

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Usaha kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting perekonomian suatu negara maupun daerah, salah satu bagian tersebut adalah dalam penciptaan lapangan kerja baru. UKM adalah istilah yang mengacu pada usaha kecil yang dibangun perorangan, dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat berdirinya usaha (Wikipedia: Usaha Kecil Menengah). Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia kini sedang meningkat secara bertahap, terlebih pada industri batik. UKM batik di Indonesia sedang meningkat di setiap tahunnya. Batik adalah kain yang berlukiskan motif, yang dilukiskan dengan cara menahan warna dengan canting yang berisi lilin malam. Batik merupakan salah satu ciri khas dari Indonesia, tak heran jika batik menjadi *icon* Indonesia. Batik telah ditetapkan oleh *The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) sebagai *Masterpiece of Oral and Intangible Heritage of Humanity* pada 2 Oktober 2009.

Terdapat berbagai jenis batik berdasarkan cara pembuatannya, diantaranya; Batik tulis, batik cap, batik sablon, batik print mesin, batik lukis. Adapun di setiap motif memiliki makna yang melambangkan kesejahteraan, dimana setiap motif batik berasal dari daerah yang berbeda-beda. Seperti, batik klasik, batik tradisional mempunyai

makna yang filosofis yang berasal dari kepercayaan masyarakat Jawa Tengah yang memiliki keindahan secara visual, batik Sido Luhur yang berarti menjadi luhur, batik Sido Mukti yang melambangkan kemakmuran, batik Sido Mulyo yang melambangkan harapan dalam kemakmuran serta perlindungan, batik Cuwiri yang melambangkan nilai-nilai kebaikan, batik Kawung yang menggambarkan hati yang bersih nan suci, batik Tambal yang berarti menjadi pribadi yang lebih baik, batik Truntum yang menggambarkan tuntunan yang baik dalam kehidupan, dan lain sebagainya.

Pertumbuhan batik meningkat di setiap tahunnya, Jumlah tenaga kerja yang terserap dari sektor hulu hingga sektor industri batik sebanyak 628.000 orang. Sementara itu, pekerja di industri batik sendiri mencapai sepertiganya atau 212.000 orang. Banyaknya tenaga kerja yang terserap ini seiring dengan pertumbuhan industri batik yang sangat pesat. Pada triwulan I-2019, industri batik tumbuh 18,98%. Ekspor batik sendiri mencapai USD52,44 juta atau setara Rp734 miliar (kurs Rp14.000 per USD) pada 2018. Pada September 2019, nilai ekspor batik nasional ditargetkan dapat meningkat hingga 6-8%. (sumber: Okefinance)

Seiring berjalannya waktu, pertumbuhan UKM batik semakin ketat persaingannya, mulai dari inovasi motif batik yang semakin kreatif dan unik, hingga pada jaringan *supply chain management*. Hal ini disebabkan karena pada setiap penginovasian motif batik, dibutuhkan lebih banyak bahan baku sintetis. Sedangkan, bahan baku sintetis sendiri tidak ramah lingkungan meskipun harga terjangkau dan waktu pengerjaan yang cukup cepat. Setelah persaingan cukup ketat pada inovasi motif kain batik, masalah

persaingan ketat pada jaringan *supply chain management*. Hal ini disebabkan karena UKM yang meningkatkan *supply chain management*, mampu selangkah lebih maju. Sebab, UKM yang meningkatkan *supply chain management* menjadikan kinerja UKM lebih efektif serta efisien.

Dalam dunia perindustrian batik, terdapat suatu fenomena yaitu bahan baku tidak ramah lingkungan lebih diminati daripada bahan baku alami. Hal ini disebabkan karena bahan baku sintetis lebih murah dan waktu pewarnaan yang cepat. Menurut salah satu pengrajin batik, jika memproduksi batik tulis dengan pewarna sintetis dalam satu hari bisa menghasilkan satu potong kain namun tidak demikian jika memproduksi batik tulis dengan pewarna alami yang prosesnya membutuhkan waktu hingga satu minggu (Republika.co.id)

Menurut catatan dirjen Industri Kecil Menengah, perdagangan produk pakaian jadi di dunia saat ini mencapai USD442 miliar. Namun porsi batik untuk merebut pasar tersebut masih tergolong rendah. Menurutnya, peluang pelaku industri batik nasional masih sangat besar untuk meningkatkan ekspornya. Cara yang ditempuh agar ekspor batik melonjak salah satunya adalah dengan fasilitas sejumlah pameran baik di dalam maupun di luar negeri, dijelaskan oleh IpotNews.

Peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan pengembangan kualitas produk merupakan salah satu bagian penting dalam keberhasilan UKM, sebab kompetensi sumber daya manusia dan pengembangan kualitas produk dapat memberikan nilai tambah pada UKM bila ditingkatkan secara bertahap. Kemudian

pada perkembangannya dibutuhkan penerapan standardisasi, fasilitas mesin dan peralatan produksi, serta promosi dan pameran yang berpengaruh pada keberhasilan UKM, baik di dalam maupun luar negeri. Maka dari itu UKM sangat memperhatikan penerapan standardisasi, fasilitas mesin serta peralatan produksi, dan promosi. Sementara untuk menambah daya saing, produk batik nasional mulai mempertahankan produknya dengan pewarna alam. Menurut salah satu pengrajin batik, dijelaskan bahwa pengembangan zat warna alam juga turut mengurangi importasi zat warna sintetik, persaingan global yang semakin kompetitif dan dinamis, preferensi konsumen terhadap produk ramah lingkungan terus meningkat. Sehingga batik warna alam ini bisa menjawab tantangan tersebut dan dapat meningkatkan peluang pasar.

