



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 14205-14214

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Kinerja Kemitraan Bisnis pada CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar

Asni Juliana Salampe¹, Azhary Ismail², Ihsan Guntur³

¹⁻³Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Lembaga Pendidikan Indonesia

¹asnichoi31@gmail.com, ²Azharyipi76@gmail.com, ³*ihsanguntur30@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi dan kepercayaan terhadap kinerja kemitraan bisnis pada CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar. Kemitraan bisnis yang efektif memerlukan komunikasi yang baik serta tingkat kepercayaan yang tinggi guna menciptakan hubungan kerja sama yang produktif dan berkelanjutan. Namun, masih terdapat berbagai kendala dalam pelaksanaan kemitraan, seperti kurangnya keterbukaan informasi, koordinasi yang belum optimal, dan tingkat kepercayaan yang beragam di antara mitra usaha. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana komunikasi dan kepercayaan memengaruhi kinerja kemitraan bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian terdiri atas seluruh mitra usaha CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar yang berjumlah 40 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh sehingga seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, serta analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja kemitraan bisnis. Komunikasi yang efektif mampu meningkatkan koordinasi, pemahaman, dan kerja sama antar pihak, sedangkan kepercayaan memperkuat komitmen serta mengurangi ketidakpastian dalam hubungan kemitraan. Dengan demikian, peningkatan kualitas komunikasi dan kepercayaan dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kinerja kemitraan bisnis pada CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar.

Kata Kunci: Komunikasi, Kepercayaan, Kinerja Kemitraan Bisnis, Manajemen.

1. Latar Belakang

Kemitraan bisnis merupakan salah satu strategi yang banyak digunakan perusahaan untuk meningkatkan daya saing, memperluas jaringan usaha, serta mencapai tujuan organisasi secara efektif. Keberhasilan suatu kemitraan tidak hanya ditentukan oleh aspek ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas hubungan antar pihak yang terlibat. Dalam konteks tersebut, komunikasi dan kepercayaan menjadi faktor penting yang mampu menciptakan koordinasi yang baik, mengurangi konflik, serta memperkuat kerja sama yang berkelanjutan.

CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar merupakan perusahaan yang mengembangkan jaringan kemitraan usaha di berbagai wilayah. Namun, dalam pelaksanaannya masih ditemukan tantangan yang berkaitan dengan penyampaian informasi, koordinasi antar mitra, serta tingkat kepercayaan dalam menjalankan kerja sama bisnis. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi produktivitas, efektivitas, dan keberhasilan kemitraan yang telah dibangun.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif dan kepercayaan yang tinggi memiliki hubungan positif terhadap peningkatan kinerja kemitraan bisnis. Meskipun demikian, kajian mengenai pengaruh kedua variabel tersebut pada perusahaan berbasis kemitraan seperti CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh komunikasi dan kepercayaan terhadap kinerja kemitraan bisnis. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen serta menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas hubungan kemitraan guna mencapai kinerja yang optimal.

2. Kajian Teoritis

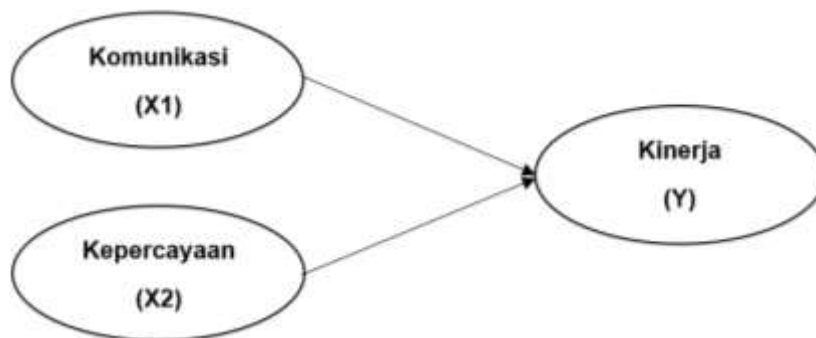
Penelitian ini didasarkan pada Teori Pertukaran Sosial (*Social Exchange Theory*) yang dikemukakan oleh Blau (1964), yang menjelaskan bahwa hubungan kerja sama akan berlangsung secara efektif apabila masing-masing pihak memperoleh manfaat dan membangun hubungan yang saling menguntungkan. Dalam konteks kemitraan bisnis, komunikasi dan kepercayaan menjadi elemen penting yang mendorong terciptanya hubungan kerja sama yang berkelanjutan serta peningkatan kinerja kemitraan.

