

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai negara dengan kualitas tanah yang subur dan sebagian besar penduduk bekerja pada sektor pertanian membuat Indonesia dikenal sebagai negara agraris. Lahan pertanian yang luas serta sumber daya alam yang melimpah mendukung berkembangnya sektor pertanian di Indonesia. Pertanian memegang peran penting dalam kesejahteraan masyarakat Indonesia. Sektor pertanian khususnya yang ada di daerah dengan potensi unggul pertanian diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah terutama dari penduduk pedesaan yang masih di bawah garis kemiskinan (Anggriawan, 2013). Menjadi salah satu pilar ekonomi bangsa, sektor pertanian merupakan sektor yang dapat diandalkan dalam pemulihan perekonomian nasional. Berdasarkan struktur Produk Domestik Bruto atau PDB menurut lapangan usaha kuartal III 2019, kontribusi sektor pertanian atas PDB Nasional mencapai 13,45% atau kedua tertinggi setelah sektor industri 19,62%. Besarnya persentase tersebut, didukung dengan diversifikasi komoditas pertanian yang ada di Indonesia. Komoditas seperti teh, kopi, kelapa, kina, cengkeh, tebu, dan karet sudah sejak dahulu dikenal sebagai komoditas perdagangan di Indonesia.

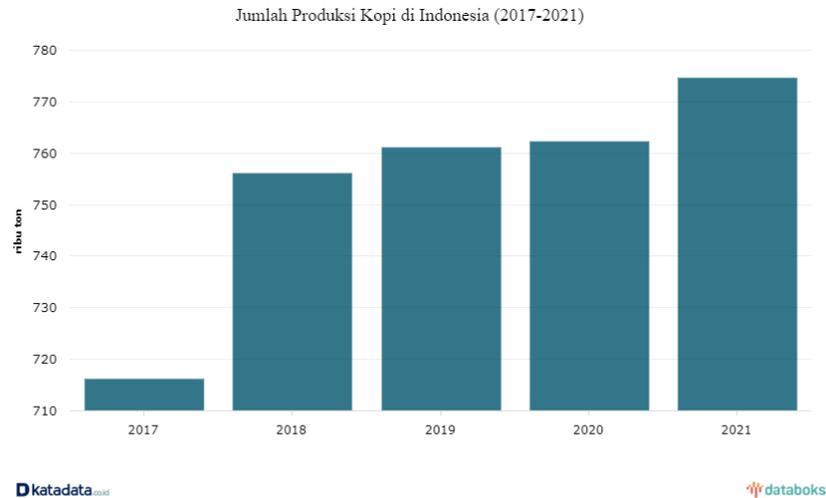
Keunggulan Indonesia dalam menghasilkan karet, sawit, kakao dan kopi bahkan menjadikan keempat produk tersebut ke dalam produk ekspor andalan Indonesia (Syaukat, 2015). Selain ekspor, hasil pertanian umumnya juga turut dikonsumsi oleh masyarakat lokal. Beberapa komoditas pertanian dapat dinikmati secara langsung tanpa proses lebih lanjut seperti kelapa dan buah-buahan lainnya, namun kebanyakan komoditas yang dihasilkan perlu diolah terlebih dahulu sebelum dikonsumsi atau digunakan seperti teh, kopi, tebu, dan karet. Dalam memasok produk hasil pertanian hingga sampai ke tangan konsumen, terdapat proses manajemen rantai pasok atau *supply chain management* yang dilalui. *Supply Chain Management* (SCM) adalah pendekatan untuk optimalisasi

hubungan antar pemasok, kegiatan manufaktur, dan proses penyimpanan yang membantu praktik produksi serta distribusi barang agar dapat berlangsung tepat dalam jumlah, lokasi dan waktu yang dibutuhkan untuk menekan biaya dan mendapatkan kepuasan konsumen (Widyarto, 2012). SCM juga disebut sebagai tinjauan secara menyeluruh dan utuh akan aliran barang-barang, jasa maupun uang, meliputi proses produksi, mulai dari bahan baku sampai kepada pengecer dan konsumen akhir (Maria, 2012).

Seluruh aktivitas pada rantai pasok atau *supply chain* memiliki risiko dan dampak buruk terhadap lingkungan (Heriyanto & Noviardy, 2019). SCM umumnya hanya fokus terhadap aktivitas produksi dan distribusi produk akhir, tanpa memedulikan dampak negatif terhadap lingkungan selama keberlangsungan produksi dan distribusi berjalan (Verma, 2014). Kurangnya perhatian terhadap aspek lingkungan ini mendorong kerusakan lingkungan yang timbul akibat kegiatan operasional industri perusahaan. Hal tersebut membuat para organisasi dan pelaku usaha menjadi sadar bahwa diperlukannya keseimbangan antara kegiatan industri dan keselarasan lingkungan dalam berbisnis sehingga muncul konsep *Green Supply Chain Management* (GSCM).

Konsep *Green Supply Chain Management* (GSCM) atau manajemen rantai pasok hijau mengacu pada usaha-usaha untuk meminimalkan dampak negatif dari suatu organisasi dan rantai pasoknya terhadap lingkungan yang berkaitan dengan perubahan iklim, polusi dan sumber-sumber daya yang tidak diperbaharui (Heriyanto & Noviardy, 2019). GSCM umumnya dipahami sebagai seperangkat praktik manajerial yang mengintegrasikan isu-isu lingkungan ke dalam manajemen rantai pasokan untuk memastikan kepatuhan lingkungan serta untuk mendorong kemampuan lingkungan dari seluruh rantai pasokan (Caniato et al., 2012). GSCM dipandang oleh banyak orang sebagai konsep pengelolaan yang menjanjikan, dengan mempertimbangkan elemen lingkungan saat mengelola rantai pasokan (Shi et al., 2012). GSCM juga disebut sebagai cara yang efektif bagi manajer rantai pasokan untuk mengurangi risiko kerusakan lingkungan, mengurangi limbah dan meningkatkan fleksibilitas dalam menanggapi

persyaratan lingkungan baru dan permintaan pelanggan (De Sousa Jabbour et al., 2013).



Gambar 1. 1 Peningkatan Produksi Kopi di Indonesia

Sumber: Katadata.com

Kopi merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan Indonesia. Tanaman kopi dapat tumbuh subur dengan baik karena didukung oleh iklim tropis Indonesia. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS), menyebutkan bahwa produksi kopi di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 774,60 ribu ton, meningkat dari tahun 2020 yang sebelumnya mencapai 762,20 ribu ton. Sebagian besar produksi kopi dari Indonesia diekspor ke mancanegara. Seperti halnya pada tahun 2020, lima negara dengan nilai paling banyak yang mengimpor kopi dari Indonesia adalah United States, Malaysia, Jepang, Mesir dan Jerman. Meskipun volume ekspor kopi antara tahun 2011-2020 cenderung fluktuatif, Indonesia tetap mampu mencapai total ekspor kopi hingga 379,035 ribu ton pada tahun 2020. Nilai tersebut meningkat dari tahun 2019 yang mencapai nilai 359,05 ribu ton (BPS, 2020). Dengan jumlah tersebut, Indonesia berada di posisi ke empat sebagai negara eksportir kopi terbesar di dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia.

