

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan *Halal Food Supply Chain* pada variabel independen dan Kinerja Perusahaan pada variabel dependen. Berikut definisi operasional dari masing masing variabel serta jumlah item pernyataan yang ada dalam penelitian ini:

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pernyataan	Sumber
<i>Halal Food Supply Chain</i>	Faktor Teknologi	<i>Compability</i>	1. Perusahaan saya kemungkinan akan mengadopsi inovasi baru pada produk dan proses dengan standar halal	Azmi, <i>et al</i> (2018)
			2. Aktivitas bisnis dan proses pada perusahaan saya telah selaras dengan standar halal	
			3. Prosedur baru tentang standar halal sesuai dengan praktik perusahaan saya	
		<i>Preceived Benefits</i>	4. Dengan menerapkan standar halal, kami merasa bahwa kontrol produksi kami akan meningkat	

Faktor Organisasi			5. Dengan menerapkan standar halal, kami merasa bahwa pangsa pasar akan meningkat
			6. Dengan menerapkan standar halal, kami merasa bahwa kualitas produk akan meningkat
	<i>Top Management Support</i>		7. Manajemen puncak tertarik untuk mengadopsi standar halal di Indonesia untuk mendapatkan keunggulan kompetitif
			8. Manajemen puncak tertarik untuk menginvestasikan sejumlah anggaran untuk mendukung dan mengimplementasikan standar halal
			9. Manajemen puncak sangat memperhatikan pentingnya penerapan standar halal
	<i>Organizational Readiness</i>		10. Karyawan kami telah memahami standar halal
			11. Perusahaan memahami situasi nyata dari bisnis yang terkait dengan standar halal
			12. Perusahaan siap untuk menyelaraskan kembali kebijakan dan strategi perusahaan untuk mengimplementasikan standar halal
	<i>Understanding the Practices</i>		13. Perusahaan sepenuhnya memahami standar halal
			14. Perusahaan siap dengan adanya kebijakan dan praktik baru terkait penerapan standar halal
			15. Perusahaan memahami aspek hukum untuk memastikan praktik halal dilakukan sesuai dengan prinsip Syariah yang disyaratkan oleh pihak yang berwenang
	<i>Halal Awareness</i>		16. Meningkatnya kesadaran konsumen terkait halal, mendorong perusahaan untuk mengadopsi standar halal
			17. Aspek dari kebersihan, sanitasi dan keselamatan membuat perusahaan mengadopsi halal standar
			18. Konsep halal memicu konsumen muslim untuk memilih mengkonsumsi produk berdasarkan prinsip Syariah
	<i>Halal Integrity</i>		19. Aspek moralitas dan religiusitas membuat perusahaan mengadopsi standar halal
			20. Membangun kepercayaan terhadap konsumen

Faktor Lingkungan	<i>Expected Business Benefits</i>	21. Produk halal memiliki hubungan kuat dengan kebutuhan konsumen	
		22. Dengan mengimplementasikan standar halal memberi lebih banyak keuntungan bagi perusahaan	
		23. Standar halal memberikan kinerja kompetitif bagi perusahaan	
		24. Tujuan dari penerapan standar halal yaitu untuk mempertahankan bisnis untuk jangka panjang	
	<i>Government Supports</i>	25. Memberikan dukungan serta pelayanan keuangan	
		26. Menyediakan infrastruktur yang cukup tersedia	
		27. Pemerintah telah mendukung dengan cara yang tepat pada bisnis halal	
	<i>Competitive pressure</i>	28. Perusahaan akan kehilangan pelanggan, jika perusahaan tidak mengadopsi standar halal	
		29. Menerapkan standar halal agar dapat bersaing di pasar merupakan kebutuhan strategis	
		30. Perusahaan harus mempertahankan aktivitas bisnis jika menerapkan standar halal	
	<i>Consumer pressure</i>	31. Para konsumen yakin bahwa makanan halal memenuhi aspek kebersihan, sanitasi dan keamanan makanan	
		32. Konsumen mengharuskan perusahaan untuk beroperasi berdasarkan persyaratan atau standar halal	
		33. Persepsi kepercayaan para konsumen menentukan sikap konsumen itu sendiri	
<i>Halal market demand</i>	34. Permintaan makanan halal yang tinggi membuat perusahaan kami mengadopsi standar halal		
	35. Produk pasar halal memiliki pertumbuhan yang luas dengan prospek pasar tinggi dimasa sekarang dan masa depan		
Kinerja Perusahaan	Kinerja keuangan	36. Komunitas muslim membutuhkan serta menekankan produk halal yang di akui oleh MUI	Omar (2017)
		1. Penerapan rantai pasokan makanan halal akan meningkatkan pangsa pasar lebih cepat	
		2. Penerapan rantai pasokan makanan halal akan memperluas cakupan pasar produk	

