

# JARINGAN MANAJEMEN RANTAI PASOKAN PADA INDUSTRI KULIT DI YOGYAKARTA

Titing Nira Sari., Fauziah, S.E., M.Si.

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl.Brawijaya,Geblagan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183 Telp. (0274) 387656  
e-mail: titingnira@gmail.com, fauziyah\_ummy@yahoo.com

---

## ABSTRACT

*This study aims to describe the design of supply chain networks, describing the role of stakeholders, identify problems faced by each stakeholders and solution to solve the problem. The subjects of this research are supplier, leather tanning companies, finished product makers, and consumers. The sampling technique in this research by purposive sampling technique with knowing criteria about leather industry supply chain by interviewing 10 respondents. The data analysis technique in this study uses content analysis and fishbone analysis.*

*The result of this study indicate that the supply chain network in the leather industry in Yogyakarta starts from slaughterhouses that sell animal raw leather to sub-suppliers, sub-supplier sells the animal raw leather to suppliers. The supplier sells the raw animal skin to the leather tanning company. The tanning company processes the leather and distributes the leather to the makers of finished products. Finished product makers sell their products to consumers. The role of stakeholders in the leather industry supply chain is how to pay attention to the sustainability of the production process of raw leather to become leather that is ready to be marketed in accordance with the criteria and quality standards. In this study also obtained identification of problems and solutions faced by each stakeholder.*

*Keyword: Supply Chain, Stakeholders. Leather Industry*

---

## A. PENDAHULUAN

Persaingan global, mengharuskan setiap pengusaha untuk mampu bersaing dan menghasilkan output secara efisien agar dapat tetap bertahan. Hal tersebut memicu munculnya industri kreatif yang semakin diminati oleh banyak kalangan. industri kreatif juga memberikan kontribusi dalam meningkatkan perekonomian, yaitu peningkatan nilai ekspor, penyerapan tenaga kerja dalam jumlah besar, serta penyumbang produk domestik bruto (PDB). Tercatat oleh BPS (Badan Pusat Statistik) pada triwulan I-2018 terhadap triwulan I-2017 tingkat perekonomian Indonesia mencapai 5,06% (*year on year*) meningkat dibandingkan pada triwulan I-2017 sebesar 5,01%.

Selama periode 2010 hingga 2016 nilai ekspor komoditas ekonomi kreatif cenderung mengalami peningkatan di setiap tahunnya kecuali pada tahun 2012 mengalami penurunan sebesar 1,29% dibanding tahun 2011. Dalam industri kreatif, industri kulit termasuk dalam 10 industri potensial menurut kementerian perdagangan Indonesia. Khususnya industri penyamakan kulit, industri tersebut memiliki potensi untuk dikembangkan karena kualitas kulit nasional sudah diakui dunia sebagai bahan baku barang jadi dan alas kaki berkualitas tinggi.

Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan daya saing perusahaan dalam bentuk efektifitas dan efisiensi produktivitas telah menjadi suatu hal terpenting dimana mutu

produk dan pelayanan juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan guna kelangsungan hidup perusahaan. Peningkatan efisiensi, salah satunya dapat dilakukan dengan integrasi kegiatan rantai pasok perusahaan, agar tidak terjadi kesulitan dalam proses perencanaan operasional rantai pasok (Satyanegara, 2015).

Tak hanya itu saja, dengan mengetahui rantai pasokan dapat membantu penjualan dan strategi pemasaran pada sebuah perusahaan. Dimana manajemen rantai pasokan dapat sukses dengan memiliki fleksibilitas terhadap perubahan yang ada seperti ketersediaan bahan baku, distribusi, atau jalur pengiriman yang lebih baik. Melihat dari pentingnya *sustainability* industri kulit yang memerlukan ketersediaan bahan baku kulit yang stabil serta jarangya penelitian tentang *supply chain* pada industri kulit.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “JARINGAN MANAJEMEN RANTAI PASOKAN PADA INDUSTRI KULIT DI YOGYAKARTA” yang merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang mengidentifikasi desain jaringan rantai pasokan cengkeh yang diteliti oleh Villy Umboh, Lotje Kawet, dan Magdalena Wulur di desa Karimbow pada tahun 2016.