Tidak hanya permintaan dari luar negeri, konsumsi masyarakat lokal Indonesia terhadap kopi juga tergolong cukup tinggi. Data International Coffee Organization (ICO) mencatat bahwa tren konsumsi kopi domestik di Indonesia terus meningkat selama beberapa tahun terakhir. Tercatat pada periode 2018-

2019, jumlah konsumsi kopi domestik mencapai 4.800 kantong berkapasitas 60 kilogram (Wolff, 2021). Naiknya tingkat konsumsi kopi dalam negeri tidak terlepas dari tren menjamurnya kedai kopi kekinian beberapa tahun terakhir yang mendorong anak muda untuk turut mengonsumsi kopi. Pada Mei 2020, data menunjukkan bahwa jumlah kedai kopi di Indonesia terus berkembang sejak pertama kali perusahaan didirikan (Joseph, 2020). Seperti halnya gerai Kopi Janji Jiwa yang mulai beroperasi di tahun 2018 dan memiliki total 800 gerai pada April 2020.

Dewan Kopi Indonesia menyebutkan bahwa konsumsi kopi masyarakat meningkat dari sebelumnya 0,8 kg per kapita per tahun menjadi 1,2 kg per kapita per tahun pada 2021. Bahkan untuk tahun 2022, diprediksikan bahwa peningkatan mencapai 1,4 – 1,5 kg per kapita per tahun. Riset yang dilakukan oleh Koran Sindo juga menunjukkan bahwa minat terhadap kopi yang dijual di coffee shop mencapai 60,67%. Dilansir Portal Berita Info Publik, Pada bulan November 2021, harga kopi juga turut mengalami kenaikan yang sebelumnya berada di angka Rp21.800 per kg menjadi Rp24.000 per kg. Kenaikan harga tersebut diperkirakan terjadi karena tingginya permintaan kopi di pasaran. Tingginya permintaan dan konsumsi kopi lokal mendorong tumbuhnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang fokus menggeluti usaha pada industri kopi. Hasil riset Toffin yang dilakukan pada Agustus 2019 menunjukkan bahwa jumlah kedai kopi di Indonesia yang diantaranya merupakan pelaku UMKM, mencapai lebih dari 2.950 gerai. Angka tersebut mengalami peningkatan dari tahun 2016 yang hanya berjumlah sekitar 1000 gerai. Hendri Kurniawan, selaku Co-Founder dari Jakarta Coffee Week juga mengatakan bahwa perkembangan industri kopi lokal dapat dinilai dari bertambah banyaknya Coffee Roaster skala kecil maupun skala besar. Peningkatan jumlah penggiat usaha pada industri kopi ini menunjukkan bahwa diperlukannya analisis strategi untuk bisa mengidentifikasi kekuatan yang dimiliki usaha di antara kompetitor lainnya.

Salah satu model strategi yang dapat digunakan adalah kerangka Porter's Five Forces atau Lima Kekuatan Porter. Kodrat (2009) mengatakan kerangka Porter's Five Forces ini dapat digunakan untuk melihat keunggulan bersaing dan

kompetitif perusahaan (Kodrat, 2009). Kerangka ini dapat dijadikan pendekatan secara luas untuk mengembangkan strategi di berbagai industri (David, 2006). Model ini dapat membantu usaha dalam mengidentifikasi lima aspek yang mendorong persaingan, yang mengancam kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, dan membuat perusahaan untuk melihat posisi dalam industri yang kurang rentan terhadap persaingan (Dalken, 2014). Keberadaan analisis strategi bersaing mampu menjadi pedoman bagi pendatang baru maupun pemain lama pada industri kopi dalam mengambil keputusan untuk menentukan strategi lebih lanjut bagi kemajuan usaha. Salah satu strategi yang bisa dijadikan keunikan pada suatu usaha adalah dengan memperkenalkan ciri khas daerah asal produk tersebut, contohnya pada produk kopi dari daerah tertentu.

Keanekaragaman budaya di Indonesia turut mempengaruhi keberagaman dan perkembangan usaha kopi lokal di setiap daerah. Ciri khas setiap daerah yang berbeda membuat rasa dari biji kopi yang dihasilkan juga berbeda, begitu pula dengan cara penyajian kopi yang disajikan. Kopi Gayo, Kopi Kintamani, Kopi Toraja, Kopi Bajawa, Kopi Ijen, sampai Kopi Temanggung merupakan beberapa kopi khas Indonesia yang cukup terkenal. Kopi Temanggung tentu berasal dari Kabupaten Temanggung di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Temanggung terkenal akan julukannya sebagai Kota Tembakau. Hal tersebut timbul dikarenakan tembakau merupakan komoditas utama di daerah Temanggung, namun dengan faktor alam yang mendukung komoditas kopi juga menjadi pilihan untuk dibudidayakan oleh para petani setempat. Jenis kopi yang dibudidayakan para petani Temanggung terbagi atas kopi robusta dan kopi arabika. Komposisi kopi robusta cenderung lebih banyak dibudidayakan karena lebih mudah ditanam di daerah dataran rendah Kabupaten Temanggung. Dengan kualitas dan ciri khas aroma yang kuat membuat Kopi Temanggung sering kali menjadi juara nasional perlombaan kopi se-Indonesia. Bahkan, Kopi Temanggung sendiri sudah beberapa kali memenangkan kejuaraan perlombaan internasional seperti festival kopi di Swedia, Amerika, dan Prancis.

Salah satu UMKM yang turut bergelut pada komoditas kopi adalah Two Heart Kopi Posong di Kabupaten Temanggung. Berawal dari petani tembakau

yang hanya menanam komoditas tembakau dan sayur-sayuran, Pak Tuhar selaku pemilik UMKM Two Heart Kopi Posong sudah mencoba menggeluti tanaman kopi sejak tahun 2000. Dalam aktivitas usahanya, UMKM Two Heart Kopi Posong telah menerapkan beberapa prinsip ramah lingkungan. Mulai dari aktivitas penanaman yang dilakukan secara tumpang sari, penggunaan pupuk organik sampai proses pengemasan dan distribusi produk turut memperhatikan keselarasan lingkungan. Atas kinerjanya, Pak Tuhar mendapatkan penghargaan KALPATARU yaitu penghargaan untuk perorangan atau kelompok atas jasa yang diberikan dalam melestarikan lingkungan hidup di Indonesia pada tahun 2017. Aktivitas usaha yang dilakukan UMKM Two Heart Kopi Posong ini terkait dengan konsep *Green Supply Chain Management* (GSCM).

