

**OPTIMALISASI MANAJEMEN RANTAI PASOK PADA UMKM**  
**BATIK KOJA KABUPATEN PANGANDARAN**  
**PROVINSI JAWA BARAT**

**Rudi Suprianto Ahmadi<sup>1)</sup>, Diky Wijaya P<sup>2)</sup>, Ratna Ningsih<sup>3)</sup>, Taufik Permana<sup>4)</sup>,  
Yadi Ramdani<sup>5)</sup>**

- <sup>1</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti,  
(Rudi Suprianto Ahmadi)  
email : [rudiahmadi64@gmail.com](mailto:rudiahmadi64@gmail.com)
- <sup>2</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti,  
(Diky Wijaya P)  
email : [dikywijaya379@gmail.com](mailto:dikywijaya379@gmail.com)
- <sup>3</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti,  
(Ratna Ningsih)  
email : [ratnaningsih9579@gmail.com](mailto:ratnaningsih9579@gmail.com)
- <sup>4</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti,  
(Taufik Permana)  
email : [taufikpermana303@gmail.com](mailto:taufikpermana303@gmail.com)
- <sup>5</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti,  
(Yadi Ramdani)  
email : [yadiramdani39@gmail.com](mailto:yadiramdani39@gmail.com)

**Abstrak**

Batik merupakan salah satu kekayaan budaya Indonesia yang sudah dikenal luas oleh dunia internasional. Pada tahun 2009, Batik telah dikukuhkan oleh UNESCO sebagai warisan budaya Indonesia. Dengan adanya pengukuhan ini, tentunya dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan UMKM batik di Indonesia. UMKM Batik Koja adalah usaha kecil menengah lokal yang berfokus pada pembuatan kain batik dengan teknik cap, canting tulis dan kombinasi canting cap canting tulis batik tradisional. Batik Koja bertempat di Jl. Raya Cijulang, Kecamatan Kondang Jajar, Kabupaten Pangandaran. Tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk menganalisis permasalahan khususnya pada Manajemen Rantai Pasok (MRP) pada UMKM Batik Koja, selanjutnya berkontribusi dengan berbagi informasi dan edukasi dalam mengimplementasikan strategi Manajemen Rantai Pasok sehingga dapat lebih optimal dalam menghadapi persaingan dengan industri sejenis. Manajemen Rantai Pasok adalah serangkaian pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan pemasok, manufaktur, gudang penyimpanan, dan toko secara efisien, sehingga barang dagangan diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, ke lokasi yang tepat, dan pada waktu yang tepat, untuk meminimalkan biaya. Data diperoleh dan dikumpulkan melalui studi literatur, observasi dan wawancara langsung terhadap pelaku industri Batik Koja. Diketahui bahwa struktur rantai pasok Batik Koja, terdiri dari pemasok, industri Batik Koja dan konsumen, baik retail maupun konsumen akhir. Hasil analisis menemukan Optimalisasi Manajemen Rantai Pasok terhadap industri Batik Koja dimungkinkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas, selanjutnya dengan penerapan strategi *postponement* diharapkan dapat membantu industri Batik Koja dalam meningkatkan *level of customization* (dengan memberikan penawaran campuran corak/motif khas Pangandaran berupa Ikan Marlin pada konsumen), pengurangan *lead time* (waktu tunggu dalam produksi), dan menekan biaya persediaan serendah mungkin. Dengan strategi ini, diharapkan UMKM Batik Koja dapat mewujudkan produk yang diminta oleh konsumen secara

spesifik sehingga harga jual lebih tinggi tetapi tetap dapat menjaga biaya produksi yang rendah.  
Kata kunci : Optimalisasi, Industri Batik, Manajemen Rantai Pasok, Postponement.

*Abstract*

*Batik is one of Indonesia's cultural wealth which is widely known by the international community. In 2009, Batik has been inaugurated by UNESCO as an Indonesian cultural heritage. With this inauguration, of course, it can make a positive contribution to the development of batik SMEs in Indonesia. MSME Batik Koja is a local small and medium business that focuses on making batik cloth with the technique of stamping, writing canting and a combination of traditional batik canting stamps. Batik Koja is located on Jl. Raya Cijulang, Kondang Jajar District, Pangandaran Regency. The goal to be achieved in this Community Service activity is to analyze problems, especially in Supply Chain Management (SCM) at Batik Koja SMEs, then contribute by sharing information and education in implementing Supply Chain Management strategies so that they can be more optimal in facing competition with similar industries. Supply Chain Management is a set of approaches used to efficiently integrate suppliers, manufacturers, warehouses, and stores, so that merchandise is produced and distributed in the right quantities, to the right locations, and at the right time, to minimize costs. Data were obtained and collected through literature studies, observations and direct interviews with the Koja Batik industry players. It is known that the supply chain structure of Batik Koja, consists of suppliers, the Batik Koja industry and consumers, both retail and end consumers. The results of the analysis found that it is possible to optimize supply chain management for the Koja Batik industry to increase efficiency and effectiveness, then the implementation of a postponement strategy is expected to help the Koja Batik industry increase the level of customization (by offering consumers a mix of Pangandaran style/patterns in the form of Marlin Fish), reduce lead time (waiting time in production), and keep inventory costs as low as possible. With this strategy, it is hoped that MSME Batik Koja can produce products that are specifically requested by consumers so that the selling price is higher but still can maintain low production costs.*

