



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 II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Manajemen

Menurut Schermerhon (2008), “Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan mengendalikan penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan kinerja.” Manajemen merupakan suatu hal yang sering kalo kita temukan di manapun kita berada. Baik dalam pekerjaan maupun dalam kehidupan sehari-hari yang kita jalani. Orang-orang sering menggunakan ilmu manajemen dengan sadar ataupun secara tidak sadar. Dalam buku yang ditulis oleh Robbins & DeCenzo (2015) yang berjudul “*Fundamentals of Management Essential Concepts and Application*” mengatakan bahwa “Manajemen mengacu pada proses menyelesaikan sesuatu, secara efektif dan efisien melalui dan dengan orang lain.

” Manajemen sendiri sering kali digunakan oleh perusahaan untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan dan menciptakan sebuah strategi bagi perusahaan demi keuntungan perusahaan. Dalam teori milik Robbins & Coulter (2018), “Manajemen melibatkan, mengoordinasikan dan, mengawasi kegiatan kerja orang lain sehingga kegiatan mereka diselesaikan secara efisien dan efektif.”

Schermerhon (2008) tersebut, disebutkan bahwa manajemen sendiri memiliki empat fungsi utama yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*),

memimpin (*leading*), mengendalikan (*controlling*). Berikut adalah empat fungsi utama dari manajemen.

Tabel 2.1 Fungsi *Management*

No.	Fungsi <i>Management</i>	Pengertian
1.	Perencanaan (<i>Planning</i>)	Fungsi perencanaan berkaitan dengan evaluasi pengusaha tentang situasi usaha mereka dalam konteks spesifik mereka (Linstead, 2009).
2.	Pengorganisasian (<i>Organizing</i>)	Fungsi pengorganisasian dilaksanakan ketika pengusaha menentukan kegiatan dan tanggung jawab yang akan dilakukan dalam usaha (Robbins, 2003).
3.	Memimpin (<i>Leading</i>) / (<i>Direction</i>)	Fungsi dijalankan ketika pengusaha benar-benar mengelola dan memandu jalan yang diinginkan dari usaha. Dua elemen yang memungkinkan manajemen ini adalah komunikasi dan motivasi melalui kepemimpinan (Schermerhorn, 2008).
4.	Pengendalian (<i>Controlling</i>)	Dieksekusi ketika pengusaha mengawasi dan memverifikasi bahwa tindakan yang direncanakan telah dilakukan seperti yang diminta dan hasil yang diharapkan tercapai

Tabel 2.1 Fungsi *Management* (Lanjutan)

No.	Fungsi <i>Management</i>	Pengertian
		Robbins, 2003; Shermerhorn, 2008). Prinsip ini adalah proses berkelanjutan yang menyiratkan revisi konstan dari proses ventura dan hasil untuk mencapai hasil terbaik (Linstead, 2009).

Sumber : Schermerhon, 2008

2.1.2 Operation Management

Operations Management (OM) dipahami sebagai sekumpulan aktivitas yang menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mentransformasikan input ke dalam output. Oleh karena itu, bidang OM mencakup decisionareas berikut (Heizer and Render, 2011). Oleh karena itu, *operation management* banyak digunakan dan dibutuhkan oleh perusahaan dalam menjalani bisnis dari perusahaan. Perusahaan membutuhkan operation dalam setiap divisinya. Russel and Taylor (2009) menyatakan bahwa *operation management* mendesain, mengoperasikan, dan meningkatkan sistem produktif untuk menyelesaikan pekerjaan. Pernyataan tersebut menyebutkan betapa pentingnya pengaruh dari *operation management* dalam setiap divisi dari perusahaan terutama dalam hubungan *opetation management* dengan pembuatan dari barang maupun jasa. Aktivitas yang berhubungan kepada pembuatan dari barang dan jasa melalui perubahan dari *input* sampai dengan *output* (Haizer & Render, 2017).