GSCM merupakan salah satu konsep yang memiliki keunggulan secara signifikan, namun strategi penggunaan konsep tersebut sulit diadopsi UMKM secara efektif (Huang et al., 2015). Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa UMKM cenderung menghadapi tantangan dalam mempertimbangkan masalah lingkungan pada aktivitas usaha mereka. Tantangan para pelaku UMKM dalam mempertimbangkan aspek lingkungan berkelanjutan antara lain disebabkan karena kurangnya beberapa sumber daya seperti waktu dan pekerja. Umumnya usaha kecil dan menengah tidak memiliki kemampuan mengerahkan pekerjanya untuk fokus atas isu lingkungan. Hal tersebut berkaitan dengan kurangnya sumber modal atau sumber daya keuangan yang kurang mencukupi. Tantangan lainnya adalah tidak memadainya keterampilan teknis, pengetahuan, fleksibilitas dan sebagainya (Hilton, 2001).

Pernyataan tersebut didukung oleh beberapa temuan penelitian terkait GSCM Management terhadap UMKM di Indonesia. Penelitian di Kota Palembang menunjukkan bahwa rata-rata pemilik ataupun pengelola UKM Kuliner di Kota Palembang memahami konsep hijau namun tidak menyadari praktik konsep GSCM secara keseluruhan. Hal tersebut mengarah kepada praktik GSCM yang belum dilaksanakan sepenuhnya (Heriyanto & Noviardy, 2019). Hasil serupa juga terlihat dalam penelitian di Surabaya. UKM manufaktur di Surabaya telah menerapkan beberapa GSCM namun tidak secara keseluruhan.

Mayoritas praktik GSCM dilakukan oleh UKM di Surabaya karena mereka bekerjasama dengan pelanggan untuk persyaratan lingkungan (Brilliana et al., 2020). Penelitian sejenis juga dilakukan di Yogyakarta terhadap 12 UMKM dengan hasil beberapa partisipan UMKM belum menerapkan praktik GSCM secara menyeluruh (Pratama, 2020).

Proses jangka panjang yang telah pemilik Two Heart Kopi Posong lewati selama bertani kopi membuat pemilik juga turut menjadi pengurus dalam Asosiasi Petani Kopi Indonesia wilayah Kabupaten Temanggung. Kegiatan sosialisasi penanaman kopi kepada kelompok tani lainnya turut dilakukannya untuk melestarikan lingkungan pertanian Kabupaten Temanggung. Sebagai salah satu UMKM yang menerapkan praktik GSCM dalam keberlangsungan usahanya, kondisi lingkungan usaha yang sedang berkembang, dan turut berpotensi menimbulkan beragam tantangan baru, membuat diperlukannya analisis lebih lanjut terkait pasar industri dari bisnis kopi.

Maka dari itu penggunaan *Porter's Five Forces framework* atau model lima kekuatan Porter akan disertakan dalam penelitian ini dengan dasar indikator yang sesuai terkait persaingan yang berlangsung. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk menetapkan judul dan membahas “**ANALISIS GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DAN PORTER'S FIVE FORCES PADA INDUSTRI PERTANIAN KOPI (Studi kasus UMKM Two Heart Kopi Posong)**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian ini, penulis akan menganalisa pengelolaan *Green Supply Chain Management* dan Keberlangsungan persaingan usaha dengan model *Porter's Five Forces* pada usaha Two Heart Kopi Posong. Analisa lebih lanjut dilakukan berdasarkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis penerapan *Green Supply Chain Management* pada UMKM Two Heart Kopi Posong?
2. Apa faktor pendorong UMKM Two Heart Kopi Posong dalam menerapkan *Green Supply Chain Management*?

3. Bagaimana analisis *Porter's Five Forces* pada industri kopi terhadap UMKM Two Heart Kopi Posong?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kegiatan penerapan *Green Supply Chain Management* pada UMKM Two Heart Kopi Posong.
2. Mendeskripsikan faktor pendorong UMKM Two Heart Kopi Posong dalam menerapkan *Green Supply Chain Management*.
3. Menganalisis *Porter's Five Forces* pada industri kopi terhadap UMKM Two Heart Kopi Posong.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Pelaku Usaha

Hasil kajian ini diharapkan dapat menjadi masukan ataupun saran yang bermanfaat untuk menjalankan *green supply chain management* yang lebih baik.

2. Bagi Instansi Terkait

Hasil kajian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai literatur dan informasi mengenai analisis *green supply chain management* produk kopi.

3. Bagi Peneliti

Hasil kajian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sebagai kompetensi diri dalam menganalisis penerapan *green supply chain management* produk kopi.

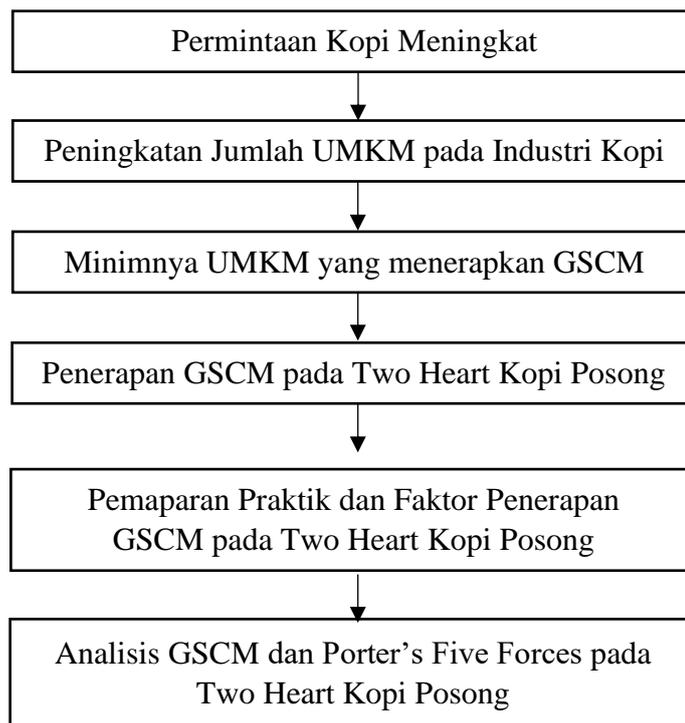
4. Bagi Pihak Lain

Hasil kajian ini dapat berguna sebagai informasi dan referensi pihak yang membutuhkan dan berguna bagi penelitian sejenis, sehingga dapat melengkapi segala kekurangan yang terdapat dalam penelitian.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

Kerangka berpikir merupakan alur logika sistematis mengenai topik yang disusun berdasarkan dasar rumusan masalah untuk kepentingan penelitian (Polancik, 2009).



Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran Penelitian

Dalam penelitian ini dasar kerangka pemikiran dimulai dari meningkatnya permintaan kopi yang juga berimbas pada peningkatan jumlah UMKM terkait industri kopi. Namun ternyata UMKM yang menerapkan praktik GSCM masih tergolong minim, sehingga keberadaan Two Heart Kopi Posong sebagai UMKM pada industri kopi ini menjadi objek menarik untuk diteliti. Pemaparan praktik dan faktor penerapan GSCM akan dijelaskan lebih lanjut dan didukung dengan analisis GSCM Two Heart Kopi Posong dan analisis persaingan usaha dengan model Porter's Five Forces.