*Keywords: Optimization, Batik Industry, Supply Chain Management, postponement*

## I. PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu kekayaan budaya Indonesia yang sudah dikenal luas oleh dunia internasional. Pada tahun 2009, Batik telah dikukuhkan oleh UNESCO sebagai warisan budaya Indonesia.. Dengan adanya pengukuhan ini, tentunya dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan UMKM batik di Indonesia.

Batik adalah kain yang bergambar ditulis, atau dicap dengan canting yang terbuat daritembaga, atau plat seng, agar dapat menghasilkan seni keindahan artistik dan klasik pada kainbatik cotton, atau sutra, maka haruslah menggunakan lilin malam yang telah dipanaskan. Cukup banyak pelaku usaha batik di Indonesia yang telah mempunyai bermacam-macam corak dan motifnya, akan tetapi setiap daerah tidak mempunyai kesamaan corak dan motif pada batiknya, seperti halnya corak dan motif pada Batik Koja.

Industri Batik Koja yang beralamat di Desa Kondang Jajar, Kecamatan Cijulang Kabupaten Pangandaran merupakan usaha kecil menengah lokal yang berfokus pada pembuatan kain batik dengan teknik cap, canting tulis dan kombinasi cap dan canting tulis batik tradisional, hasil produksinya memiliki ciri khas tersendiri, ikan marlin yang merupakan ikon Kabupaten Pangandaran menjadi ciri khas corak dan motif Batik Koja, hasil produksi Batik Koja khususnya motif Ikan Marlin sudah tembus ke berbagai daerah diantaranya Jawa Barat, Bali, Sulawesi dan di pasar konvensional serta platform digital media sosial,

Dalam melaksanakan operasionalisasinya industri Batik Koja memiliki beberapa kendala yang menjadi tantangan dalam persaingan pasar. Dari hasil wawancara diketahui bahwa sampai dengan saat ini kebutuhan bahan baku disuplai dari luar Kabupaten Pangandaran, diperoleh gambaran tentang aliran rantai pasok produktifitas Batik Koja. Rantai

pasok Batik Koja memiliki struktur yang sederhana, dimana anggota rantai pasok terdiri atas pemasok-pemasok bahan baku batik, produsen Batik Koja, pengecer-pengecer lokal Batik Koja dan konsumen akhir. Pemasok bahan baku memenuhi pesanan perusahaan atas pesanan secara periodik maupun permintaan yang bersifat accidental yang terjadi ketika permintaan produksi batik meningkat. Bahan baku utama yang di pasok adalah kain, baik katun maupun sutera, dan tinta yang dipesan Batik Koja pada perusahaan tekstil berlokasi di Kota Solo, Jogja, Pekalongan, yang dikirimkan melalui paket kendaraan umum. Adapun bahan baku pendukung untuk produksi dan operasi antara lain kertas kantung semen, busa karet (*sponge*), karung, minyak tanah, plastik pembungkus, plastik taplak meja, dan kotak kemasan untuk batik dipesan dan dikirimkan dari daerah Pekalongan.

Selain itu, permintaan pasar yang berfluktuasi dan tuntutan konsumen terhadap produk yang berkualitas, murah, dan cepat juga menjadi tantangan bagi Batik Koja, sehingga harus menemukan cara terbaik dalam memproduksi dan mendistribusikan produk yang berkualitas kepada konsumen. Dalam memproduksi dan mendistribusikan produk pelaku usaha tentunya membutuhkan pihak lain.

Menurut Pujawan dan Mahendrawati (dalam Ariani, 2013:133), seluruh pihak mulai dari pemasok, manufaktur, distributor, retailer, hingga konsumen masing-masing mempunyai peranan penting dalam penciptaan suatu produk yang berkualitas, murah, dan cepat. Sehingga muncul suatu konsep baru yaitu Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*). Manajemen rantai pasokan tidak hanya dapat diterapkan oleh perusahaan besar saja, tetapi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) juga dapat menerapkannya. Salah satunya

adalah UMKM Batik Koja.