Komunikasi merupakan proses penyampaian dan pertukaran informasi antara individu atau kelompok untuk mencapai pemahaman yang sama. Menurut Robbins dan Judge (2019), komunikasi yang efektif ditandai oleh keterbukaan informasi, kejelasan pesan, komunikasi dua arah, kecepatan respons, dan penggunaan media komunikasi yang tepat. Dalam kemitraan bisnis, komunikasi berfungsi untuk memperkuat koordinasi, mengurangi kesalahpahaman, serta mendukung pencapaian tujuan bersama.

Kepercayaan adalah keyakinan terhadap integritas, kompetensi, dan niat baik pihak lain dalam menjalankan hubungan kerja sama. Bachmann (2021) menyatakan bahwa kepercayaan menjadi fondasi utama dalam membangun hubungan jangka panjang karena mampu mengurangi ketidakpastian dan risiko dalam interaksi bisnis. Kepercayaan dapat diukur melalui indikator integritas, kompetensi, transparansi, serta empati dan kepedulian terhadap mitra.

Kinerja kemitraan bisnis merupakan hasil yang dicapai melalui kerja sama antara perusahaan dan mitra dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Jap (2020), kinerja kemitraan dapat dilihat dari tingkat produktivitas, efektivitas, efisiensi, kepuasan kerja, dan kontribusi terhadap pertumbuhan usaha. Kinerja kemitraan yang baik menunjukkan bahwa hubungan kerja sama mampu memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, komunikasi yang efektif dan kepercayaan yang tinggi diyakini dapat meningkatkan kualitas hubungan kemitraan sehingga berdampak positif terhadap kinerja kemitraan bisnis. Oleh karena itu, komunikasi dan kepercayaan diposisikan sebagai variabel independen yang diduga memengaruhi kinerja kemitraan bisnis sebagai variabel dependen dalam penelitian ini.



Gambar 1 Kerangka Pikir

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh komunikasi dan kepercayaan terhadap kinerja kemitraan bisnis pada CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar. Penelitian dilaksanakan di CV. Golden Executif (Syntif Group) yang berlokasi di Kota Makassar pada periode April hingga Juni 2026. Populasi penelitian terdiri atas seluruh mitra usaha yang bekerja sama dengan perusahaan sebanyak 40 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh (sensus), sehingga seluruh anggota populasi dijadikan responden penelitian.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal ilmiah, buku, serta dokumen perusahaan yang relevan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner,

dan dokumentasi. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah komunikasi dan kepercayaan, sedangkan variabel dependen adalah kinerja kemitraan bisnis. Analisis data dilakukan menggunakan bantuan aplikasi SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t (parsial), serta koefisien determinasi (R^2). Analisis tersebut digunakan untuk menguji pengaruh komunikasi dan kepercayaan terhadap kinerja kemitraan bisnis pada CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar.

a. Tempat Dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada CV. Golden Executif (Syntif Group) yang berlokasi di Jalan Metro Tanjung Bunga, Ruko Hills 6 No. 62, Kelurahan Maccini Sombala, Kecamatan Tamalate, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada kesesuaian objek penelitian dengan variabel yang diteliti, yaitu komunikasi, kepercayaan, dan kinerja kemitraan bisnis.