## **B. KERANGKA TEORI**

### **1. Rantai Pasokan**

Rantai pasokan (*supply chain*) adalah sebuah jaringan global organisasi dan aktivitas yang memasok sebuah perusahaan dengan barang atau jasa (Heizer dan Render, 2015). Hal ini tidak jauh beda dengan Schroeder (2007), rantai pasokan merupakan sebuah proses bisnis dan informasi berulang yang menyediakan produk atau layanan dari pemasok melalui proses pembuatan dan pendistribusian kepada konsumen. Di dalam rantai pasokan terdapat berbagai informasi mengenai apa saja yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa dan bagaimana proses yang dilalui.

### **2. Manajemen Rantai Pasokan**

*Supply Chain Management* (SCM) adalah gambaran koordinasi dari keseluruhan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Dengan demikian rantai pasokan mencakup pemasok, perusahaan manufaktur/penyedia jasa, dan perusahaan distributor, grosir/pengecer yang mengatarkan produk atau jasa ke konsumen akhir (Heizer dan Render, 2015). Sedangkan menurut Schroeder (2007), manajemen rantai pasokan atau *Supply Chain Management* merupakan perencanaan desain dan kontrol aliran informasi dan material dalam rantai pasokan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara efisien sekarang dan di masa yang akan datang.

Dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dibutuhkan koordinasi, jika tidak ada koordinasi antara pihak-pihak yang terlibat akan mengakibatkan kerugian, sehingga dibutuhkan keterbukaan antar rantai agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Tujuan manajemen rantai pasokan adalah untuk mengkoordinasi kegiatan dalam rantai pasokan untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif dan manfaat dari rantai pasokan bagi konsumen akhir (Heizer dan Render, 2015).

Ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama (Indrajit dan Djokopranoto, 2016), yaitu:

#### **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.

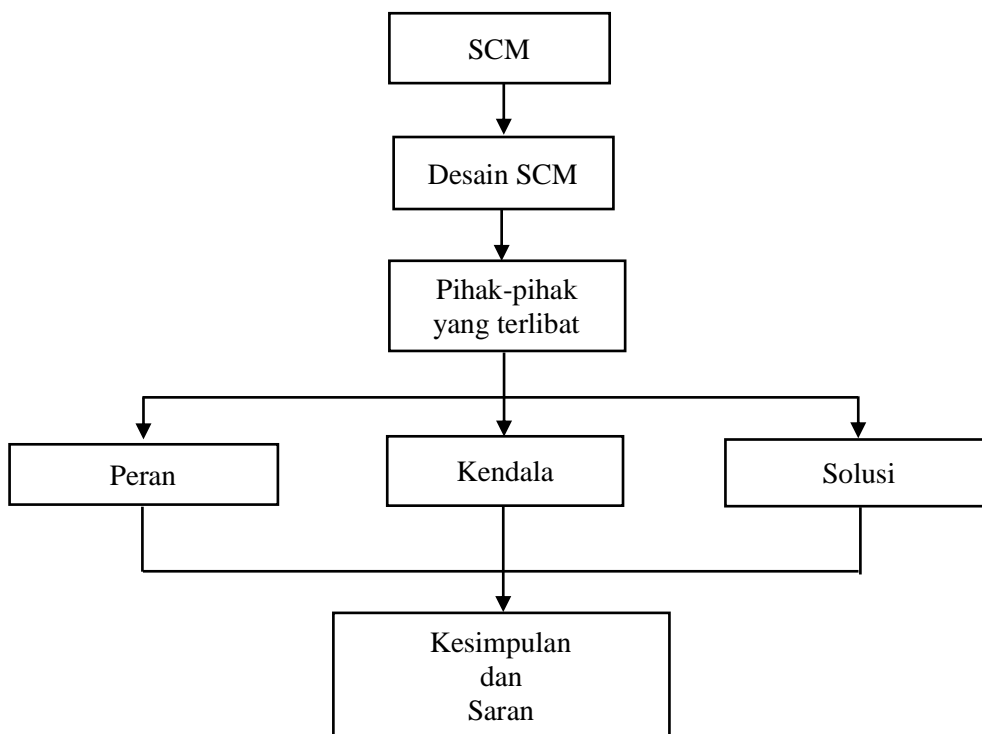
- b. Chain 1-2: *Supplier-Manufactures*  
Manufaktur atau bentuk lain yang melakukan pekerjaan membuat, memproduksi, mengassembling, merakit dan mengkonveksikan, atau pun menyelesaikan (*finishing*). Hubungan kedua rantai tersebut sudah mempunyai potensi untuk melakukan penghematan. Penghematan dapat diperoleh dari inventories bahan baku, bahan setengah jadi dan bahan jadi yang berada di pihak supplier, manufacturer dan tempat transit merupakan target untuk penghematan ini.
- c. 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.
- d. 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 inventoris dan biaya gudang dengan cara melakukan desain kembali pola pengiriman barang baik dari gudang manufacture maupun ke toko pengecer.
- e. 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 tersebut