Memperhatikan kondisi tersebut diatas, maka perumusan masalahnya adalah bagaimana optimalisasi Manajemen Rantai Pasok (MRP) di UMKM Batik Koja sehingga dalam memproduksi dan mendistribusikan dapat lebih efektif dan efisien. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah menganalisis permasalahan khususnya pada aliran rantai pasok pada UMKM Batik Koja, selanjutnya berkontribusi dengan berbagi informasi dan edukasi dalam mengimplementasikan strategi Manajemen Rantai Pasok (MRP) sehingga dapat lebih optimal dalam menghadapi persaingan dengan industri sejenis. Manajemen Rantai Pasok adalah serangkaian pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan pemasok, manufaktur, gudang penyimpanan, dan toko secara efisien, sehingga barang dagangan diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, ke lokasi yang tepat, dan pada waktu yang tepat, untuk meminimalkan biaya

Manajemen Rantai Pasok (MRP) atau *Supply Chain Management (SCM)* merupakan proses yang terintegrasi dari keseluruhan kegiatan pergerakan produk atau jasa dari pemasok ke pelanggan yang meliputi informasi, dana, serta sumberdaya lainnya yang saling terkait.

Manajemen rantai pasokan adalah suatu konsep atau mekanisme untuk meningkatkan produktivitas total perusahaan dalam rantai suplai melalui optimalisasi waktu, lokasi dan aliran kuantitas bahan (Pongoh, 2016).

Manajemen Rantai Pasok (SCM) adalah pengintegrasian kegiatan-kegiatan membeli material dan jasa, mentransformasikannya menjadi barang-barang antaran dan produk akhir serta mengirimkannya ke lapangan (Assauri, 2017). Rantai pasokan mencakup

keseluruhan aktivitas yang dihubungkan dengan aliran dan transformasi barang dan jasa dari awal tahap pengelolaan material bahan baku hingga produk jadi yang dinikmati konsumen akhir melalui sistem distribusi (Tjipto, 2014). 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.

Manajemen rantai pasokan mempertimbangkan setiap fasilitas yang berdampak pada biaya dan memainkan peran dalam membuat produk sesuai dengan persyaratan pelanggan; dari pemasok dan fasilitas manufaktur melalui gudang dan pusat distribusi ke pengecer dan toko. Memang, dalam beberapa analisis rantai pasokan, perlu memperhitungkan pemasok dan pelanggan karena mereka berdampak pada kinerja rantai pasokan.

Keunggulan kompetitif dari SCM adalah bagaimana perusahaan mampu mengelola aliran barang atau produk dalam suatu rantai supply. Supply Chain Management merupakan pendekatan untuk mengoptimalkan integrasi antara supplier, manufaktur, gudang dan penyimpanan, sehingga produksi dan distribusi barang dapat dilakukan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat serta meminimalisir biaya dan memberikan kepuasan layanan terhadap konsumen (Widyanto, 2012).

Tujuan dari manajemen rantai pasokan adalah menjadi efisien dan hemat biaya di seluruh sistem; total biaya seluruh sistem, dari transportasi dan distribusi ke persediaan bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi, harus diminimalkan. Dengan demikian, penekanannya bukan pada hanya meminimalkan biaya transportasi atau

mengurangi persediaan tetapi, lebih tepatnya, dalam mengambil pendekatan sistem untuk manajemen rantai pasokan. Manfaat manajemen rantai pasokan dalam perusahaan secara umum dapat memberikan kepuasan pelanggan, meningkatkan pendapatan, menurunkan biaya, pemanfaatan aset yang semakin tinggi, peningkatan keuntungan dan perusahaan semakin besar.

#### **a. Permasalahan Mitra**

Berdasarkan analisis situasi di atas, disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi UMKM Batik Kojas dalam melaksanakan operasionalisasi produksinya memiliki beberapa kendala. Dari hasil wawancara diketahui bahwa sampai dengan saat ini kebutuhan bahan baku disuplai dari luar Kabupaten Pangandaran, diperoleh gambaran tentang aliran rantai pasok produktifitas Batik Kojas. Rantai pasok Batik Kojas memiliki struktur yang sederhana, dimana anggota rantai pasok terdiri atas pemasok-pemasok bahan baku batik, produsen Batik Kojas, pengecer-pengecer lokal Batik Kojas dan konsumen akhir. Pemasok bahan baku memenuhi pesanan perusahaan atas pesanan secara periodik maupun permintaan yang bersifat *accidental* yang terjadi ketika permintaan produksi batik meningkat. Bahan baku utama yang dipasok adalah kain, baik katun maupun sutera, dan tinta yang dipesan Batik Kojas pada perusahaan tekstil berlokasi di Kota Solo, Jogja, Pekalongan, yang dikirimkan melalui paket kendaraan umum. Adapun bahan baku pendukung untuk produksi dan operasi antara lain kertas kantung semen, busa karet (*sponge*), karung, plastik pembungkus, plastik taplak meja, dan kotak kemasan untuk batik dipesan dan dikirimkan dari daerah Pekalongan.