1.5.2 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Heriyanti & Noviardy (2019) berjudul *Green Supply Chain Management* pada UKM Kuliner di Kota Palembang: Evaluasi untuk Implementasi. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi terhadap praktik *Green Supply Chain Management* (GSCM) pada kuliner UKM Kota Palembang (Heriyanto & Noviardy, 2019). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan menyebarkan survey terhadap 36 UKM Kuliner di Kota Palembang. Kuesioner yang disebarakan disusun dengan menggunakan skala likert dari 1 sampai dengan 5, dan terdiri dari 3 bagian. Analisis data dilakukan dengan metode statistik deskriptif kuantitatif yang dihitung berdasarkan nilai rata-rata atau *mean* dari setiap pertanyaan. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukan bahwa UKM Kuliner di Kota Palembang belum melaksanakan praktik GSCM dengan baik.
2. Penelitian Brilliana et al (2020) yang berjudul Praktik *Green Supply Chain Management* (GSCM) pada UKM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana praktik GSCM diterapkan di UKM (Brilliana et al., 2020). Pengumpulan data dilakukan dengan metode survey kuesioner yang didapatkan dari 41 data responden. Metode dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menghitung rata-rata dan proporsi skor jawaban 4 dan 5 pada setiap indikator. Temuan dari penelitian ini adalah UKM manufaktur di Surabaya sudah melakukan beberapa praktik GSCM pada perusahaannya, namun praktik tersebut belum dilakukan secara maksimal.
3. Penelitian Edwin Pratama (2020) dengan judul Penerapan Praktik *Green Supply Chain Management* pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi penerapan praktik GSCM pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (Pratama, 2020). Pengumpulan data dilakukan terhadap UMKM yang telah menerapkan praktik GSCM. Sampel diambil menggunakan teknik

purposive sampling dan total subjek penelitian ini berjumlah 12 orang yang terdiri dari pemilik dan/atau manajer UMKM. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam. Pengolahan data dilakukan dengan mengelompokkan dan merangkum hasil wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sejumlah UMKM belum menerapkan praktik GSCM secara menyeluruh karena terdapat beberapa hambatan yang dihadapi.

4. Penelitian Mafini & Muposhi (2017) yang berjudul *The Impact of Green Supply Chain Management in Small to Medium Enterprises: Cross-Sectional Evidence*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *Green Supply Chain Management* (GSCM), kolaborasi lingkungan dan performa keuangan UKM (Mafini & Muposhi, 2017). Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan sampel dari 312 UKM yang berdomisili di Provinsi Gauteng, Afrika Selatan. Analisa data dilakukan dengan proses dua tahap melibatkan skala pengukuran dan *structural equation modelling* dalam menguji hipotesis. Studi ini menunjukkan bahwa ketiga praktik GSCM, yaitu pengadaan hijau, logistic hijau dan manufaktur hijau pada UKM menghasilkan pengaruh positif terhadap kolaborasi lingkungan, terutama manufaktur hijau dengan pengaruh paling tinggi dibandingkan dua indikator lainnya. Tingginya kolaborasi lingkungan berpengaruh juga terhadap performa keuangan UKM.
5. Penelitian Mafini & Loury-Okoumba (2018) dengan judul *Extending Green Supply Chain Management Activities to Manufacturing Small and Medium Enterprises in a Developing Economy*. Latar belakang dari penelitian ini adalah implementasi GSCM sebagai strategi bisnis tergolong belum familiar di kalangan UKM di negara berkembang seperti Afrika Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah menginvestigasi hubungan antara aktivitas GSCM, performa operasional dan performa rantai pasok dalam UKM manufaktur di Afrika Selatan (Mafini & Loury-Okoumba, 2018).

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dari 219 UKM manufaktur yang beroperasi di Gauteng. Analisis faktor konfirmasi digunakan untuk menilai sifat psikometrik dalam skala pengukuran dan hipotesis diuji menggunakan pemodelan persamaan struktural. Studi ini menunjukkan bahwa keempat aktivitas GSCM seperti pembelian hijau, logistik balik, kolaborasi lingkungan dengan suplier serta manufaktur hijau menghasilkan pengaruh positif terhadap performa operasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UKM manufaktur di negara berkembang bisa mendapatkan keuntungan dengan mengadopsi kegiatan manajemen rantai pasokan hijau, dengan perbaikan diwujudkan dalam hal peningkatan kinerja operasional dan rantai pasokan.

6. Penelitian Xiangmeng Huang, et al (2015) dengan judul *An Exploratory Survey of Green Supply Chain Management in Chinese Manufacturing Small and Medium-Sized Enterprises, Pressures and Drivers*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi secara empiris faktor tekanan dan pendorong yang dirasakan oleh UKM manufaktur di China dalam hal GSCM (Huang et al., 2015). Metode penelitian ini adalah survey kuesioner yang disebarkan melalui email di China. Analisis secara empiris dilakukan berdasarkan data yang dikumpulkan dari 202 UKM manufaktur. Validitas dan reliabilitas dinilai menggunakan Cronbach's test. Hipotesis untuk identifikasi tekanan GSCM dan pendorong UKM serta perbedaan yang ada di antara berbagai sektor industri diuji dengan mengadopsi analisis statistik deskriptif dan analisis uji varians. Studi ini menemukan bahwa UKM manufaktur China berada di bawah tekanan dari berbagai sumber, termasuk peraturan, pelanggan, pemasok, dan kesadaran publik dalam hal GSCM. Selain itu, penggerak internal juga merupakan dorongan penting bagi UKM untuk mempertimbangkan GSCM. UKM manufaktur China dari sektor industri yang berbeda menunjukkan beberapa perbedaan dalam mengalami tekanan atau serta motivasi pendorong.

1.5.3 Supply Chain Management

Istilah *Supply Chain Management* (SCM) pertama kali dikemukakan oleh Oliver dan Weber pada tahun 1982. Disebutkan bahwa manajemen rantai pasokan atau *supply chain management* (SCM) merupakan pengelolaan rantai siklus yang lengkap mulai bahan mentah dari para supplier, kegiatan operasional di perusahaan, berlanjut ke distribusi sampai kepada konsumen. SCM sebagai manajemen dari jaringan bisnis diawali oleh tahap produksi sampai kepada pemenuhan permintaan barang-barang dan jasa yang diinginkan konsumen akhir (Harland, 1996). Dalam hal ini dapat dilihat bahwa manajemen rantai pasok turut menggambarkan proses disiplin dalam mendistribusikan barang, jasa atau informasi dari pemasok ke pelanggan yang terdiri dari pemasok, produsen, distributor, dan konsumen.