Maka dari itu *operation management* seringkali membentuk sebuah system untuk membantu perusahaan dalam pembuatan barangnya seperti yang dikatakan oleh Stevenson & Choung (2014) bahwa *operation management* adalah manajemen sistem atau proses barang dan menyediakan layanan. Melalui banyaknya teori dan pendapat para ahli, penulis mengumpulkan empat tujuan mengapa penting bagi seseorang ataupun perusahaan untuk mempelajari *operation management*. Disebutkan oleh Render & Munson (2017), ada empat alasan mengapa seseorang atau perusahaan harus mempelajari *operation management*:

1. *Operation management is one of the three major functions of many organization, and it is integrally related to all the other business function. All organization market (sell), finance (account), and produce (operate), and it is important to know how the operation management (OM) activity functions.* Artinya bahwa manajemen operasi adalah salah satu dari tiga fungsi utama banyak organisasi, dan secara integral terkait dengan semua fungsi bisnis lainnya. Semua organisasi pasar (menjual), keuangan (akun), dan memproduksi (mengoperasikan), dan penting untuk mengetahui bagaimana fungsi manajemen operasi (OM) berfungsi.
2. *We study operation management (OM) because we want to know how goods and services are produced. The production function is the segment of our society that creates the products and services we use.* Hal ini berarti bahwa tujuan kami mempelajari manajemen operasi (OM) karena kami ingin tahu

bagaimana barang dan jasa diproduksi. Fungsi produksi adalah segmen masyarakat kita yang menciptakan produk dan layanan yang kita gunakan.

3. *We study operation management to understand what operation managers do. Regardless of your job in an organization, you can perform better if you understand what operation managemeers do. In addition, understanding operation management will help you explore the numerous and lucrative career opportunities in the field.* Alasan ini artinya sama dengan kami mempelajari manajemen operasi untuk memahami apa yang dilakukan manajer operasi. Terlepas dari pekerjaan Anda di suatu organisasi, Anda dapat berkinerja lebih baik jika Anda memahami apa yang dilakukan manajer operasi. Selain itu, memahami manajemen operasi akan membantu Anda menjelajahi banyak peluang karir yang menguntungkan di lapangan.
4. *We study operation management because it is such a costly part of an organization. A large percentage of the revenue of most firms is spent in the operation management function. Indeed, operation management provides a major opportunity for an organization to improve its profitability and enchance its service to society.* Artinya bahwa kami mempelajari manajemen operasi karena merupakan bagian yang mahal dari suatu organisasi. Sebagian besar pendapatan sebagian besar perusahaan dihabiskan dalam fungsi manajemen operasi. Memang, manajemen operasi memberikan peluang besar bagi organisasi untuk meningkatkan profitabilitas dan meningkatkan layanannya kepada masyarakat.

2.1.3 Sepuluh Kegiatan Operation Management (OM)

Operation Management (OM) sendiri memiliki sepuluh area yang dapat diterapkan sebagai bentuk strategi bagi perusahaan dalam bentuk bisnis apa saja yang dapat mempengaruhi dan membantu perusahaan dalam melakukan pengambilan keputusan yaitu :

2.1.3.1 *Design of goods and services*

Dalam bukunya Stevenson & Choung (2014), mendefinisikan banyak dari apa yang diperlukan operasi dalam setiap keputusan OM lainnya. Misalnya, kualitas desain produk, serta, implikasi utama bagi keberlanjutan dan sumber daya manusia yang dibutuhkan.

2.1.3.2 *Managing quality*

Menentukan harapan kualitas pelanggan dan menetapkan kebijakan dan prosedur untuk mengidentifikasi dan mencapai kualitas itu (Stevenson & Choung, 2014).

2.1.3.3 *Process and capacity strategy*

Menentukan bagaimana suatu barang atau jasa diproduksi dan melakukan manajemen untuk teknologi spesifik, kualitas, sumber daya manusia, dan investasi modal yang menentukan banyak struktur biaya dasar perusahaan (Stevenson & Choung, 2014).