Kinerja produksi	3.	Penerapan rantai pasokan makanan halal akan meningkatkan inovasi produk baru
	4.	Penerapan rantai pasokan makanan halal akan meningkatkan kualitas produk kami
	5.	Implementasi rantai pasokan makanan halal akan meningkat dalam hal profitabilitas
	6.	Penerapan rantai pasokan makanan halal akan meningkat dalam hal pertumbuhan penjualan
	7.	Ada peningkatan alokasi anggaran untuk kegiatan terkait halal
	8.	Ada peningkatan dalam biaya operasional di perusahaan kami karena pemantauan dan penegakan kegiatan halal pada pemasok

Halal Food Supply Chain

Halal Food Supply Chain pada variabel *Halal Food Supply Chain* menggunakan teori Azmi, *et al* (2018) yang mana terdapat 3 dimensi yaitu Faktor Teknologi, Faktor Organisasi dan Faktor Lingkungan. Berikut indikator *Halal Food Supply Chain* yang digunakan pada penelitian ini:

a) Faktor Teknologi

- *Compability*: Variabel kompatibilitas dari teknologi informasi dan komunikasi sebagai tingkat adopsi yang kompatibel dengan tanggung jawab pekerjaan persyaratan Halal dan sistem nilai.

1. Perusahaan saya kemungkinan akan mengadopsi inovasi baru pada produk dan proses dengan standar halal.
2. Aktivitas bisnis dan proses pada perusahaan saya telah selaras dengan standar halal.
3. Prosedur baru tentang standar halal sesuai dengan praktik perusahaan saya.

- *Perceived Benefits*: Manfaat yang diterima oleh perusahaan memiliki hubungan yang signifikan dengan niat untuk mengadopsi layanan standar halal.
- 4. Dengan menerapkan standar halal, kami merasa bahwa kontrol produksi kami akan meningkat.
- 5. Dengan menerapkan standar halal, kami merasa bahwa pangsa pasar akan meningkat.
- 6. Dengan menerapkan standar halal, kami merasa bahwa kualitas produk akan meningkat.
- b) Faktor Organisasi
- *Top Management support*: Sikap manajemen puncak secara positif memengaruhi adopsi dari standar halal.
- 7. Manajemen puncak tertarik untuk mengadopsi standar halal di Indonesia untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.
- 8. Manajemen puncak tertarik untuk menginvestasikan sejumlah anggaran untuk mendukung dan mengimplementasikan standar halal.
- 9. Manajemen puncak sangat memperhatikan pentingnya penerapan standar halal.
- *Organizational Readiness*: Kesiapan organisasi memiliki hubungan yang positif dengan adopsi dari standar halal.
- 10. Karyawan kami telah memahami standar halal.
- 11. Perusahaan memahami situasi nyata dari bisnis yang terkait dengan standar halal.

12. Perusahaan siap untuk menyelaraskan kembali kebijakan dan strategi perusahaan untuk mengimplementasikan standar halal.
- *Understanding the practices*: Perusahaan memiliki pemahaman mendalam tentang standar halal.
13. Perusahaan sepenuhnya memahami standar halal.
14. Perusahaan siap dengan adanya kebijakan dan praktik baru terkait penerapan standar halal.
15. Perusahaan memahami aspek hukum untuk memastikan praktik halal dilakukan sesuai dengan prinsip Syariah yang disyaratkan oleh pihak yang berwenang.
- *Awareness*: Penyedia layanan rantai pasokan halal menyebutkan bahwa kesadaran dapat menjadi alasan mengapa mayoritas produsen halal tidak mengadopsi layanan rantai pasokan halal
16. Meningkatnya kesadaran konsumen terkait halal, mendorong perusahaan untuk mengadopsi standar halal.
17. Aspek dari kebersihan, sanitasi dan keselamatan membuat perusahaan mengadopsi halal standar.
18. Konsep halal memicu konsumen muslim untuk memilih mengkonsumsi produk berdasarkan prinsip Syariah.
- *Integrity*: Manfaat integritas halal mampu mempengaruhi strategi orientasi halal diantara perusahaan-perusahaan makanan halal
19. Aspek moralitas dan religiusitas membuat perusahaan mengadopsi standar halal.

