

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia perekonomian sekarang ini, kata *supplier*, distributor, penjual, dan pembeli tentunya tidak asing lagi terdengar di telinga kita. Deretan kata-kata tersebut merupakan para pelaku ekonomi yang berperan sebagai kunci dari berhasilnya berbagai macam bidang industri ekonomi yang ada. Para pelaku ekonomi tersebut berinteraksi antar satu dengan lainnya melalui susunan rantai ekonomi yang dikategorikan dalam suatu sistem ilmu manajemen yang biasa dinamakan sebagai *Supply Chain Management* atau Rantai Pasokan.

Di masa lalu dalam sebuah perusahaan ketika melakukan suatu kegiatan dalam upaya pengiriman produk masih mengandalkan perkiraan dan tentunya tidak selamanya suatu perkiraan tersebut selalu sesuai dengan permintaan pasar, mulai dari penataan *inventory* berkaitan dengan persediaan bahan baku hingga pengiriman dan pemenuhan produk akhir ke tangan konsumen. Saat ini keadaan mulai berubah karena dari pihak industri sudah mulai sadar akan perlunya kolaborasi dengan *partner*, seperti *supplier*, distributor, dan *customer*, baik itu *customer* bisnis maupun individu. *Customer* dan *supplier* berkumpul secara bersama-sama dalam membicarakan keuntungan, kebutuhan yang lebih baik atas proses *supply chain management* berikut sistemnya yang jelas lebih banyak bermanfaat dan mendatangkan tingginya prioritas bisnis. Pelaku industri mulai sadar bahwa untuk menyediakan produk yang murah, berkualitas, dan cepat, perbaikan di internal perusahaan manufaktur adalah tidak cukup. Peran serta

supplier, perusahaan transportasi dan jaringan distributor adalah dibutuhkan. Kesadaran akan adanya produk murah, cepat dan berkualitas inilah yang membuat lahirnya konsep *Supply Chain Management* (SCM) pada tahun 1990-an.

Supply Chain Manajemen atau Rantai Pasokan adalah suatu tatanan atau sistem didalam industri perekonomian yang memiliki tujuan untuk menjadikan bahan baku menjadi barang jadi. Tentu dalam mekanisme *Supply Chain Management*, didalamnya mencakup aliran dari hulu hingga hilir. Alur kegiatan dari hulu hingga hilir itu sendiri mencakup diantaranya yakni seperti input, proses produksi, dan output. Input yang dimaksud disini adalah segala bentuk kegiatan dalam upaya memasok atau mensupply segala bentuk bahan baku yang ada kepada suatu industri perekonomian. Barulah setelah itu masuk ke tahap proses produksi dimana semua bahan baku yang sudah dipasok tersebut diolah atau diproduksi dengan berbagai macam upaya yang ada sesuai dengan ketentuan yang dimiliki perusahaan manufaktur menjadi barang jadi. Lalu setelah itu jadilah output dimana barang jadi tersebut mulai didistribusikan atau disalurkan melalui distributor kepada penjual.

Pada suatu tatanan rantai pasok itu sendiri juga memiliki beberapa arus penting yang terdapat didalamnya. Beberapa arus tersebut meliputi arus material, arus informasi, dan arus keuangan (*finansial*). Arus material merupakan arus berisi penggambaran siklus material mulai dari bahan baku yang diambil dari beberapa supplier, proses produksi, hingga menjadi barang jadi yang dikirimkan ke tangan konsumen. Berbeda dengan arus informasi yang berisi mengenai bagaimana informasi itu disampaikan agar suatu barang baik barang baku maupun

barang jadi didapatkan serta bagaimana cara konsumen untuk mendapatkan barang jadi tersebut. Sedangkan arus keuangan berisi mengenai gambaran bagaimana siklus keuangan yang terjadi secara keseluruhan dalam sistem rantai pasokan meliputi pembelian semua bahan baku, biaya-biaya yang dikeluarkan, dan juga penerimaan penjualan yang didapat baik dari konsumen maupun distributor. Adanya keseluruhan arus-arus tersebut menjadikan manajemen rantai pasokan atau *supply chain management* dalam sebuah usaha apapun menjadi terlihat dan diketahui secara jelas sehingga mudah untuk diatur dan ditata menjadi lebih baik, efektif, dan juga efisien.