Persaingan yang ketat dalam UKM menjadi tantangan utama dalam menjalankan aktivitas produksinya. UKM dituntut untuk berpikir kreatif dan memiliki strategi bersaing dengan menghasilkan barang/jasa yang berkualitas, murah, dan cepat dibandingkan dengan pesaing. Ketiga aspek tersebut membutuhkan peran serta semua pihak (*stakeholders*) mulai dari *supplier*, perusahaan, perusahaan distribusi, dan pelanggan. Kegiatan dari *stakeholders* tersebut harus bersinergi satu sama lain, sehingga perusahaan sebaiknya melakukan rekayasa manajemen dengan menerapkan konsep Manajemen Rantai Pasok atau *Supply Chain Management*.

Di era modern kini membawa dampak pada suatu perubahan fokus persaingan antar perusahaan, menuju arah persaingan antar jejaring bisnis seperti *Supply Chain*

Management. Kini banyak kompetisi jejaring bisnis mulai muncul, dimana peran perusahaan manufaktur akan berubah dari memasok perusahaan domestik menjadi pasar internasional melalui perusahaan lokal. Terlebih *Supply Chain Management* memiliki pengecer dan produsen bebas, dimana kedua pihak memiliki konflik kepentingan sepihak, yang sering mengarah pada keputusan yang tidak optimal.

Socially Responsible Supply Chain (SRSC) adalah tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *strategic-stakeholdersnya*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. SRSC kini bukan hanya diterapkan pada perusahaan saja, beberapa UKM secara tidak langsung juga sudah menerapkan SRSC, dengan mengajak tetangga sekitar untuk bergabung dengan UKM, maka sudah terlihat penerapan SRSC pada UKM tersebut.

UKM yang menerapkan SRSC pada usahanya, maka bisa dikatakan telah berada satu langkah di depan dalam mengadopsi dan mengembangkan ide keberlanjutan karena rantai pasokan memperhatikan produk mulai dari pengadaan sampai penyaluran ke pelanggan. Menerapkan SRSC akan mendorong suatu UKM untuk merespon lebih cepat terhadap permintaan kebutuhan pelanggan. Dari penerapan SRSC ini, UKM mampu mendapatkan nilai tambah dari pelanggan. SRSC pada UKM ini mencakup tentang perekrutan masyarakat sekitar yang membutuhkan pekerjaan.

UKM batik yang akan penulis teliti adalah CV Batik Santosa. UKM batik CV Batik Santosa ini merupakan suatu usaha home industri batik yang berdiri ditengah lingkungan masyarakat. CV Batik Santosa memiliki hubungan dengan beberapa

Supplier untuk bahan baku batik. *Supplier* merupakan pihak yang menjual sumber daya dalam bentuk bahan baku kepada pihak lain untuk diolah menjadi barang atau jasa. CV. Batik Santosa bekerja sama dengan beberapa *supplier* batik, dalam pengambilan bahan-bahan dasar untuk membuat CV Batik Santosa sudah memiliki *supplier* tetap, yang diambil dari daerah Solo dan Yogyakarta.

CV Batik Santosa ini belum pernah melakukan evaluasi terhadap *Supply Chain Management*, terutama pada SRSC. Oleh karena itu, maka perlu dilakukan dievaluasi terhadap *Supply Chain Management* khususnya pada SRSC dalam UKM tersebut, agar dapat memberikan kontribusi terhadap masyarakat sekitar. Penelitian ini dilakukan di rumah produksi CV Batik Santosa, yang beralamat di Daratan RT.2 RW.2 Sukorejo, Wedi, Klaten, Jawa Tengah. Alasan peneliti memilih CV Batik Santosa sebagai objek penelitian karena peneliti mengamati bahwa CV Batik Santosa ini secara tidak langsung sudah menerapkan beberapa indikator *Socially Responsible Supply Chain*, yang kemudian disesuaikan dengan kondisi yang ada, namun belum dikaji sejauh mana penerapan tentang teori *Socially Responsible Supply Chain* di UKM mereka. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Evaluasi Penerapan *Socially Responsible Supply Chain* Pada Usaha *Handmade Batik Production* CV. Batik Santosa

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *Socially Responsible Supply Chain* (SRSC) pada CV Batik Santosa?
2. Apa masalah yang muncul dalam penerapan *Socially Responsible Supply Chain* (SRSC) pada CV Batik Santosa?
3. Bagaimana solusi alternatif dalam menyelesaikan permasalahan penerapan *Socially Responsible Supply Chain* (SRSC) pada CV Batik Santosa?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka didapat tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis penerapan *Socially Responsible Supply Chain* (SRSC) pada CV Batik Santosa.
2. Mengidentifikasi masalah dalam penerapan *Socially Responsible Supply Chain* (SRSC) pada CV Batik Santosa.
3. Mengidentifikasi solusi alternatif dalam menyelesaikan permasalahan penerapan *Socially Responsible Supply Chain* (SRSC) pada CV Batik Santosa.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi UKM

Dapat menjadi masukan bagi CV Batik Santosa, agar terus berkembang dengan menerapkan konsep *Socially Responsible Supply Chain (SRSC)* dengan berdasarkan pada teori yang ada.

2. Bagi Masyarakat

Dapat mensejahterakan masyarakat sekitar dengan memberdayakan masyarakat sekitar dan mengikutsertakan masyarakat dalam proses produksi, melalui konsep *Socially Responsible Supply Chain (SRSC)*,

3. Bagi Peneliti

Dapat menambah ilmu serta pemahaman tentang konsep *Socially Responsible Supply Chain (SRSC)* pada UKM dan mampu menerapkan teori yang sudah diajarkan di perkuliahan Manajemen Operasi.