



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

3.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) merupakan perusahaan yang berbisnis dalam bidang agrikultur dimana produk-produk yang dijual dan didistribusikan oleh perusahaan tersebut adalah buah-buahan. Berikut ini merupakan Gambaran umum mengenai PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) :

Nama Perusahaan : PT Sewu Segar Nusantar (Sunpride Indonesia)

Jenis Badan Usaha : PT (Perseroan Terbatas)

Alamat : Jalan Telesonik Dalam, (Jalan Raya Gatot Subroto Km. 8),
Kadu Jaya, Curug, Kadu Jaya, Kec. Curug, Tangerang, Banten.

Bidang Usaha : Agrikultur (Agribisnis)

Website Perusahaan : www.sunpride.co.id

Telepon : (021) 5902937

E-mail : info.segar@sunpride.co.id

Gambar 3.1 Logo PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia)



Sumber : Data Perusahaan PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia)

3.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak dalam bisnis di bidang agrikultur dimana perusahaan ini memfokuskan tujuannya untuk melakukan kegiatan penjualan dan juga distribusi buah-buahan lokal seperti, pisang, apel, nanas, jambu, dan masih banyak lagi lainnya yang berasal dari kebun yang dimiliki oleh PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) yang dimana kebun tersebut terletak di salah satu daerah di Indonesia yaitu Lampung.

PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) sendiri telah dibangun mulai dari tahun 1995 yang dimana PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) ini tergabung kedalam kelompok dari GSK (Gunung Sewu Kencana) sebagai salah satu investasi unggulan. GSK (Gunung Sewu Kencana) itu sendiri merupakan perusahaan yang memiliki keahlian dalam banyak bidang seperti, agribisnis, asuransi jiwa,

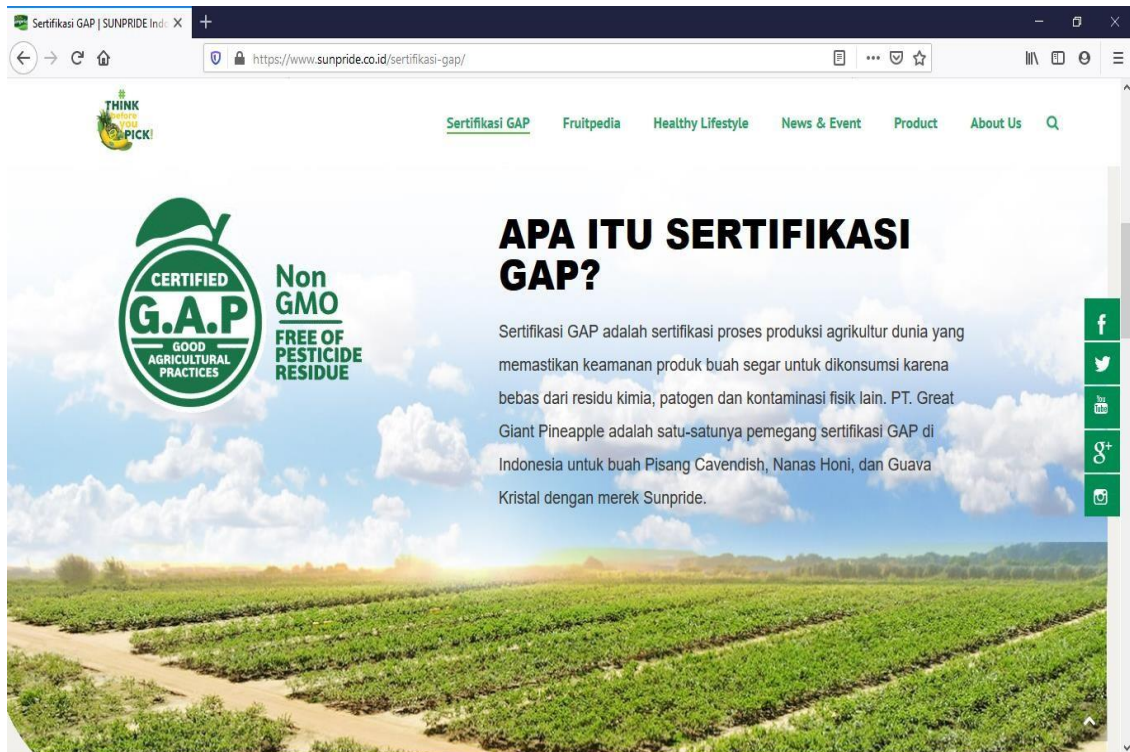
makanan, dan lain-lainnya. Dengan tergabungnya PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) kedalam kelompok GSK sebagai investasi unggulan, PT Sewu Segar Nusantara memiliki keuntungan untuk memperlebar jalur dan tujuan distribusi karena dapat langsung terhubung dengan banyak pemasok dan juga pengecer buah-buahan di Indonesia.