SCM berorientasi pada internal dan eksternal perusahaan yang menyangkut hubungan dengan mitra (Ceha et al., 2017). Koordinasi dan integrasi dari aliran barang sampai aliran uang setiap pelaku yang terlibat masuk sebagai cakupan manajemen rantai pasok (Maria, 2012). SCM disebut sebagai koordinasi sistematis dan strategis dari fungsi bisnis tradisional dan taktik di seluruh fungsi bisnis dalam perusahaan tertentu dan di seluruh bisnis dalam rantai pasokan, dengan tujuan meningkatkan kinerja jangka panjang masing-masing perusahaan dan rantai pasokan secara keseluruhan (Mentzer et al., 2001).

1.5.4 Green Supply Chain Management

Green supply chain management (GSCM) didefinisikan sebagai penambahan isu-isu hijau ke dalam manajemen rantai pasokan (Hervani et al., 2005). Secara spesifik, isu hijau ini menunjukkan bahwa adanya integrasi antara kegiatan manajemen rantai pasokan yang mempertimbangkan permasalahan lingkungan (Srivastava, 2007). Rantai pasok hijau disebutkan juga tidak hanya fokus terhadap biaya, efisiensi, dan layanan pelanggan yang tinggi, tetapi juga terhadap rendahnya dampak untuk lingkungan (Achillas et al., 2019).

Konsep ini dibangun berdasarkan prinsip nilai tradisional dalam rantai pasok yaitu dengan memasukkan proses sadar akan lingkungan (Ahi & Searcy, 2015). Praktik GSCM dinilai berkelanjutan sebagai kegiatan rantai pasok karena berfokus meminimalkan dampak lingkungan dari produk di sepanjang siklus hidupnya, yakni dimulai dari desain hijau, penghematan sumber daya, pengurangan bahan berbahaya, dan daur ulang atau penggunaan kembali produk (Holt & Ghobadian, 2009). Tujuan utama dari GSCM adalah untuk menghilangkan atau meminimalkan efek berbahaya yang berasal dari kegiatan operasional seperti ekstraksi dan akuisisi bahan baku serta penggunaan atau pembuangan produk (Mafini & Loury-Okoumba, 2018).

Sering kali perusahaan mengadopsi praktik GSCM untuk meningkatkan kinerja lingkungan dan memiliki keunggulan kompetitif (Testa & Iraldo, 2010). Disebutkan juga bahwa praktik GSCM dapat meningkatkan efisiensi operasional melalui pengurangan biaya, meningkatkan kualitas produk, dan waktu produksi yang lebih cepat (Zhu et al., 2008). Secara keseluruhan manfaat dari GSCM terdapat pada kinerja keuangan dan lingkungan keberlanjutan (Chin et al., 2015) Sehingga dapat disimpulkan bahwa praktik GSCM dapat digunakan untuk mencapai keuntungan dan meningkatkan pangsa pasar dengan mengurangi risiko lingkungan dan dampaknya serta meningkatkan keberlanjutan dalam organisasi dan mitranya (Van Hoek, 1999).

1.5.5 Perbedaan Supply Chain Management dan Green Supply Chain Management

Perbedaan antara *Supply Chain Management* (SCM) dan *Green Supply Chain Management* (GSCM) terletak pada beberapa hal. GSCM menyertakan aspek lingkungan dan ekonomi sebagai tujuan, sedangkan biasanya SCM hanya berkonsentrasi pada tujuan ekonomi semata. GSCM juga disebut sebagai sebuah rantai pasok yang ramah lingkungan bertujuan membatasi limbah dalam sistem industri guna menghemat energi dan mencegah kontaminasi bahan berbahaya ke lingkungan (Heriyanto & Noviardy, 2019) sedangkan SCM umumnya fokus terhadap aktivitas produksi dan distribusi produk akhir, tanpa memedulikan dampak negatif terhadap lingkungan selama

keberlangsungan produksi dan distribusi berjalan (Verma, 2014). Seluruh aktivitas pada rantai pasok memiliki risiko dan dampak buruk terhadap lingkungan (Heriyanto & Noviardy, 2019). Dari poin-poin yang disebutkan, perbedaan antara GSCM dan SCM dapat dikelompokkan ke dalam tabel berikut:

Tabel 1. 1 Perbedaan Supply Chain Management dan Green Supply Chain Management

Karakteristik	SCM	GSCM
Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> • Ekonomi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ekonomi dan Ekologi
Dampak Ekologi	<ul style="list-style-type: none"> • Dampak ekologi rendah • Pendekatan terintegrasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Dampak ekologi tinggi
Kriteria Pemasok	<ul style="list-style-type: none"> • Aspek harga • Hubungan jangka pendek 	<ul style="list-style-type: none"> • Aspek ekologi dan harga • Hubungan jangka panjang

Sumber: (Verma, 2014)

1.5.6 Aktivitas Green Supply Chain Management

Dalam model fungsional manajemen rantai pasok hijau, ilustrasi praktik GSCM dimulai dari fase pembelian bahan mentah, memperpanjang tahapan pengembangan produk, termasuk energi dan bahan baku yang digunakan, dan hasil jumlah polusi dari kegiatan distribusi serta daur ulang produk (Sarkis, 2003). Aktivitas GSCM meliputi kegiatan yang terdiri dari rangkaian penambahan nilai hijau pada rantai prosesnya, hal tersebut meliputi *green procurement* atau pengadaan hijau, *green logistic* atau logistik hijau, *green manufacturing* atau manufaktur hijau, dan *green distribution* atau distribusi hijau (Chin et al., 2015; Ninlawan et al., 2010; Mafini & Loury-Okoumba, 2018). Keempat aktivitas tersebut dapat menjadi dasar atas praktik GSCM yang dilakukan pada suatu usaha dalam mencapai tujuan kinerja organisasi dalam mengintegrasikan aspek lingkungan dalam kegiatan rantai pasok.

1.5.7 Green Procurement

Pengadaan Pengadaan hijau didefinisikan sebagai seperangkat praktik dalam mencari produk hijau atau produk ramah lingkungan seperti bahan baku atau produk setengah jadi tanpa atau minim dampak lingkungan dan sosial.

