II:

Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., MIM

**PROGRAM MAGISTER TEKNIK INDUSTRI
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
JANUARI 2017**

HALAMAN PENGESAHAN

**IDENTIFIKASI INTERAKSI TINGKAT KEPERCAYAAN, KOMITMEN,
DAN PENANGANAN MASALAH TERHADAP TOTAL PROFIT PADA
KEMITRAAN SUPPLIER DAN RETAILER**



Oleh:

David Stanley Kurniawan

**Disetujui Untuk Diajukan Ujian Sidang pada Hari/Tanggal:
Rabu, 25 Januari 2017
Bandung,**

Pembimbing 1:

Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D.

TES - PMTI
KUR
i/A
tes 18/18

Pembimbing 2:

Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., MIM

**PROGRAM MAGISTER TEKNIK INDUSTRI
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
JANUARI 2017**

Pernyataan

Yang bertandatangan di bawah ini, saya dengan data diri sebagai berikut:

Nama : David Stanley Kurniawan
Nomor Pokok Mahasiwa : 2015881005
Program Studi : Magister Teknik Industri
Sekolah Pascasarjana
Universitas Katolik Parahyangan



Menyatakan bahwa Tesis dengan judul:

**“IDENTIFIKASI INTERAKSI TINGKAT KEPERCAYAAN, KOMITMEN,
DAN PENANGANAN MASALAH TERHADAP TOTAL *PROFIT* PADA
KEMITRAAN *SUPPLIER* DAN *RETAILER*”**

adalah benar-benar karya saya di bawah bimbingan Pembimbing, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya atau jika ada tuntutan formal atau non formal dari pihak lain berkaitan dengan keaslian karya saya ini, saya siap menanggung resiko, akibat, dan/atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya, termasuk pembatalan gelar akademik yang saya peroleh dari Universitas Katolik Parahyangan.

Dinyatakan : di Bandung

Tanggal : 26 Januari 2017



David Stanley Kurniawan

**IDENTIFIKASI INTERAKSI TINGKAT KEPERCAYAAN, KOMITMEN,
DAN PENANGANAN MASALAH TERHADAP TOTAL *PROFIT* PADA
KEMITRAAN *SUPPLIER* DAN *RETAILER***

David Stanley Kurniawan (NPM: 2015881005)
Pembimbing 1: Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D.
Pembimbing 2: Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., MIM
Magister Teknik Industri
Bandung
JANUARI 2017

ABSTRAK

Seiring dengan kemajuan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi, dunia industri juga berkembang dengan sangat pesat. Di sebuah dunia industri pasti akan terjalin sebuah rantai yang menghubungkan produsen (*supplier*) dan konsumen (*buyer*) yang membuat barang mentah menjadi barang jadi atau sering disebut sebagai rantai pasok. Hubungan rantai pasok terjadi diantara *supplier*, *distributor*, *retailer*, dan *customer*. Konsumen merupakan target pasar dimana permintaan barang dan jasa tergantung dari kebutuhannya, sedangkan *supplier* yang bertindak sebagai penyedia barang dan jasa perlu mengetahui jumlah permintaan dari konsumen. Perkembangan industri ditunjukkan dengan munculnya perusahaan baru dalam perindustrian. Hal ini mengakibatkan persaingan yang terjadi untuk masing-masing sektor industri menjadi semakin ketat. Salah satu strategi yang dilakukan untuk dapat bertahan dalam persaingan adalah melakukan kerja sama.

Jenis kerja sama dalam rantai pasok dibagi menjadi dua bagian besar yaitu kerja sama antar kompetitor dan kerja sama dengan non-kompetitor. Studi kasus dalam penelitian ini adalah hubungan kerja sama antara *supplier* dan *retailer*. Pada penelitian ini dibatasi pada kerja sama non-kompetitor. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kerja sama antar rantai pasok, dalam penelitian ini faktor yang digunakan adalah kepercayaan, komitmen, dan penanganan masalah. Untuk penilaian kesuksesan dari kerja sama ini dinilai dari total keuntungan *supply chain management* (SCM). Tujuan yang ingin dicapai yaitu menentukan strategi bagi masing-masing pihak yang memberikan hasil yang lebih baik untuk nilai total keuntungan SCM.

Pada pengolahan data yang kemudian diuji menggunakan uji ANOVA, data untuk variabel independen yang mempengaruhi total keuntungan adalah penanganan masalah dan interaksi antara tipe masalah baik dengan kepercayaan *retailer* atau kepercayaan *supplier*. Untuk faktor komitmen baik berdiri sendiri ataupun berinteraksi dengan variabel lain tidak berpengaruh secara langsung dalam penelitian ini.