2. Waktu

Adapun pelaksanaan penelitian berlangsung selama tiga bulan, yaitu mulai April hingga Juni 2026, yang mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan laporan penelitian.

b. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dalam bentuk angka dan diolah menggunakan teknik statistik untuk menguji pengaruh komunikasi dan kepercayaan terhadap kinerja kemitraan bisnis.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada seluruh mitra usaha CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung, seperti buku, jurnal ilmiah, dokumen perusahaan, serta literatur lain yang relevan dengan topik penelitian. Kombinasi kedua sumber data tersebut digunakan untuk mendukung analisis dan memperkuat hasil penelitian.

c. Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mitra usaha yang bekerja sama dengan CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar yang berjumlah 40 orang. Populasi tersebut dipilih karena memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu terkait komunikasi, kepercayaan, dan kinerja kemitraan bisnis.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah **sampling jenuh (total sampling)**, yaitu teknik penentuan sampel dengan menjadikan seluruh anggota populasi sebagai sampel penelitian. Penggunaan teknik ini didasarkan pada jumlah populasi yang relatif kecil, sehingga seluruh anggota populasi dapat dijangkau dan dijadikan responden. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 responden yang merupakan seluruh mitra usaha CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar.

d. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas serta hubungan kemitraan yang berlangsung di CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama

untuk memperoleh data primer dari responden, yaitu mitra usaha perusahaan, dengan menggunakan skala Likert lima poin yang mengukur variabel komunikasi, kepercayaan, dan kinerja kemitraan bisnis. Selain itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data pendukung yang berasal dari dokumen perusahaan, laporan, arsip, serta literatur yang relevan dengan penelitian. Penggunaan ketiga metode tersebut bertujuan untuk memperoleh data yang lengkap dan mendukung validitas hasil penelitian.

Tabel 1 Skala Likert

No	Sikap Responden	Skor
1	Sangat tidak setuju	1
2	Tidak setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat setuju	5

e. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yang terdiri atas dua variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). Variabel independen meliputi komunikasi (X_1) dan kepercayaan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah kinerja kemitraan bisnis (Y).

Komunikasi (X_1) didefinisikan sebagai proses penyampaian dan pertukaran informasi antara perusahaan dan mitra usaha untuk menciptakan pemahaman bersama serta mendukung kelancaran kerja sama. Variabel ini diukur melalui indikator keterbukaan informasi, kejelasan pesan, komunikasi dua arah, kecepatan respons, dan penggunaan media komunikasi yang tepat.

Kepercayaan (X_2) merupakan keyakinan mitra terhadap integritas, kompetensi, dan niat baik perusahaan dalam menjalankan hubungan kemitraan. Variabel ini diukur melalui indikator integritas, kompetensi, transparansi, serta empati dan kepedulian.

Kinerja Kemitraan Bisnis (Y) adalah tingkat keberhasilan yang dicapai dalam hubungan kerja sama antara perusahaan dan mitra usaha dalam mencapai tujuan bersama. Variabel ini diukur melalui indikator produktivitas, efektivitas, efisiensi, kepuasan kerja, dan kontribusi terhadap pertumbuhan usaha.

Secara operasional, seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka semakin tinggi tingkat komunikasi, kepercayaan, dan kinerja kemitraan bisnis yang dirasakan oleh responden.