Beberapa penghargaan yang diterima oleh PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) adalah :

- Forbes awards for 20 Rising Global Stars 2017.
- Marketeer Of The Year 2017 for Jabodetabek Marketing Champion 2017.
- SWA Magazine for Top 250 Indonesia Original Brands (IOB) 2017
- Indonesia Original Brand (IOB) 2016 dengan pemilihan dalam kategori “Buah Bermerek” Pilihan Masyarakat Indonesia.

Selain itu, PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) juga telah berhasil mendapatkan sertifikasi G.A.P (*Good Agricultural Practices*) yang dimana PT Sewu Segar Nusantara dinobatkan sebagai salah satu perusahaan yang melakukan kegiatan berbisnis dalam bidang agrikultural dimana perusahaan ini telah memastikan kualitas dan keamanan dari produk yang dimilikinya dimana produk ini aman dikonsumsi, tidak mengandalkan bahan-bahan kimia dalam proses pengembangannya. Beberapa produk yang telah meraih sertifikat G.A.P ini adalah Pisang Cavandish, Nanas Honi, dan Guava Kristal dengan merek Sunpride.

Gambar 3.2 Sertifikasi G.A.P



Sumber : Website PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia), 2020

Sama dengan perusahaan yang telah banyak berdiri di Indonesia, PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) juga memiliki visi serta misi yang telah diciptakan dimana visi dan juga misi ini akan menjadi arahan kemana perusahaan ini akan diberjalan dan berkembang. Dengan adanya visi serta misi yang jelas, perusahaan dapat berkembang dengan baik secara benar sesuai dengan tujuannya. Visi dari PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) adalah *“To make people healthy by providing accessibility to quality fruits”*. PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) memiliki tujuan untuk menciptakan lingkungan dimana orang-orang dapat hidupsehat dan dapat beraktifitas dengan baik dengan cara menyediakan dan menciptakan akses

yang mudah bagi orang-orang yang ingin hidup sehat dengan makan buah-buahan yang berkualitas.

3.1.3 Produk-Produk PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indoensia)

Beberapa produk yang dimiliki oleh PT Sewu Segar Nusantara dan telah banyak dikenal oleh masyarakat di Indonesia adalah Pisang Cavandish, Nanas Honi, Guava Kristal.

Gambar 3.3 Produk PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia)



Sumber : Postingan Twitter Sunpride Indonesia, 2020

Beberapa produk lainnya yang dihasilkan oleh PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indoensia) dengan melakukan kolaborasi atau kerja sama dengan para petani lokal yang ada di Indonesia adalah Pisang Mas, Jeruk Baby, Rock Melon, Golden Melon.

Gambar 3.4 Produk PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indoensia) dengan Kerja Sama Perkebunan Lokal



Sumber : Data Perusahaan PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia), 2020

Selain itu, produk-produk dari PT Sewu Segar Nusantara juga telah berhasil menembus pasar diluar Indonesia dengan melakukan kolaborasi atau kerja sama dengan *global fruit brands* seperti, Pink Lady Apple, Zespri Kiwifruits, Trufal Pear of Belgium, Singo Pear, Golden Pear, Fuji Apple, Ambrosia, Granny Smith, Pacific Rose, Queen, dan Royal Gala.