Indikator keberadaan produk hijau ini dilihat dari diterapkannya praktik hijau dalam meminimalkan emisi CO₂, mengurangi konsumsi air dan polusi air, meredam efek berbahaya kimia, dan mengurangi konsumsi bahan baku yang berlebihan. Pengadaan hijau bertujuan untuk membatasi beban lingkungan yang terkait langsung dengan pilihan dan aktivitas terkait siklus pengadaan untuk bisnis. Fokusnya bertumpu pada aspek sosial dan ekonomi pengadaan, seperti pembangunan berkelanjutan (Achillas et al., 2019). Adapun kegiatan green procurement terdiri dari,

a. Pemilihan pemasok

Dalam aktivitas pengadaan hijau, kegiatan memilih pemasok dapat dilakukan dengan melihat aspek kompetensi lingkungan, teknis dan desain ramah lingkungan, kemampuan, dan kinerja lingkungan (Paulraj, 2011). Seperti halnya dalam memilih “green partner” dimana setiap pemasok harus memiliki standar kualitas lingkungan dan telah lulus proses audit dalam peraturan terkait lingkungan. Pemilihan pemasok yang memiliki sertifikasi hijau, maupun menerapkan standar ISO pada usahanya dapat menjadi acuan dalam memilih pemasok (Ninlawan et al., 2010).

b. Penerapan 3R (*reduce, reuse, recycle*)

Kegiatan pengadaan hijau juga meliputi keterlibatan yang mencakup pengurangan, penggunaan kembali, dan daur ulang bahan dalam proses pembelian. Penerapannya dapat berupa menggunakan kembali wadah bahan baku, dan bertransaksi secara daring sehingga meminimalisir adanya limbah kertas (Ninlawan et al., 2010).

1.5.8 Green Manufacturing

Manufaktur hijau adalah proses produksi yang mengubah input menjadi output dengan mengurangi zat berbahaya (Ninlawan et al., 2010). Produsen diharuskan merancang produk yang memfasilitasi penggunaan kembali, daur ulang, dan pemulihan suku cadang komponen material. Produsen juga dapat sebisa mungkin menghindari atau mengurangi penggunaan produk berbahaya dalam proses produksi serta meminimalkan konsumsi bahan maupun energi

(Zhu et al., 2008; Lee et al., 2012). Adapun aktivitas di dalam manufaktur hijau antara lain adalah (Ninlawan et al., 2010),

a. Pengendalian zat berbahaya

Bentuk pengendalian zat berbahaya adalah dengan menggunakan bahan baku yang bebas timbal dalam penggunaan material produksi, mencuci bagian material atau alat mesin yang digunakan dengan air bersih dibandingkan bahan kimia, merancang proses hijau, serta melakukan kontrol kualitas terhadap input sebelum diproses lebih lanjut.

b. Teknologi hemat energi

Kegiatan penghematan teknologi dapat dipraktikkan dalam berbagai cara seperti mengurangi daya konsumsi energi itu sendiri, menggunakan energi alternatif, meningkatkan kinerja mesin serta meningkatkan masa pakai produk yang dapat menghasilkan efektifitas dan efisiensi lebih tinggi.

c. Minimalisasi Limbah

Berusaha dalam menghasilkan sedikit limbah dapat dilakukan dengan menggunakan kembali suku cadang, meningkatkan kesadaran lingkungan serta mengurangi bahan tidak langsung.

1.5.9 Green Distribution

Distribusi hijau terkait dengan “*green packaging*” atau kemasan hijau. Fokus utamanya adalah memperhatikan karakteristik pengemasan seperti ukuran, bentuk dan bahan yang berpengaruh dalam kegiatan distribusi produk (Ninlawan et al., 2010). Pengemasan yang baik serta pola muat barang yang diatur ulang dapat mengurangi penggunaan material, memanfaatkan ruang di gudang dan transportasi lebih efektif serta mengurangi jumlah penanganan yang diperlukan (Ho et al., 2009). Aktivitasnya meliputi penggunaan bahan pengemasan yang ramah lingkungan, mendorong program kegiatan daur ulang atau penggunaan kembali bahan kemasan, bekerja sama dengan vendor untuk standar pengemasan (Ninlawan et al., 2010), menggunakan palet yang dapat didaur ulang (Chopra & Meindl, 2006), serta penghematan energi di gudang penyimpanan (Laosirihongthong et al., 2013).

1.5.10 Green Logistic

Logistik hijau merupakan kegiatan yang melibatkan pengiriman bahan atau suku cadang, persediaan produk primer, distribusi produk, dan penjualan produk ke pelanggan di sepanjang rantai pasokan (Chin et al., 2015). Penerapan prinsip lingkungan dilakukan dengan berusaha untuk mengelola beban lingkungan dari seluruh tahap sistem logistik tradisional, dalam hal ini bentuknya dapat berupa pengiriman produk akhir ke konsumen dan purna jual (Sarkis & Dou, 2018). Penerapan logistik hijau dapat dilakukan dengan memperhatikan bahan bakar alternatif pada kendaraan, memilih untuk mengirimkan produk dalam jumlah besar dibandingkan dalam jumlah kecil, mengirimkan secara langsung kepada pengguna, dan memperhatikan efisiensi dalam mengatur rute perjalanan (Ninlawan et al., 2010).

1.5.11 Faktor Pendorong Praktik Green Supply Chain Management

Transisi dari manajemen rantai pasokan tradisional ke hijau adalah proses yang mencakup elemen penghambat dan pendorong. Campuran dari kekuatan pendorong dan penghambat berperan dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan tentang keterlibatan dalam praktik hijau (Achillas et al., 2019). Pada dasarnya dorongan penerapan GSCM terbagi menjadi dua yaitu dari dalam atau internal dan dari luar atau eksternal. Dari segi internal, motivasinya dapat berupa top management support atau dukungan manajemen puncak, middle managers' support atau dukungan manajer menengah, dan employees' support atau dukungan karyawan (Sarkis & Dou, 2018).

Tidak hanya melalui dorongan berupa dukungan dari para pekerja, motivasi praktik GSCM juga dapat dikategorikan sebagai berikut (Achillas et al., 2019),

- a. *environmental management systems and continuous improvement* (sistem manajemen lingkungan dan perbaikan terus-menerus),
- b. *voluntary initiatives* (inisiatif sukarela),
- c. *environmental leadership* (kepemimpinan lingkungan),
- d. *environmental reporting* (pelaporan lingkungan),
- e. *environmental accounting* (akuntansi lingkungan),

f. *enhancing efficiency* (peningkatan efisiensi).

Sedangkan dari segi eksternal, serangkaian motivasi dilaksanakannya GSCM biasanya muncul dari regulator, mitra rantai pasokan, pesaing, dan pasar (Sarkis & Dou, 2018). Regulasi eksternal dan undang-undang sering kali menjadi pendorong yang kuat untuk program GSCM karena ini adalah persyaratan wajib bagi organisasi. Namun dibalik itu, ada pula beberapa alasan diberlakukannya GSCM pada suatu organisasi. Faktor pendorong tersebut juga meliputi keberadaan hal-hal berikut (Achillas et al., 2019),

- a. *self-regulation* (regulasi mandiri),
- b. *economic incentives* (insentif ekonomi),
- c. *education and training* (pendidikan dan pelatihan),
- d. *supply chain pressure* (tekanan rantai pasok),
- e. *dan international trade* (perdagangan internasional).