2.1.3.4 Location strategy

Mebutuhkan penilaian mengenai kedekatan dengan pelanggan, pemasok, dan bakat, sambil mempertimbangkan biaya, infrastruktur, logistik, dan pemerintah (Stevenson & Choung, 2014).

2.1.3.5 Layout strategy

Mebutuhkan pengintegrasian kebutuhan kapasitas, teknologi tingkat personil, dan persyaratan inventaris untuk menentukan aliran bahan, orang, dan informasi yang efisien (Stevenson & Choung, 2014).

2.1.3.6 Human resource and job design

Menentukan cara merekrut, memotivasi, dan mempertahankan personel dengan bakat dan keterampilan yang diperlukan. orang adalah bagian integral dan mahal dari desain total system (Stevenson & Choung, 2014).

2.1.3.7 Supply chain management

Memutuskan bagaimana mengintegrasikan rantai pasokan ke dalam strategi perusahaan, termasuk keputusan yang menentukan apa yang akan dibeli, dari siapa, dan dalam kondisi apapun (Stevenson & Choung, 2014).

2.1.3.8 Inventory management

Mempertimbangkan, memesan persediaan, dan memegang keputusan dan cara mengoptimalkannya karena kepuasan pelanggan, kemampuan pemasok, dan jadwal produksi dipertimbangkan (Stevenson & Choung, 2014).

2.1.3.9 Scheduling

Menentukan dan mengimplementasikan jadwal jangka menengah dan pendek yang secara efektif dan efisien memanfaatkan personel dan fasilitas sekaligus memenuhi permintaan pelanggan (Stevenson & Choung, 2014).

2.1.3.10 Maintenance

Membutuhkan keputusan yang mempertimbangkan kapasitas fasilitas, permintaan produksi, dan personel yang diperlukan untuk mempertahankan proses yang andal dan stabil (Stevenson & Choung, 2014). Melalui sepuluh aktivitas tersebut, perusahaan dapat melakukan pembetulan strategi dan melakukan pengambilan keputusan untuk meningkatkan dan mengembangkan keuntungan serta nilai dari perusahaan.

2.1.4 Agriculture

Menurut Harris & Fuller (2014), "*Agriculture is the most comprehensive word used to denote the many ways in which crop plants and domestic animals sustain the global human population by providing food and other products*". Pengertian ini

menjelaskan bahwa *agriculture* merupakan sebuah kata yang menunjukkan bahwa kegiatan pertanian, perkebunan, pemeliharaan hewan ternak merupakan salah satu cara dimana kita dapat menyediakan kebutuhan akan makanan dan kebutuhan lainnya lewat *agriculture*. *Agriculture* sering kali dihubungkan dengan tanaman dan juga hewahewan ternak (FAO, 1988).

Berdasarkan buku yang berjudul “*Agriculture : Definition and Overview Encyclopedia of Global Archaeology*” “*Agriculture is a form of land use and economy that resulted from the combination of cultivation (a bundle of human actions focused on preparing soil and planting, tending, and harvesting plants) and domestication (a bundle of genetic and morphological changes that have increased the ability of plants to adapt to cultivation)*” (Harris & Fuller, 2014). Di Indonesia sendiri, penggunaan kata *agriculture* selalu dihubungkan dengan penggunaan lahan tanah untuk kebutuhan kegiatan bercocok tanam dan kebutuhan ekonomi seperti untuk menghasilkan produk-produk buah-buahan yang nantinya akan di jual belikan.

2.1.5 Supply Chain Management

Supply chain management masuk kedalam salah satu dari sepuluh keputusan dalam *operation management* (Heizer, 2017). Menurut Heizer (2017) menyatakan bahwa *supply chain management* adalah gambaran mengenai proses koordinasi dari seluruh kegiatan *supply chain* dimana proses dimulai dari hulu (bahan baku) sampai dengan hilir (produk sampai di tangan pelanggan).