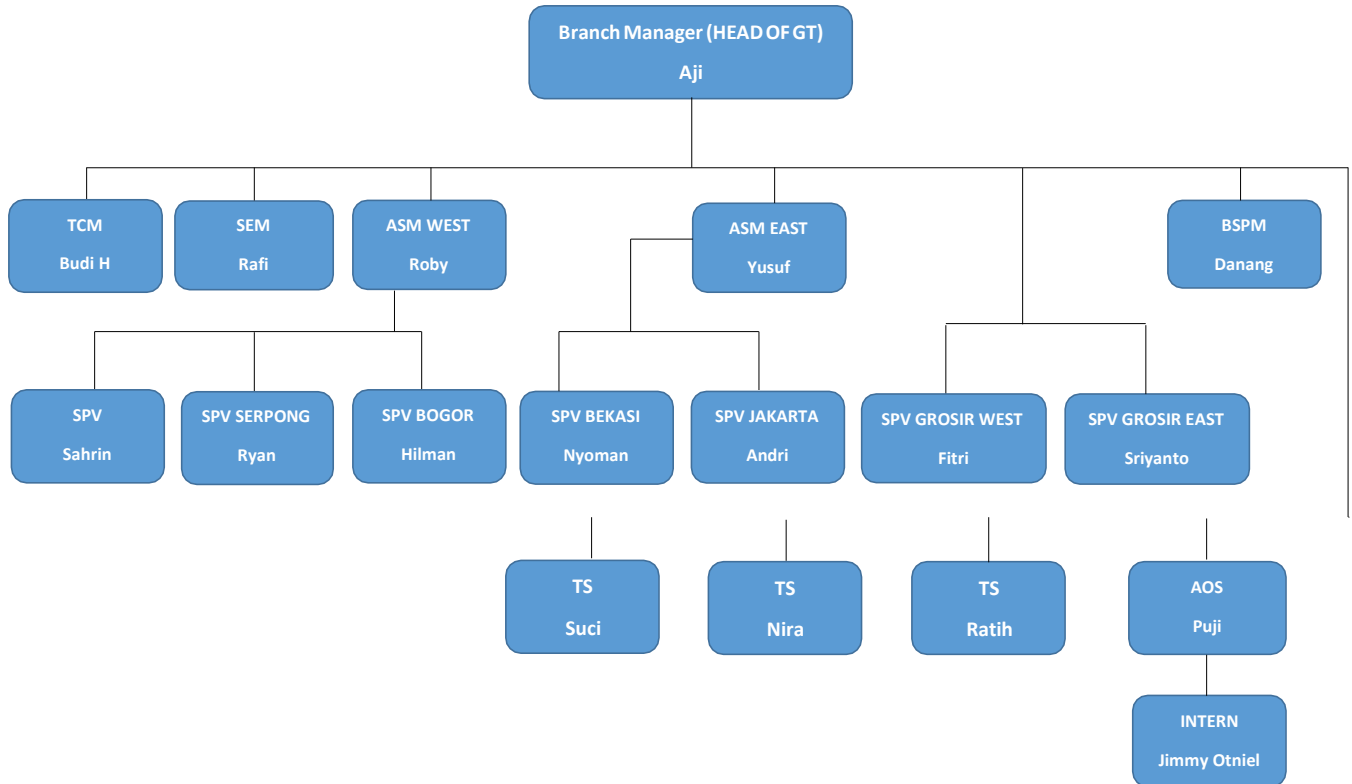
Gambar 3.5 Produk PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) dengan



Melakukan Kerja Sama dengan Perusahaan Luar

Sumber : Data Perusahaan PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia), 2020

Gambar 3.6 Sktruktur Organisasi



Sumber : Data Perusahaan PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indoensia), 2020

3.2 Desain Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti kali ini, peneliti akan melakukan penelitian dimana PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) akan menjadi objek penelitian kali ini. Untuk melakukan penelitian ini, peneliti akan melakukan *casual research* dimana dalam penelitian ini, penulis akan menjelaskan mengenai hubungan sebab dan akibat dari sebuah situasi. Dengan kata lain, peneliti akan menguji hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dimana untuk mengetahui hubungan

tersebut, peneliti akan melakukan penyebaran kuisisioner dalam usaha peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh peneliti.

Pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner yang akan disebarakan oleh peneliti untuk memperoleh data, berhubungan dengan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian dimana responden yang mengisi kuisisioner akan memberikan jawaban 1 sampai dengan 5 (skala likert / *likert scale*). Penggunaan skala likert ini (*likert scale*) mengacu pada penggunaan jurnal utama yang digunakan oleh peneliti untuk penelitian ini.

3.3 Data Penelitian

Penelitian yang dilakukan peneliti kali ini mencakup dua jenis data yang akan digunakan oleh penulis yaitu, *primary data* dimana peneliti akan menggunakan data ini sebagai data utama yang diperoleh dari hasil jawaban dari kuisisioner yang akan disebarakan oleh peneliti.

Setelah jawaban dari kuisisioner telah terkumpul, peneliti akan melakukan pengolahan data untuk nantinya peneliti akan mengimplementasikan data yang telah diolah kedalam penelitian ini. Jenis data kedua yang digunakan oleh peneliti adalah *secondary data* dimana peneliti akan menggunakan dan memanfaatkan *textbook*, data statistik dari lembaga terpercaya, jurnal pendukung sebagai referensi penulis, *website*, dan juga artikel-artikel yang memuat informasi tambahan yang dibutuhkan oleh peneliti.