20. Membangun kepercayaan terhadap konsumen.
21. Produk halal memiliki hubungan kuat dengan kebutuhan konsumen.
- *Expected Business benefits*: manfaat bisnis yang diharapkan secara positif memengaruhi strategi orientasi halal di antara perusahaan makanan halal.
22. Dengan mengimplementasikan standar halal memberi lebih banyak keuntungan bagi perusahaan.
23. Standar halal memberikan kinerja kompetitif bagi perusahaan.
24. Tujuan dari penerapan standar halal yaitu untuk mempertahankan bisnis untuk jangka panjang.
- c) Faktor Lingkungan
- *Government support*: Semakin banyak dukungan dari pemerintah, semakin besar kemungkinan penyedia layanan logistic halal yang akan mengadopsi inovasi dalam teknologi logistic halal.
25. Memberikan dukungan serta pelayanan keuangan.
26. Menyediakan infrastruktur yang cukup tersedia.
27. Pemerintah telah mendukung dengan cara yang tepat pada bisnis halal.
- *Competitive pressure*: Tekanan kompetitif merupakan factor pendorong bagi perusahaan dalam mengimplementasikan standar halal.
28. Perusahaan akan kehilangan pelanggan, jika perusahaan tidak mengadopsi standar halal.
29. Menerapkan standar halal agar dapat bersaing di pasar merupakan kebutuhan strategis.

30. Perusahaan harus mempertahankan aktivitas bisnis jika menerapkan standar halal.
- *Consumer pressure*: Tekanan dari pelanggan dapat mempengaruhi niat perusahaan dalam menerapkan standar halal.
31. Para konsumen yakin bahwa makanan halal memenuhi aspek kebersihan, sanitasi dan keamanan makanan.
32. Konsumen mengharuskan perusahaan untuk beroperasi berdasarkan persyaratan atau standar halal.
33. Persepsi kepercayaan para konsumen menentukan sikap konsumen itu sendiri.
- *Halal market demand*: Permintaan pasar akan produk halal mempengaruhi strategi orientasi halal pada perusahaan perusahaan makanan halal.
34. Permintaan makanan halal yang tinggi membuat perusahaan kami mengadopsi standar halal.
35. Produk pasar halal memiliki pertumbuhan yang luas dengan prospek pasar tinggi dimasa sekarang dan masa depan.
36. Komunitas muslim membutuhkan serta menekankan produk halal yang di akui oleh MUI.

Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan. Menurut Omar (2017) terdapat 2 dimensi pada kinerja perusahaan, yaitu:

a) Kinerja Operasional

- Penerapan rantai pasokan makanan halal akan meningkatkan pangsa pasar lebih cepat.
- Penerapan rantai pasokan makanan halal akan memperluas cakupan pasar produk.
- Penerapan rantai pasokan makanan halal akan meningkatkan inovasi produk baru.
- Penerapan rantai pasokan makanan halal akan meningkatkan kualitas produk kami.

b) Kinerja Keuangan

- Implementasi rantai pasokan makanan halal akan meningkat dalam hal profitabilitas.
- Penerapan rantai pasokan makanan halal akan meningkat dalam hal pertumbuhan penjualan.
- Ada peningkatan alokasi anggaran untuk kegiatan terkait halal.
- Ada peningkatan dalam biaya operasional di perusahaan kami karena pemantauan dan penegakan kegiatan halal pada pemasok.

3.2 Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh Usaha Kecil Menengah (UKM) bidang kuliner yang menerapkan standar halal di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

3.2.2 Sampel Penelitian dan Metode Pengambilan Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah pemilik atau penanggung jawab industri UKM kuliner di kabupaten Sleman. Adapun kriteria dalam pengambilan sampel adalah :

- a. Memilih bisnis sudah berjalan minimal 1 tahun
- b. Menjalankan standar makanan halal

Hal ini sesuai dengan sampel minimum dalam analisis regresi linier adalah 70. Setelah kuesioner dibuat sesuai indikator tiap variabel, sampel disebarkan ke 70 UKM kecamatan Depok dan diisi oleh pihak yang bertanggung jawab terhadap usaha tersebut dan yang paham mengenai rantai pasokan, seperti staf atau manajer.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Menurut Sekaran dan Bougie (2013) purposive sampling adalah desain terbatas untuk orang-orang spesifik yang dapat memberikan informasi yang diperlukan karena hanya mereka yang memiliki informasi atau memenuhi kriteria yang ditetapkan penelitian. Metode purposive sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel penilaian, dimana sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti bahwa dia adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya (Sekaran, 2013). Purposive sampling sangat penting dalam pengumpulan informasi target spesifik karena setiap elemen populasi tidak memiliki karakter yang sama untuk menjadi sampel penelitian, tetapi hanya elemen populasi yang memenuhi syarat tertentu yang akan ditetapkan menjadi sampel dalam penelitian

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan 2 jenis data yakni data primer dan data sekunder.