### 3. Desain Jaringan

Menurut Pujawan (2005), desain jaringan merupakan suatu kegiatan penting yang harus dilakukan pada manajemen rantai pasokan. Implementasi strategi rantai pasokan hanya bisa berlangsung secara efektif apabila rantai pasok memiliki jaringan dengan konfigurasi yang sesuai.

### C. KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat di lihat pada Gambar 1.



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

SCM (*Supply Chain Management*) mendefinisikan manajemen rantai pasokan dalam industri kulit diperlukan untuk memudahkan berbagai pihak dalam memahami dan mengetahui manajemen rantai pasokan kulit. Untuk mempermudah dalam memahami dan mengetahui manajemen rantai pasokan dibuatlah desain jaringan rantai pasokan. Selanjutnya dalam penelitian ini akan diteliti desain SCM, setelah itu akan didapatkan informasi-informasi mengenai siapa saja pihak-pihak yang terlibat atau *stakeholders* didalam proses rantai pasokan industri kulit. *Stakeholders* yang merupakan pihak baik internal maupun eksternal yang mempunyai hubungan yang bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan (Adam C. H, 2002).

Selanjutnya dari pihak-pihak yang terlibat pada proses rantai pasokan industri kulit dapat memberikan informasi bagaimana peran, kendala yang dihadapi oleh masing-masing pihak, ataupun solusi yang ditawarkan dalam berindustri khususnya industri kulit. Informasi yang telah dipaparkan oleh pihak-pihak yang terlibat, dapat ditarik sebuah kesimpulan dan saran untuk perbaikan usaha pada industri kulit.

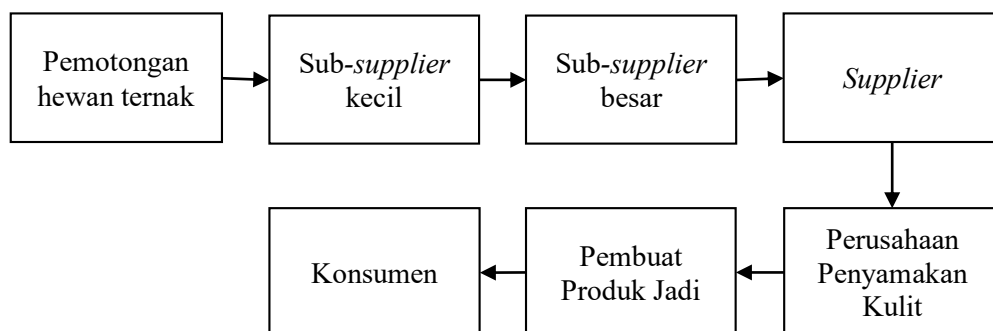
#### D. METODE PENELITIAN

Objek pada penelitian ini adalah industri kulit di Yogyakarta. Sedangkan Subjek pada penelitian ini adalah *stakeholder* dari industry kulit seperti supplier, pembuat produk jadi, dan konsumen. Jenis data penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan observasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, dengan kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini adalah pihak-pihak yang memahami jaringan rantai pasokan industry kulit di Yogyakarta. Uji kualitas penelitian kualitatif yang digunakan adalah Triangulasi Sumber, Uji Dependabilitas dan Konfirmabilitas. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Konten dan Analisis *Fishbone Diagram*.