Selain itu, permintaan pasar yang berfluktuasi dan tuntutan konsumen terhadap produk yang berkualitas, murah, dan cepat juga menjadi tantangan bagi Batik Kojas, sehingga harus menemukan cara terbaik dalam memproduksi dan

mendistribusikan produk yang berkualitas kepada konsumen.

#### **b. Usulan Penyelesaian Masalah**

Penyelesaian masalah melalui pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan menganalisis permasalahan khususnya aliran rantai pasok pada UMKM Batik Kojas, selanjutnya berkontribusi dengan berbagi informasi dan edukasi dalam mengimplementasikan strategi Manajemen Rantai Pasok (MRP) sehingga dapat lebih optimal dalam mengintegrasikan pemasok, manufaktur, gudang penyimpanan maupun toko secara efisien, sehingga barang dagangan diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, ke lokasi yang tepat, dan pada waktu yang tepat, untuk meminimalkan biaya sehingga pada gilirannya mampu menghadapi persaingan dengan industri sejenis.

## **II. METODE PELAKSANAAN**

#### **a. Metode pelaksanaan kegiatan**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan melakukan kunjungan ke Batik Kojas, Kecamatan Kondang Jajar, Kabupaten Pangandaran. Industri Batik Kojas ini merupakan destinasi wisata kerajinan batik canting tulis dan cap yang dikelola secara berkeluarga oleh pelakunya. Dalam pelaksanaannya penulis menggunakan metode pengambilan data dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada pelaku pengrajin Batik Kojas dan observasi rantai pasok dengan terjun langsung kelapangan.

#### **b. Teknik pengumpulan data**

Langkah-langkah Pelaksanaan dan pengambilan data diantaranya :

1. Mengadakan pertemuan dengan pelaku industri Batik Kojas, dengan tujuan mengetahui kondisi lingkungan industri Batik Kojas Kabupaten Pangandaran.
2. Menyiapkan pedoman wawancara untuk

memudahkan saat pengambilan data.  
 3. Melakukan observasi dan wawancara

**c. Tahap-tahap pengabdian kepada masyarakat**

Tahap Persiapan Tahap persiapan merupakan tahap awal sebelum pelaksanaan kegiatan. Dalam tahap ini ada beberapa hal yang dilakukan, yaitu:

1. Pra Survei: Identifikasi Permasalahan dan Kebutuhan Mitra
2. Pembuatan Proposal: pembuatan proposal yang menawarkan solusi untuk permasalahan dan kebutuhan mitra.

**d. Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap ini terhadap mitra dijelaskan bahwa manajemen rantai pasokan tidak hanya dapat diterapkan pada perusahaan besar saja, tetapi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) juga dapat menerapkannya. Salah satunya adalah UMKM Batik Kojas. Dengan menerapkan manajemen rantai pasokan Proses operasi UMKM Batik Kojas menjadi efisien dan hemat biaya di seluruh sistem; total biaya seluruh sistem,

terhadap pelaku industri Batik Kojas Kabupaten Pangandaran.

dari transportasi dan distribusi ke persediaan bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi diminimalkan. Manfaat manajemen rantai pasokan dalam perusahaan secara umum dapat memberikan kepuasan pelanggan, meningkatkan pendapatan, menurunkan biaya, pemanfaatan aset yang semakin tinggi, peningkatan keuntungan dan perusahaan semakin besar.

**e. Evaluasi Pelaksanaan Program**

Evaluasi dilakukan dengan secara berkala menanyakan tentang penerapan strategi apa saja yang sudah dilakukan dan bagaimana perkembangan usaha. Setelah pengabdian kepada masyarakat dilakukan, selanjutnya dilakukan Evaluasi program pengabdian kepada Masyarakat. Keberhasilan pengabdian kepada masyarakat dilihat dari indikatornya, yaitu bagaimana pemahaman mitra tentang strategi manajemen rantai pasok.

Tabel 1  
Evaluasi Program

Program	Indikator	Kriteria	Instrumen
Penerapan strategi Manajemen Rantai Pasok	Kemampuan mitra dalam menerapkan strategi Manajemen Rantai Pasok	Terjadi perubahan yang positif terhadap kemampuan mitra dalam menerapkan strategi Manajemen Rantai Pasok	Pedoman Wawancara dan Observasi

Partisipasi mitra dalam pengabdian kepada masyarakat berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini, antara lain sebagai penyedia tempat kegiatan pengabdian dan sebagai peserta pengabdian yang mengikuti seluruh kegiatan dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan.

**III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kabupaten Pangandaran terbentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2012 tentang Pembentukan Kabupaten Pangandaran di Provinsi Jawa Barat. Dalam UU tersebut disebutkan bahwa Kabupaten Pangandaran berasal dari sebagian wilayah Kabupaten Ciamis, yang terdiri dari: Kecamatan Parigi, Kecamatan Cijulang, Kecamatan

Cimerak, Kecamatan Cigugur, Kecamatan Langkaplancar, Kecamatan Mangunjaya, Kecamatan Padaherang, Kecamatan Kalipucang, Kecamatan Pangandaran dan Kecamatan Sidamulih. Ibu Kota Kabupaten Pangandaran berkedudukan di Kecamatan Parigi. Dengan potensi yang besar dibidang pariwisata maka misi Kabupaten Pangandaran yaitu “Kabupaten Pangandaran Pada tahun 2025 menjadi kabupaten pariwisata yang berkelas dunia, tempat tinggal yang aman dan nyaman berlandaskan norma agama. Luas wilayah Kabupaten Pangandaran yaitu 168.509 Ha dengan luas laut 67.340 Ha.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan Pada tanggal 12 Maret sampai dengan 2 April 2022 di Desa Kondang Jajar, Kecamatan Cijulang Kabupaten Pangandaran dengan lokasi di UMKM Batik Koja Kabupaten

Batik Koja memiliki makna yang artinya wilayah suatu daerah. "Daerah tempat produksi batiknya kan di Desa Kondang Jajar, Kecamatan Cijulang, Kabupaten Pangandaran. Kodja kata lain dari Kondangjajar", ucap Rusdaya Saleh Hidayat.

Batik Koja memiliki beberapa kendala yang menjadi tantangan dalam persaingan pasar antara lain ketersediaan sumber daya ahli pembatik canting tulis, dan modal pun menjadi permasalahan lainnya, selain itu proses pengeringan dalam produksi batik yang cukup lama karena memerlukan panas sinar matahari untuk proses pengeringan kain yang sudah di cat, selain itu semenjak situasi pandemi omset pemasaran Batik Koja menurun pesat, yang tadinya pesanan batik melimpah, belum lagi penjualan pada saat event batik tradisional yang diadakan oleh pemerintah setempat kini sudah jarang bahkan tidak ada event lagi dikarenakan tidak boleh ada aktifitas kerumunan pada saat pandemi (*social distancing*), dampak pandemi ini sempat membuat industri Batik Koja untuk vakum/tutup dalam waktu beberapa saat. Dalam pemasaran

Pangandaran. Rusdaya Saleh Hidayat perajin sekaligus pemilik Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Batik Koja berhasil menciptakan motif batik ikan marlin yang menjadi batik khas Pangandaran. "Produksi batik yang kami ciptakan di antaranya batik cap, batik tulis, dan kombinasi cap tulis. Sementara ada hampir 50 motif batik dengan ragam corak, paling best seller motif bercorak Ikan Marlin" ucap Rusdaya Saleh Hidayat. Selain itu terdapat pula 10 motif batik khas Pangandaran yang menjadi unggulan diantaranya, motif udang windu, udang samudera, hasil laut Pangandaran, patung marlin, kuda laut, rereng udang, marlin juara, marlin samudera, pakis marlin dan bintang marlin. Beberapa motif batik Koja sudah terdaftar dan memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Kemenkumham RI.

Batik Koja memperoleh pemesanan atau penjualan berdasarkan pemesanan langsung (*by order*), selain itu industri Batik Koja ini kurang dapat memaksimalkan peranan digitalisasi sebagai media pemasaran.

Selain hal tersebut diatas Sampai dengan saat ini kebutuhan bahan baku masih disuplai dari luar Kabupaten Pangandaran. Dari hasil wawancara diperoleh bahwa rantai pasok Batik Koja memiliki struktur yang sederhana, dimana anggota rantai pasok terdiri atas pemasok-pemasok bahan baku batik, produsen Batik Koja, pengecer-engecer lokal Batik Koja dan konsumen akhir. Pemasok bahan baku memenuhi pesanan perusahaan atas pesanan secara periodik maupun permintaan yang bersifat mendadak yang terjadi ketika permintaan produksi batik meningkat. Bahan baku utama yang di pasok adalah kain, baik katun maupun sutera, dan tinta yang dipesan Batik Koja pada perusahaan tekstil berlokasi di Kota Solo, Jogja dan Pekalongan, yang dikirimkan melalui paket kendaraan umum. Adapun bahan baku pendukung untuk produksi dan operasi antara lain

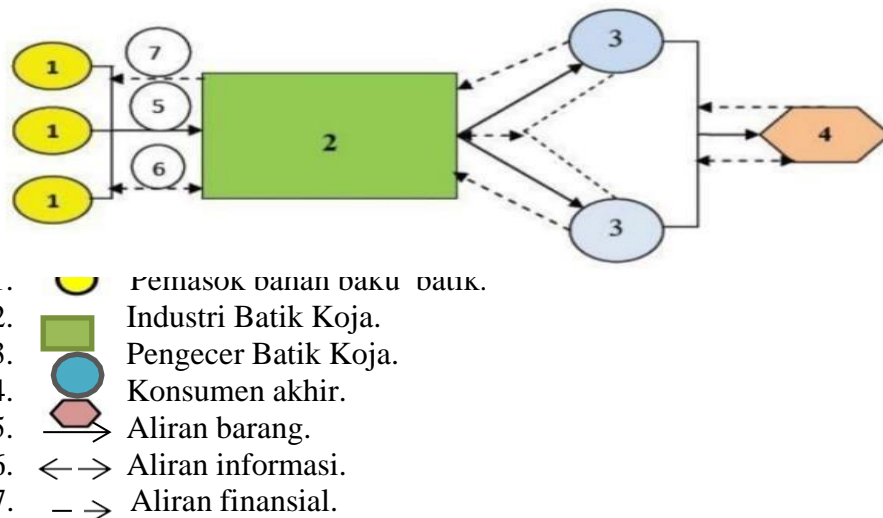
kertas kantung semen, busa karet (sponge), karung, minyak tanah, plastik pembungkus, plastik taplak meja, dan kotak kemasan untuk batik dipesan dan dikirimkan dari daerah Pekalongan.

Berdasarkan pengamatan dilokasi, industri Batik Koja belum optimal melaksanakan Manajemen Rantai Pasok yang baik untuk mencapai efisiensi biaya pada seluruh tahapan sehingga dapat menghemat biaya pengeluaran seminimal mungkin, dapat memprioritaskan keperluan pengeluaran kebutuhan yang dianggap penting. Dengan optimalisasi Manajemen Rantai Pasok yang baik penerapan sistem informasi yang tepat, dapat mendukung kualitas dan produksi perusahaan menjadi lebih baik lagi. Hal tersebut dapat dikerjakan jika, rantai pasokan menyediakan kebutuhan produk

yang murah, bervariasi, dan berkualitas. Maka daripada itu dengan menjalankan Manajemen Rantai Pasok yang berjalan dengan baik dapat menjaga kepuasan konsumen dengan kualitas produk yang baik pula.

Menurut Pujawan, dikutip oleh Amalia (2012) menyatakan biasanya ada tiga macam aliran yang harus dikelola. Pertama adalah aliran barang dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Kedua adalah aliran uang dan sejenisnya dari hilir ke hulu. Ketiga adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir ataupun sebaliknya. Model rantai pasokan Batik Koja terdiri dari pemasok bahan baku, perusahaan, pengecer lokal dan konsumen akhir. Berikut adalah gambar aliran rantai pasok Batik Koja

Gambar 1. Aliran dalam rantai pasokan Batik Koja



Ada tiga hal yang harus dikelola dalam *supply chain* yaitu aliran barang dari hulu

ke hilir contohnya bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik, setelah produksi selesai dikirim ke distributor, pengecer, kemudian ke pemakai akhir. Aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu dan aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya.

Pada industri Batik Koja aliran

rantai pasok dimulai dari pemasok bahan baku. Semua bahan baku batik akan ditampung untuk diolah oleh industri Batik Koja. Alangkah baiknya upaya untuk meningkatkan kualitas produk dalam tahap awal produksi, perusahaan perlu melakukan sortasi terhadap mutu kain dan bahan-bahan lain yang akan digunakan untuk membuat batik. Bila target produksi perusahaan atau permintaan produk batik melebihi kapasitas bahan baku, maka perusahaan akan memesan

dan membeli kembali bahan baku batik kepada pemasok bahan baku. Harga beli bahan baku telah ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara perusahaan dengan pemasok bahan baku. Faktor pemenuhan pesanan menjadi penting untuk membangun kepercayaan konsumen pada industri Batik Koja.

Penyusunan strategi untuk meningkatkan rantai pasok di UMKM Batik Koja perlu lebih difokuskan pada peningkatan kinerja dari indikator alur rantai pasokan Batik Koja, diperlukannya pengendalian kualitas bahan baku dengan cara pemilihan supplier yang memiliki barang murah namun berkualitas, penjadwalan pengiriman untuk memaksimalkan kapasitas produksi, pemilihan rute terpendek untuk pengiriman barang, dan pembuatan jadwal produksi untuk meminimasi konsumsi energi yang akan terkendala jika terjadi tingginya permintaan karena rata-rata pekerja Batik Koja adalah pekerja harian lepas yang tidak tentu jadwal kerjanya, jika berimbas dalam keterlambatan memberikan pelayanan kepada konsumen, secara langsung akan menurunkan kualitas persaingan industri Batik Koja dengan batik lokal lainnya.

Rantai Pasokan (Nugrahanti, et., al., 2014) mampu meningkatkan kinerja kepuasan pelanggan serta dapat menghemat biaya produksi. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kepuasan diartikan sebagai tanggapan konsumen atas kinerja dari suatu produk atau jasa, apakah dapat memenuhi kebutuhan ditambah harapan dan ditambah keinginan.

Maka daripada itu industri Batik Koja perlu menjalankan Manajemen Rantai Pasok dengan baik untuk menghasilkan produk yang berkualitas, yang akhirnya dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Kemajuan strategi Manajemen Rantai Pasok telah menjadi sumber utama pada suatu perusahaan untuk

menghasilkan keuntungan yang baru dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Artinya jika rantai pasok industri Batik Koja berjalan dengan baik, maka dapat mempertahankan kualitas sebagai keunggulan kompetitif. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kepuasan diartikan sebagai tanggapan konsumen atas kinerja dari suatu produk atau jasa, apakah dapat memenuhi kebutuhan ditambah keinginan. Tidak hanya produktivitas untuk menunjang kepuasan konsumen dalam bersaing di pasar tetapi kualitaslah yang dicari oleh konsumen dan menjadi bekal untuk bersaing dipasar, karena konsumen sudah bisa membedakan mana produk yang berkualitas mana yang tidak. Dari situlah tuntutan pelanggan mulai semakin tinggi untuk menghasilkan produk yang berkualitas, karena jika kualitas suatu produk itu bagus atau sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan biaya yang murah maka produktifitaspun akan meningkat dan pastinya keuntungan juga ikut meningkat. secara otomatis jika produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan pelanggan maka akan memenangkan persaingan pangsa pasar.

Pada industri Batik Koja postponement strategy sangat diperlukan untuk menunda beberapa aktivitas dalam supply chain sampai permintaan pelanggan diketahui. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menjaga adanya pembiayaan karena penumpukan barang persediaan dan juga meningkatkan respons terhadap permintaan customer.

Heizer dan Render (2014), menjelaskan bahwa penundaan merupakan suatu aktivitas menunda modifikasi atau kustomisasi produk selama mungkin dalam proses produksi. Maka dengan begitu Industri Batik Koja mampu mengendalikan risiko yang permintaan yang tidak pasti sesuai dengan kondisi pemasaran Batik Koja saat ini. Selain itu industri Batik Koja juga akan dapat mengurangi biaya rantai pasokan dengan menjaga persediaan produk yang

memiliki daya beda, mengurangi tingkat persediaan, meningkatkan keefektifan peramalan, memfasilitasi kustomisasi massal, dan mengurangi waktu siklus produksi.

Upaya penerapan strategi *postponement* pada industri Batik Kojas ini, selain dari penundaan aktifitas pasokan bahan baku untuk menekan biaya persediaan bahan hingga diketahuinya permintaan pelanggan, diperlukan juga analisa informasi akurat mengenai selera pasar mengenai motif dalam pemesanan konsumen, yang tadinya motif batik yang ditawarkan adalah motif yang sudah ada/sudah ditetapkan, kini konsumen dapat me request motif yang di inginkan atau me-mix motif sesuai selera konsumen. Permintaan konsumen atas model dan desain tentunya sangat beragam dan berubah dengan sangat cepat sehingga perusahaan yang tidak dapat mereposisi strategi produksinya tidak akan memiliki keunggulan dalam bersaing

Dalam penerapan strategi *postponement* ini dapat membantu industri Batik Kojas dalam meningkatkan *level of customization* (dengan memberikan penawaran campuran corak/motif khas Pangandaran berupa Ikan Marlin pada konsumen)), pengurangan lead time (waktu tunggu dalam produksi), dan menekan biaya persediaan serendah mungkin. Dengan strategi efisiensi ini, diharap industri Batik Kojas dapat mewujudkan produk yang diminta oleh konsumen secara spesifik sehingga harga jual lebih tinggi tetapi tetap dapat menjaga biaya produksi yang rendah.