“Supply chain management is the strategic coordination of business functions within a business organization and throughout its supply chain for the purpose of integrating supply and demand management.” (Stevenson. 2012). Dalam bukunya yang berjudul *“Operation Management”*, Stevenson menjelaskan bahwa *supply chain management* adalah strategi dimana koordinasi dari fungsi bisnis yang ada didalam organisasi tersebut dengan memiliki tujuan untuk meningkatkan pasokan dan juga permintaan.

Supply chain management menjadi bagian yang penting bagi sebuah perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, dimana menurut Zaroni (2017) dalam bukunya yang berjudul *Logistic & Supply Chain* telah memaparkan bahwa *supply chain management* merupakan sebuah aktivitas dimana perusahaan melibatkan koordinasi dari beberapa perusahaan untuk dapat bekerja sama dalam meningkatkan efisiensi *operational* dari perusahaan tersebut.

Dapat disimpulkan melalui pengertian yang telah dipaparkan oleh para ahli yang sedang memasuki bidang *supply chain management* bahwa *supply chain management* merupakan sebuah strategi yang digunakan oleh perusahaan dimana perusahaan melakukan kegiatan bisnisnya dengan melakukan koordinasi serta kerja sama antara proses yang satu dengan proses yang lain agar dapat menciptakan alur yang efisien dimulai dari hulu (bahan baku) sampai dengan mencapai hilir (produk sampai di tangan pelanggann).

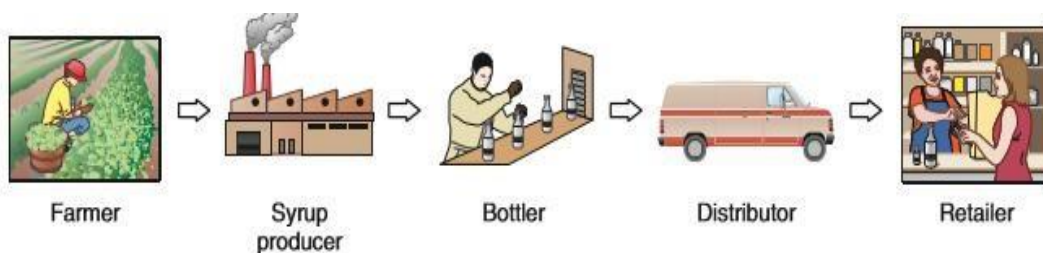
2.1.6 Multiple Supply Chain (MSC)

Dalam jurnal Liu & Lee (2019), menyatakan bahwa *Multiple Supply Chain* (MSC) terdiri dari dua strategi *supply chain* yaitu, *Traditional Supply Chain* (TSC) dan *Short Supply Chain* (SSC). Seiring berkembangnya sebuah perusahaan, *demand* dari para pelanggan akan meningkat yang mengharuskan perusahaan untuk dapat mengimbangi *demand* tersebut. Pengadopsian MSC menjadi salah satu kunci untuk mengimbangi *demand* yang diterima perusahaan dari para pelanggan (Liu & Lee, 2019).

2.1.6.1 Traditional Supply Chain (TSC)

Merupakan penggunaan *supply chain management* secara tradisional dimana proses yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dari hulu (bahan baku mentah) sampai dengan hilir (produk yang sudah jadi dan sampai ke tangan pelanggan) (Liu & Lee, 2019). Penggunaan strategi ini telah banyak di gunkanan oleh perusahaan untuk memetakan proses bisnis yang akan dijalankan oleh perusahaan.