Belakangan ini banyak kejadian dimana perusahaan terkenal dan ternama yang sistem rantai pasokannya tergolong sudah efektif dan efisien ternyata pada pemilihan dan penggunaan bahan bakunya memberikan dampak perusakan lingkungan. Banyak kejadian juga dimana perusahaan besar yang memiliki sistem rantai pasokan yang bagus dan tertata rapi namun dalam proses produksinya menghasilkan polusi yang mencemari lingkungan.

Sebagai contoh kita tahu perusahaan Coca Cola yang ternama dari India, dilaporkan bahwa perusahaan minuman bersoda itu telah mencemari lingkungan. Coca Cola, sebuah perusahaan yang membutuhkan banyak air bersih sebagai bahan baku, membuang limbah pabrik secara tidak tepat sehingga mencemari apapun air yang tersisa dan memperburuk kondisi lingkungan. Tanah pertanian di sekitar pabrik menjadi tandus akibat pembuangan limbah yang sampai ke tanah itu. Hewan-hewan peliharaan mati karena meminum air dari sungai yang tercemar, bahkan banyak orang yang menyentuh air tersebut menjadi lecet.

Keinginan untuk mengubah keadaan ini juga tidak kunjung muncul (Blanding,2010).

Dari kejadian tersebut intinya adalah perusakan lingkungan dapat terjadi dari aktifitas pemakaian bahan baku yang berlebihan dan pembuangan limbah yang disertai bahan berbahaya secara tidak tepat sehingga mengakibatkan dampak buruk bagi lingkungan hidup di sekitar pabrik. Untuk itu tatanan rantai pasokan yang ramah lingkungan atau sering disebut dengan istilah *Green Supply Chain Management* dapat menjadi solusi bagi banyak perusahaan yang bisa digunakan untuk menjaga lingkungan sekitar ketika perusahaan beroperasi.

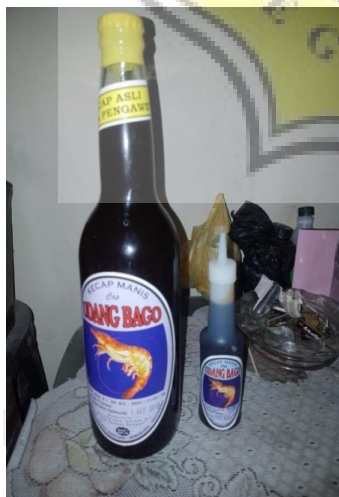
Green Supply Chain Management sekarang ini rasa-rasanya sudah menjadi suatu hal yang wajib diterapkan dalam tatanan rantai pasok yang ada pada suatu perusahaan. Selain sudah ditetapkannya peraturan mengenai sistem rantai pasokan yang harus ramah lingkungan dan tidak boleh mencemari lingkungan namun ternyata perusahaan yang berhasil menyampaikan pesan tentang rantai pasok yang bersih dan ramah lingkungan juga dapat memiliki peluang untuk unggul dikalangan para pesaingnya. Dengan adanya pandangan mengenai sistem pasokan yang ramah lingkungan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat itu sendiri untuk menggunakan produk perusahaan tersebut.

Kita ambil contoh saja yakni perusahaan *Mc Donalds*. Dipaparkan bahwa diawal kemunculannya, *Mc Donalds* menggunakan sitem *open kitchen* dimana *Mc Donalds* memperlihatkan dapur masaknya seperti “akuarium ikan” kepada para calon konsumennya . Strategi itu digunakan *Mc Donalds* untuk menarik

kepercayaan dan menggiring opini para calon konsumennya berkaitan dengan sistem produksi dan pengolahan produk *Mc Donalds* yang bersih. Dalam waktu 6 bulan, penjualan *Mc Donalds* meledak (Waringin, T, D. 2008). Nyatanya strategi tersebut berhasil diterapkan dan banyak diikuti oleh perusahaan-perusahaan lain seperti contohnya Perusahaan Roti *Bread Talk* dan banyak lagi.