Tabel 2 Definisi Operasional Variabel

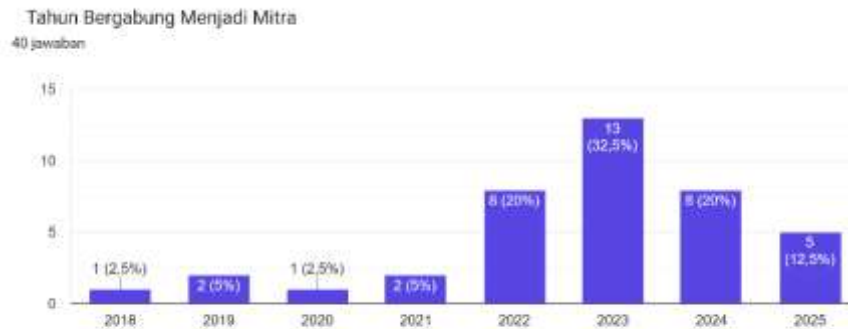
VARIABEL	INDIKATOR
A. KOMUNIKASI (X_1) Komunikasi dalam dunia bisnis merupakan suatu proses penyampaian dan pertukaran informasi yang terjadi antara pihak-pihak yang menjalin hubungan kemitraan. Proses ini mencakup kegiatan mengirim, menerima, serta memahami pesan yang disampaikan, sehingga tercipta kesamaan persepsi dan koordinasi yang efektif dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan Bersama.	1. Keterbukaan informasi 2. Kejelasan pesan 3. Komunikasi dua arah 4. Kecepatan respon 5. Media komunikasi yang tepat
B. KEPERCAYAAN (X_2)	1. Integritas 2. Kompetensi 3. Transparansi

Kepercayaan dalam kemitraan bisnis merujuk pada keyakinan satu pihak terhadap integritas, kemampuan, dan niat baik pihak lain, yang menjadi dasar untuk kolaborasi jangka panjang..	4. Empati dan Kepedulian
C. KINERJA KEMITRAAN (Y) Kinerja kemitraan bisnis mengacu pada hasil atau output dari kolaborasi antara dua atau lebih entitas, yang diukur melalui pencapaian tujuan bersama seperti peningkatan efisiensi, inovasi, dan keuntungan.	1. Produktivitas 2. Efektivitas 3. Efisiensi 4. Kepuasan Kerja 5. Kontribusi terhadap pertumbuhan

4. Hasil dan Pembahasan

a. Karakteristik Responden

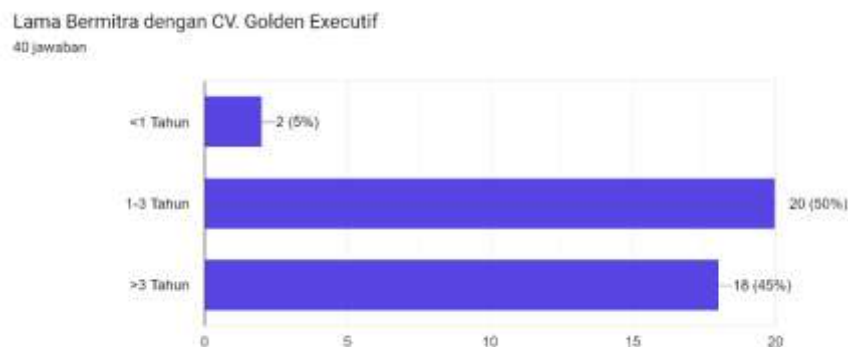
1) Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Bergabung Menjadi Mitra



Gambar 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Bergabung Menjadi Mitra

Berlandaskan Gambar 2, diketahui bahwa terbanyak bergabung menjadi mitra pada tahun 2023 sebanyak 13 mitra (32,5%), diikuti pada tahun 2022 dan 2024 masing-masing 8 mitra (20%). Sementara itu, mitra yang paling sedikit bergabung pada tahun 2018 dan 2020 masing-masing 1 mitra (2,5%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan mitra yang bergabung dalam 3 tahun terakhir, sehingga menggambarkan adanya peningkatan perkembangan kemitraan CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar dalam beberapa tahun terakhir.