Gambar 2.1 Contoh Supply Chain



Sumber : Heizer, 2017

Penggunaan TSC (*Traditional Supply Chain*) sama dengan penggunaan *supply chain* pada umumnya dimana perusahaan melakukan proses bisnis dimulai dari bahan

baku mentah sampai dengan produk yang sampai ke tangan pelanggan. Pada gambar 2.1, kita dapat melihat pengumpulan bahan baku mentah atau *raw material* yang dikumpulkan oleh para petani dimana nantinya bahan baku mentah akan di proses menjadi sebuah sirup dan dikemas dalam botol. Selanjutnya produk sirup yang telah jadi akan didistribusikan ke penjual-penjual eceran (*retailer*) dan dari *retailer* akan dijual ke pelanggan.

2.1.6.2 Short Supply Chain (SSC)

Short Supply Chain (SSC) merupakan salah satu strategi dalam *Multiple Supply Chain (MSC)* dimana konsumen diberikan informasi dan berkomunikasi dengan PT Sewu Segar Nusantara mengenai produk apa saja yang dapat dibeli dan dipertimbangkan oleh konsumen (Liu & Lee, 2019). Hal ini dapat mempercepat penyediaan produk untuk dijual oleh perusahaan dan mengimbangi *demand* dari para pelanggan.

2.1.7 Uncertainty

Dalam jurnal yang berjudul *Farm Risk and Uncertainties: Source, Impact, Management*, Menjelaskan bahwa *uncertainty* selalu berhubungan dengan *risk management* dimana *uncertainty* selalu melibatkan kerugian yang diterima oleh seseorang atau organisasi dan mempengaruhi kesejahteraan dari orang atau organisasi tersebut (Ullah, *et al.*, 2016 ; (Antón, 2009). “*Uncertainty defined as imperfect*

knowledge and risk as an exposure to uncertain unfavorable economic consequences” (Ullah *et al.*, 2016; Hardaker *et al.*, 2009).

Lee & Liu (2019) menyatakan bahwa terdapat dua *uncertainty* yaitu *Behavioral Uncertainty* (BU) dan juga *Environmental Uncertainty* (EU) dimana kedua *uncertainty* ini memunculkan kerugian bagi sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang *agriculture*.

2.1.7.1 *Behavioral Uncertainty (BU)*

“*Behavioral uncertainty refers to the possibility of losses being incurred by certain members in the supply chain due to the self-interested behaviors of other members”* (Liu & Lee, 2019 ; Williamson 1975). Menurut Liu & Lee (2019), *behavioral uncertainty* merupakan kemungkinan atas kerugian yang diperoleh oleh sebuah perusahaan dikarenakan pengaruh dari para pelanggannya. Dijelaskan bahwa *behavioral uncertainty* dapat terjadi karena pelanggan yang merasa ragu dengan kualitas dari produk sebuah perusahaan yang tidak memenuhi ekspektasi dari pelanggan atau tidak memenuhi standar kualitas dari perusahaan tersebut (Lee & Liu, 2019). Hal ini berhubungan dengan *Short Supply Chain* (SSC) yang mempercepat kegiatan produksi tanpa mementingkan kualitas dari produk yang dibuat atau diproduksi.

2.1.7.2 Environmental Uncertainty (EU)

“*Environmental uncertainty refers to the possibility that individuals or organizations may suffer losses due to changes in the external environment*” (Liu & Lee, 2019 ; Ring & Van de Ven, 1992). Menurut Liu & Lee (2019), bahwa *environmental uncertainty* merupakan kemungkinan akan kerugian yang diterima atau didapat oleh sebuah organisasi dikarenakan faktor eksternal. Terdapat beberapa faktor eksternal yang mempengaruhi *uncertainty* seperti pengaruh cuaca yang berubah-ubah, *demand* dari para pelanggan, serta pengaruh dari penggunaan lahan yang buruk (Liu & Lee, 2019 ; Tiedemann and Latacz-Lohmann, 2013 ; Kato et al., 2011 ; Hanson et al., 2004). Faktor eksternal yang diterima oleh perusahaan dapat mempengaruhi tingkat produksi dari bisnis *agriculture* terutama produk buah-buahan organik dimana produksi buah-buahan tidak di bantu dengan adanya bantuan zat kimia (Liu & Lee, 2019).