3.4 Sampling Design Process

3.4.1 Menentukan Populasi

Hal pertama yang dapat dilakukan peneliti dalam melakukan pengumpulan data atau sampling adalah dengan menentukan target populasi yang akan dituju oleh peneliti. Populasi yang dituju oleh peneliti harus dijabarkan dengan batasan-batasan seperti umur, tingkat pendidikan, dan lain-lainnya. Peneliti akan menargetkan populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh manajer, supervisor, serta *retailer* yang merupakan konsumen dari produk PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) yang berkaitan langsung dengan proses *supply chain* PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia).

3.4.2 Menentukan Kerangka Sampel

Kerangka sampel dalam penelitian kali ini yang dipilih oleh penulis adalah :

1. Pria dan wanita
2. Bekerja di PT Sewu Segar Nusantara
3. Telah bekerja selama 1-2 tahun dan lebih dari 2 tahun
4. Memahami proses *supply chain* yang dilakukan oleh PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia)

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian kali ini yang dilakukan peneliti, peneliti akan menggunakan metode sampling *non-probability* dimana tidak semua karyawan PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel dalam penelitian kali ini. Metode yang dipilih oleh peneliti dalam pengambilan sampel adalah *judgement sampling* dimana peneliti meyakini bahwa populasi yang dituju oleh

penulis dengan jumlah yang terbatas ini memiliki informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai variabel yang dituju penulis sehingga mampu untuk menjawab pertanyaan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini.

3.4.4 Menentukan Ukuran Sampel

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan peneliti dalam penelitian kali ini, peneliti mengambil teknik menentukan jumlah sampel berdasarkan teori perhitungan dengan rumus $10 \times \text{Hipotesis} = \text{Jumlah Responden}$ yang diambil oleh peneliti dalam buku yang berjudul “Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS” yang ditulis oleh Prof. Dr. H. Siswoyo Haryono, MM, MPd. Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan oleh peneliti adalah sebanyak 30 responden

Penelitian ini memiliki variabel yang berjumlah 3 variabel yaitu, *MSC Adoption*, *uncertainty*, dan *institutional tendency in MSC* dimana dari variabel *uncertainty* dan *institutional tendency in MSC* tersebut memiliki dimensi tersendiri yang antara lain adalah *Environmental Uncertainty* dan *Behavioral Uncertainty* untuk variabel *uncertainty* dan *Consumption Tendency* dan *Industry Tendency* untuk variabel *institutional tendency in MSC*. Setiap variabel memiliki pertanyaan. *Multiple Supply Chain (MSC) Adoption* berisikan 2 pertanyaan, *Environmental Uncertainty* berisikan 2 pertanyaan, *Behavioral Uncertainty* berisikan 4 pertanyaan, *Consumption Tendency* berisikan 2 pertanyaan, dan terakhir *Industry Tendency* berisikan 2 pertanyaan dengan total keseluruhan menjadi 11 pertanyaan.

3.4.5 Proses Pengambilan Data

Setelah peneliti menentukan teknik pengambilan data dan menentukan jumlah populasi yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini, peneliti akan melanjutkan ke tahap selanjutnya dalam melakukan pengambilan data dengan menyebarkan kuisioner yang telah dibuat kepada para responden yang sudah dipilih oleh peneliti dengan kriteria atau ketentuan yang sudah disebutkan sebelumnya.

Penyebaran kuisioner dilakukan peneliti dengan menyebarkan *link* dari google form. Hal ini dikarenakan terjadinya kasus penyebaran virus Corona (COVID-19) dimana para manajer dan juga supervisor yang kemungkinan memiliki pemahaman mengenai *supply chain* sedang menjalankan program *split office* dimana para responden disebarkan ke berbagai cabang dari PT Sewu Segar Nusantara (Sunpride Indonesia) untuk mencegah berkumpulnya masa di kantor yang terletak di Tangerang.

3.5 Identifikasi Variabel

3.5.1 Dependent Variable

Dalam penelitian kali ini, variabel dependen yang digunakan oleh peneliti adalah *Multiple Supply Chain (MSC) Adoption* yang dimana peneliti akan menjelaskan apa yang menyebabkan variabel dependen dapat terjadi dan variabel-variabel apa yang mempengaruhi variabel dependen.

3.5.2 Independent Variable

Dengan telah ditetapkannya variabel dependen dalam penelitian kali ini, peneliti juga telah menetapkan variabel independen yang dimana variabel ini dapat dan telah mempengaruhi variabel dependen baik dengan pengaruh positif ataupun pengaruh

negatif. Dalam penelitian ini, variabel independen yang mempengaruhi *Multiple Supply Chain (MSC) Adoption* adalah *Environmental Uncertainty, Behavioral Uncertainty, Consumption Tendency, Industry Tendency*.