2) Karakteristik Berdasarkan Masa Kemitraan



Gambar 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kemitraan

Berlandaskan Gambar 3, diketahui bahwa sebagian besar responden telah bermitra dengan CV. Golden Executif selama 1-3 tahun yaitu sebanyak 20 mitra (50%), diikuti responden yang telah bermitra lebih dari 3 tahun sebanyak 18 mitra (45%). Sementara itu, responden yang bermitra kurang dari 1 tahun hanya sebanyak 2 mitra (5%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman kemitraan yang cukup panjang, sehingga mampu memberikan penilaian yang lebih tepat mengenai komunikasi, kepercayaan, dan kinerja kemitraan bisnis pada CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar.

b. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Tabel 3 Uji Validitas

Variabel	Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Komunikasi	P01	0,739	0,304	Valid
	P02	0,612	0,304	Valid
	P03	0,772	0,304	Valid
	P04	0,701	0,304	Valid
	P05	1,000	0,304	Valid
Kepercayaan	P01	0,753	0,304	Valid
	P02	0,728	0,304	Valid
	P03	0,512	0,304	Valid
	P04	1,000	0,304	Valid
Kinerja Kemitraan Bisnis	P01	0,624	0,304	Valid
	P02	0,735	0,304	Valid
	P03	0,622	0,304	Valid
	P04	0,616	0,304	Valid
	P05	1,000	0,304	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27.0

Berlandaskan hasil uji validitas pada tabel tersebut, diketahui seluruh item pernyataan pada variabel komunikasi (X1), kepercayaan (X2), dan kinerja kemitraan bisnis (Y) menunjukkan nilai r-hitung yang lebih tinggi daripada nilai r-tabel (0,304). Oleh karena itu, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian karena mampu mengukur variabel yang diteliti secara akurat.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 4 Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items	Keterangan
-----	----------	---------------------	---------------	------------

1	Komunikasi (X1)	0,936	5	Reliabel
2	Kepercayaan (X2)	0,871	4	Reliabel
3	Kinerja Kemitraan Bisnis (Y)	0,914	5	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27.0

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, yaitu komunikasi sebesar 0,936, kepercayaan sebesar 0,871, dan kinerja kemitraan bisnis sebesar 0,914. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik sehingga dinyatakan reliabel. Dengan demikian, item-item pernyataan pada setiap variabel mampu mengukur konstruk yang diteliti secara konsisten dan layak digunakan dalam analisis penelitian selanjutnya.

c. Uji Asumusi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 5 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.24250691
Most Extreme Differences	Absolute		.092
	Positive		.092
	Negative		-.074
Test Statistic			.092
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.528
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.515
		Upper Bound	.541
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27.0

Berlandaskan hasil uji normalitas menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 6 Uji Multikolinearitas

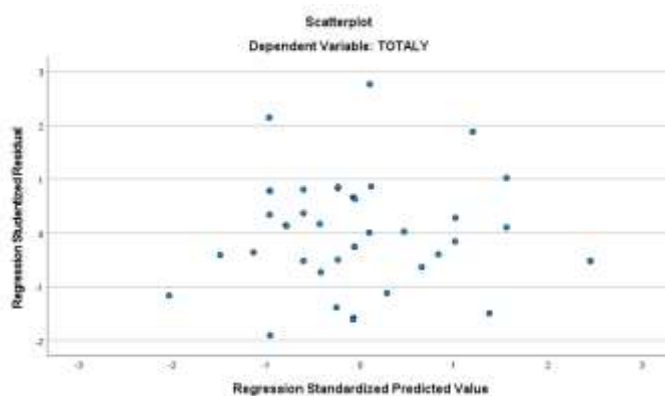
Coefficients ^a	
Model	Collinearity Statistics

		Tolerance	VIF
1	TOTALX1	.649	1.541
	TOTALX2	.649	1.541
a. Dependent Variable: TOTALLY Sumber: Olahan Data SPSS 27.0			

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27.0

Hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel komunikasi (X1) dan kepercayaan (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,649 serta nilai VIF sebesar 1,541. Karena nilai Tolerance berada di atas 0,10 dan nilai VIF berada di bawah 10, maka model regresi dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas. Dengan demikian, tidak terdapat hubungan yang terlalu kuat antar variabel independen dalam penelitian ini.

3) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4 Grafik Scatterplot

Berlandaskan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik Scatterplot, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Penyebaran titik yang acak menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

d. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.128	2.168		1.443	.157
	TOTALX1	.460	.126	.486	3.641	.001
	TOTALX2	.473	.177	.358	2.680	.011
a. Dependent Variable: TOTALLY						

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27.0

Berlandaskan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,128 + 0,460X_1 + 0,473X_2$$

- Konstanta sebesar 3,128 menunjukkan bahwa komunikasi dan kepercayaan bernilai tetap, maka nilai kinerja kemitraan bisnis sebesar 3,128.
- Koefisien komunikasi (X1) sebesar 0,460 menunjukkan bahwa setiap peningkatan komunikasi sebesar satu satuan akan meningkatkan kinerja kemitraan bisnis sebesar 0,460 satuan.

- Koefisien kepercayaan (X2) sebesar 0,473 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kepercayaan sebesar satu satuan akan meningkatkan kinerja kemitraan bisnis sebesar 0,473 satuan.

Karena seluruh koefisien bernilai positif, maka komunikasi dan kepercayaan memiliki hubungan positif terhadap kinerja kemitraan bisnis.

2) Uji T

Tabel 8 Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.128	2.168		1.443	.157
	TOTALX1	.460	.126	.486	3.641	.001
	TOTALX2	.473	.177	.358	2.680	.011

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27.0

Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel komunikasi memperoleh nilai t-hitung sebesar 3,641 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja kemitraan bisnis. Oleh sebab itu, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa komunikasi berpengaruh terhadap kinerja kemitraan bisnis dinyatakan diterima.

Sementara itu, variabel kepercayaan menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2,680 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,011. Nilai signifikansi ini juga berada di bawah batas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja kemitraan bisnis. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kinerja kemitraan bisnis dinyatakan diterima.

3) Uji Koefisien Determinasi (Uji R)

Tabel 12 Uji R

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.756 ^a	.571	.548	2.30232	2.314

a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1
b. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27.0

Berlandaskan hasil uji koefisien determinasi (R²), diperoleh nilai R Square sebesar 0,571 atau 57,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel komunikasi dan kepercayaan secara simultan mampu menjelaskan sebesar 57,1% variasi yang terjadi pada kinerja kemitraan bisnis. Adapun sisanya, yaitu sebesar 42,9%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,548 mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh komunikasi dan kepercayaan terhadap kinerja kemitraan bisnis pada CV. Golden Executif (Syntif Group) Makassar, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja kemitraan bisnis. Semakin efektif komunikasi yang terjalin antara perusahaan dan mitra usaha, maka semakin baik pula kinerja kemitraan yang dihasilkan. Keterbukaan informasi, kejelasan pesan, komunikasi dua arah, kecepatan respons, dan penggunaan media komunikasi yang tepat berperan penting dalam meningkatkan koordinasi serta efektivitas kerja sama. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja kemitraan bisnis. Tingginya tingkat kepercayaan yang ditunjukkan melalui integritas, kompetensi, transparansi, serta empati dan kepedulian mampu memperkuat hubungan kemitraan

sehingga mendorong peningkatan produktivitas, efektivitas, dan keberlanjutan kerja sama. Komunikasi dan kepercayaan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja kemitraan bisnis. Hubungan kemitraan yang dibangun melalui komunikasi yang efektif dan kepercayaan yang kuat akan menciptakan kerja sama yang lebih harmonis, produktif, dan berkelanjutan, sehingga mampu mendukung pencapaian tujuan perusahaan dan mitra usaha secara optimal.

Referensi

1. Aguinis, H. (2019). *Performance Management* (4th Editio). Chicago Business Press.
2. Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
3. Bachmann, R. (2021). Trust and power revisited: A sociological perspective on trust research. *Journal of Trust Research*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/21515581.2021.1875394>
4. Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. John Wiley & Sons.
5. Burgess, J. (2020). Communication and social interaction in the digital era. *Journal of Communication Studies*, 68(3), 201–214.
6. Cameron, K. S. (2021). *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline*. Berrett-Koehler Publishers.
7. Chen, M. J., & Wang, L. (2019). The role of communication and trust in enhancing partnership performance: A study of Chinese SMEs. *International Journal of Production Economics*, 214, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.03.012>
8. Clappitt, P. G. (2019). Communicating for managerial effectiveness. *International Journal of Business Communication*, 56(2), 135–155. <https://doi.org/10.1177/2329488419868420>
9. Cooke, F. L., Xiao, Q., & Chen, Y. (2021). Building Sustainable Human Resource Management Systems: The Role of Trust and Communication. *Human Resource Management Review*, 31(2), 100742.
10. DeNisi, A. S., & Murphy, K. R. (2017). Performance Appraisal and Performance Management: 100 Years of Progress? *Journal of Applied Psychology*, 102(3), 421–433. <https://doi.org/10.1037/apl0000085>
11. Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
12. Indonesia, K. D. dan I. (2023). *Laporan tahunan kemitraan bisnis di Indonesia 2023*. KADIN Indonesia.
13. Jap, S. D. (2020). Interorganizational relationships and performance: Insights from marketing science. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 345–362. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00688-0>
14. Kumar, N., Scheer, L. K., & Steenkamp, J.-B. E. M. (2020). The effects of perceived interdependence on dealer attitudes. *Journal of Business Research*, 112, 101–115.
15. Laksmana, A. (2020). Karakteristik struktur hubungan, perilaku dan komunikasi terhadap kerja sama kemitraan serta kinerja bagian pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 85–97.
16. Li, X., Chen, Y., & Zhang, J. (2021). Communication as a mediator between trust and performance in supply chain relationships. *International Journal of Production Economics*, 234, 107–123.
17. Li, X., Poppo, L., & Zhou, K. Z. (2022). Relational mechanisms, trust, and performance. *Journal of Management*, 48(5), 1234–1261.
18. Marler, J. H., & Boudreau, J. W. (2024). HR analytics and performance: The next generation of data-driven decision making. *Human Resource Management Journal*, 34(1), 33–54.
19. Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
20. Mohr, J., & Spekman, R. (1994). Characteristics of partnership success: Partnership attributes, communication behavior, and conflict resolution techniques. *Strategic Management Journal*, 15(2), 135–152.
21. Nguyen, T. T., & Nguyen, V. T. (2021). Communication, trust, and performance in international business partnerships: A case study approach. *International Marketing Review*, 38(2), 345–362. <https://doi.org/10.1108/IMR-08-2020-0178>
22. Nurhidayah. (2021). Pengaruh komunikasi organisasi dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 45–58.
23. Palmatier, R. W., Dant, R. P., & Grewal, D. (2023). Performance outcomes of interfirm trust and communication. *Journal of Marketing*, 87(5), 75–93.
24. Pragiwani, R., Handayani, S., & Putra, A. (2020). Metode penelitian asosiatif kausal dalam manajemen. *Jurnal Riset Manajemen*, 4(2), 87–98.
25. Ramahdani, & al., et. (2023). Komunikasi Eksternal dalam Organisasi dan Perannya dalam Membangun Hubungan Efektif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
26. Review, H. B. (2021). The value of trust in business partnerships. *Harvard Business Review*.
27. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior*. Pearson Education.
28. Sari, D. P., & Sari, N. P. (2022). The influence of communication and trust on partnership performance in Indonesian SMEs. *Journal of Small Business Management*, 60(3), 567–584. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1891234>
29. Statistik, B. P. (2022). *Statistik usaha kecil dan menengah di Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
30. Sugiyono. (2019). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
31. Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
32. Turkle, S. (2021). *The empathy diaries: A memoir*. Penguin Books.
33. Wright, P. M., & Snell, S. A. (2020). Human resource management in the digital age. *Human Resource Management Review*, 30(4), 100–122.
34. Zaheer, A., Gözübüyük, R., & Milanov, H. (2019). It's the connections: The network perspective in interorganizational trust research. *Strategic Management Journal*, 40(3), 503–532.