2.1.8 Consumption Tendency (CT)

“*The consumption tendency of MSCs shows that consumers have equal preferences and needs for economic and social benefits*” (Liu & Lee, 2019). Konsumen dapat mengetahui informasi mengenai produk yang dimiliki oleh perusahaan dimana konsumen sendiri dapat menilai produk tersebut. Menurut Liu & Lee (2019), hal ini dapat mengurangi tingkat *uncertainty* yang dirasakan oleh konsumen jika konsumen tau informasi tentang produk yang diterima oleh konsumen. Informasi yang banyak dicari oleh konsumen adalah seperti harga produk, *supplier* yang digunakan oleh

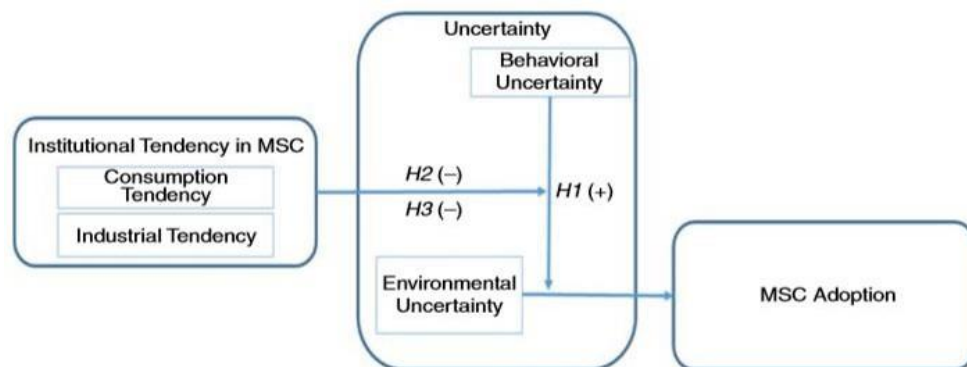
perusahaan, item yang digunakan dalam produk (Lee & Liu, 2019). Dalam bisnis *agriculture*, konsumen mencari informasi mengenai kesegaran dan juga lokalitas dari produk tersebut (Lee & Liu, 2019 ; Bond *et al.*, 2009).

2.1.9 Industrial Tendency (IT)

“Different production and marketing channels are often interlinked” (Lee & Lee, 2019 ; Chiang *et al.*, 2003). “The increased legitimacy of a certain supply chain weakens the operational efficiency of another channel” (Liu & Lee, 2019). *Industrial tendency* merupakan pengaruh yang diciptakan oleh sebuah bisnis ke bisnis yang lainnya. Sebuah bisnis yang sedang berkembang akan meningkatkan pasar bagi bisnis itu dan mengurangi pasar bagi bisnis yang lain sehingga bisnis yang sedang berkembang bisa menaikkan dan menurunkan harga dipasar dan membuat bisnis yang lain harus mengimbangi persaingan yang terjadi.

2.2 Model Penelitian

Gambar 2.2 Model Penelitian



Sumber : Liu & Lee, 2019

Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti pengaruh yang diberikan oleh *environmental uncertainty*, *behavioral uncertainty*, *consumption tendency*, dan *industrial tendency* terhadap *multiple supply chain (MSC) adoption*. *Multiple supply chain (MSC) adoption* merupakan variabel dependen yang dipengaruhi oleh *consumption tendency* dan *industrial tendency* dimana *behavioral* dan *environmental uncertainty* menjembatani atau menjadi variabel mediasi dalam pengaruhnya kepada *MSC adoption*. Berikut ini merupakan hipotesis (H) yang terdapat dalam penelitian ini (Liu & Lee, 2019) :

H1 : Ketika *environmental uncertainty* dan *behavioral uncertainty* berpengaruh terhadap *supply chain*, produsen cenderung untuk mengadopsi *multiple supply chain (MSC)*.