#### E. HASIL PENELITIAN

##### a. Hasil Model Desain Jaringan Rantai Pasokan Kulit

Di bawah ini adalah model desain jaringan rantai pasokan kulit di Yogyakarta yang diperoleh dari hasil wawancara kepada pihak-pihak yang terlibat dalam rantai pasokan kulit yang dilakukan oleh peneliti.



**Gambar 2. Model Desain Jaringan Rantai Pasokan Kulit**

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa proses rantai pasokan kulit di Yogyakarta dimulai dari pemotongan hewan ternak yang menjual kulit mentah hewan ternak kepada *sub-supplier* dari skala kecil dan menengah yang kemudian disetorkan ke *supplier* dengan skala besar. Setelah bahan baku kulit mentah sudah terkumpul dalam

jumlah besar pada *supplier*, bahan baku tersebut siap dikirimkan kepada masing-masing perusahaan penyamakan kulit yang telah melakukan pemesanan.

Setelah bahan baku sampai ke perusahaan-perusahaan penyamakan kulit, kulit mentah tersebut akan diproses sedemikian rupa hingga menjadi kulit jadi yang siap untuk digunakan membuat produk-produk. Saat sampai di tangan pembuat produk, kulit tersebut akan diolah menjadi barang-barang berbahan baku kulit seperti dompet, tas dan sepatu. Produk yang telah jadi siap dipasarkan ke konsumen akhir.

## **b. Peran pihak-pihak yang menjadi *stakeholders* pada rantai pasokan kulit**

### 1) Supplier

- a) Sebagai perantara antara pemotongan hewan ternak dan sub-sub supplier kecil dalam menyalurkan kulit mentah ke perusahaan penyamakan kulit sebagai bahan baku utama dari penyamakan kulit.
- b) Memilah bahan baku kulit mentah yang berkualitas sebagai bahan baku utama dan kurang berkualitas yang dapat digunakan sebagai komponen pendukung atau bahan baku pendukung yang disesuaikan dengan kriteria keinginan pelanggan seperti ukuran dan ketebalan.
- c) Membeli kulit mentah dari sub-sub supplier.
- d) Sebagai pemasok bahan baku kulit mentah kepada perusahaan penyamakan.
- e) Menjaga struktur dan keadaan kulit mentah dari pengaruh lingkungan untuk sementara waktu sebelum dilakukan proses pengolahan dengan cara pengawetan kulit dengan metode *pickling* yaitu mengasamkan atau menjenuhkan kulit dalam suasana asam sehingga jaringan dan struktur kulit tidak rusak yang dikarenakan bakteri atau mikroba yang berkembang dalam kulit, tanda pengasaman atau pickling sudah cukup yaitu pH cairan antara 3 sampai 3,5 dan berwarna kuning jika ditetesi dengan indikator BCG. Untuk menjaga struktur kulit mentah diperlukan ketelitian untuk selalu mengecek bahan baku di gudang.

### 2) Perusahaan penyamakan kulit

- a) Mengolah kulit mentah menjadi kulit yang siap untuk digunakan sesuai dengan pesanan atau kriteria dari pembeli.
- b) Mensuplai bahan baku kulit jadi untuk pabrik pembuat produk jadi maupun pengrajin.
- c) Penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitar perusahaan.
- d) Pembeli kulit mentah dari supplier atau pengepul, yang digunakan sebagai bahan baku utama dalam penyamakan kulit.

### 3) Pembuat produk jadi

- a) Membeli bahan baku kulit jadi.
- b) Memproduksi barang-barang yang berbahan dasar kulit.
- c) Memasarkan atau menjual produk jadi berbahan dasar kulit.
- d) Penyedia produk jadi dengan bahan dasar kulit.
- e) Penyedia jasa pembuatan *made by order* bagi pelanggan.
- f) Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar

### 4) Konsumen

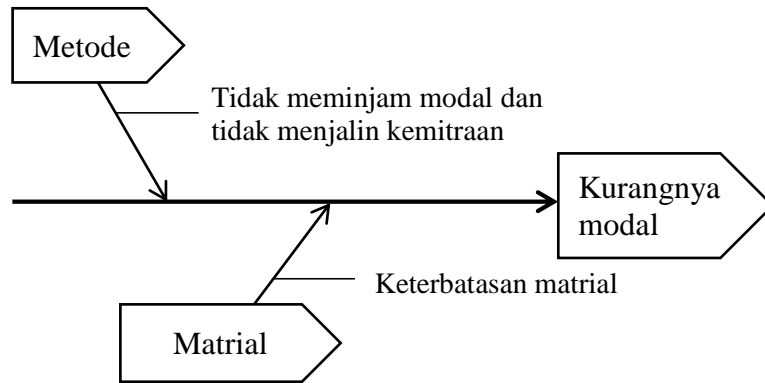
- a) Membeli produk jadi.
- b) Menggunakan produk jadi.
- c) Menyampaikan keluhan atau komplain kepada pembuat produk jadi sebagai evaluasi

c. Masalah dari pihak-pihak yang terlibat atau *stakeholders* pada rantai pasokan Industri Kulit

1) Supplier

- a) Supplier kekurangan modal untuk melakukan persediaan kulit mentah dalam gudang.

Analisis *fishbone* peneliti gunakan untuk menganalisis masalah utama. Modal merupakan masalah utama pada rantai pasokan supplier dan dianalisis dengan analisis *fishbone*.

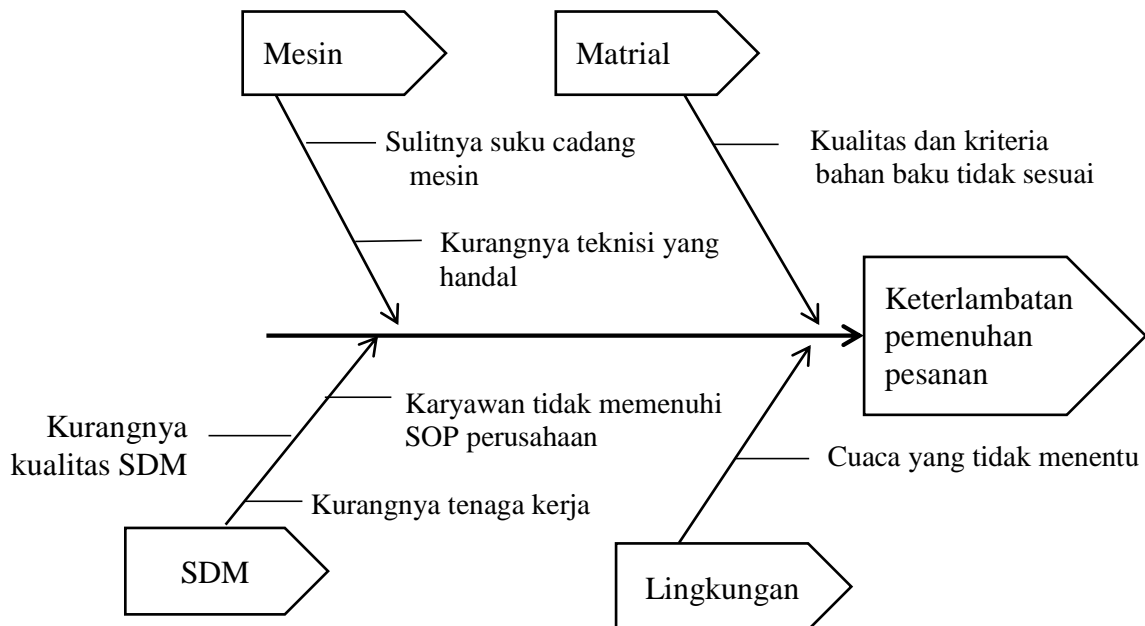


Gambar 3. Diagram *Fishbone*

- b) Supplier memiliki masalah pada ketersediaan kulit mentah yang dipengaruhi oleh permintaan daging pada pemotongan hewan ternak.

2) Perusahaan penyamakan kulit

Masalah mesin, matrial, cuaca dan sumber daya manusia yang dihadapi oleh perusahaan penyamakan kulit tersebut mengakibatkan keterlambatan dalam pemenuhan pesanan yang dapat dianalisis dengan menggunakan analisis *fishbone* sebagai berikut:

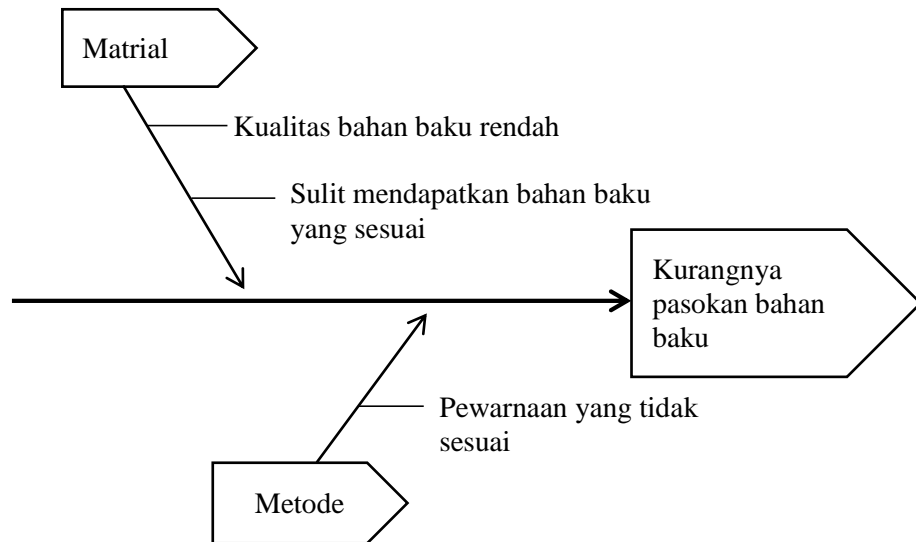


Gambar 4. Diagram *Fishbone*

3) Pembuat produk jadi

Untuk masalah utama pada pembuat produk jadi akan dianalisis dengan analisis *fishbone*. Masalah utamanya adalah pasokan bahan baku dan kualitas yang menyebabkan kurangnya pasokan bahan baku.

- a) Kualitas bahan baku yang sesuai dengan kriteria konsumen sulit untuk didapatkan.
- b) Pasokan bahan baku dengan banyak variasi warna masih kurang terpenuhi atau stoknya hanya sedikit.



**Gambar 5. Diagram *Fishbone***

- c) Kurangnya pengrajin atau karyawan menyebabkan keterlambatan dalam waktu pengerjaan.

4) Konsumen

- a) Produk-produk berbahan dasar kulit tidak memiliki cukup inovasi.
- b) Produk mengalami cacat atau memiliki kekurangan, misalnya jahitan tidak rapi, salah jahitan dan lem mudah lepas.

**d. Solusi untuk mengatasi kendala dari setiap *stakeholders* pada rantai pasokan Industri Kulit**

1) Supplier

- a) Supplier perlu melakukan manajemen keuangan atau bekerja sama dengan lembaga seperti BMT (Baitul Mal wat Tamwil). Lembaga tersebut dapat menjadi alternative solusi bagi supplier dalam masalah pemodalannya.
- b) Solusi untuk supplier adalah melakukan *ready stock* di gudang.