**IDENTIFICATION OF INTERACTION BETWEEN TRUST,
COMMITMENT, AND CONFLICT RESOLUTION TOWARDS TOTAL
PROFIT ON PARTNERSHIP BETWEEN SUPPLIER AND RETAILER**

David Stanley Kurniawan (NPM: 2015881005)

Pembimbing 1: Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D.

Pembimbing 2: Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., MIM

Magister Teknik Industri

Bandung

JANUARY 2017

ABSTRACT

Along with advances in science and technology, the industry is also growing very rapidly. In a world of industry will definitely exists a chain linking producers (suppliers) and consumers (buyers) who make the raw materials into finished goods or often referred to as the supply chain. Supply chain relationships occur between suppliers, distributors, retailers, and customers. Consumers are the target markets where the demand for goods and services depending on their needs, while acting as a supplier of goods and services providers need to know the number of requests from consumers. Industrial development is shown by the emergence of new players in the industry. This resulted in competition was for each party. One strategy that is done to be able to survive in the competition is a partnership.

Kind of cooperation in the supply chain is divided into two major parts, namely cooperation between competitors, and cooperation with non-competitors. The case studies in this research is a cooperative relationship between suppliers and retailers. In this research is limited on the cooperation of non-competitors. There are factors that affect cooperation between the supply chain, in this study used factor is trust, commitment, and problems handling. For the assessment of the success of the partnership is assessed on the total profit of the supply chain management system.

In the data processing which is then tested using ANOVA test, the data for the independent variables that affect the total profit is the problem handling and the interaction between the type of problems both with trust from retailer or supplier. For the commitment factor either stand alone or interacting with other variables has no direct influence in this study.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, rahmat, dan anugerahnya yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Faktor Kepercayaan, Komitmen, dan Penanganan Masalah Terhadap *Total Profit* Pada Kemitraan *Supplier* dan *Retailer*”. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister dalam bidang ilmu Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan baik moril dan materil. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D., dan Bapak Dr. Carles Sitompul selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan dukungan, saran, refrensi, bantuan, waktu dan perhatiannya kepada penulis dalam pengerjaan tugas akhir ini.
2. Bapak Y. M. Kinley Aritonang, Ph.D, dan Bapak Dr. J. Dharma Lesmono, S.Si., S.E., M.T., M.Sc. selaku dosen penguji atas saran dan kritik yang telah diberikan dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Keluarga penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis dalam studi dan penyusunan tugas akhir.
4. Pihak Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program *fast track*.

5. Teman-teman baik khususnya Novita Setyamichelle. S.T., M.T., terima kasih atas dukungan, semangat, dan kebersamaan selama menempuh perjalanan kuliah.
6. Pihak-pihak lain yang telah membantu selama penulis menempuh kuliah dan penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari masih terdapat beberapa kekurangan dalam penelitian ini karena berbagai keterbatasan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka atas kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembacanya.