H2 : Kecenderungan dalam konsumsi *multiple supply chain (MSC)* oleh konsumen akan melemahkan efek moderasi dari *environmental uncertainty* dan *behavioral uncertainty*.

H3 : Kecenderungan dalam konsumsi *multiple supply chain (MSC)* oleh industri akan melemahkan efek moderasi dari *environmental uncertainty* dan *behavioral uncertainty*.

2.3 Tinjauan Pustaka Penelitian

2.3.1 Desain Penelitian

Menurut Sekaran & Bougie (2013) dalam bukunya yang berjudul “*Research Methodsfor Business; A Skill Building Approach*” menyatakan bahwa desain penelitian

adalah sebuah rancangan atau perencanaan yang dimana nantinya akan digunakan untuk mengumpulkan, mengukur, dan juga menganalisa data-data yang merupakan hasil dari pertanyaan riset yang dilakukan atau telah dilakukan.

2.3.2 Jenis Penelitian

Berdasarkan pada buku yang ditulis oleh Sekaran & Bougie (2013) yang berjudul “*Research Methods for Business; A Skill Building Approach*” menyatakan bahwa terdapat 3 (tiga) jenis dari desain penelitian dengan penjelasan yang telah di berikan yaitu :

1. *Exploratory Research*

Merupakan penelitian yang dilakukan oleh seseorang ketika hal yang akan diteliti tersebut tidak mempunyai informasi yang cukup atau tidak diketahui dengan jelas dan juga tidak memiliki riwayat atau *history* yang dapat mendukung hal tersebut. Tujuan dari jenis penelitian ini adalah untuk mengungkap dan menjelaskan secara menyeluruh masalah yang diteliti oleh peneliti.

2. *Descriptive Research*

Merupakan penelitian yang dilakukan oleh seseorang yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan sebuah objek yang dimana, objek yang dimaksud dapat berupa sebuah perusahaan, organisasi, peristiwa, dan masih banyak lainnya. Penelitian jenis ini memiliki dua sifat yaitu kuantitatif dan kualitatif.

3. *Causal Research*

Merupakan penelitian yang dilakukan oleh seseorang untuk membuktikan mengenai hubungan sebab dan akibat yang terjadi dari sebuah situasi atau fenomena. Dengan kata lain, peneliti yang menggunakan jenis penelitian ini akan menguji apakah suatu variabel dapat berpengaruh terhadap variabel lainnya.

2.3.3 Data Penelitian

Data penelitian adalah kelompok data yang telah dikumpulkan oleh peneliti untuk membantu peneliti melakukan penelitian terhadap objek yang diteliti, data yang diperoleh digunakan untuk mendukung dan juga memperkuat argument yang disampaikan didalam penelitian tersebut. Kebutuhan akan data merupakan hal penting dalam penelitian karena merupakan hal yang harus dipertanggung jawabkan kebenarannya (Malhtra, 2012). Menurut Sekaran & Bougie (2013), terdapat 3 dua jenis data yaitu :

1. *Primary Data*

Primary data atau data primer diartikan sebagai data atau berbagai informasi yang diperoleh oleh penulis berkaitan dengan variabel yang dianggap menarik untuk diteliti dan digunakan dalam penelitian. Data primer dapat diperoleh dengan melakukan berbagai hal seperti *indepth interview* dan *focus group*, atau bias juga dengan melakukan *interview*, menyebar kuisisioner, maupun melalui observasi atau pengamatan.

2. *Secondary Data*

Secondary Data atau data sekunder mengacu pada data yang diperoleh melalui informasi dari berbagai sumber maupun penelitian terdahulu. Selain itu data sekunder dapat diperoleh dengan menggali informasi pada buku-buku referensi, jurnal, artikel, dan penelitian lainnya.