#### IV. KESIMPULAN

Dari hasil analisis yang di uraikan di atas, dengan Manajemen Rantai Pasok yang baik perusahaan dimungkinkan peningkatan efektifitas dan efisiensi rantai pasok industri Batik Kojas. Supply chain juga sangat berpengaruh terhadap implementasi strategi Manajemen Rantai Pasok dalam perusahaan yang akan

bersaing. Dari kelola supply chain dengan mengendalikan kualitas yang baik maka akan menciptakan kualitas batik yang baik dan dapat memenuhi kepuasan konsumen. Penerapan dari strategi *postponement* ini dapat memperkecil resiko jumlah bahan yang terbuang atau tidak terpakai, waktu pengerjaan, pembatikan yang rapi, dan mengurangi biaya produksi. Jadi, *postponement strategy* merupakan “win-win solution” yang dapat menguntungkan konsumen dalam hal kepuasan (pelayanan kualitas yang baik karena manajemen rantai pasok yang baik) dan juga produsen meningkatkan profit atau laba perusahaan. Dan diharap Batik Kojas selalu mempunyai perkembangan terhadap produk dengan rancangan produk dalam Manajemen Rantai Pasok untuk menarik para konsumen/ memenangkan persaingan dipasar.

UMKM Batik Kojas di pangandaran mengalami kendala selama masa pandemi, dari mulai workshop yang sempat tutup pada saat pandemi, bantuan modal di pemerintah daerah, proses pembuatan yang lama, begitupun SDM yang ada di Batik Kojas tersebut tidak bisa fokus dalam pembuatan Batik Kojas karena adanya kegiatan lain diluar pembuatan Batik Kojas, serta pemasaran yang belum dapat memaksimalkan manfaat digitalisasi sebagai media pemasaran, terlebih sistem pemasaran/penjualan yang dilakukan industry batik kojas ini hanya melalui offline ataupun hanya pemesanan dari instansi

Perlu dilakukan pelatihan *e-commerce* untuk membantu mengatasi permasalahan dalam penjualan atau pemasaran pada batik kojas, bukan hanya pelatihan tentang aplikasi pemasaran, SDM juga perlu dilakukan pelatihan dan pengembangan tentang bagaimana cara pembuatan batik sehingga menjadi keahlian yang benar-benar karena dalam proses pembuatan diperlukan ketelitian dan kesabaran. Selain itu harapan kepada pemerintah daerah setempat untuk turut

serta membantu dan terus mengembangkan UMKM agar dapat Meningkatkan perekonomian para UMKM di pangandaran.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun material. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Kepala Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Pangandaran
2. Bapak Rusdaya Saleh Hidayat perajin sekaligus pemilik UMKM Batik Koja

### DAFTAR PUSTAKA

#### Buku

- Assauri, S. (2017). *Manajemen Operasi Produksi*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Hieze, J. (2014). *Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management*. England: Person Education.
- Kotler, P. a. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

#### Disertasi/Tesis/Skripsi

- Ariani. (2013). *Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada IKM Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat)*. Semarang: Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Satyanegara, D. (2012). *Analisis Manajemen Rantai Pasok Pada Industri Batik Banten*. . Bogor: Tesis. Intitut Pertanian.

#### Jurnal

- Nugrahanti, F. W. (2014). Analisa Perancangan Sistem Informasi Manajemen Rantai Pasok Pada Perusahaan Pembuat Peralatan Tambang. *Jurnal Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi*.
- Pongoh, M. A. (2016). Analisis Penerapan Manajemen Rantai Pasokan Pabrik Gula Aren Masarang. *EMBA*, vol 4, no 3.
- Satyanegara, D. (2012). *Analisis Manajemen Rantai Pasok Pada Industri Batik Banten*. . Bogor: Tesis. Intitut Pertanian.
- Tjipto, S. I. (2014). Analisis Kinerja Pemasok pada Manajemen Rantai Pasokan Perusahaan Jasa Konstruksi. *Jurnal Manajemen*.
- Widyanto, A. (2012). Peran Supply Chain Management Dalam Sistem Produksi Dan Operasi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 91-98.

#### Undang-undang

- UU. (UU Nomor 21 Tahun 2012 tanggal 16 November 2012). *tentang Pembentukan Kabupaten Pangandaran di Provinsi Jawa Barat*. Jakarta, 2012.: Indonesia.

#### Website

- Detik.com, d. j. (t.thn.). *Batik Koja Pangandaran*. Kabupaten Pangandaran, Diakses pada 31 Maret 2022, dari: <https://www.detik.com/jabar/budaya/d-5957902/batik-kodja-pangandaran-arti-filosofi-di-balik-motif-ikan-marlin..>
- kwriu.kemendikbud.go.id. (2017). *UNESCO akui batik sebagai warisan dunia asal Indonesia*. Jakarta, Diakses pada 31 Maret 2022, dari: <https://www.google.com/search?q=scm+adalah&oq=scm+&aqs=chrome.1.69i57j0i433i512j0i51215j69i60.4522j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>.