2) Perusahaan penyamakan kulit

- a) Perusahaan penyamakan kulit perlu mencari supplier suku cadang mesin yang menyediakan suku cadang lengkap dan juga harus memiliki teknisi yang handal.
- b) Perusahaan penyamakan kulit perlu lebih selektif dalam memilih kulit dan meminta supplier untuk lebih teliti sebelum mengirimkan kulit. Selanjutnya untuk pewarnaan kulit, peneliti menyarankan perusahaan untuk berhati-hati dalam memilih obat pewarna dan melakukan *trial* atau uji coba terlebih dahulu.

- c) Mengganti alat pengering yang lebih bagus dan canggih sehingga proses pengeringan lebih maksimal dan tidak bergantung dengan sinar matahari.
  - d) Karyawan perlu mendapatkan motivasi, pelatihan dan pengawasan agar lebih disiplin dan lebih baik dalam bekerja. Selain itu sanksi juga perlu diberikan bagi karyawan yang tidak mentaati SOP.
- 3) Pembuat produk jadi
- a) Pembuat produk jadi memiliki stok kulit berkualitas di dalam gudang, selain itu pembuat produk jadi harus memiliki banyak supplier sehingga dapat memenuhi kebutuhan bahan baku.
  - b) Melakukan pewarnaan/cat sendiri dapat menjadi solusi untuk kurangnya variasi-variasi warna pada pasokan kulit.
  - c) Pembuat produk jadi dapat membayar pengrajin di luar perusahaannya untuk membantu melakukan pengerjaan produksi dalam pemenuhan pesanan.
- 4) Konsumen
- a) Konsumen bisa membangun hubungan yang baik dengan produsen produk jadi sehingga bisa saling mengutarakan pendapat masing-masing guna menghindari kesalahan produk dan dapat saling mengembangkan produk sesuai keinginan bersama.
  - b) Konsumen juga dapat mencari ide-ide mengenai desain produk yang sedang populer atau yang mereka sukai sehingga dapat menimbulkan rasa puas dengan produk tersebut.

## **F. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Desain Jaringan Manajemen Rantai Pasokan Industri Kulit di Yogyakarta adalah (1) Pentingnya rantai pasokan yang efektif dan efisien (2) Pihak-pihak yang terlibat dalam rantai pasokan sangat berperan besar dalam keberlanjutan industri kulit. (3) Masalah utama supplier adalah modal. Harapan supplier kedepannya adalah memiliki modal banyak untuk memenuhi pasokan. (4) Masalah utama perusahaan penyamakan kulit adalah keterlambatan pemenuhan pesanan. (5) Masalah utama pembuat produk jadi adalah kurangnya pasokan bahan baku.

### **2. Saran**

Saran dalam penelitian ini adalah (1) Diharapkan melakukan kerja sama untuk membantu pemodal, memperbanyak jaringan penyedia kulit mentah, dan menambah link sub-supplier. (2) Diharapkan menambah supplier suku cadang dan teknisi, memberi kritik dan saran yang membangun bagi supplier, melakukan ready stock, dan lebih memperhatikan karyawan. (3) Diharapkan melakukan penyimpanan bahan baku berkualitas, menambah supplier, dan memfasilitasi konsumen terkait kritik dan saran. (4) Diharapkan memberikan masukan dan ide-ide kreatif, menyampaikan complain jika kondisi produk tidak baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adams. C.A., 2002. "Internal Organisational Factors Influencing Corporate Social and Ethical Reporting Beyond Current Thaorising". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol.15, no. 2.



- Heizer, J., Render, B. 2015. *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Edisi 11: Salemba Empat, Jakarta.
- Indrajit, R., & Djokopranoto, R. 2016. *Konsep Manajemen Supply Chain*. Grasindo, Jakarta.
- Pujawan, I Nyoman. 2005. *Supply Chain Management*. Penerbit Guna Widya, Jakarta.
- Satyanegara, D., Hubeis, M., & Syamsun, M. 2015. Analisis Skema Rantai Pasok pada Industri Batik Banten. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(1), 126-138.
- Schroeder, Roger G. 2007. *Manajemen Operasional*. Erlangga, Jakarta.
- Umboh, V. 2016. Identifikasi Desain Jaringan Manajemen Rantai Pasokan Cengkeh Di Desa Karimbow Kecamatan Motoling Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).