1.5.12 Porter's Five Forces Framework

Porter's Five Forces adalah sebuah metode analisis dalam strategi operasional pada lingkungan bisnis yang kompetitif. Analisis lima kekuatan bersaing ini umumnya digunakan untuk menganalisis tingkat persaingan sebuah industri dan strategi pengembangan bisnis. Strategi kompetitif harus bertumpu pada pemahaman tentang struktur industri dan cara mereka berubah (Gerard & Bruijl, 2018). Porter berpendapat bahwa tujuan ahli strategi adalah untuk mengenali dan menangani lingkungan yang kompetitif dengan secara langsung melihat pesaing, atau untuk memikirkan perspektif secara lebih luas terkait persaingan organisasi (Porter, 1979). Menurut Michael E. Porter (Porter, 2008), intensitas persaingan dalam suatu industri dipengaruhi oleh lima kekuatan, yaitu

- a. *Threat of new entrants* (ancaman pesaing baru)

Kekuatan perusahaan dipengaruhi oleh kekuatan pendatang baru ke sebuah pasar. Semakin sedikit waktu dan uang yang dikeluarkan pesaing untuk memasuki pasar perusahaan dan menjadi pesaing yang efektif, posisi perusahaan yang mapan dapat melemah secara signifikan.

- b. *Threat of substitute products or services* (ancaman dari pengganti produk atau jasa)

Barang atau jasa pengganti yang dapat digunakan sebagai pengganti produk atau jasa perusahaan menimbulkan ancaman. Perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang tidak ada penggantinya akan memiliki kekuatan lebih untuk menaikkan harga sehingga lebih menguntungkan. Ketika produk substitusi tersedia, pelanggan akan memiliki pilihan untuk tidak membeli produk perusahaan, dan kekuatan perusahaan dapat melemah.

- c. *Bargaining power of suppliers* (kekuatan tawar menawar pemasok)

Kekuatan tawar menawar pemasok terkait dengan betapa mudahnya pemasok dapat menaikkan biaya input. Hal ini dipengaruhi oleh jumlah pemasok input utama barang atau jasa, seberapa unik input tersebut, dan berapa biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk beralih ke pemasok lain. Semakin sedikit pemasok ke suatu industri, semakin banyak perusahaan akan bergantung pada pemasok. Akibatnya, pemasok memiliki lebih banyak kekuatan dan dapat menaikkan biaya input dan mendorong keuntungan lain dalam perdagangan.

- d. *Bargaining power of customers* (kekuatan tawar menawar pembeli)

Kemampuan yang dimiliki pelanggan dalam tawar menawar merupakan salah satu pengaruh lima kekuatan Porter. Hal ini dipengaruhi oleh berapa banyak pembeli atau pelanggan yang dimiliki perusahaan, seberapa signifikan setiap pelanggan, dan berapa biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menemukan pelanggan atau pasar baru untuk outputnya. Basis klien yang lebih kecil dan lebih kuat menunjukkan bahwa setiap pelanggan memiliki lebih banyak kekuatan dalam bernegosiasi untuk harga yang lebih rendah dan kesepakatan yang lebih baik.

- e. *Rivalry among existing competitors* (intensitas persaingan diantara pesaing yang ada)

Semakin besar jumlah pesaing, bersama dengan jumlah produk dan layanan setara yang mereka tawarkan, semakin kecil kekuatan perusahaan. Pemasok dan pembeli cenderung memilih perusahaan yang mampu menawarkan kesepakatan yang lebih baik atau harga yang lebih rendah. Sebaliknya, ketika persaingan kompetitif rendah, perusahaan memiliki kekuatan yang lebih besar untuk menetapkan harga yang lebih tinggi dan menetapkan persyaratan kesepakatan untuk mencapai penjualan dan laba yang lebih tinggi.

Kerangka ini adalah alat yang berpengaruh secara langsung untuk mengidentifikasi kekuasaan tertentu sejalan dengan beberapa situasi bisnis dengan menggunakan perspektif luar dalam (G. Johnson et al., 2008). Porter's Five Forces dapat digunakan untuk menyelesaikan analisis suatu industri. Model kerangka ini memungkinkan organisasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pemain industri mana yang paling berkuasa dan kemungkinan menentukan aturan kegiatan sehingga organisasi dapat memiliki pandangan tentang dinamika industri dan potensi perubahan di masa depan (Gerard & Bruijl, 2018).

1.6 Operasionalisasi Konsep

Definisi operasional bertujuan untuk mengidentifikasi kriteria yang dapat diteliti agar memudahkan dalam proses penelitian serta terdapat batasan yang jelas dalam pengukuran. Definisi operasional dan pengukuran variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut (Chin et al., 2015),

1. Green Procurement

merupakan konsep dengan proses mendapatkan dan mengadakan produk atau jasa yang meminimalkan dampak terhadap lingkungan.

2. Green Manufacturing

merupakan proses produksi yang menggunakan bahan-bahan dan input yang meminimalisir dampak lingkungan, efisiensi sehingga menghasilkan sedikit limbah.

3. Green Distribution

merupakan suatu proses pengemasan dan penggunaan kemasan yang ramah lingkungan serta efisiensi pada kegiatan pengemasan yang berdampak pada kegiatan distribusi.

4. *Green Logistic*

merupakan praktik yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif transportasi terhadap lingkungan serta mendukung proses distribusi yang ramah lingkungan.

1.7 Metode Penelitian

Dengan bentuk penelitian studi kasus, pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini cenderung mengeksplorasi objek penelitian secara mendalam, terpusat, dan terperinci dalam kondisi aktual atau nyata.

1.7.1 Tipe Penelitian

Diantara beberapa tipe penelitian, tipe yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif kualitatif. Pemilihan penelitian deskriptif dilakukan karena peneliti ingin memaparkan dan mendeskripsikan fakta atau keadaan sesungguhnya yang terjadi di lapangan terhadap kegiatan GSCM oleh usaha Two Heart Kopi Posong serta menelaah persaingan pada industri kopi dengan analisis Porter's Five Forces.

1.7.2 Situs Penelitian

Penelitian mengenai GSCM dan Porter's Five Forces ini akan dilakukan pada usaha Two Heart Kopi Posong yang berlokasi di Desa Tlahab RT 04/01 Kecamatan Kledung Kabupaten Temanggung.

1.7.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini diantaranya adalah seorang pemilik usaha Two Heart Kopi Posong sebagai key informan, satu orang karyawan usaha di bagian pembibitan, lima orang karyawan di bidang pengolahan pasca panen, dan satu orang karyawan bagian pemasaran. Pemilihan karyawan dilakukan sesuai

bidang yang terkait dan masuk ke dalam kriteria penelitian, terutama yang terlibat pada kegiatan *supply chain* usaha seperti pada bagian produksi dan distribusi.