Kecap Udang Bago Semarang adalah suatu usaha yang bergerak di bidang *industry* kecap. Kecap Udang Bago Semarang itu sendiri berlokasi di Jl. Muara Mas Timur No 256 Semarang. Kecap Udang Bago Semarang didirikan pada tahun 1999 dan jika dihitung sejak awal kemunculannya hingga sekarang usaha ini sudah berdiri selama 19 tahun. Bapak Bambang dan Ibu Elly selaku pemilik dari usaha Kecap Cap Udang Bago Semarang berdasarkan dari pengalamannya menjalankan usaha tersebut menyadari bahwa susunan manajemen rantai pasokan yang terdiri dari beberapa pihak yang baik dan teratur dapat berpengaruh pada berjalannya suatu usaha itu sendiri. Hal itu telah dinyatakan oleh usaha Kecap Cap Udang Bago Semarang dalam hubungan baik yang dibina oleh beberapa pihak yang terlibat seperti diantaranya para supplier seperti pemasok kedelai, bahan rempah, hingga para distributor. Tidak hanya itu Kecap Cap Udang Bago Semarang juga memiliki misi dimana dapat menghasilkan suatu produk yang berkualitas. Berkaitan dengan misi yang dimiliki tersebut, selama 19 tahun terakhir ini Kecap Cap Udang Bago Semarang dikenal dengan produk kecap yang memiliki kualitas baik ditunjang dengan digunakannya beberapa bahan rempah *non-kimia* yang dipasok dari para pemasoknya.

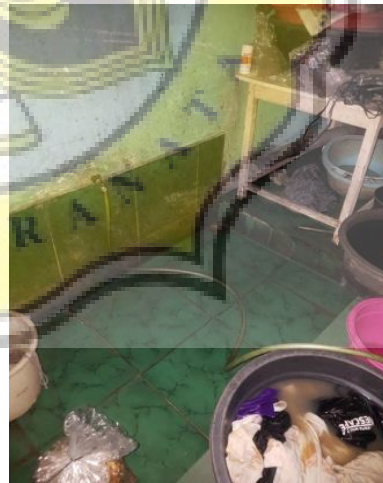
Namun meskipun Kecap Cap Udang Bago Semarang sudah dianggap memiliki kualitas produk kecap yang baik, ternyata masih ada beberapa aktifitas yang dilakukan oleh usaha ini yang belum memperhatikan dampaknya terhadap lingkungan. Beberapa aktifitas tersebut diantaranya adalah pada penggunaan kemasan. Kemasan dari Kecap Cap Udang Bago itu sendiri ada 2 diantaranya botol kaca dan botol plastik. Namun permasalahan yang timbul terdapat pada aktifitas penggunaan kemasan botol plastik oleh usaha Kecap Cap Udang Bago. Kemasan tersebut di *supply* oleh pemasok yakni PT Tanah Makmur yang terdapat pada daerah industri LIK. Sayangnya kemasan botol plastik tersebut masih belum berbahan *biodegradable* melainkan berbahan plastic PE biasa dan bahan plastic tersebut masih tergolong plastik yang susah terurai. Dari pihak *supplier* yakni PT Tanah Makmur itu sendiri juga belum memperhatikan bahan dari botol plastik itu sendiri dan dampaknya bagi lingkungan. Berikut adalah beberapa gambar dari botol kemasan pada usaha Kecap Cap Udang Bago Semarang:

**Gambar 1.1****Gambar 1.2****Gambar 1.3**

Selain kemasan botol plastik yang belum ramah lingkungan, pada usaha Kecap Cap Udang Bago Semarang terdapat pula proses pembuangan limbah kecap yakni ampas kedelai yang dibuang pada saluran pembuangan air. Ampas kedelai tentunya kita tahu memiliki karakteristik yang kental dan mudah mengendap. Dalam kaitannya dengan penelitian ini ampas kedelai dari usaha Kecap Cap Udang Bago Semarang dibuang melalui saluran air yang ujungnya akan terbuang pada selokan pemukiman warga sekitarnya yakni tepatnya di daerah Tanah Mas. Pengendapan ampas kedelai yang terjadi pada selokan pemukiman dan dibiarkan dalam waktu yang lama tentu nantinya dapat menyebabkan sumbatan dan akibat dari selokan yang tersumbat tidak lain lagi adalah banjir. Berikut adalah beberapa gambar mengenai tempat pembuangan limbah dan saluran air sekitar tempat produksi:



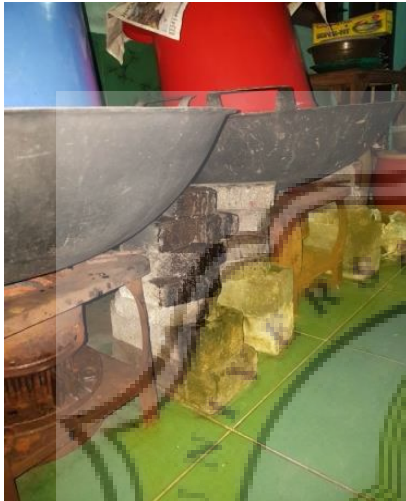
Gambar 1.4



Gambar 1.5

Tidak hanya itu, terlihat juga pada penggunaan bahan bakar pada proses pemasakan kecap yang dilakukan oleh usaha Kecap Cap Udang Bago Semarang masih menggunakan minyak tanah. Penggunaan minyak tanah pada suatu proses

pembakaran tentunya kita tahu menimbulkan dampak yang kurang baik bagi udara. Hal itu dikarenakan minyak tanah mengeluarkan karbondioksida yang dapat menyebabkan pencemaran udara. Berikut adalah beberapa gambar berkaitan dengan penggunaan minyak tanah pada proses pemasakan:



Gambar 1.6



Gambar 1.7

Tabel 1.1 Permasalahan dan Dampak *Green Supply Chain* Management pada Kecap Cap Udang Bago Semarang

No.	Permasalahan	Dampak
1	Penggunaan kemasan botol plastik yang disupply oleh PT Tanah Makmur tidak berbahan ramah lingkungan (<i>biodegradable</i>)	Banyak sampah kemasan botol plastik yang tersebar dan susah terurai mengakibatkan lingkungan tercemar

No.	Permasalahan	Dampak
2	Pembuangan limbah ampas kedelai ke saluran air yang mengarah ke pemukiman warga sekitar pada Usaha Kecap Manis Cap Udang Bago Semarang	Akan terjadi pengendapan sisa ampas kedelai pada saluran air atau selokan pada sekitar pemukiman dan berpotensi untuk terjadinya banjir.
3	Penggunaan bahan bakar berupa minyak tanah yang dilakukan oleh Usaha Kecap Manis Cap Udang Bago Semarang pada tahap pemasakan kecap	Terjadinya pencemaran udara di sekitar lokasi produksi disebabkan minyak tanah yang digunakan sebagai bahan bakar pemasakan kecap tersebut mengeluarkan karbondioksida

Sumber: Data Primer

Melihat dari hal-hal tersebut, dilakukanlah penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana proses supply chain management dan tentunya penerapan *green supply chain management* secara lebih dalam yang terdapat pada usaha Kecap Cap Udang Bago itu sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana model *Supply Chain Management* pada Kecap Udang Bago Semarang?

2. Bagaimana model *Green Supply Chain Management* pada Kecap Udang Bago Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui model *Supply Chain Management* pada Kecap Udang Bago Semarang.
2. Untuk mengetahui model *Green Supply Chain Management* pada Kecap Udang Bago Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang terdapat pada penelitian ini terbagi menjadi tiga diantaranya meliputi:

1. Bagi peneliti : Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan informasi untuk memungkinkan penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang *Green Supply Chain Management*.
2. Bagi Kecap Udang Bago Semarang : Analisa metode referensi yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi untuk pertimbangan dalam upaya penerapan *Green Supply Chain Management* yang dapat dilakukan pada sistem rantai pasoknya.
3. Bagi universitas: Penelitian ini dapat menambah referensi di Universitas Katolik Soegijapranata mengenai pentingnya *Green Supply Chain Management* yang diharapkan dapat bermanfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terbagi menjadi 5 bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan

Berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi landasan teori berkaitan dengan *supply chain management* dan *green supply chain management*, kerangka pikir, serta definisi operasional.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi metode penelitian yang meliputi obyek dan lokasi penelitian, jenis data, alat analisis data, dan teknik pengambilan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi pembahasan dan rancangan *supply chain management* dan *green supply chain management* pada usaha kecap manis cap udang bago semarang.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dan saran hasil penelitian perancangan *green supply chain management* pada usaha kecap manis cap udang bago semarang.