3.6 Operasional Variabel

Pengertian dari setiap variabel yang terdapat dalam penelitian ini telah dijelaskan dalam BAB II oleh peneliti dimana peneliti mendapatkan dapat memperoleh setiap penjelasan mengenai variabel melalui jurnal utama yang digunakan oleh penulis Liu & Lee (2019). Penelitian kali ini menggunakan *likert scale* (1-5) dimana 1 akan mewakili penilaian sangat setuju dan 5 yang akan mewakili penilaian sangat tidak setuju. Berikut ini adalah variabel operasional yang digunakan oleh peneliti.

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan Pengukur	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
1.	MSC Adoption	DSC 1	Proporsi penjualan oleh produsen melalui <i>Traditional Supply Chain</i> (TSC) menguntungkan.	Liu & Lee (2019)	<i>Likert Scale</i> (1-5)

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan Pengukur	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
		DSC 2	Proporsi penjualan oleh produsen melalui <i>Short Supply Chain</i> (SSC) menguntungkan.		
2.	<i>Environmental Uncertainty</i>	EU 1	Lebih dari 50% produsen akan menjual kepada konsumen secara langsung dalam 3 hingga 5 tahun ke depan.	Liu & Lee (2019)	<i>Likert Scale</i> (1-5)
2.	<i>Environmental Uncertainty</i>	EU 2	Proporsi buah-buahan yang anda beli, apakah anda melakukan <i>pre-order</i> ?	Liu & Lee (2019)	<i>Likert Scale</i> (1-5)

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan Pengukur	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
3.	<i>Behavioral Uncertainty</i>	BU 1	Dibandingkan dengan TSC, volume penjualan yang stabil di setiap bulan dapat dijamin dengan menjual langsung ke konsumen	Liu & Lee (2019)	<i>Likert Scale</i> (1-5)
		BU 2	Dibandingkan dengan TSC, harga jual lebih baik saat menjual ke konsumen secara langsung		
		BU 3	Dibandingkan dengan TSC, kualitas makanan SSC lebih stabil.		

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan Pengukur	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
3.	<i>Behavioral Uncertainty</i>	BU 4	Dibandingkan dengan aTSC, harga makanan SSC lebih masuk akal	Liu & Lee (2019)	<i>Likert Scale</i> (1-5)
4.	<i>Consumption Tendency</i>	CT 1	Di antara rekan-rekan yang telah membeli produk organik, banyak dari mereka membeli dari perantara	Liu & Lee (2019)	<i>Likert Scale</i> (1-5)
		CT 2	Di antara rekan-rekan yang telah membeli produk organik, banyak dari mereka yang membeli dari petani secara langsung		

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan Pengukur	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
5.	<i>Industrial Tendency</i>	IT 1	Di antara rekan-rekan yang menghasilkan produk yang mirip dengan milik Anda, banyak dari mereka yang menjual kepada perantara	Liu & Lee (2019)	<i>Likert Scale</i> (1-5)
		IT 2	Di antara rekan-rekan yang menghasilkan produk yang mirip dengan milik Anda, banyak dari mereka menjual kepada konsumen secara langsung		

Sumber : Liu & Lee, 2019

3.7 Teknik Pengolahan Data

Untuk melakukan pengolahan data, peneliti harus melakukan uji validasi dan uji reliabilitas. Dalam uji validasi, dilakukan dengan tujuan untuk memperlihatkan valid tidaknya kuisisioner yang akan disebarkan oleh penulis dan akan dinyatakan valid ketika pertanyaan yang tercantum dalam kuisisioner dapat menjelaskan hal yang diukur oleh indikator. Dalam uji reliabilitas, pertanyaan dinyatakan menjadi reliabel dan dapat digunakan apabila jawaban yang diberikan responden saat menjawab pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner konstan atau dengan kata lain stabil. Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan analisa data yang didapatkan dengan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) dimana peneliti akan menghubungkan berbagai macam variabel dan akan berpengaruh terhadap hasil yang didapatkan oleh variabel dependen. Peneliti menggunakan 5 (lima) variabel yang antara lain terdiri dari, *multiple supply chain (MSC) adoption*, *environmental uncertainty*, *behavioral uncertainty*, *consumption tendency*, dan *industry tendency* yang dimana dalam pengelolaan data dalam penelitian, peneliti akan menggunakan *software* SmarPLS untuk menguji dan mengelola variabel.