



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Bab III

Metodologi Penelitian

3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

ÆON Co., Ltd. Berdiri pada tahun 1926 dimana sang pendiri memanfaatkan kondisi jepang masa itu untuk memulai bisnis perdagangan. Pada tahun 1970 3 perusahaan Futagi, Okada dan Shiro membentuk JUSCO CO., Ltd yang pada nantinya akan dirubah namanya menjadi ÆON Co., Ltd pada tahun 2001. Pada tahun 2012 ÆON Co., Ltd mengambil alih Carefour Malaysia dan mengganti semua nama cabang Carefour menjadi AEON Big. Di Malaysia ÆON Co., Ltd menjadi perusahaan retail ke-2 terbesar. Tidak hanya Malaysia ÆON Co., Ltd juga melakukan ekspansi ke Hongkong dimana sekarang perusahaan tersebut sudah tercatat pada bursa saham nasional Hongkong.

AEON Co. Ltd mengembangkan sayapnya di Asia tertanggal pada tanggal 1994 dengan dibukanya cabang di Hongkong, dan tidak lama kemudian menjalar ke Vietnam, Malaysia, Kamboja dan Indonesia. Di Indonesia sendiri AEON dibuka pada tahun 2015 dengan dibawah nama PT AEON Indonesia yang merupakan anak perusahaan dari AEON Co. Ltd. PT. AEON Indonesia bergerak dibidang retail dengan menjual barang barang seperti layaknya perusahaan lainnya yang ada di Indonesia namun, ada perbedaan signifikan yang ada dibandingkan dengan retail lainnya yaitu, adanya jalur/section Foodline dimana AEON menjual

makanan segar siap makan secara eceran. PT. AEON Indonesia saat ini memiliki hanya 2 store namun, rencana kedepan PT AEON Indonesia akan melakukan ekspansi ke beberapa titik di Indonesia. PT. AEON Indonesia merupakan subsidiary dari perusahaan skala regional Jepang yaitu AEON Co.Ltd. yang juga bergerak dibidang retail.

AEON Mall BSD City adalah lokasi pertama dan lokasi kantor pusat dari PT AEON Indonesia. Didirikan pertama kali pada tahun 2015 hingga sekarang AEON Mall ini sudah banyak melayani pelanggan yang ada baik itu dari daerah Serpong-BSD maupun yang datang dari daerah Jakarta. Mall kedua yang didirikan oleh PT AEON Indonesia adalah AEON Mall Jakarta Garden City yang berlokasi di Cakung, Jakarta Timur. Mall secara resmi mulai beroperasi di tahun 2017 sama halnya dengan AEON Mall BSD City, AEON JGC ini juga memiliki fitur yang sama di bisnis retailnya yaitu section dari foodline.

PT. AEON Indonesia juga memiliki beberapa unit usaha antara lain AEON Mall yang berfokus dibidang manajemen mall dari PT AEON Indonesia, AEON Fantasy yang merupakan fokus AEON Indonesia untuk bidang rekreasi dan hiburan dan AEON Credit Service yang menyediakan jasa *membership* dan perkreditan PT AEON Indonesia.

3.1.1. Prinsip Dasar

PT AEON Indonesia memiliki prinsip dasar yang cukup unik dibandingkan dengan perusahaan retail lainnya. PT AEON Indonesia menjunjung tinggi 3 prinsip dasar yaitu *People* yang berarti

masyarakat/Manusia , *Peace* yang berarti perdamaian dan kemakmuran, dan *Community* yang berartikan komunitas. 3 Prinsip ini dijunjung tinggi dan diterapkan dalam kegiatan bisnisnya di seluruh cabang yang ada di dunia. Prinsip prinsip ini diterapkan dengan beberapa cara antara lain :

1. Melakukan peresapan tenaga kerja secara local dimana Mall berdiri.
2. Tidak adanya sanksi jika seorang karyawan melakukan putus kontrak di tengah masa kontrak yang berlaku
3. Memberdayakan orang orang dengan pertimbangan yang humanis

3.1.2. Kode Etik AEON

Kode Etik AEON merupakan komitmen dari AEON dalam mengambil tantangan mempromosikan inovasi di bawah prinsip bahwa “Apapun yang kita lakukan, kita lakukan demi pelanggan kita”. Di masa depan, nilai keberadaan AEON akan semakin sering dipertanyakan. AEON harus membangun “Merek dagang yang terpercaya” yang hanya dimiliki oleh AEON agar menjadi pilihan pelanggan diantara sekian banyak perusahaan pesaing. Untuk mendapatkan dan mempertahankan kepercayaan tersebut, kita harus berinovasi dan berkembang setiap hari dalam membentuk AEON generasi mendatang, yaitu perusahaan yang terus berfokus menciptakan nilai baru bagi pelanggan. Tidak berpuas diri dengan pencapaian dan kondisi saat ini, dan selalu melangkah maju untuk meningkatkan gaya hidup pelanggan—

yang merupakan tradisi dan misi AEON. Dan ini adalah alasan AEON akan selalu ada untuk melayani kebutuhan pelanggan di masa depan.

3.2. Desain Penelitian

Zikmund (2003,65-66) dalam bukunya mengartikan desain penelitian sebagai peta untuk mengidentifikasi metode dan prosedur untuk mengumpulkan dan menganalisa data yang dibutuhkan. Zikmund juga menjelaskan ada 4 metode dari penelitian untuk penelitian kausal dan deskriptif, seperti *survey*, eksperimen, analisis data sekunder, dan observasi. Metode *survey* dipilih untuk penelitian ini dikarenakan efisiensi waktu, biaya dan kesempatan. *Survey* membutuhkan informasi dari sampel beberapa orang dengan menggunakan *questionnaires*.

Greener (2008.17) menjelaskan bahwa ada 2 pendekatan dalam penelitian yaitu *qualitative* dan *quantitative*. Kuantitatif memiliki pendekatan deduktif untuk menguji teori dengan angka dan fakta, and *objectivitas*. *Qualitatif* memiliki pendekatan induktif untuk menciptakan teori, pendekatan ini memiliki pandangan yang subjektif (Greener,2008,p. 17).

3.2.1. Penelitian kuantitatif & Penelitian kualitatif

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang terfokus pada fenomena atau permasalahan yang ada secara empiris dengan cara menguji teori, mengukur dan menganalisis dengan statistika dan matematis (Creswell, 1994; Gay & Airasian, 2000; Yilmaz, 2013,311). Penelitian ini menampilkan perhitungan dan analisis sebab akibat yang logis, objektif dan variabel

independen di dalam kerangka penentu berdasarkan teori sebelumnya. Penelitian quantitative terfokus pada hasil, generalisasi, prediksi dan hubungan penyebab melalui alasan deduktif. Untuk pengumpulan data dan analisis metode ini menggunakan questionnaire, survey, dan perhitungan sistematis yang melibatkan angka-angka yang sistematis. Penelitian kualitatif adalah tipe penelitian yang tidak menggunakan pendekatan statistik tetapi menggunakan pendekatan induktif dan interpretatif untuk meneliti manusia dan kondisi sosial secara deskriptif (Strauss & Corbin, 1998; Yilmaz, 2013, p.311-312). Pendekatan ini menjelajahi apa saja yang diasumsikan oleh kenyataan sosial yang terbentuk dalam kerangka yang penuh makna. fleksibel, deskriptif, menyeluruh dan terfokus pada suatu konteks.

3.2.2. Tipe penelitian

Ada 3 jenis penelitian yaitu *Exploratory*, *Descriptive*, dan *Causal*. Zikmund (2003, p.58). Zikmund menjelaskan secara singkat, bahwa *Exploratory* untuk penelitian yang ambigu, *Descriptive* untuk penelitian yang sudah sebagian berhasil diteliti, *Causal* yang untuk mengatasi masalah penelitian yang sudah jelas.

3.2.3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *quantitative research*. Penelitian ini menggunakan data angka sebagai alat untuk menganalisis masalah. Peneliti memperoleh data mengenai perilaku yang dilakukan oleh PT AEON Indonesia mengenai *Strategic supplier*

partnership, Level of information sharing, Quality of information sharing, Costumer service management, Internal lean practices, Posponement, Total quality management, Flexibility of supply chain, Integration of supply chain, Costumer responsiveness, Supplier performance, Market share performance dan Financial Performance.

3.3.Data Penelitian

1. Data Primer

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, internet juga dapat menjadi sumber data primer jika koesioner disebarakan melalui internet (Uma Sekaran, 2011)

Data Primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari survey dan kuesioner yang disebarakan ke responden

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah,

analisis industri oleh media, situs Web, internet dan seterusnya (Uma Sekaran, 2011).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah di dapat dari studi pustaka dari jurnal jurnal yang mengacu pada topik penelitian

3.4.Ruang Lingkup Penelitian

3.4.1. Target Populasi

Menurut buku Metode Penelitian oleh Sugiyono (2012:119) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi dibatasi sebagai sejumlah kelompok atau individu yang paling sedikit mempunyai satu sifat yang sama. Populasi yang menjadi sasaran penelitian ini adalah populasi dari Manajemen PT. AEON Indonesia

3.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dai populasi, terdiri dari bagian dari populasi. Bagian ini diambil dikarenakan ketidakmungkinan

untuk seseorang meneliti semua anggota dari populasi, oleh karena itu peneliti membentuk bagian yang mewakili populasi (Ferdinand, 2006).

3.3.2.1. *Sampling techniques*

Teknik sampling dibagi menjadi 2 jenis yaitu:

1. *Probability Sampling*: adalah metode sampling yang menggunakan pemilihan secara acak untuk mendapatkan hasil dan proses secara acak. Probability sampling memiliki 5 metode antara lain:
 - a. *Simple Random Sampling*
 - b. *Stratified Sampling*
 - c. *Cluster Sampling*
 - d. *Systematic Sampling*
 - e. *Multistage Sampling*

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah *Stratified Sampling*. *Stratified sampling*, adalah cara penarikan sampel untuk populasi yang memiliki karakteristik heterogen atau karakteristik yang dimiliki populasi bervariasi. Selain digunakan untuk populasi yang tidak homogen, teknik ini juga digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang bertingkat.

Dalam Penelitian ini Peneliti menggunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data dari objek penelitian antarlain dengan:

1. Questionnaire

Peneliti menggunakan penyebaran questionnaire kepada karyawan PT AEON Indonesia yang memiliki tanggung jawab dan jabatan terkait dengan penelitian. Metode kuesioner yang digunakan adalah *Stratified Sampling* dikarenakan responden secara spesifik penulis kategorikan.

2. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada responden terkait untuk mendapatkan data kelas, secara spesifik untuk mencari range kelas untuk kuesioner.

3.4.3. Ukuran Sampel

Menurut Roscoe (1975) yang dikutip dari Uma Sekaran (2006) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel:

1. Ukuran sampel 30 – 500 merupakan jumlah yang tepat untuk kebanyakan penelitian
2. Jika sampel dipecah kedalam subsampel, ukuran sampel minimum 30.
3. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol yang ketat, penelitian yang sukses adalah dengan ukuran sampel kecil mulai dari 30 hingga 40 sampel

Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel sebagai responden banyaknya disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengambilan sensus

dimana peneliti akan mengambil data keseluruhan atau populasi dari perusahaan yaitu sebanyak 40 responden (data yang diambil dari mulai tingkat supervisor hingga *manager*) dikarenakan juga di bawah *manager* dan *supervisor* banyak karyawan yang tidak terqualifikasi sebagai kompeten untuk menjawab pertanyaan sehingga peneliti mengambil responden dari tingkatan *supervisor* hingga *manager*.

3.5.Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator yang didapat dari jurnal *Jurnal The effect of supply chain management practice on supply chain performance and manu facturing firm performance (Moh'd, 2016)* Tabel berikut merupakan Variabel dengan indikator yang ada berdasarkan jurnal yang ada.

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Measurement
1	<i>X(Supply chain management)</i>	<i>Strategic supplier partnership(SSP)</i>	Perusahaan kami bergantung kepada beberapa suppliers	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami memperhitungkan kualitas sebagai salah satu kriteria penentu untuk memilih supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami memberikan bantuan kepada supplier untuk meningkatkan kualitas dari produk supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami memiliki program perkembangan secara berkelanjutan yang mengikutsertakan supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perencanaan dan penentuan goal dalam perusahaan kami melibatkan supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			Proses pengembangan produk baru dalam perusahaan kami melibatkan supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami mengakui kualitas dari supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supplier berinteraksi dengan perusahaan kami secara jujur dan terbuka	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supplier perusahaan kami bisa dipercaya	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami bergantung kepada sedikit supplier yang memiliki kualitas tinggi	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Transaksi perusahaan kami dengan supplier tidak harus di monitor secara ketat	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Ada keinginan dari supplier untuk membantu perusahaan kami jika mengalami kesulitan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami berharap adanya peningkatan dalam bisnis diantara perusahaan dengan supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supplier memiliki komitmen yang kuat terhadap perjanjian yang sudah di sepakati	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Adanya hubungan yang tidak baik antara kepentingan tujuan perusahaan kami dengan supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Adanya hubungan yang tidak baik antara kepentingan secara umum perusahaan kami dengan supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Level of Information Sharing(LIS)</i>	Jika ada perubahan tiba tiba supplier kami akan memberitahukan informasi tersebut	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami berbagi informasi dengan rekan dagang kami	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			Jika ada masalah pada rekan dagang kami perusahaan kami akan diberitahukan informasinya	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Partner dagang kami membagi pengetahuan untuk mengembangkan proses perusahaan kami	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami membagi informasi untuk membangun rencana bisnis	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami berbagi informasi dan berhubungan baik dengan partner dagang kami	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Quality of information sharing(QIS)</i>	Informasi yang ditukarkan antara partner dan perusahaan kami sesuai dengan waktunya	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Informasi yang ditukarkan antara partner dan perusahaan kami akurat	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Informasi yang ditukarkan antara partner dan perusahaan kami lengkap	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Informasi yang ditukarkan antara partner dan perusahaan kami memuaskan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Informasi yang ditukarkan antara partner dan perusahaan kami bisa diandalkan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Costumer Service Management(CSM)</i>	Perusahaan kami secara rutin berinteraksi dengan pelanggan agar bisa presponsif ,bisa diandalkan dan sesuai standard	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami sering melakukan follow up dan monitor pelanggan kami untuk feedback kualitas dan pelayanan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami sering mengukur dan mengevaluasi kepuasan pelanggan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami sering mencoba memenuhi keinginan future costumer	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			Perusahaan kami menyediakan fasilitas dan bantuan untuk pelanggan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami secara periodic menilai pentingnya hubungan dengan pelanggan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Internal Lean Practice(ILP)</i>	Perusahaan berusaha untuk mengurangi waktu awal	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan mendorong dan menghimbau supplier agar memiliki lead-time yang lebih singkat	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan mengadopsi sistem produksi tarik	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Proses pemesanan,penerimaan dan pekerjaan lain berasal dari supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Gudang/Pabrik supplier berlokasi dekat dengan perusahaan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Waktu untu pemeriksaan barang yang dating sudah dikurangi	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Postponetment (P)</i>	Produk kami di rancang untuk berdasarkan sistem penyusunan modular	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Proses produki di perusahaan kami bisa di susun ulang dan beberapa proses penyusunan bisa dilakukan pada pusat distribusi	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			perusahaan kami dapat menunda aktifiitas penyusunan produk hingga pesanan dari pembeli tiba	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			perusahaan kami dapat menunda aktifiitas penyusunan produk titik paling akhir dari rantai pasok	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			produk perusahaan kami disimpan pada titik distribusi paling tepat yang dekat dengan customer	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Total Quality Management(TQM)</i>	Management perusahaan kami mengembangkan rencana integrasi kualitas untuk memenuhi tujuan bisnis	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Management perusahaan kami menghimbau karyawannya untuk terlibat dalam peningkatan dan penjagaan produk perusahaan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Management perusahaan kami memberikan sumberdaya untuk melatih dan mendidik sumberdaya manusia.	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami memiliki database yang lengkap dan efisien yang berhubungan dengan operation cost dari peralatan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Peralatan dirawat sesuai dengan jadwal peralatan yang ada	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami mengimplementasikan berbagai cara inspeksi yang efektif dan juga secara berkala	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami menggunakan quality control dan statistical process controll untuk produksi dan peningkatan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami memiliki quality circles dan cross function team	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			karyawan dalam perusahaan kami memiliki kesempatan untuk mengikuti aktifitas bersangkutan dengan kualitas barang	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Karyawan memiliki tanggung jawab tinggi dan berkomitmen dalam kesuksesan perusahaan	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			Perusahaan kami memiliki kenaikan upah dan bonus untuk meningkatkan partisipasi dari karyawan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			saran yang baik dihargai oleh perusahaan kami dan dihargai dengan bonus	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			penghargaan karyawan dan hukuman dalam perusahaan kami jelas.	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Karyawan perusahaan kami dianjurkan untuk mempelajari dan mengikuti program latihan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami membiayai program latihan yang karyawan ikuti	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Hampir semua karyawan perusahaan kami terlatih untuk menggunakan peralatan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami menerima informasi dan protes dari konsumen	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami memiliki program untuk menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen.	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami memperlakukan protes konsumen berdasarkan kriteria kualitas	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami selalu melakukan survey secara berkala untuk meningkatkan kualitas dari produk kami	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Kepentingan dari produk utama dari perusahaan kami meningkat	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Daya tahan dari produk utama kami meningkat	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			performa dari produk utama kami meningkat	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			tingkat kecacatan produk utama kami mengalami penurunan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
2	<i>YI(Supply Chain Performance)</i>	<i>Flexibility of Supply Chain (FSC)</i>	Supply chain kami dapat menghadapi pesanan yang tidak sesuai dengan standard yang ada	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supply chain kami dapat menawarkan spesifikasi khusus pada konsumen	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supply chain kami dapat menawarkan fitur yang bervariasi	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supply chain kami dapat menyesuaikan kapasitas produksi dengan jumlah permintaan yang ada	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			supply chain kami dapat mengenalkan banyak peningkatan dalam produksi	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supply chain kami dapat memperkenalkan barang barang kepada konsumen kami	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			supply chain kami dapat memenuhi kebutuhan pasar	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Integration of supply chain(ISC)</i>	Semua fungsi dalam perusahaan kami memiliki tingkat koordinasi dan komunikasi yang tinggi	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Tim gabungan sering digunakan untuk meningkatkan oerusahaan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami memiliki system informasi yang mencakup semua fungsi dalam perusahaan kami	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Banyak aktifitas lintas supplier dan perusahaan kami	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Adanya transparansi dalam supply chain	<i>Likert Scale (1-5)</i>

		<i>Costumer Responsiveness(CR)</i>	Perusahaan kami memenuhi permintaan pelanggan kami secara tepat waktu	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			perusahaan kami memiliki sistem pengantaran yang cepat	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			perusahaan kami memiliki respon cepat terhadap pesanan pelanggan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Supplier performance(SP)</i>	Supplier kami menyediakan produk secara tepat waktu	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supplier kami menyediakan pengantaran yang bisa diandalkan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supplier kami bisa diandalkan ketika menyediakan kami dengan produk	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supplier kami menyediakan produk sesuai dengan kualitas	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supplier kami menyediakan produk dengan harga murah	<i>Likert Scale (1-5)</i>
	<i>Y2(Firm Performance)</i>	<i>Market Share Performance(MSP)</i>	<i>Market Share</i>	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			<i>Growth of market share</i>	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			<i>Growth of sales</i>	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Finnancial Performance(FP)</i>	<i>Return on Investment</i>	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			<i>Growth in Return on Investment</i>	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			<i>Profit margin sales</i>	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			<i>Overall competitive position</i>	<i>Likert Scale (1-5)</i>

Tabel 3.1: Tabel operasional variabel berdasarkan jurnal

Sumber: *The effect of supply chain management practice on supply chain performance and manu facturing firm performance (Moh 'd, 2016)*

Dikarenakan objek yang dijadikan penelitian adalah perusahaan Retail dan memiliki perbedaan dengan perusahaan yang menjadi objek dalam jurnal yaitu perusahaan manufaktur. Maka beberapa variabel dan indikator diatas tereliminasi dikarenakan relevansinya dengan objek penelitian. Tidak hanya itu, ada juga beberapa variabel dan indikator yang tereliminasi dikarenakan relevansinya tidak sesuai dengan topic supply chain management. Tabel 3.2 dibawah menunjukkan variabel dan idikator yang digunakan peneliti untuk penelitian.

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Measurement
1	<i>X(Supply chain management)</i>	<i>Strategic supplier partnership(SSP)</i>	Perusahaan kami bergantung kepada beberapa suppliers	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami memperhitungkan kualitas sebagai salah satu kriteria penentu untuk memilih supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami memberikan bantuan kepada supplier untuk meningkatkan kualitas	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			dari produk supplier	
			Perusahaan kami memiliki program perkembangan secara berkelanjutan yang mengikutsertakan supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perencanaan dan penentuan goal dalam perusahaan kami melibatkan supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami memberikan sertifikat kepada supplier yang berkualitas	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supplier berinteraksi dengan perusahaan kami secara jujur dan terbuka	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supplier perusahaan kami bisa dipercaya	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami bergantung kepada sedikit supplier yang memiliki kualitas tinggi	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Transaksi perusahaan kami dengan supplier tidak harus di monitor secara ketat	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			Ada keinginan dari supplier untuk membantu perusahaan kami jika mengalami kesulitan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami berharap adanya peningkatan dalam bisnis diantara perusahaan dengan supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supplier memiliki komitmen yang kuat terhadap perjanjian yang sudah di sepakati	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Adanya hubungan yang tidak baik antara kepentingan tujuan perusahaan kami dengan supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Level of Information Sharing(LIS)</i>	Jika ada perubahan tiba tiba supplier kami akan memberitahukan informasi tersebut	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami berbagi informasi dengan rekan dagang kami	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Jika ada masalah pada rekan dagang kami perusahaan kami akan diberitahukan	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			informasinya	
			Partner dagang kami membagi pengetahuan untuk mengembangkan proses perusahaan kami	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami membagi informasi untuk membangun rencana bisnis	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami berbagi informasi dan berhubungan baik dengan partner dagang kami	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Quality of information sharing(QIS)</i>	Informasi yang ditukarkan antara partner dan perusahaan kami sesuai dengan waktunya	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Informasi yang ditukarkan antara partner dan perusahaan kami akurat	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Informasi yang ditukarkan antara partner dan perusahaan kami lengkap	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Informasi yang ditukarkan antara partner dan perusahaan kami memuaskan	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			Informasi yang ditukarkan antara partner dan perusahaan kami bisa diandalkan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Costumer Service Management(CSM)</i>	Perusahaan kami secara rutin berinteraksi dengan pelanggan agar bisa presponsif ,bisa diandalkan dan sesuai standard	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami sering melakukan follow up dan monitor pelanggan kami untuk feedback kualitas dan pelayanan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami sering mengukur dan mengevaluasi kepuasan pelanggan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami sering mencoba memenuhi keinginan future costumer	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami menyediakan fasilitas dan bantuan untuk pelanggan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami secara periodic menilai pentingnya hubungan	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			dengan pelanggan	
		<i>Internal Lean Practice(ILP)</i>	Perusahaan berusaha untuk mengurangi waktu awal	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan mendorong dan menghimbau supplier agar memiliki lead-time yang lebih singkat	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Proses pemesanan,penerimaan dan pekerjaan lain berasal dari supplier	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Gudang/Pabrik supplier berlokasi dekat dengan perusahaan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Waktu untu pemeriksaan barang yang dating sudah dikurangi	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Total Quality Management(TQM)</i>	Management perusahaan kami mengembangkan rencana integrasi kualitas untuk memenuhi tujuan bisnis	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Management perusahaan kami memberikan	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			sumberdaya untuk melatih dan mendidik sumberdaya manusia.	
			Perusahaan kami mengimplementasikan berbagai cara inspeksi yang efektif dan juga secara berkala	<i>Likert Scale (1-5)</i>
2	<i>YI(Supply Chain Performance)</i>	<i>Integration of supply chain(ISC)</i>	Semua fungsi dalam perusahaan kami memiliki tingkat koordinasi dan komunikasi yang tinggi	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Perusahaan kami memiliki system informasi yang mencakup semua fungsi dalam perusahaan kami	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Banyak aktifitas lintas supplier dan perusahaan kami	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Adanya transparansi dalam supply chain	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Costumer Responsiveness(CR)</i>	Perusahaan kami memenuhi permintaan pelanggan kami secara tepat waktu	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Supplier performance(SP)</i>	Supplier kami menyediakan produk secara tepat waktu	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			Supplier kami menyediakan pengantaran yang bisa diandalkan	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supplier kami bisa diandalkan ketika menyediakan kami dengan produk	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supplier kami menyediakan produk sesuai dengan kualitas	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Supplier kami menyediakan produk dengan harga murah	<i>Likert Scale (1-5)</i>
	<i>Y2(Firm Performance)</i>	<i>Market Share Performance(MSP)</i>	Market Share	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Growth of market share	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Growth of sales	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Finnancial Performance(FP)</i>	Return on Investment	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Growth in Return on Investment	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Profit margin sales	<i>Likert Scale (1-5)</i>
			Overall competitive postion	<i>Likert Scale (1-5)</i>

Tabel 3.2Tabel Operational variabel yang sudah di sesuaikan
Sumber: Pengolahan data pribadi, 2020

Variabel dari jurnal yang tereliminasi antara lain adalah:

- *Postpoment (P)*

Dikarenakan indikator yang menjadi tolak ukur variabel Postpoment tidak relevan dengan objek penelitian

- *Flexibility of Supply Chain (FSC)*

Dikarenakan indikator yang menjadi tolak ukur tidak relevan dengan objek penelitian.

Selain Variabel ada juga beberapa indikator yang tereliminasi dikarenakan melenceng dari tema supply chain pada perusahaan retail. Kebanyakan indikator yang tereliminasi berasal dari variabel *Total Quality Management*. Indikator yang tersisa pada *Total Quality Management* peneliti anggap cukup relevan dalam penelitian yang menggunakan objek perusahaan retail.