4. Data primer yang merupakan sebuah informasi yang diperoleh langsung dari tangan pertama oleh peneliti terkait penelitian seperti hasil jawaban kuisisioner oleh responden yang telah ditentukan.
5. Data sekunder yang merupakan informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada, pada penelitian jenis data yang digunakan yaitu dari penelitian terdahulu, buku dan informasi dari website resmi.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner atau daftar pernyataan tertulis akan dibagikan pada sampel atau responden yang telah ditentukan dan responden akan menjawab pernyataan tersebut sesuai ketentuan serta alternative jawaban yang telah disediakan.

Alternative jawaban akan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk menelaah seberapa kuat responden menyetujui suatu pernyataan dalam kuisisioner berdasarkan skala lima poin dengan titik panduan menurut Sekaran (2006), sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju

- 3 = Ragu-ragu
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju

3.4 Pengujian Instrumen

3.4.1 Uji Validitas

Dalam mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner penelitian ini akan menggunakan Uji Korelasi *Pearson Product Moment* dengan alat bantu program analisis SPSS 25. Setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Suatu item atau instrument dapat dikatakan valid apabila hasil harga taraf signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05, dan sebaliknya yaitu apabila hasil taraf signifikansi yang dihasilkan lebih dari 0,05 maka dapat dinyatakan tidak valid.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Dalam menguji reliabilitas suatu instrument penelitian atau dimana suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel ketika jawaban responden terhadap pernyataan dapat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016).

Pada penelitian ini akan melakukan uji dengan menggunakan program SPSS 25. Hasil dari uji tersebut dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Coefficient Alpha*, apabila nilai tersebut lebih dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner dinyatakan reliabel. Sedangkan, apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* kurang dari 0,6 maka dapat dinyatakan tidak reliabel.

3.5 Metode Analisis Data

a) Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pada penelitian ini akan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov* untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016). Data sebuah penelitian dikatakan memenuhi uji normalitas apabila nilai *Asymp.Sig (2tailed)* variabel residual berada diatas nilai 5 persen atau 0,05. Sebaliknya, apabila nilai *Asymp.Sig (2tailed)* variabel residual berada dibawah nilai 5 persen atau 0,05 maka data penelitian tersebut dinyatakan tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas maka penelitian ini akan menggunakan uji multikolinearitas. Dalam mendeteksi ada atau tidak korelasi antar variabel bebas maka dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* yang dihasilkan lebih dari 0,10 dan nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya.

3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap maka dilakukan uji heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yakni yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji *Glejser*. Apabila

nilai signifikansi yang di hasilkan lebih dari 0,05 atau 5 persen maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

b) Regresi Linier Berganda

Menurut Sekaran (2006), analisis regresi berganda dilakukan untuk menguji pengaruh simultan dari variabel bebas terhadap satu variabel terikat berskala interval. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan pengaruh yang ditimbulkan oleh indikator variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Hubungan yang terdapat dikedunya menyatakan hubungan antara variabel independen (x) dan variabel dependen (y). Uji linear berganda merupakan analisis lebih luas dari uji linear sederhana.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Sumber : (Ghozali, 2016)

Keterangan :

Y = Kinerja Perusahaan

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien Regresi

X₁ = Faktor Teknologi

X₂ = Faktor Organisasional

X₃ = Faktor Lingkungan

Y = Kinerja Perusahaan

c) Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Menurut Imam Ghozali (2016) uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen
2. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Imam Ghozali (2016) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji F

((Uji Signifikan Simultan) :

a) Quick look

Bila nilai F lebih besar daripada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%.

b) Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel.

Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.



Di bab ini akan menunjukkan data hasil penelitian tentang pengaruh halal food supply chain terhadap kinerja usaha kecil menengah di wilayah Condongcatur, Depok, Sleman dengan menyebarkan kuisioner sebanyak 230 kuisioner akan tetapi jumlah kuisioner yang digunakan untuk sumber data pada penelitian ini berjumlah 191 kuisioner atau 83,04 persen sesuai dengan kriteria penelitian.

4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

4.1.1 Hasil Uji Validitas

Dalam mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner penelitian ini akan menggunakan Uji Korelasi *Pearson Product Moment* dengan alat bantu program analisis SPSS 25. Setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Suatu item atau instrument dapat dikatakan valid apabila hasil harga taraf