Tabel 1. 2 Informasi Narasumber dan Gambaran Topik Pertanyaan

No	Narasumber	Nama	Topik Pertanyaan
1	Pemilik UMKM Two Heart Kopi Posong	Tuhar	- Keseluruhan alur rantai pasok - Faktor penerapan GSCM pada usaha - Informasi pendukung terkait keuangan
2	Karyawan bagian pembibitan	Malik	-Kegiatan pembibitan terkait praktik GSCM yang dilakukan
3	Karyawan bagian pengolahan 1	Fuat	-Kegiatan pencucian, pengelupasan, dan penjemuran terkait praktik GSCM yang dilakukan
4	Karyawan bagian pengolahan 2	Joko	-Kegiatan penggerbusan terkait praktik GSCM yang dilakukan
5	Karyawan bagian pengolahan 3	Dwik	-Kegiatan grading terkait praktik GSCM yang dilakukan
6	Karyawan bagian pengolahan 4	Ninik	-Kegiatan sortasi terkait praktik GSCM yang dilakukan
7	Karyawan bagian pengolahan 5	Ibnu	-Kegiatan roasting dan grinding terkait praktik GSCM yang dilakukan
8	Karyawan bagian pemasaran	Ibnu	-Kegiatan pemasaran terkait praktik GSCM yang dilakukan

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

1.7.4 Jenis Data

Dalam penelitian kualitatif, jenis data yang digunakan umumnya adalah teks, tulisan, frasa, kumpulan kata atau kalimat yang bersifat mengklasifikasi peristiwa atau kejadian. Pada penelitian ini data yang digunakan akan diperoleh secara langsung dari narasumber dan tidak langsung dari sumber pendukung.

1.7.5 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan

spesifik studi. Sumber data primer didapatkan dari hasil wawancara, observasi atau pengamatan secara langsung pada objek penelitian yang dituju.

2. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada atau sumber kedua. Data sekunder ini digunakan untuk melakukan peninjauan kembali atas data primer. Sumber data sekunder dapat diperoleh dari jurnal, buku, literatur perpustakaan, dan website yang memuat data seputar penelitian terkait.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan proses yang diawali dengan pengamatan kemudian pencatatan bersifat sistematis, logis, objektif dan rasional terhadap berbagai macam fenomena dalam keadaan yang sebenarnya maupun keadaan buatan (Kristanto, 2018). Pada metode observasi, data yang diperlukan dalam penelitian diperoleh dengan cara melakukan pengamatan ke tempat atau objek secara langsung. Observasi disebut sebagai salah satu teknik pengumpulan data yang cukup efektif untuk mempelajari suatu sistem (Sutabri, 2012).

Dalam observasi, penulis akan mengamati proses kegiatan rantai pasok usaha Two Heart Kopi Temanggung dari hulu ke hilir meliputi aktivitas pengadaan bahan baku sampai distribusi ke konsumen. Kegiatan akan dilakukan dalam jangka waktu satu sampai tiga bulan, dimulai dari bulan Januari sampai bulan Maret. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman secara langsung seputar kegiatan rantai pasok hijau usaha Two Heart Kopi Posong.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan metode tanya jawab kepada responden atau pihak terkait tempat penelitian untuk memperoleh data yang dibutuhkan mengenai penelitian. Data yang

didapat dari kegiatan tanya jawab umumnya bersifat terbuka, menyeluruh dan tidak terbatas sehingga dapat membentuk informasi yang utuh untuk menjadi bahan dalam penelitian kualitatif (Ulfatin, 2014). Dalam wawancara, penulis akan menggali informasi mengenai aktivitas kegiatan rantai pasok hijau usaha Two Heart Kopi Posong secara menyeluruh dari beberapa narasumber.

Narasumber utama dalam penelitian ini adalah Bapak Tuhar selaku pemilik UMKM Two Heart Kopi Posong. Hal ini ditujukan untuk mendapatkan informasi akurat dari pelaku usaha yang mengetahui seluruh informasi terkait kegiatan rantai pasok hijau. Narasumber lainnya yang akan penulis wawancara selanjutnya adalah karyawan dari usaha Two Heart Kopi Posong meliputi bagian produksi dan pemasaran. Hal ini dilakukan untuk menambah informasi seputar kegiatan usaha dan rantai pasoknya dari sisi karyawan.

3. Studi Dokumentasi

Dalam studi dokumentasi, pengumpulan data dan informasi didapatkan melalui dokumen pendukung terkait penelitian. Subjek penelitian terkait informasi bisa didapatkan melalui buku, majalah, dokumen, peraturan, notulen sampai benda bersejarah (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, studi dokumentasi akan menyertakan informasi yang didapat dari buku, jurnal, dokumen riset dan artikel penelitian terdahulu.

1.7.7 Analisis dan Interpretasi Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan melalui rangkaian aktivitas mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan membaginya kedalam beberapa kategori sehingga dapat memperoleh jawaban atas fokus permasalahan (Sirajuddin Saleh, 2016). Secara lebih detail analisis penelitian kualitatif melewati tiga alur kegiatan diantaranya adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2014).

1. Reduksi Data

Reduksi dalam pengumpulan data meliputi kegiatan meringkas, mencari pola, menulis hasil penelitian secara rinci dan jelas serta fokus terhadap pokok dalam penelitian.

2. Penyajian Data

Pada penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dengan bentuk uraian singkat. Dalam menyajikan data pada penelitian kualitatif, biasanya digunakan uraian singkat, flowchart, bagan, maupun teks naratif.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan yang dilakukan penulis setelah verifikasi data secara menyeluruh dilakukan. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan kesimpulan yang valid, dapat diuji kebenarannya dan bisa dipertanggung jawabkan.

1.7.8 Kualitas Data

Data yang telah dihasilkan selama penelitian perlu dikaji dan diuji terlebih dahulu. Pengujian dilakukan untuk melihat keabsahan, atau trustworthiness serta valid atau tidaknya sebuah data. Menurut para ahli, dalam penelitian kualitatif, validitas penelitian biasanya mengacu pada penelitian kualitatif yang masuk akal, kredibel, dapat dipercaya, dan dapat dipertahankan (R. B. Johnson, 1997).

a. Validitas Internal

adalah jenis validitas yang mengacu pada sejauh mana seorang peneliti dibenarkan dalam menyimpulkan bahwa hubungan yang diamati adalah kausal dan dapat mengidentifikasi penyebab dan efek potensial dari penelitian yang dilakukan.

b. Validitas Eksternal

adalah Jenis validitas yang dapat digunakan ketika ingin mengelompokkan serangkaian hasil temuan ke penelitian lain dengan bentuk kasus yang berbeda dari segi pengaturan dan waktu.

Untuk memutuskan keabsahan dari sebuah data peneliti dapat melakukan teknik pemeriksaan atas sejumlah kriteria (Bachri, 2010). Dalam penelitian kualitatif umumnya kriteria tersebut terbagi empat menjadi:

1. Kredibilitas

Uji kredibilitas atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah dilakukan.

2. Transferabilitas

Transferabilitas merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil

3. Dependibilitas

Penelitian yang dependabilitas adalah penelitian yang apabila dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula.

4. Konfirmabilitas

Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji konfirmabilitas berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan.