

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

Dalam penelitian ini disampaikan beberapa sumber-sumber teori tentang variabel yang akan digunakan sebagai acuan. Berikut adalah beberapa landasan teori beserta definisi dari *Supply Chain management*, *Green Supply Chain Management*, Pengukuran Kinerja Perusahaan dan Metode *Pengukuran Green Supply Chain Management*.

##### 1. Supply Chain Management

###### a. Pengertian *Supply Chain Management*

Istilah *supply chain* dan *supply chain management* sudah menjadi hal yang umum dijumpai di berbagai media baik majalah manajemen, buletin, koran, buku ataupun dalam diskusi-diskusi. Namun tidak jarang kedua term diatas dipersepsikan secara salah. Banyak yang mengkonotasikan *supply chain* sebagai suatu *software*. Bahkan ada yang mempersepsikan bahwa *supply chain* hanya dimiliki oleh perusahaan manufaktur saja. Sebagai disiplin, *supply chain management* memang merupakan suatu disiplin ilmu yang relative baru. (Heizer, 2015) bahkan menyebut istilah “*supply chain management*” baru muncul di awal tahun 90-an dan istilah ini diperkenalkan oleh para konsultan manajemen. Saat ini *supply chain management* adalah

hal yang menarik untuk didiskusikan bahkan mengundang daya tarik yang luar biasa baik dari kalangan akademisi maupun praktisi.

Williamson et al., (2014) mendefinisikan SCM sebagai manajemen organisasi yang saling berkaitan serta saling berintegrasi satu sama lain baik dengan pemasok maupun konsumen dalam suatu proses untuk menghasilkan produk atau jasa bagi konsumen. Menyimak dari definisi ini, maka suatu supply chain terdiri dari perusahaan yang mengangkut bahan baku dari bumi/alam, perusahaan yang mentransformasikan bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau komponen, supplier bahan-bahan pendukung produk, perusahaan perakitan, distributor, dan retailer yang menjual barang tersebut ke konsumen akhir. Dalam *supply chain* ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama, yaitu *Supplier, Manufactures, Distribution, Retail Outlet, dan Customers*.

Dalam bisnis, ada serangkaian proses yang digunakan untuk mengolah barang hingga dikirimkan kepada pelanggan. Rangkaian tersebut bergantung pada cara manajemen rantai pasokan dijalankan. Perusahaan dapat dengan mudah menghasilkan keuntungan jika dikelola dengan baik. Selain itu, kepuasan muncul, yang berdampak pada keterlibatan merek perusahaan pengelolaan aliran barang dan jasa, ini mencakup semua proses yang diperlukan untuk menghasilkan produk akhir dari bahan baku, atau bahan mentah, menjadi produk akhir. Hal ini melibatkan perampingan aktif operasi

sisi penawaran perusahaan untuk memaksimalkan nilai pelanggan dan memperoleh keunggulan kompetitif di pasar (Imam Irawan, 2024).

**b. Tujuan dan Manfaat *Supply Chain Management***

Apabila SCM diterapkan maka dapat memberi tujuan dan manfaat antara lain yaitu Kepuasan pelanggan yang dimana konsumen atau pengguna produk merupakan target utama dari aktivitas proses produksi setiap produk yang dihasilkan perusahaan. Konsumen atau pengguna yang dimaksud dalam konteks ini tentunya konsumen yang setia dalam jangka waktu yang panjang. Untuk menjadikan konsumen setia, maka terlebih dahulu konsumen harus puas dengan pelayanan yang disampaikan oleh perusahaan.

Terus selanjutnya, yaitu Meningkatkan pendapatan yang dimana semakin banyak konsumen yang setia dan menjadi mitra perusahaan berarti akan turut pula meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga produk-produk yang dihasilkan perusahaan tidak akan ‘terbuang’ percuma, karena diminati konsumen. Ketiga, perusahaan mampu untuk menurunkan biaya yang dimana pengintegrasian aliran produk dari perusahaan kepada konsumen akhir berarti pula mengurangi biaya-biaya pada jalur distribusi.

Pemanfaatan asset semakin tinggi, terutama faktor manusia akan semakin terlatih dan terampil baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan. Tenaga manusia akan mampu memberdayakan penggunaan teknologi tinggi sebagaimana yang dituntut dalam pelaksanaan SCM.

Selanjutnya, peningkatan laba semakin meningkatnya jumlah konsumen yang setia dan menjadi pengguna produk, pada gilirannya akan meningkatkan laba perusahaan. Dan terakhir yaitu Perusahaan yang semakin besar yang dimana perusahaan yang mendapat keuntungan dari segi proses distribusi produknya lambat laun akan menjadi besar, dan tumbuh lebih kuat.

### **c. Pemain Utama dalam Manajemen Rantai Pasokan**

*Supply chain* dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aktifitas (dalam bentuk entitas/fasilitas) yang terlibat dalam proses transformasi dan distribusi barang mulai dari bahan baku paling awal dari alam sampai produk jadi pada konsumen akhir. Menyimak dari definisi ini, maka suatu supply chain terdiri dari perusahaan yang mengangkut bahan baku dari bumi/alam, perusahaan yang mentransformasikan bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau komponen, supplier bahan-bahan pendukung produk, perusahaan perakitan, distributor, dan retailer yang menjual barang tersebut ke konsumen akhir. Dalam supply chain ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama, yaitu *supplier, manufacturer, distribution, retail outlet, dan customer.*

#### *a. Chain 1: Supplier*

Jaringan bermula dari sini, yang merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama, dimana rantai penyaluran baru akan mulai.

Bahan pertama ini bisa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, barang dagangan, suku cadang dan lain-lain.

b. Chain 1-2-3: *Supplier-Manufactures*

Distribution Barang yang sudah dihasilkan oleh *manufactures* sudah mulai harus disalurkan kepada pelanggan. Walaupun sudah tersedia banyak cara untuk menyalurkan barang kepada pelanggan, yang umum adalah melalui distributor dan ini biasanya ditempuh oleh sebagian besar *supply chain*.

c. Chain 1-2-3-4: *Supplier-Manufactures-Distribution-Retail*

Outlet Pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gudang sendiri atau dapat juga menyewa dari pihak lain. Gudang ini digunakan untuk menyimpan barang sebelum disalurkan lagi ke pihak pengecer. Disini ada kesempatan untuk memperoleh penghematan dalam bentuk jumlah inventaris dan biaya gudang dengan cara melakukan desain kembali pola pengiriman barang baik dari gudang manufacture maupun ke toko pengecer.

d. Chain 1-2-3-4-5: *Supplier-Manufactures Distribution-Retail Outlet-Customer*

Para pengecer atau retailer menawarkan barang langsung kepada para pelanggan atau pembeli atau pengguna barang langsung. Yang

termasuk retail outlet adalah toko kelontong, supermarket, warung, dan lain-lain.

## 2. Green Supply Chain Management

### a. Pengertian *Green Supply Chain Management*

Secara tradisional, manajemen rantai pasok dipandang sebagai suatu proses yang mengkorvesikan bahan baku menjadi produk akhir, dan selanjutnya mendistribusikan produk akhir tersebut ke konsumen. Dalam kegiatannya, proses pada rantai pasok melibatkan ekstraksi dan eksploitasi sumber-sumber alam (dan mungkin memiliki dampak negatif terhadap lingkungan. Dampak negatif ini menjadi hal yang perlu untuk dicermati lebih lanjut mengingat saat ini kita hidup dalam dekade yang mengedepankan isu-isu lingkungan dalam menjalankan praktek bisnis. Dalam hal ini, sejak akhir tahun 1980 dan awal tahun 1990 an, “revolusi dalam kualitas” dan “revolusi dalam rantai pasok” telah memicu perusahaan untuk sadar lingkungan dan manufaktur dihadapkan pada tekanan untuk melaksanakan *Enviromental Management* atau Manajemen Lingkungan (EM) dalam rantai pasoknya.

Konsekuensi dari kesadaran terhadap lingkungan, telah menyebabkan adanya penambahan konsep “hijau” dalam konsep “rantai pasok” sehingga muncul suatu paradigma baru yang disebut dengan “*green supply chain management*” atau manajemen rantai pasok hijau. Saat ini, konsep manajemen rantai pasok hijau (GSCM) mendapatkan perhatian yang tinggi,

baik dikalangan peneliti maupun praktisi dibidang manajemen operasi dan rantai pasok.

Zhu and Sarkis (2004) mendefinisikan rantai pasok hijau sebagai suatu kegiatan yang berkisar dari *green purchasing* sampai dengan rantai pasok yang terintegrasi yang dimulai dari pemasok, manufaktur, sampai dengan konsumen dan *reverse logistic*, yang secara keseluruhan akan membentuk suatu “*cloosing the loop*”. Definisi lainnya dari manajemen rantai pasok hijau dinyatakan oleh Srivastava (2007). Menurut Srivastava (2007), manajemen rantai pasok hijau harus memasukkan pemikiran lingkungan dalam setiap tahapan yang terkait dengan siklus hidup suatu produk. Hal ini termasuk, perancangan, akusisi, produksi, distribusi, penggunaan, penggunaan kembali dan pembuatan. Semua aktivitas tersebut dari perancangan suatu produk atau jasa sampai dengan pendistribusian dan *reverse logistics* harus di cakup oleh manajemen rantai pasok hijau.

Mendefinisikan manajemen rantai pasok hijau sebagai mengintegrasikan kepedulian terhadap lingkungan pada praktek-praktek yang dijalankan dalam organisasi, termasuk *reverse logistics*. Berdasarkan semua definisi tentang manajemen rantai pasok hijau, kita dapat melihat bahwa pencetus definisi dari manajemen rantai pasok hijau memiliki kisaran fokus dan tujuan yang bervariasi dari implemetasi manajemen rantai pasok hijau.

Hal ini akan mempengaruhi berbagai penelitian atau praktek dibidang manajemen rantai pasok hijau.

### ***b. Aktifitas Green Supply Chain Management***

*Green Supply Chain Management* sebagai proses menggunakan input yang ramah lingkungan dan mengubah input tersebut menjadi keluaran yang dapat digunakan kembali pada akhir siklus hidupnya sehingga menciptakan Rantai Pasok yang berkelanjutan (Penfield, 2017). *Green supply chain management* juga didefinisikan sebagai pengintegrasian pemikiran lingkungan ke dalam *Supply Chain Management*, termasuk desain produk, pembelian material dan seleksi pemasok, proses manufaktur, pengiriman produk akhir ke konsumen (Srivastava,2017).

*Green Supply Chain Management* melibatkan praktek-praktek tradisional manajemen Rantai Pasok, yang mengintegrasikan kriteria lingkungan, atau masalah keputusan pembelian barang atau jasa dan hubungan jangka panjang dengan pemasok (Gilbert, 2000). Beberapa fungsi operasional dan aktivitas-aktivitas dalam GSCM (Ninlawan & Toke, 2015) diantaranya:

#### ***1. Pengadaan hijau (Green Procurement)***

Pengadaan hijau berkaitan dengan keadaan lingkungan pembelian yang terdiri dari keterlibatan dalam kegiatan pengurangan pembelian, pemakaian ulang dan daur ulang bahan pada proses pembelian.



Pengadaan hijau adalah salah satu solusi untuk lingkungan dan ekonomi konservatif bisnis dan konsep memperoleh pilihan produk dan jasa yang meminimalkan dampak lingkungan.

## 2. Manufaktur hijau (*Green Manufacturing*)

Manufaktur hijau merupakan proses produksi yang menggunakan input dengan dampak lingkungan yang rendah, sangat efisien dan menghasilkan sedikit bahkan tidak adanya limbah atau polusi. Manfaat dari penerapan manufaktur hijau yaitu dapat menurunkan biaya bahan baku, keuntungan efisiensi produksi dan meningkatkan citra perusahaan.

## 3. Distribusi hijau (*Green Distribution*)

Kegiatan dalam distribusi hijau yaitu kemasan hijau dan logistik hijau. Kemasan hijau, meliputi hemat kemasan, menggunakan bahan yang ramah lingkungan, bekerja sama dengan vendor untuk standarisasi kemasan, meminimalkan penggunaan bahan dan waktu untuk membongkar dan mempromosikan program daur ulang. Logistik hijau, meliputi pengiriman langsung ke pengguna situs, penggunaan kendaraan bahan bakar alternatif dan mendistribusikan produk dalam batch besar.

## 4. Logistik balik (*Reverse Logistic*)

Logistik balik merupakan proses mengambil produk dari konsumen akhir untuk tujuan meningkatkan nilai dan pembuangan yang tepat.

Kegiatankegiatan dalam logistik balik antara lain pengumpulan,

gabungan inspeksi/ pemilihan/ penyortiran, pemulihan, redistribusi dan pembuangan.

### **3. Pengukuran Kinerja *Green Supply Chain Management***

#### **a. Pengertian Pengukuran Kinerja *Green Supply Chain Management***

Dalam kompetisi bisnis saat ini dengan lingkungan yang secara berkelanjutan terus mengalami perubahan, perusahaan atau organisasi bisnis tidak bisa lagi hanya berfokus pada optimalisasi proses internal tanpa mempertimbangkan faktor eksternal seperti kinerja pemasok dan harapan pelanggan. Peran perusahaan dalam hal ini menjadi faktor yang penting karena tidak hanya memastikan kinerja pemasok sesuai dengan yang diharapkan tetapi pada akhirnya juga untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang diberikan telah memenuhi harapan pelanggan. Untuk memastikan hal tersebut, diperlukan sebuah metode pengukuran kinerja yang dapat memberikan gambaran bagi perusahaan atau organisasi bisnis tentang kondisi internal yang ada saat ini, bahkan pada beberapa metode tertentu dapat menggambarkan performa pemasok atau rantai pasok didalamnya.

Saat ini metode pengukuran yang paling banyak digunakan diantaranya adalah Balance Scorecard, Performance Prism dan Supply Chain Operations Reference (SCOR). Balance Scorecard merupakan metode pengukuran yang diperkenalkan pada tahun 1992 oleh Kaplan dan Norton sebagai metode pengukuran kinerja yang menjabarkan visi dan strategi perusahaan ke dalam

4 perspektif utama yaitu perspektif finansial, pelanggan, bisnis internal, serta pembelajaran dan inovasi, sedangkan Neely (2005) menjelaskan performance prism sebagai metode pengukuran kinerja yang mempertimbangkan kepentingan stakeholder sebagai inti dan berfokus pada lima perspektif yaitu kepuasan stakeholder, strategi, proses, kapabilitas, dan kontribusi stakeholder.

Pengukuran kinerja dengan menggunakan SCOR dan GreenSCOR mampu mengukur perusahaan dari hulu hingga hilir. Hal inilah yang membuat SCOR dan GreenSCOR lebih unggul dibandingkan dengan metode-metode lainnya yang cenderung mengukur internal perusahaan saja. Keunggulan metode GreenSCOR antara lain mampu meningkatkan kinerja manajemen lingkungan, meningkatkan kinerja manajemen rantai pasok dan meningkatkan inisiatif green supply chain.

**b. Supply Chain Operation Reference (SCOR)**

*Supply Chain Operation Reference (SCOR)* Model merupakan suatu model konseptual yang dikembangkan oleh *Supply Chain Council (SCC)*, sebuah organisasi non-profit independent, sebagai standar antar industri (*cross industry*). Tujuan dari standarisasi yang dilakukan *SCC* adalah untuk memudahkan pemahaman rantai pasok sebagai suatu langkah awal dalam rangka memperoleh suatu manajemen rantai pasok yang efektif dan efisien dalam menopang strategi perusahaan.

*SCOR* adalah suatu alat manajemen yang ruang lingkungannya mencakup mulai 39 dari pemasoknya pemasok hingga konsumennya konsumen. *SCOR* dalam aplikasinya dapat digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja atau performa rantai pasok, melakukan perbaikan guna meningkatkan kinerjanya dan mengkomunikasikan dengan pihak-pihak yang terkait mengenai hal yang berguna bagi peningkatan performa rantai pasok.

Berdasarkan *SCC* (2012), saat ini metode *SCOR* telah berkembang hingga version 11.0. Sejalan dengan perkembangannya ini dimulai sejak version 5.0 telah dilakukan banyak perkembangan mulai dari penambahan metrik, pembaruan metrik, hingga pada akhirnya memasukkan unsur pertimbangan konsep *green supply chain* sebagai konsep baru manajemen rantai pasok.

#### 4. Metode Pengukuran *Green Supply Chain Management*

Perancangan indikator kinerja GSCM didasarkan pada kerangka model yang bisa dilihat yang diperoleh 24 indikator kinerja yang valid.

**Tabel 2.1. Indikator Kinerja GSCM**

Variabel	Indikator	Persamaan
Plan	<i>Forecast Accuracy</i>	$100 - \left( \frac{\text{permintaan aktual} - \text{peramalan permintaan}}{\text{permintaan aktual}} \times 100\% \right)$
	<i>Raw Material Planning Accuracy</i>	$100 - \left( \frac{\text{kebutuhan aktual} - \text{peramalan kebutuhan}}{\text{kebutuhan aktual}} \times 100\% \right)$
	<i>Planning Cycle Time</i>	Waktu perencanaan
Source	<i>Percentage Suppliers with an EMS</i>	$\frac{\text{jumlah pemasok yang memiliki EMS}}{\text{total pemasok}} \times 100\%$
	<i>Delivery Quantity Accuracy by Supplier</i>	$100 - \left( \frac{\text{jumlah unit dipesan} - \text{jumlah unit diterima}}{\text{jumlah unit dipesan}} \times 100\% \right)$
	<i>Order Delivered Faultless by Supplier</i>	$100 - \left( \frac{\text{jumlah unit cacat}}{\text{jumlah unit dipesan}} \times 100\% \right)$
	<i>Inventory Accuracy of Raw Material</i>	$100 - \left( \frac{\text{jumlah unit di gudang} - \text{jumlah unit tercatat}}{\text{jumlah unit di gudang}} \times 100\% \right)$
	<i>Delivery Item Accuracy by Supplier</i>	$\frac{\text{jumlah frekuensi pengiriman tepat item}}{\text{total frekuensi pengiriman}} \times 100\%$
	<i>Timely Delivery Performance by Supplier</i>	$\frac{\text{jumlah frekuensi pengiriman tepat item}}{\text{total frekuensi pengiriman}} \times 100\%$
	<i>Adherence to Production Schedule</i>	$\frac{\text{fullfilment line schedule}}{\text{total line}} \times 100\%$

	<i>Product Defect from Production</i>	$\frac{\text{jumlah produk cacat}}{\text{total produksi}} \times 100\%$
	<i>Number of Trouble Machines</i>	Jumlah kasus kerusakan mesin
	<i>Material Efficiency</i>	$100 - \left( \frac{\text{scrap}}{\text{input produksi}} \times 100\% \right)$
<i>Deliver</i>	<i>Timely Delivery Performance by The Company</i>	$\frac{\text{jumlah frekuensi pengiriman tepat waktu}}{\text{total frekuensi pengiriman}} \times 100\%$
	<i>Inventory Accuracy for Finished Product</i>	$100 - \left( \frac{\text{jumlah unit di gudang} - \text{jumlah unit tercatat}}{\text{jumlah unit di gudang}} \times 100\% \right)$
	<i>Delivery Item Accuracy by The Company</i>	$\frac{\text{jumlah frekuensi pengiriman tepat item}}{\text{total frekuensi pengiriman}} \times 100\%$
	<i>Delivery Quantity Accuracy by The Company</i>	$100 - \left( \frac{\text{jumlah unit dikirim} - \text{jumlah unit diterima}}{\text{jumlah unit dikirim}} \times 100\% \right)$
	<i>Order Delivered Faultless by The Company</i>	$100 - \left( \frac{\text{jumlah unit cacat}}{\text{jumlah unit dikirim}} \times 100\% \right)$
		<i>Return Rate from Customer</i>
<i>Return</i>	<i>Product Replacement Accuracy</i>	$100 - \left( \frac{\text{jumlah unit komplain} - \text{jumlah unit diganti}}{\text{jumlah unit komplain}} \times 100\% \right)$
	<i>Defective Product Recyclable</i>	$\frac{\text{jumlah produk yang dapat didaur ulang}}{\text{total produk}} \times 100\%$
	<i>Product Replacement Time</i>	Waktu untuk penggantian produk

Waste	Percentage of Solid Waste Recycling	$\frac{\text{jumlah limbah padat yang dapat di daur ulang}}{\text{total limbah padat}} \times 100\%$
	Percentage of Wastewater Recycling	$\frac{\text{jumlah limbah cair yang dapat di daur ulang}}{\text{total limbah cair}} \times 100\%$

Sumber: (Srivastava, 2007; Wu dkk., 2014b)

## B. Penelitian Terdahulu

Dalam kajian dari penelitian terdahulu sangat amat penting untuk dijadikan sebagai acuan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai bahan acuan. Beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan bahan acuan sebagai berikut.

**Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Tahun	Tujuan penelitian	Alat analisis	Hasil penelitian
1	Hari Purnomo, Alex Kisanjani, Wahyu Kurnia, dan Sigit Suwanto (2019)	Untuk mengetahui bagaimana sinergi Aktivitas GSCM terhadap pengukuran kinerja perusahaan pada PT. Asa Yogyakarta	<b>Analisis Green SCOR</b>	Nilai kinerja GSCM pada industri PT. Asa Yogyakarta masuk dalam kategori cukup baik dan bersinergi, dimana nilai total kinerja GSCM pada bulan Januari, Februari, dan Maret di atas 90.

No	Nama dan Tahun	Tujuan penelitian	Alat analisis	Hasil penelitian
2	Muh. Rahmat Fatahilla Asngadi (2023)	Untuk melihat bagaimana halal Supply Chain Management dan Green Supply Management mempengaruhi kinerja rumah makan di Kota Palu.	<b>Analisis Rentang Skala</b>	Hasil variable Halal Supply Chain management dan Green supply chain management secara bersama-sama berpengaruh secara positif dalam pengukuran kinerja rumah makan di Kota Palu
3	Haryono, Dwi Iryaning Handayani (2018)	Untuk melihat bagaimana halal Supply Chain Management dan Green Supply Management mempengaruhi kinerja Perusahaan distribusi ikan	<b>Analisis Regresi linier berganda</b>	Hasil penelitian sistem traceability halal supply chain yang tidak berpengaruh terhadap integrity produk halal masuk Quadran II Driver Power yaitu logistik traceability dan halal distribusi.
4	Mutia Sari, Shelvi. Fadillah Harahap. Siti Aisyah (2022)	Untuk melihat bagaimana halal Supply Chain Management dan Green Supply Management mempengaruhi Keputusan Pembelian (Halal Food UMKM MEDAN)	<b>Analisis Rentang Skala</b>	Hasil pengaruh variable Halal Supply Chain management dan Green supply chain management Berdasarkan hasil penelitian, meriset data dan penyajian hipotesis, diketahui bahwa kesadaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pernyataan.



No	Nama dan Tahun	Tujuan penelitian	Alat analisis	Hasil penelitian
5	Fauzan Aziz, Retno Setyorini, Yulia Nur Hasanah (2018)	Untuk menganalisis bagaimana rantai pasok halal (halal supply chain) pada pelaku UMKM makanan di Kota Bandung	<b>Analisis Regresi linier berganda</b>	Hasil uji Linear berganda membuat Factor keberhasilan Halal Supply Chain (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Penerapan Halal Supply Chain (Y) pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kota Bandung,

Sumber: Hari Purnomo, Alex Kisanjani, Wahyu Kurnia, dan Sigit Suwanto (2019), Muh. Rahmat Fatahilla Asngadi (2023), Haryono, Dwi Iryaning Handayani (2018), Mutia Sari, Shelvi. Fadillah Harahap. Siti Aisyah (2022), Fauzan Aziz, Retno Setyorini, Yulia Nur Hasanah (2018), diolah

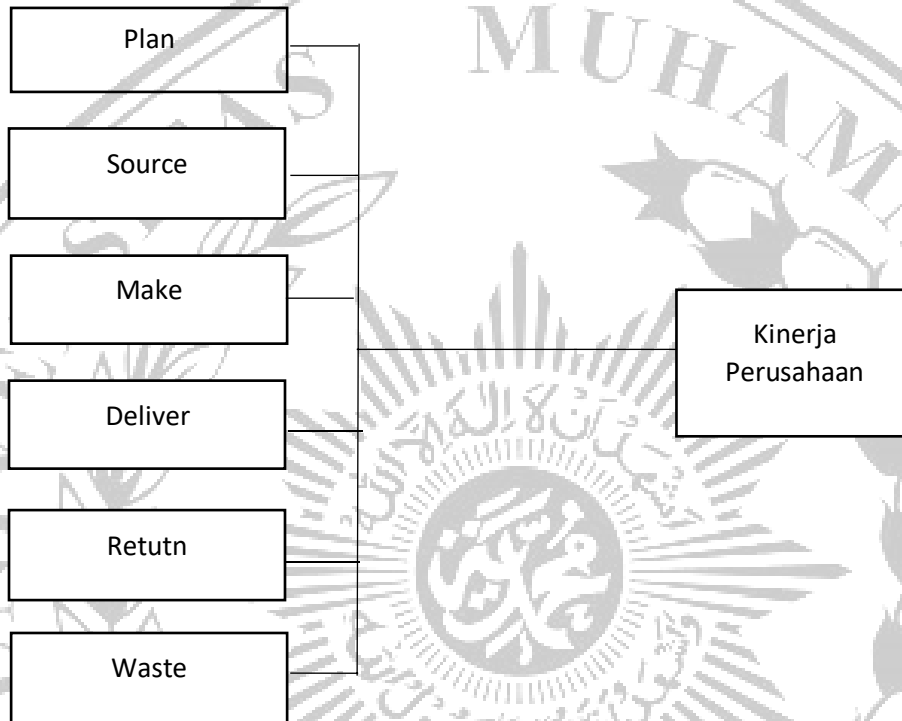
Berdasarkan tabel 2.1 dapat menunjukkan bahwa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti adanya persamaan terkait alat analisis dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu pada variabel independen, tempat penelitian, serta tahun dan objek penelitian.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir yaitu merupakan model konseptual penelitian yang disistematiskan melewati alur pola berfikir yang logis berdasarkan konsep, teori, dan hasil penelitian sebelumnya yang disesuaikan dengan tempat penelitian, yaitu Organisasi Aisyiyah Kota Malang. Hal ini ditujukan agar bisa mengidentifikasi serta mendesain kerangka pemecahan masalah secara ilmiah penalaran (*reasoning*) dalam kerangka pemikiran bersumber dari teori-teori yang baku dan konsep-konsep yang

telah digunakan dalam penelitian sebelumnya yang disinergikan dengan fenomena yang ada.

**Gambar 2.1 Kerangka Pikir**



Sumber: Srivastava, 2007; Wu dkk., 2014b, diolah

Dapat dilihat dari gambar 2.1 pengukuran kinerja GSCM dimulai dengan pembuatan model indikator kinerja sebagai acuan untuk pengukurannya, yaitu mengidentifikasi aktivitas GSCM. Studi terbaru dalam praktek GSCM telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, seperti Chun dkk, (2015) yang menggunakan model GSCM untuk mengukur kinerja di perusahaan konstruksi. Susanty dkk, (2017) menggunakan model GSCM untuk mengukur kinerja di UKM (Usaha Kecil menengah) batik Pekalongan. Hasil dari indentifikasi aktivitas GSCM

kemudian disusun ke dalam kerangka model GSCM. Variabel yang digunakan yaitu variabel *Green SCOR* yang terdiri dari *plan*, *source*, *make*, *deliver*, dan *return*. Pada penelitian ini ditambahkan satu variabel lain yaitu *waste management* (Srivastava, 2007; Wu dkk., 2014b) karena objek kajian berpotensi menghasilkan limbah yang mencemari lingkungan, jika tidak dikelola dengan baik.