Bandung, 18 Januari 2017

David Stanley Kurniawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

i

DAFTAR ISI

iii

DAFTAR GAMBAR

v

DAFTAR TABEL

vii

DAFTAR LAMPIRAN

ix

BAB 1 PENDAHULUAN

1

1.1 Latar Belakang

1

1.2 Identifikasi Masalah

3

1.3 Pembatasan Masalah dan Penentuan Asumsi Penelitian

5

1.4 Tujuan Penelitian

5

1.5 Manfaat Penelitian

6

1.6 Sistematika Penulisan

7

BAB 2 STUDI PUSTAKA

9

2.1 *Supply Chain Management*

9

2.2 *Strategic Alliances*

13

2.3 Desain Eksperimen

21

2.4 *Orthogonal Array*

25

2.5 *Analysis of Variance*

27

BAB 3 METODE PENELITIAN

29

3.1 Metodologi Penelitian

29

3.2 Sintesa Penelitian

33

3.2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Aliansi	33
3.2.2 Hasil Dari Aliansi	39
3.3 Model Penelitian	42
BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	45
4.1 Pemodelan Skenario Simulasi	45
4.2 Proses Simulasi Permainan Kerja Sama <i>Retailer-Supplier</i>	49
4.3 Perancangan Desain Eksperimen	51
4.4 Pengolahan Data	
Simulasi	61
BAB 5 ANALISIS	73
5.1 Analisis Identifikasi Variabel Independen dan Variabel Dependen	73
5.2 Analisis Simulasi Negosiasi dan Hasil	75
5.3 Rekomendasi Dalam Kerja sama <i>Retailer-Supplier</i>	79
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	83
6.1 Simpulan	83
6.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Supply Chain Process Cycles</i>	11
Gambar 2.2 <i>Evangelists</i>	14
Gambar 2.3 <i>Stable Pragmatists</i>	15
Gambar 2.4 <i>Rebellious Teenagers</i>	15
Gambar 2.5 <i>Evolving Pessimists</i>	16
Gambar 2.6 <i>Captive Sharks</i>	16
Gambar 2.7 <i>Cherry Pickers</i>	17
Gambar 2.8 <i>No Can Dos</i>	18
Gambar 2.9 <i>Desserters</i>	19
Gambar 2.10 <i>Alliances Between Competitors</i>	20
Gambar 2.11 <i>Alliances Between Non-Competing Firms</i>	22
Gambar 3.1 Metodologi Penelitian	31
Gambar 3.2 Model Penelitian	43
Gambar 4.1 Proses Simulasi Skenario Negosiasi (1)	60
Gambar 4.2 Proses Simulasi Skenario Negosiasi (2)	60
Gambar 4.3 Grafik Tipe Masalah 1	67
Gambar 4.4 Grafik Tipe Masalah 4	67
Gambar 4.5 Grafik Tipe Masalah 3	67
Gambar 4.6 Grafik Tipe Masalah 6	68
Gambar 4.7 Grafik Tipe Masalah 2	68
Gambar 4.8 Grafik Tipe Masalah 5	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Contoh L4	26
Tabel 2.2 Penentuan Jumlah Percobaan OA	27
Tabel 3.1 Penelitian - Penelitian Mengenai Faktor dan Pengaruhnya	38
Tabel 3.2 Performansi Kesuksesan Aliansi	37
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel Independen <i>Retailer</i>	48
Tabel 4.2 Definisi Operasional Variabel Independen <i>Supplier</i>	48
Tabel 4.3 Definisi Operasional Variabel Penanganan Masalah	49
Tabel 4.4 Rekapitulasi Kombinasi Skenario <i>Retailer</i> dan <i>Supplier</i>	50
Tabel 4.5 <i>Orthogonal Array 4 Factors 2 Levels</i>	51
Tabel 4.6 Kombinasi Strategi <i>Retailer</i> dan <i>Supplier</i>	52
Tabel 4.7 Hasil Tes Homogenitas	62
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Anova	63
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Post-hoc</i>	64
Tabel 4.10 Rata-rata Total Keuntungan	65
Tabel 4.11 Interaksi Tipe Masalah dengan Kepercayaan <i>Retailer</i>	69
Tabel 4.12 Interaksi Tipe Masalah dengan Kepercayaan <i>Supplier</i>	70
Tabel 4.13 Interaksi Tipe Masalah dengan Kepercayaan <i>Retailer</i> dan <i>Supplier</i>	71

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Skenario Negosiasi <i>Retailer</i> dan <i>Supplier</i>	1
LAMPIRAN 2 Hasil Simulasi Negosiasi	33

BAB 1

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai dasar dilakukannya penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, penentuan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya di lingkungan industri, telah menjadi pemicu bagi banyak perusahaan untuk bergerak ke arah yang positif untuk mengembangkan segala potensi yang dimiliki dengan tujuan mempertahankan diri, dan juga untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan pesaing didalam bidangnya. Setiap perusahaan dituntut untuk tidak hanya mempertahankan performansinya, tetapi juga harus selalu berinovasi untuk meningkatkan daya saingnya dan memenangkan pangsa pasar yang lebih besar. Salah satu cara yang lazim dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan performansi kinerjanya adalah dengan bermitra dengan perusahaan lain, baik perusahaan non-kompetitor atau bahkan dengan kompetitornya. Kemitraan yang dilakukan oleh 2 atau lebih perusahaan dalam jangka panjang bisa disebut sebagai kemitraan strategis atau *strategic alliances*.

Kemitraan strategis sendiri bisa disimpulkan merupakan suatu hubungan yang dihasilkan dari himpitan semakin kompetitifnya persaingan yang ada, yang

bertujuan untuk mendapatkan keuntungan bersama baik secara material maupun nonmaterial. Kemitraan strategis yang paling umum dijumpai dalam kegiatan industri sehari-hari adalah kerja sama untuk menyediakan barang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Proses ini dimulai dari penyediaan bahan baku, kemudian bahan baku diproses, sampai dengan pendistribusian ke konsumen. Dalam kenyataannya proses untuk menyediakan barang membutuhkan banyak entitas yang saling bekerja sama, baik *supplier* dengan manufaktur, manufaktur dengan distributor, maupun distributor dengan *retailer*, jenis-jenis aliansi seperti ini sering disebut sebagai *vertical partnership*. *Vertical partnership* ini menghubungkan satu rantai di dalam sebuah manajemen rantai pasok baik dengan rantai di atasnya ataupun di bawahnya. Pada *literature review* yang dilakukan oleh Antoinette dan Hyland (2015) ditemukan bahwa *vertical partnership* dibahas paling banyak dibandingkan lateral ataupun *horizontal partnership*, ini membuktikan pentingnya *vertical partnership* itu sendiri.

Dalam membangun suatu aliansi tentu saja akan ada banyak rintangan, karena tentunya beraliansi merupakan kegiatan menyatukan kultur yang berbeda, bahkan mungkin tujuan yang berbeda antar mitra yang beraliansi. Ada beberapa faktor yang dapat menentukan sukses atau tidaknya suatu aliansi, menurut de Waal et al. (2015) ada 3 faktor yaitu keterbukaan, kesetaraan, dan kemampuan penanganan konflik, menurut Sambasivan dan Ching (2010) faktor yang mempengaruhi adalah faktor sosial, kepercayaan, komunikasi, dan komitmen, sedangkan menurut Sternquist et al. (2002) kepercayaan, penanganan konflik, dan komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat keberhasilan sebuah aliansi.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari banyak faktor yang mempengaruhi kesuksesan sebuah aliansi akan dilakukan studi untuk dapat mengetahui manakah dari banyak faktor tersebut yang akan berpengaruh secara signifikan terhadap performansi dari sebuah aliansi. Menurut Gunasekaran et al. (2001) performansi dari sebuah aliansi dapat dipisahkan menjadi 2 hal yaitu yang berhubungan dengan finansial dan non finansial. Untuk finansial sendiri terdiri dari *sales growth rate* yang merupakan pertumbuhan penjualan dalam kurun waktu tertentu dan *profitability* yang merujuk pada rata-rata keuntungan yang didapatkan. Non-finansial akan berisi fleksibilitas untuk penyediaan produk memenuhi kebutuhan tertentu, penukaran dan pengembalian barang yang dimaksudkan disini adalah kebebasan *retailer* untuk mengembalikan atau menukar barang yang tidak terjual, efisiensi pengiriman untuk meningkatkan performansi dari rantai pasok khususnya kepuasan konsumen, dan ketersediaan produk yang juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Keeber (2000) performansi yang bisa diukur dari sebuah aliansi adalah pengurangan biaya operasi, *revenue growth*, dan penambahan nilai saham. Pada studi literatur yang telah dilakukan, diketahui bahwa *profitability* saja yang pernah diteliti lebih lanjut yaitu oleh Setyamichelle (2015), dan juga oleh Raskovic et al. (2012), hal ini menjadi dasar untuk melakukan penelitian lain atau lanjutan dari penelitian yang sudah ada, yaitu penelitian tentang *sales growth*. Berbicara mengenai *sales growth* ini sangat menarik, karena lewat *sales growth* inilah dapat diketahui apakah aliansi tersebut sudah berdampak secara positif terhadap perusahaan. Bahkan menurut Richard et al. (2001), *sales growth* lebih penting

dibandingkan *profit* itu sendiri, karena *sales growth* lah yang akan membawa sebuah perusahaan akan lebih maju.

Sudah terdapat beberapa studi yang ingin mengetahui pengaruh faktor aliansi dengan performansi aliansi. Pada umumnya studi itu dilakukan dengan cara mengembangkan sebuah kuesioner dan dibagikan kepada perusahaan-perusahaan untuk mengetahui feedbacknya, kemudian akan diuji baik menggunakan SEMs dan AMOS oleh Hsiao et al.(2005), Cronbach Alpha dan analisis faktor konfirmatori oleh Sambasivan dan Ching (2010), ataupun regresi seperti yang dilakukan oleh Waal et al. (2015). Selain cara di atas, ada juga penelitian yang dilakukan oleh Setyamichelle (2015) dengan melakukan simulasi aliansi antara *supplier* dengan *retailernya*, hasil simulasi tersebut kemudian akan dimodelkan secara matematis agar dapat diselesaikan dengan *game theory* untuk mengetahui keputusan-keputusan seperti apa yang harus diambil baik oleh *supplier* maupun *retailer* untuk mencapai keuntungan secara rantai pasok yang lebih optimal.

Untuk penelitian kali ini yang akan digunakan adalah cara pemodelan simulasi masalah dengan cara mengadaptasi apa yang dilakukan oleh Setyamichelle (2015), perbedaannya adalah pemodelan simulasi ini akan ditambah satu faktor yaitu faktor penanganan masalah. Keunggulan pemodelan dengan simulasi ini adalah waktu yang lebih singkat, namun tetap dapat menghasilkan hasil yang mirip dengan kenyataan tentunya diperlukan adanya penanganan kondisi yang tepat dan jumlah replikasi yang tepat. Kemudian hasil dari simulasi akan diolah menggunakan uji ANOVA untuk mengetahui faktor-faktor mana saja yang berpengaruh serta langkah apa yang sebaiknya dilakukan oleh pihak *supplier* maupun *retailer* untuk menghasilkan performansi *supply chain* yang lebih baik.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan, dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana respon antara *retailer* dan *supplier* terhadap stimulasi faktor dalam aliansi jangka panjang dan pengaruhnya terhadap *total profit*?
2. Bagaimana usulan pengambilan keputusan yang sebaiknya diambil oleh *retailer* dan *supplier* dalam aliansi *vertical partnership* untuk menghadapi permasalahan yang muncul?

1.3. Pembatasan Masalah dan Penentuan Asumsi Penelitian

Terdapat beberapa batasan yang digunakan dalam penelitian ini. Pembatasan masalah ditentukan agar pembahasan tetap fokus pada inti permasalahan dan tidak terlalu luas. Pembatasan masalah yang akan digunakan pada penelitian kali ini adalah di dalam sebuah aliansi hanya terdapat dua pihak yang berhubungan (*retailer* dan *supplier*)

Selain adanya batasan yang digunakan dalam penelitian ini, dibutuhkan pula penunjang berupa asumsi yang akan digunakan dalam penelitian ini. Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah tidak adanya perubahan kebijakan pemerintah yang mengatur tentang peraturan kemitraan di Indonesia.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan perumusan masalah yang telah dilakukan, tujuan dilakukan penelitian antara lain:

1. Mengetahui respon dari *retailer* dan *supplier* dalam aliansi jangka panjang dan mengetahui pengaruh respon terhadap *total profit*.

2. Mengetahui usulan pengambilan keputusan yang diambil oleh *retailer* dan *supplier* dalam hubungan aliansi *vertical partnership*.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak seperti peneliti, maupun pembaca. Berikut adalah manfaat yang dapat diperoleh melalui penelitian ini.

1. Bagi Peneliti
 - a. Memenuhi persyaratan yang dibutuhkan dalam memperoleh gelar Magister di bidang keilmuan Teknik Industri-*Supply Chain Management*.
 - b. Mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh melalui proses pembelajaran selama masa perkuliahan, khususnya dalam manajemen rantai pasok.
 - c. Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai penerapan desain eksperimen dalam hubungan aliansi khususnya jenis *vertical partnership*.
2. Bagi Pembaca
 - a. Memperoleh pengetahuan mengenai aplikasi desain eksperimen dalam pengambilan keputusan dalam hubungan aliansi *vertical partnership*.
 - b. Memperoleh referensi mengenai pengembangan desain eksperimen dalam meningkatkan performansi aliansi *vertical partnership* yang dapat digunakan dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan, penulisan penelitian ini akan menggunakan sistematika yang terbagi dalam enam bab. Berikut ini adalah sistematika penulisan hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama akan berisi latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan dan asumsi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan pada penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua berisikan dasar-dasar teori atau ilmu yang cocok dan sesuai dengan topik penelitian kemudian digunakan dalam pengolahan data, analisis, dan penarikan kesimpulan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga akan menjelaskan mengenai metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini. Pada bab ini juga terdapat model penelitian yang menjelaskan mengenai penggunaan dari metode yang digunakan tersebut. Selain itu, terdapat sintesa penelitian yang berisi mengenai perbandingan dan posisi penelitian yang akan dilakukan dibandingkan penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini berisikan penerapan model penelitian yang telah dibuat pada bab sebelumnya. Penerapan model penelitian akan dilakukan dalam skenario-skenario yang telah disusun oleh peneliti, untuk kemudian dilakukan simulasi atas skenario yang ada.

BAB V ANALISIS

Bab ini berisi mengenai analisis hasil yang telah diperoleh dari hasil simulasi. Setiap proses dan tahapan yang telah dilakukan akan dianalisis pada bab ini.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir dalam sistematika penulisan ini berisi kesimpulan yang diperoleh selama melakukan kegiatan penelitian, serta saran yang dapat dilakukan bagi penelitian selanjutnya.