

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1. Tinjauan Pustaka**

Menurut Sugiyono (2022), tinjauan pustaka adalah landasan teoritis yang dipergunakan dalam sebuah penelitian untuk memperkuat konsep dan variabel yang akan diteliti. Tinjauan pustaka berfungsi sebagai dasar penyusunan kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

##### **2.1.1 *Supplier Partnership***

Suhartono et al (2025) berpendapat bahwa *supplier partnership* merupakan sebuah kegiatan kerjasama jangka panjang yang didasarkan pada kepercayaan, komunikasi, dan komitmen.

*Supplier partnership* adalah salah satu aspek yang penting dalam manajemen rantai pasok yang berfokus pada hubungan kerjasama antara perusahaan dengan pemasok barang.

##### **2.1.1.1. Pengertian *Supplier Partnership***

Menurut Suhartono et al (2025), *supplier partnership* merupakan sebuah kegiatan kerjasama jangka panjang yang dilakukan oleh pemasok dan pelaku usaha, dimana dari kegiatan ini akan saling menguntungkan.

Menurut Syera Rahma Nuraeni (2024) *Supplier partnership* merupakan sebuah proses yang melibatkan semua pihak dari mulai pemasok hingga pelanggan akhir melakukan kerja sama dalam mengatasi berbagai tantangan. Hal ini mencakup berbagi informasi, perencanaan bersama-sama, dan penyesuaian proses bisnis untuk memastikan kelancaran aliran barang maupun jasa. Kerja sama ini akan

bersifat timbal balik dan akan menciptakan rasa saling bergantung satu sama lainnya dan berperan penting dalam menghubungkan pihak-pihak yang memiliki kepentingan untuk membangun hubungan yang bersifat kolaboratif.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *supplier partnership* adalah kerja sama antara pemasok produk dengan pemilik usaha dalam jangka panjang yang dibangun atas dasar saling menguntungkan dan berkelanjutan. *Supplier partnership* bukan hanya sebatas transaksi jual beli saja akan tetapi kegiatan ini juga mencakup proses berbagi informasi, koordinasi operasional, dan penyesuaian proses bisnis untuk memastikan kelancaran stok produk.

#### **2.1.1.2. Indikator *Supplier Partnership***

Menurut Suhartono et al, (2025), *supplier partnership* dalam manajemen organisasi perusahaan yang bergerak pada jasa pemasaran memiliki empat indikator utama diantaranya adalah:

##### **1. Kepercayaan**

Kepercayaan adalah keyakinan yang diberikan oleh pemasok yang memiliki integritas, kejujuran, dan kemampuan dalam memenuhi kewajibannya secara konsisten. Dalam konteks kemitraan pemasok, kepercayaan mencerminkan persepsi perusahaan bahwa pemasok produk bisa diandalkan, dan selalu memenuhi janji sesuai dengan yang telah disepakati.

##### **2. Komunikasi**

Komunikasi *supplier partnership* adalah proses pertukaran informasi yang akurat, jelas, dan tepat waktu antara perusahaan dengan pemasok

produk terkait kebutuhan produk, kualitas, jumlah, dan pengiriman. Komunikasi yang efektif memungkinkan koordinasi yang baik dalam rantai pasok dan mencegah kesalahpahaman dalam kerjasama.

### 3. Komitmen

Komitmen dalam *supplier partnership* yaitu kesediaan antara kedua pihak untuk mempertahankan hubungan bisnis dalam jangka waktu yang panjang serta bekerjasama secara berkelanjutan. Komitmen menunjukkan orientasi hubungan yang stabil dan tidak hanya bersifat transaksi sesaat.

### 4. Responsivitas dan ketepatan pengiriman

Responsivitas dan ketepatan pengiriman merupakan kemampuan yang dilakukan oleh pemasok dalam merespons kebutuhan produk yang dibutuhkan perusahaan secara cepat serta menyediakan produk sesuai jumlah, waktu, dan spesifikasi, yang sudah disepakati. Indikator ini mencerminkan keandalan operasional pemasok dalam rantai pasok.

#### **2.1.2 Quality Control**

Menurut Amelia dan Sunarso, (2024), *quality control* berperan dalam menekan tingkat produk cacat dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Rossyvania et al, (2025), menunjukkan bahwa penerapan *quality control* yang dilakukan secara konsisten akan mampu meningkatkan kualitas produk dan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, *quality control* pada penelitian ini tidak hanya sebagai sebuah proses teknis tetapi juga sebagai variabel mediasi.

Dapat disimpulkan bahwa *quality control* adalah sebuah proses yang sangat penting dalam menjaga dan memastikan kualitas produk yang akan dijual agar sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan.

#### **2.1.2.1. Pengertian *Quality Control***

Rossytania et al (2025) berpendapat *quality control* (Pengendalian kualitas) adalah upaya yang dilakukan untuk memastikan produk yang akan diperjualbelikan sudah memenuhi standar yang telah ditetapkan dan proses produksi produk tersebut berjalan sesuai dengan yang seharusnya.

*Quality control* merupakan upaya untuk memastikan produk atau layanan sesuai standar dan sesuai dengan harapan pelanggan. Proses ini tidak hanya berfokus pada pemeriksaan akhir produk, melainkan mencakup seluruh tahapan mulai dari perancangan, pemilihan bahan, proses produksi, hingga distribusi. Dengan demikian, *quality control* berfungsi sebagai mekanisme preventif yang mampu mendeteksi potensi kesalahan dan meminimalisasi risiko kerugian.

Selain itu, penerapan *quality control* yang konsisten akan meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat reputasi perusahaan, serta menciptakan kepercayaan jangka panjang dari pelanggan. Pada akhirnya, kualitas yang terjaga bukan hanya menghasilkan kepuasan konsumen, tetapi juga menjadi faktor strategis dalam mempertahankan daya saing perusahaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *quality control* adalah proses penyeleksian yang dimulai dari proses tahapan perencanaan produk, agar produk yang diterima oleh para konsumen tidak mengecewakan dan sudah sesuai standar yang diharapkan oleh para konsumen.

### **2.1.2.2.Tujuan dan Fungsi *Quality Control***

Menurut Amelia Serli & Sunarso, (2024) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa tujuan dari dilakukannya *quality control* adalah untuk mengurangi tingkat produk cacat, meningkatkan efisiensi operasional, menekan biaya produksi yang diakibatkan oleh pengerjaan produk, dan untuk menjaga kepuasan para pelanggan.

Selain itu, menurut Heizer et al (2022), kualitas dapat ditinjau melalui beberapa dimensi utama, yaitu kinerja, keandalan, kesesuaian dengan standar, daya tahan, dan persepsi pelanggan. Dimensi-dimensi ini menjadi kerangka penting dalam menilai efektivitas *quality control* karena mencakup aspek teknis sekaligus persepsi konsumen. Lebih lanjut, Evans & Lindsay (2020) menjelaskan bahwa kualitas adalah kesesuaian produk dengan persyaratan yang dibutuhkan konsumen. Dengan kata lain, *quality control* harus memastikan bahwa setiap produk memenuhi standar yang telah ditetapkan.

Dengan mengintegrasikan pandangan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *quality control* tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme teknis untuk mengurangi cacat produksi, tetapi juga sebagai strategi manajerial yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, efisiensi biaya, dan keberlanjutan daya saing perusahaan.

### **2.1.2.3.Langkah-Langkah Melakukan *Quality Control***

Menurut Winaldha Ninda et al (2025), dalam penelitiannya menyebutkan bahwa proses sebuah produksi akan selalu ada proses *quality control*. Upaya ini dilakukan untuk mencegah dan mendeteksi permasalahan yang ada selama proses produksi berjalan. Untuk bisa mengetahui permasalahan yang ada diperlukan beberapa analisa sebagai berikut:

1. Pahami apa saja yang menjadi kebutuhan peningkatan kualitas.
2. Kelompokkan masalah dengan spesifik dan jelas.
3. Mengevaluasi akar masalahnya apa.
4. Merencanakan solusi secara cermat agar permasalahan dapat terselesaikan.
5. Pelajari dan tinjau hasil perbaikan.
6. Buat standar berkelanjutan agar permasalahan tidak terjadi lagi
7. Terapkan langkah mengendalikan kualitas produk.

#### **2.1.2.4.Indikator *Quality Control***

Menurut Rossytania et al (2025) Indikator *quality control* pada umumnya digunakan untuk mencerminkan kemampuan sebuah perusahaan dalam melaksanakan pemeriksaan produk, standarisasi produk, dan pengendalian cacat produk. Berikut ini merupakan indikator utama *quality control* yang meliputi:

1. Pemeriksaan produk (*inspection*).

Pada tahap ini pemeriksaan meliputi pengecekan fisik produk dan fungsi produk sebelum produk tersebut dipasarkan.

2. Standarisasi kualitas (*Quality standards*)

Terdapat standar mutu yang jelas sebagai acuan untuk kelayakan produk.

3. Pengendalian produk cacat (*Defect control*)

Kemampuan mengidentifikasi dan meminimalkan produk yang tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

4. Konsistensi prosedur QC (*process consistency*)

Penerapan proses pengendalian harus dilakukan secara konsisten, rutin dan sistematis.

### **2.1.3 Ketersediaan Produk**

Menurut Siregar et al (2025), ketersediaan produk adalah indikator penting dalam menentukan keberhasilan operasional sebuah perusahaan, terkhusus dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Ketersediaan produk adalah cerminan kemampuan perusahaan dalam menjaga keseimbangan antara permintaan dan persediaan.

#### **2.1.3.1. Pengertian Ketersediaan Produk**

Menurut Siregar et all. (2025) ketersediaan produk adalah kemampuan perusahaan dalam menjaga keseimbangan antara permintaan dan persediaan melalui sistem perencanaan dan pengendalian yang efisien, sehingga pelanggan dapat memperoleh produk tanpa mengalami keterlambatan. Ketersediaan produk tidak hanya menandakan adanya stok di gudang, tetapi juga melibatkan kecepatan proses produksi, distribusi, dan koordinasi antardepartemen yang terintegrasi.

Selanjutnya, Juliany (2021) menambahkan bahwa ketersediaan produk merupakan hasil dari perencanaan persediaan yang efektif, manajemen rantai pasok yang efisien, serta kemampuan perusahaan dalam mengantisipasi perubahan permintaan pasar. Dengan sistem manajemen operasional yang baik, perusahaan mampu mengurangi risiko *stockout*, menekan biaya penyimpanan, serta mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Ketersediaan produk merupakan salah satu aspek vital dalam manajemen operasional yang mencerminkan kemampuan suatu perusahaan untuk memastikan barang yang dibutuhkan pelanggan tersedia dalam jumlah yang tepat, kualitas yang sesuai, dan waktu yang dibutuhkan.

Dari pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa ketersediaan produk adalah kemampuan organisasi dalam memastikan produk yang dibutuhkan pelanggan tersedia secara utuh dan tepat waktu dan jumlah melalui sistem manajemen persediaan dan distribusi yang efisien, terintegrasi, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

### **2.1.3.2. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Ketersediaan Produk**

Berdasarkan penelitian Susanti et all. (2021), terdapat tiga faktor utama yang berpengaruh terhadap ketersediaan produk, yaitu manajemen rantai pasok (*supply chain management*), permintaan pasar, dan sistem persediaan (SI/TI).

Ketersediaan produk tidak hanya dipengaruhi oleh adanya faktor internal perusahaan yang kuat, namun juga oleh dinamika eksternal seperti kondisi pasar dan teknologi informasi. Berikut ini merupakan faktor utama yang berpengaruh terhadap ketersediaan produk:

#### **1. Manajemen *supply chain***

Menurut Kurnia et all. (2025) Manajemen rantai pasok berperan penting dalam memastikan aliran barang dan informasi dari pemasok hingga ke pelanggan berjalan lancar. Sistem rantai pasok yang efektif memungkinkan perusahaan mengontrol pasokan bahan baku, mengatur jadwal produksi, dan mempercepat distribusi.

#### **2. Permintaan pasar**

Fluktuasi permintaan menjadi tantangan utama dalam menjaga stabilitas persediaan produk. Keterbacaan mengenai permintaan pasar harus betul-betul dipahami sebagai cara pangsa pasar dalam merespon kebutuhan



pelanggan. Perusahaan harus mampu memprediksi pola permintaan berdasarkan tren musiman, perilaku konsumen, dan data penjualan sebelumnya.

### 3. Sistem informasi/teknologi persediaan (SI/TI)

Menurut Saragih et al. (2020), penggunaan sistem digital berbasis ERP (*Enterprise Resource Planning*) dapat meningkatkan visibilitas data dan mempercepat respon terhadap perubahan permintaan. Penerapan teknologi informasi dalam pengelolaan persediaan membantu meningkatkan akurasi data dan efisiensi pengambilan keputusan. Sistem informasi yang terintegrasi memungkinkan pemantauan stok secara real time, mempercepat proses pemesanan ulang, dan mengurangi risiko *human error*.

Ketiga faktor tersebut saling terkait dan membentuk sistem pengelolaan ketersediaan produk yang dinamis. Kombinasi antara pengelolaan rantai pasok yang efisien, pemahaman terhadap perilaku pasar, serta dukungan teknologi informasi yang memadai menjadi kunci keberhasilan dalam menjaga ketersediaan produk.

#### **2.1.3.3. Jenis-Jenis Ketersediaan Produk**

Menurut Sherly & Hernawan (2025), jenis-jenis ketersediaan produk dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan dan fungsinya dalam sistem manajemen persediaan, yaitu:

1. *Cycle Stock*: Persediaan utama yang digunakan untuk memenuhi permintaan rutin pelanggan selama periode tertentu.

2. *Safety Stock* : Persediaan cadangan yang disiapkan untuk mengantisipasi ketidakpastian dalam permintaan atau gangguan pasokan.
3. *Pipeline Inventory*: Barang yang sedang dalam proses distribusi dari produsen ke pelanggan atau titik penjualan.
4. *Anticipation Stock*: Stok yang disiapkan untuk menghadapi peningkatan permintaan musiman atau kegiatan promosi tertentu.
5. *Buffer Stock*: Tambahan yang disediakan untuk menghadapi risiko operasional seperti keterlambatan produksi atau kerusakan bahan baku.

Jenis-jenis ketersediaan produk ini membantu perusahaan menentukan strategi pengendalian stok yang sesuai agar terjadinya keseimbangan antara biaya penyimpanan dan tingkat layanan pelanggan tetap terjaga, sehingga stabilisasi perusahaan akan lebih terjaga.

#### **2.1.3.4. Indikator Ketersediaan Produk**

Stanley dan Wasiman (2024), menyebutkan bahwa terdapat tiga indikator utama yang sering digunakan untuk mengukur tingkat ketersediaan produk, yaitu tingkat *out of stock*, frekuensi *restock*, dan responsivitas terhadap permintaan. Indikator tersebut digunakan untuk menilai efektivitas sistem persediaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

##### **1. Tingkat *out of stock***

Menunjukkan seberapa sering perusahaan mengalami kehabisan stok produk tertentu dalam periode waktu tertentu. Tingkat *out of stock* yang rendah mengindikasikan efektivitas sistem persediaan dan ketepatan perencanaan permintaan.

## 2. Frekuensi *restock*

Menggambarkan seberapa sering perusahaan melakukan pengisian ulang stok. Frekuensi yang terlalu tinggi menunjukkan perencanaan yang kurang efisien, sedangkan frekuensi yang terlalu rendah berisiko menyebabkan kekosongan barang.

## 3. Responsivitas terhadap permintaan

Menunjukkan kemampuan perusahaan dalam merespons perubahan permintaan pasar secara cepat dan tepat. Responsivitas tinggi mencerminkan kelincahan sistem produksi dan distribusi dalam menghadapi dinamika pasar.

Menurut Yuliana (2023), ketiga indikator tersebut harus dianalisis secara simultan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai performa sistem persediaan. Analisis terpadu memungkinkan perusahaan mengidentifikasi hubungan antar indikator serta potensi masalah yang mungkin tidak terlihat jika hanya meninjau satu aspek secara terpisah.

Semakin baik indikator-indikator tersebut dikelola, semakin tinggi pula tingkat ketersediaan produk dan kepuasan pelanggan yang dapat dicapai perusahaan. Hal ini tidak hanya berdampak pada kelancaran operasional, tetapi juga memperkuat daya saing perusahaan di pasar, karena konsistensi dalam ketersediaan produk akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas peluang pertumbuhan bisnis. Dengan demikian, pengelolaan indikator persediaan secara efektif menjadi salah satu strategi penting dalam menjaga stabilitas rantai pasok dan keberlanjutan perusahaan.

#### 2.1.4 Penelitian Terdahulu

Menurut (Creswell, J. W., & Creswell, 2022), kajian penelitian sebelumnya akan membantu peneliti dalam mengidentifikasi perbedaan setiap penelitian (*research gap*). Penelitian terdahulu digunakan untuk sumber referensi dalam memperkuat pendapat dalam penelitian yang dilakukan.

Berbagai penelitian terdahulu telah banyak membahas mengenai pentingnya *Supplier Partnership* (kemitraan pemasok) dalam menjaga kestabilan pasokan produk, khususnya pada sektor perdagangan produk *preloved*. Kemitraan yang terjalin dengan baik antara perusahaan dan pemasok tidak hanya berfungsi sebagai jaminan keberlanjutan stok barang, tetapi juga menjadi fondasi dalam membangun sistem distribusi yang lebih efisien dan berdaya saing.

Selain itu, keterlibatan pemasok dalam proses Quality Control tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme pengawasan mutu, tetapi juga sebagai bentuk kolaborasi strategis antara perusahaan dan mitra eksternal. Pemasok yang aktif terlibat dalam pengendalian kualitas dapat membantu memastikan bahwa bahan baku maupun produk setengah jadi yang dipasok sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan. Hal ini berdampak pada beberapa aspek penting seperti konsistensi produk, efisiensi operasional, kepercayaan konsumen dan juga bagaimana perusahaan membangun citranya.

Dengan demikian, kemitraan strategis antara perusahaan dan pemasok bukan hanya sekadar hubungan transaksi, melainkan sebuah kolaborasi jangka panjang yang mendukung keberlanjutan bisnis. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel penelitian:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

| No  | Penulis & Tahun                       | Judul Penelitian                                                                                                                             | Persamaan dan Perbedaan                                                                                                                | Hasil Penelitian                                                                     | Sumber                                            |
|-----|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| (1) | (2)                                   | (3)                                                                                                                                          | (4)                                                                                                                                    | (5)                                                                                  | (6)                                               |
| 1.  | Rossyani, Feti Fatimah, & Sari (2025) | Analisis Penerapan Quality Control untuk Mengurangi Jumlah Kerusakan Produk Pada Pabrik Roti Amanda di Jember Kota                           | - <i>Quality control</i> mengurangi kerusakan produk<br>- Berfokus pada sektor manufaktur bukan <i>e-commerce</i> pada pabrik makanan. | <i>Quality control</i> berpengaruh terhadap jumlah roti yang diproduksi              | Jurnal Manajemen Ekonomi.                         |
| 2.  | Nuraeni & Adman (2024)                | Pengaruh Kolaborasi dengan Pemasok terhadap Efisiensi Pengadaan Logistik                                                                     | -Analisi rantai Pasok dengan fokus pada efisiensi logistik, bukan pada stok produk preloved.                                           | Kolaborasi pemasok berpengaruh positif terhadap efisiensi pengadaan logistic barang. | Jurnal Logistik.                                  |
| 3.  | Eka Afrilia & Inesa (2023)            | <i>The role of implementing supplier relationship strategies, relationship with customer, and information sharing on company performance</i> | -Meneliti <i>supplier partnership</i><br>- Berfokus pada manufaktur dan tidak meneliti ketersediaan                                    | <i>Supplier partnership</i> berpengaruh terhadap kinerja perusahaan                  | Journal of Management and Business Insight.       |
| 4.  | Emily Carter (2024)                   | <i>Influence of Supplier Relationship Management on Product Quality</i>                                                                      | - Tidak ada pembahasan variabel mediasi <i>quality control</i>                                                                         | <i>Supplier partnership</i> meningkatkan kualitas produk                             | International Journal of Supply Chain Management. |

| (1) | (2)                            | (3)                                                                                                                                           | (4)                                                                                                      | (5)                                                                                     | (6)                                         |
|-----|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 5.  | Hugo Priladi et al.(2018)      | <i>The Influences of Supplier Selection and Partnership Quality on Firm Performance</i>                                                       | -Sama-sama membahas tentang <i>supplier partnership</i>                                                  | <i>supplier partnership</i> berpengaruh signifikan pada kinerja                         | ScienceDirect                               |
| 6.  | Changhong Tang et al (2016)    | <i>The Research of Supplier Quality Based on the Supplier Relationship: Theoretical Definition and Construction of Evaluation</i>             | -Sama-sama membahas <i>supplier partnership</i><br>- Tidak ada pembahasan tentang <i>quality control</i> | <i>Supplier partnership</i> berpengaruh terhadap kualitas                               | Science Journal of Business and Management. |
| 7.  | Saryatmo & Sukwandi (2024)     | Rantai Pasok Digital terhadap Kualitas Produk dengan Mediasi Lean                                                                             | - <i>Supplier</i> terhadap kualitas produk<br>- Variabel lean                                            | <i>Supply chain</i> berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk dengan mediasi Lean | Jurnal Praktis Keinsinyuran.                |
| 8.  | Mahesh Srinivasan et al (2011) | <i>Buyer-supplier partnership quality and supply chain performance : moderating role of risks, and environmental uncertainty</i>              | Mendiskusikan tentang efek kualitas kemitraan<br>Tidak membahas produk preloved                          | <i>Partnership quality</i> berpengaruh positif terhadap supply chain performance        | ScienceDirect.                              |
| 9.  | Saragih et al (2020)           | <i>The impact of total quality management, supply chain management practices and operations capability on firm performance on manufacture</i> | - Terdapat variabel kualitas dan <i>supply chain management</i><br>- Hanya berfokus di manufaktur        | TQM dan SCM berpengaruh dalam meningkatkan <i>firm performance</i>                      | Polish Journal of Management Studies.       |

| (1) | (2)                            | (3)                                                                                                             | (4)                                                                                                                                                                                        | (5)                                                                                         | (6)                                                      |
|-----|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 10. | George kankam et al (2023)     | <i>Information Quality and Supply Chain Performance: the mediating role of information sharing</i>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Terdapat variabel mediasi</li> <li>- Berfokus hanya pada information sharing</li> </ul>                                                           | <i>Information quality</i> memediasi kinerja <i>supply chain</i>                            | Science Direct.                                          |
| 11. | Jamal Ahmed (2019)             | <i>The Impact of Supply Chain Collaboration on Performance</i>                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kolaborasi <i>supply chain</i></li> <li>- Tidak berfokus pada quality control</li> </ul>                                                          | Kolaborasi berpengaruh meningkatkan kinerja dan keunggulan kompetitif                       | Journal of Industrial Engineering and Managemet.         |
| 12. | Ronaldo Richard Gunawan (2025) | <i>Effect Supplier–Buyer Collaboration, innovation, process Quality Management Adoption on firm performance</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kolaborasi &amp; <i>quality management</i></li> <li>- Tidak meneliti tentang preloved</li> <li>-</li> </ul>                                       | Kolaborasi berpengaruh meningkatkan <i>quality management</i> dalam menstabilkan perusahaan | International Journal Of Business Studies.               |
| 13. | Moh. Muchsin & Najmudin (2019) | <i>Effect on the performance of supply chain integration</i>                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sama-sama membahas <i>supplier partnership</i></li> <li>- Tidak membahas <i>quality control</i> dan produk <i>preloved</i></li> </ul>             | Integritas pemasok, dan pelanggan integrasi berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok       | Advances in Economics, Business and Managemen t Research |
| 14. | Goetsch & Davis (2016)         | <i>Quality Management for Organizational Excellence</i>                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sama-sama menekankan kualitas total</li> <li>- Fokus pada teori umum dan lebih kepada teori mengenai manajemen dalam sektor perusahaan</li> </ul> | TQM meningkatkan kepuasan pelanggan pada perusahaan                                         | Pearson.                                                 |

| (1) | (2)                          | (3)                                                                                                                                                            | (4)                                                                                                                                                                         | (5)                                                                                                                                                               | (6)                                                    |
|-----|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| 15. | Irfan & Kee (2013)           | <i>TQM and supply chain management</i>                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sama-sama menilai kualitas dan ketersediaan produk</li> <li>- Fokus pada <i>supply chain Industri</i></li> </ul>                   | TQM memperkuat SCM dan ketersediaan produk                                                                                                                        | <i>Int. J. of Productivity and Quality Management.</i> |
| 16. | Zhang et al. (2012)          | <i>Contextual factors in quality management</i>                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sama-sama menilai faktor kualitas</li> <li>- Berfokus pada faktor konseptual manajemen kualitas produk</li> </ul>                  | Faktor konteks memoderasi praktik TQM                                                                                                                             | <i>Journal of Operations Management.</i>               |
| 17. | Octaviandi dan Amanda (2024) | Usulan <i>Framework Supplier Relationship Management</i> untuk Evaluasi <i>Supplier</i> dengan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (Studi Kasus PT.XYZ) | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sama-sama membahas <i>supplier partnership</i></li> <li>- Berfokus pada kategori nya Secara konseptual</li> </ul>                  | <i>Supplier partnership</i> dengan kualitas yang baik akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan                                                                    | Jurnal Senopati.                                       |
| 18. | Indra Rahmad et al (2025)    | Pengaruh Information Sharing, Strategic <i>Supplier Partnership</i> Dan <i>Customer Relationship</i> Terhadap Kinerja Perusahaan Indogrosir Pekanbaru          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sama-sama membahas <i>supplier partnership</i></li> <li>- Tidak membahas <i>quality control</i> dan ketersediaan produk</li> </ul> | <i>strategic supplier partnership</i> dan <i>customer relationship</i> secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja perusahaan Indogrosir Pekanbaru | Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA.                  |



| (1) | (2)                                   | (3)                                                                                                                                     | (4)                                                                                                                                                                   | (5)                                                                                                          | (6)                                                          |
|-----|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 19. | Ni Wayan Dian (2024)                  | <i>Supply Chain Management System Analysis in Improving Product Quality at PT. Kaya Kreasi Indonesia</i>                                | - Sama-sama membahas rantai pasok yang akan mempengaruhi kualitas produk<br>- Berfokus pada faktor yang mempengaruhi variable dan juga <i>supply chain management</i> | Rantai pasok manajemen berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.                                              | Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences (ESA). |
| 20  | Reza Mahendra & Metta Padmalia (2025) | Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi pada Pelanggan PT Indo Reza Perkaza | - Sama-sama menggunakan variable mediasi<br>- Perusahaan yang diteliti berada pada divisi manufaktur                                                                  | Setiap variable memiliki pengaruh kuat, dengan adanya mediasi menjadikan variable yang diteliti semakin kuat | JMBI UNSRAT                                                  |

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Sugiyono (2022), berpendapat bahwa kerangka pemikiran adalah gambaran konseptual yang menjelaskan hubungan setiap variabel berdasarkan teori-teori dan penelitian terdahulu. Kerangka pemikiran ini dipergunakan untuk dasar dalam merumuskan hipotesis penelitian. Selain itu, kerangka konseptual yang kuat akan meningkatkan kejelasan hubungan antar variabel dalam sebuah penelitian.

Menurut pendapat Marsono et al (2025), dalam era persaingan bisnis digital saat ini, khususnya bisnis produk *preloved*, perusahaan tidak hanya dituntut untuk

menyediakan produk dengan kualitas yang baik, tetapi juga memastikan ketersediaannya secara konsisten harus terus ada di pasaran. Ketersediaan produk menjadi faktor yang sangat penting dalam menjaga kepercayaan dari para pelanggan dan keberlanjutan usaha, terutama pada toko online seperti AGH Drumstore yang bergantung pada pasokan barang dari berbagai pemasok.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menjaga stabilitas pasokan produk adalah melalui penerapan *supplier partnership*. Menurut Syera dan Adman (2024), *supplier partnership* adalah bentuk kolaborasi yang menguntungkan dalam jangka waktu yang panjang antara perusahaan dengan pemasok produk yang didasarkan pada kepercayaan, komunikasi yang efektif, serta komitmen bersama dalam meningkatkan kinerja pasokan produk. Kemitraan yang kuat memungkinkan adanya koordinasi yang lebih baik dalam perencanaan persediaan dan pertukaran informasi terkait ketersediaan barang.

Selain itu, Rifandi Ricardiansyah et al (2024) berpendapat bahwa *Supplier partnership* mempunyai beberapa aspek penting yang saling berkaitan, yaitu komunikasi yang intensif, kepercayaan dan komitmen, integrasi proses, serta pembagian risiko. Penerapan aspek-aspek tersebut memungkinkan perusahaan akan mendapatkan pasokan produk yang stabil, mengurangi ketidakpastian pengiriman, serta meningkatkan kesesuaian spesifikasi produk yang diterima. Ketika *supplier partnership* dijalankan secara efektif, maka pasokan barang yang diterima lebih terjamin sesuai dengan standar yang telah disepakati. Hubungan yang baik dengan pemasok atau *supplier partnership* juga akan memudahkan perusahaan dalam

menyampaikan kriteria produk sesuai dengan yang diharapkan, sehingga proses *quality control* menjadi lebih efisien.

Menurut Sarah et al (2023), *Quality control* adalah sebuah proses untuk memastikan bahwa produk yang diterima sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan. Dalam bisnis *preloved*, kemampuan *quality control* sangat krusial karena setiap produk memiliki kondisi yang berbeda-beda, sehingga diperlukan proses seleksi dan pemeriksaan yang cermat sebelum produk ditawarkan.

Dapat disimpulkan bahwa *supplier partnership* tidak hanya berpengaruh langsung terhadap ketersediaan produk, tetapi juga berpengaruh secara tidak langsung melalui peningkatan kemampuan *quality control*. Semakin baik kemitraan dengan pemasok dan semakin tinggi kemampuan *quality control*, maka semakin baik pula tingkat ketersediaan produk *preloved* yang akan didapatkan oleh AGH Drumstore. Kemitraan strategis dengan *preloved supplier* memungkinkan perusahaan memperoleh bahan baku atau produk dengan kualitas yang konsisten, sehingga proses pengendalian mutu dapat berjalan lebih efektif.

Kemitraan dengan pemasok (*Supplier Partnership*) merupakan fondasi penting dalam rantai pasok. Husna et al (2022) menekankan bahwa SCM memiliki peran yang sangat penting dalam berbagai aktivitas perusahaan seperti produksi, distribusi dan pelayanan pelanggan dalam menghasilkan keuntungan setiap saat. Menurut kaya et al (2022) Penerapan SCM yang baik akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan mengenai arus barang, pengelolaan informasi dan keuangan yang terstruktur akan memperkuat daya saing.

Terakhir, Ketersediaan Produk merupakan outcome yang dipengaruhi oleh kualitas kontrol. Menurut Christopher (2022), manajemen rantai pasok bertujuan untuk memastikan produk tersedia sesuai permintaan pasar dengan biaya dan waktu yang efisien. Studi OpinionWay (2024) menunjukkan bahwa 51% konsumen akan berpindah ke retailer lain jika terjadi *stock-out*, menegaskan bahwa ketersediaan produk adalah indikator kinerja utama produk-produk *preloved*. Dengan pengendalian kualitas yang baik terhadap produk-produk *preloved*, risiko *stock-out* produk dapat diminimalkan sehingga ketersediaan produk lebih terjamin.

Penelitian ini dilakukan karena adanya fenomena ketidakseimbangan antara ketersediaan produk dengan permintaan pasar di Toko Online AGH Drumstore. Permasalahan tersebut terjadi karena belum optimalnya hubungan kemitraan antara perusahaan dan supplier dan belum maksimalnya proses *quality control* yang dilakukan. Dalam konteks manajemen rantai pasok, *supplier partnership* yang terjalin secara baik akan menciptakan hubungan yang didasari oleh kepercayaan, komunikasi, dan komitmen sehingga pasokan produk akan terjamin kelancarannya. Akan tetapi, produk yang diterima dari pihak supplier tidak selalu sesuai dengan standar yang telah ditetapkan sehingga diperlukan proses *quality control* dalam memastikan kualitas produk yang dipasarkan sudah sesuai dengan standar dan harapan konsumen.

Secara keseluruhan, kerangka pemikiran ini menegaskan bahwa *Supplier Partnership* (Variable X) → *Quality Control* (Variable M) → Ketersediaan Produk (Variable Y). Artinya, kemitraan dengan pemasok tidak langsung menjamin ketersediaan produk, tetapi melalui mekanisme pengendalian kualitas yang efektif.

Secara konseptual, kerangka teori ini mengarah pada pemahaman bahwa *supplier partnership* yang kuat, berbasis kepercayaan dan komunikasi, akan meningkatkan efektivitas pengendalian kualitas, dan *Quality control* berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antara *supplier partnership* dan ketersediaan produk, dimana peningkatan kualitas kontrol akan berdampak langsung pada ketersediaan produk yang sesuai standar, sehingga mampu memenuhi permintaan pasar dan mengurangi kesenjangan *supply-demand*.

Kerangka penelitian ini sekaligus menjadi dasar bagi dilakukannya pengujian hipotesis dalam penelitian, yang bertujuan menemukan hubungan empiris antara *supplier partnership*, *quality control*, dan ketersediaan produk. Dengan adanya kerangka ini, penelitian diarahkan untuk menguji sejauh mana kualitas kontrol yang hanya berlandaskan standar supplier mampu menjamin konsistensi mutu produk yang diterima AGH Drumstore.

## **2.2. Hipotesis Penelitian**

Menurut Sugiyono (2022), Hipotesis penelitian merupakan bentuk dugaan sementara yang dikaji berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran yang sudah diuraikan sebelumnya. Selain itu, hipotesis merupakan alat untuk menjawab apakah variable yang di uji mempunyai pengaruh terhadap variable lainnya atau tidak. Sehingga, dapat diasumsikan bahwa *supplier partnership* sebagai variabel (X) berpengaruh terhadap ketersediaan produk *preloved* sebagai variabel (Y), baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui kemampuan *quality control* sebagai variabel mediasi (M).

Kemitraan toko online AGH Drumstore dengan supplier (*supplier partnership*) yang ditandai dengan tingkat komunikasi yang intensif, kepercayaan, komitmen jangka panjang, serta kerjasama dalam memecahkan masalah, memiliki peranan penting dalam menjamin kelancaran pasokan produk preloved. Hubungan yang terjalin tidak hanya sebatas transaksi bisnis, tetapi juga menciptakan sinergi yang mendukung keberlangsungan operasional toko. Dengan adanya komunikasi yang terbuka dan kepercayaan yang kuat, AGH Drumstore mampu memperoleh pasokan produk secara cepat dan tepat waktu, sehingga keterlambatan pengiriman dapat diminimalisasi.

Selain itu, konsistensi kualitas produk yang diterima juga semakin terjaga karena adanya komitmen bersama. Situasi ini menciptakan hubungan simultan yang saling menguntungkan, di mana supplier dapat memastikan distribusi berjalan lancar sementara AGH Drumstore mampu mempertahankan reputasi perusahaan. Hubungan kemitraan yang solid ini pada akhirnya menjadi faktor strategis dalam menjaga keberlanjutan bisnis dan kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : *Supplier Partnership* berpengaruh terhadap Ketersediaan Produk *Preloved* pada Toko Online AGH Drumstore.
- H<sub>2</sub> : *Supplier Partnership* berpengaruh terhadap Kemampuan *Quality Control* pada Toko Online AGH Drumstore.
- H<sub>3</sub> : Kemampuan *Quality Control* berpengaruh terhadap Ketersediaan Produk *Preloved* pada Toko Online AGH Drumstore.
- H<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh antara *Supplier Partnership* terhadap Ketersediaan Produk yang di mediasi oleh *Quality Control* pada Toko Online AGH Drumstore.

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Pada bagian ini penulis memberikan gambaran umum mengenai objek penelitian yaitu *supplier partnership*, kemampuan *quality control*, dan ketersediaan produk di toko AGH. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis bagaimana hubungan kerja sama dengan pihak pemasok dapat mempengaruhi kemampuan *quality control* dan dampak yang ditimbulkan terhadap ketersediaan produk yang dijual oleh toko AGH ini.

AGH Drumstore merupakan sebuah toko online yang bergerak di bidang penjualan produk *preloved*, khususnya perlengkapan musik seperti drum, cymbal, dan aksesoris pendukung lainnya. Toko ini mengandalkan sistem kemitraan dengan berbagai *supplier* lokal dan nasional untuk memperoleh stok barang bekas yang masih layak pakai. Dalam operasionalnya, AGH Drumstore menerapkan proses *quality control* secara internal untuk memastikan bahwa setiap produk yang dijual telah memenuhi standar kelayakan dan kualitas tertentu.

Melalui platform digital seperti media sosial dan marketplace, toko ini melayani pelanggan dari berbagai wilayah di Indonesia. Toko online AGH Drumstore dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki karakteristik yang relevan dengan fokus studi, yaitu hubungan antara kemitraan dengan pemasok, kemampuan *quality control*, dan ketersediaan produk *preloved* yang konsisten dan berkualitas. Sehingga pemilihan objek penelitian sangat sesuai dengan kebutuhan peneliti.