

**SUPPLY CHAIN USAHA KECIL MENENGAH  
(STUDI KASUS INDUSTRI BATIK TULIS LASEM KABUPATEN REMBANG)**

**Muhammad Tahwin**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 'YPPI' Rembang  
E-mail: tahwinm@yahoo.co.id

**Dian Ayu Liana Dewi**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 'YPPI' Rembang  
E-mail: Dayu.liwi@yahoo.com

**A. Aviv Mahmudi**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 'YPPI' Rembang  
E-mail: viva\_77@yahoo.co.id

**Abstract**

*Small and medium size enterprises are the enterprise sectors that have significant contributions for economic development. Generally, small enterprises face many problems in their developments. One of the problem is supply chain management. Supply chain management concerns with the management in getting basic commodity from the suppliers through the factories and storerooms until the products reach the consumers. This problem is also faced by Batik Lasem Industry. The problems faced are the difficulty in getting basic commodity, low abilities in marketing the products and make marketable products from input to output (supply chain problem). This research aim is to find the efficient supply chain model for Batik Lasem Industry. The data analysis used is qualitative approach. The analysis is carried out by supply chain component (supplier, factory, distributor and consumers) which is categorized into supply chain cycles. From the result of focus group discussion concluded that supply chain model applied by Batik Tulis Lasem Industry is model of basic commodity supply and product distribution without agents, model of basic commodity supply with agents and product distribution without agents, model of basic commodity supply without agents and product distribution with agents, and basic commodity supply and distribution model with agents. The Implication of this research result is the importance of supply chain model testing so developing of Batik Tulis Lasem Industry can carried out with effective and efficient model.*

**Key words:** *supply chain, agent, Batik Lasem.*

## **PENDAHULUAN**

Salah satu usaha kecil yang saat ini sedang berkembang di Kabupaten Rembang adalah industri Batik Tulis Lasem. Pada tahun 2013 nilai total transaksi penjualan Batik Tulis Lasem mencapai ratusan juta rupiah per bulan (Ignacia; 2013). Sementara untuk produksi rata-rata tiap bulan pada tahun 2014 mencapai 9.150 potong dengan menyerap tenaga kerja sekitar 978 orang (Tahwin, 2013). Meskipun secara ekonomi industri Batik Tulis Lasem mempunyai kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, namun dalam perkembangannya masih menghadapi berbagai permasalahan. Hasil penelitian Tahwin (2013) permasalahan yang dihadapi Batik Tulis Lasem adalah keterbatasan akses bahan baku serta belum memiliki kemampuan yang baik dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Di sisi yang lain industri batik juga menghadapi

permasalahan produksi yaitu membuat produk yang dihasilkan adalah produk yang *marketable* dari tahapan input, proses sampai ke output (permasalahan *supply chain*).

Dengan melihat sumbangan industri batik yang cukup signifikan terhadap perekonomian tersebut namun juga masih menghadapi permasalahan, maka semakin menguatkan perlunya kekuatan daya saing yang akan memberikan *competitive advantage* pada keberadaan industri tersebut. Untuk meningkatkan daya saing pada industri batik, diperlukan adanya pengelolaan, baik secara internal ataupun eksternal perusahaan. Hubungan antara *supplier*, *customer* dan perusahaan, harus dikelola dengan baik. *Supplier* juga harus ikut bertanggung jawab terhadap kualitas produk, serta distribusi produk dari hulu ke hilir tepat pada waktunya sampai ke pengguna akhir. Konsep hubungan *supplier*,

perusahaan dan *customer* tersebut dikenal dengan *supply chain management*.

Konsep dasar dari *supply chain management* adalah pengelolaan terhadap arus bahan baku dari *supplier* sampai akhir melewati pabrikasi dan gudang. Sehingga jika *supply chain* diterapkan dalam usaha kecil maka akan dapat memperbaiki cara-cara perusahaan dalam menyediakan produk yang dijual kepada konsumen.

Berdasarkan pada lingkup permasalahan yang telah diuraikan, sangat tepat dilakukan kajian untuk menjawab permasalahan tersebut dengan cara melakukan pemilihan model *supply chain* yang efisien. *Supply chain* yang efisien akan menjaga pola hubungan industri mulai dari *supplier*, manufaktur (perusahaan), distribusi, serta konsumen, sehingga produk yang dihasilkan dapat didistribusikan dengan jumlah yang tepat, pada tujuan yang tepat, dengan biaya yang minimal serta memenuhi harapan *customer*. Maka dalam penelitian ini dilakukan penelitian untuk menemukan model *supply chain* yang efisien dan sesuai dengan karakteristik industri Batik Tulis Lasem

## KAJIAN LITERATURE

### Usaha Kecil Menengah dan Permasalahan yang Dihadapi

Badan Pusat Statistik (BPS) mengklasifikasikan industri kecil berdasarkan jumlah pekerjanya yaitu:

- 1) Industri rumah tangga dengan pekerja 1- 4 orang.
- 2) Industri kecil dengan jumlah pekerja 5-19 orang.
- 3) Industri menengah pekerja adalah sebanyak 20-99 orang.
- 4) Industri besar dengan jumlah pekerja sebanyak 100 orang atau lebih.

Sementara itu menurut Sujadi (143; 2008) permasalahan inti yang terjadi pada usaha kecil antara lain:

- 1) Adanya kesenjangan kebutuhan dan kemampuan pasokan bahan baku.
- 2) Rendahnya tingkat efisiensi dan produktivitas.
- 3) Lemahnya jaringan kerjasama (*networking*) industri hulu-hilir dengan industri kecil, menengah dan besar.

### Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran pada dasarnya adalah aliran barang dari produsen sampai pada konsumen akhir dengan melalui lembaga

pemasaran. Secara umum dalam pemasaran terdapat dua macam perantara yaitu agen dan pedagang (Lubis, 2004). Perantara pedagang adalah pihak-pihak yang mempunyai tanggung jawab kepemilikan terhadap semua barang yang dipasarkan. Termasuk dalam kategori perantara pedagang adalah pedagang besar (*wholesaler*) dan pengecer (*retailer*). Agen adalah lembaga yang melaksanakan kegiatan perdagangan dengan memberikan dan menyediakan jasa-jasa maupun fungsi khusus berhubungan dengan penjualan serta distribusi barang, tetapi tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan.

### Saluran Perantara

Penjualan barang yang ditujukan untuk pasar konsumen pada dasarnya dijual melalui perantara, dengan tujuan menekan biaya pencapaian pasar. Dalam penyaluran barang terdapat lima jenis saluran yaitu (Lubis, 2004):

- 1) Produsen – Konsumen  
Bentuk saluran produsen – konsumen merupakan saluran distribusi yang terpendek karena tidak melalui perantara dalam distribusi produk sehingga disebut distribusi langsung.
- 2) Produsen – Pengecer – Konsumen  
Pada saluran distribusi ini, pengecer besar secara langsung melakukan pembelian produk kepada produsen untuk dijual pada konsumen akhir.
- 3) Produsen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen  
Merupakan saluran distribusi yang dikenal dengan saluran distribusi tradisional. Dalam saluran ini produsen melayani penjualan pada pedagang besar dalam jumlah yang besar, dan tidak melayani pembelian secara eceran.
- 4) Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen  
Dalam saluran distribusi ini dilaksanakan oleh produsen dengan cara memilih agen sebagai penyalur untuk menjalankan kegiatan perdagangan besar dengan sasaran penjualan yang ditujukan kepada para pengecer besar.
- 5) Produsen – Agen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen  
Dalam saluran distribusi ini, produsen hanya menggunakan agen perantara untuk menyalurkan barang kepada

pedagang besar untuk dijual kepada pengecer.

### Jumlah Tingkat Saluran Pemasaran

Perantara yang menjalankan pekerjaan untuk mengalihkan produk dan kepemilikannya agar lebih mendekati pembeli akhir disebut sebagai tingkat saluran. Tingkat saluran dalam pemasaran terbagi dalam saluran tingkat nol, saluran tingkat satu, saluran tingkat dua dan saluran tingkat tiga (Abdullah, 2012).

- 1) Saluran tingkat nol  
Saluran tingkat nol juga sering disebut sebagai saluran pemasaran langsung terdiri dari produsen yang menjual secara langsung ke pelanggan akhir.
- 2) Saluran tingkat satu  
Saluran pemasaran tingkat satu merupakan saluran pemasaran yang terdiri dari satu perantara penjualan seperti pengecer (*retailer*).
- 3) Saluran tingkat dua  
Saluran pemasaran tingkat dua terdiri dari dua perantara yaitu pedagang besar (*wholesaler*) dan pengecer (*retailer*).
- 4) Saluran tingkat tiga  
Saluran pemasaran tingkat tiga terdiri dari tiga perantara yaitu pedagang besar (*wholesaler*), grosir serta pengecer (*retailer*) kecil.

### Jumlah Perantara

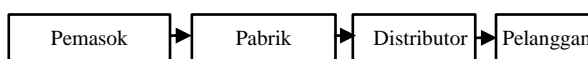
Dalam menentukan jumlah penyalur, produsen dihadapkan dengan tiga alternatif (Swasta dalam Prasetyo, 2008) yaitu:

- 1) Distribusi intensif  
Distribusi intensif dilakukan oleh produsen yang menjual barang konvinien. Produsen berusaha menggunakan penyalur, terutama pengecer sebanyak-banyaknya untuk mendekati dan mencapai konsumen.
- 2) Distribusi Selektif  
Produsen berusaha memilih jumlah pedagang besar atau pengecer yang terbatas dalam suatu daerah geografis. Biasanya saluran ini dipakai untuk memasarkan produk baru, barang *shopping* atau barang spesial dan barang industri jenis *accessory equipment*.
- 3) Distribusi Eksklusif

Produsen hanya menggunakan satu pedagang besar atau pengecer di suatu daerah pasar tertentu. Distribusi ini biasanya dipakai untuk barang-barang yang membutuhkan *service* purna jual.

### Pengertian *Supply Chain Management*

*Supply chain* merupakan rangkaian hubungan diantara perusahaan serta aktivitas untuk penyaluran pasokan barang atau jasa dari tempat asal sampai pada pembeli atau konsumen akhir (Indrajit, 62;2005). Secara sederhana, terdapat empat komponen atau pelaku utama dalam aktivitas *supply chain*, yaitu *supplier* (pemasok), perusahaan (pabrik), distributor, dan *customer* (pelanggan). Hubungan mata rantai *supply chain* tersebut dapat digambarkan sebagaimana Gambar 1 (Soebagiyo, 193; 2008).



Gambar 1 Rantai *Supply Chain management*

Berdasarkan pada Gambar 1, *supply chain management* merupakan perluasan serta pengembangan dari konsep manajemen logistik. Perkembangan *supply chain management* tidak hanya menyangkut arus produk, tetapi juga menyangkut hal-hal lain yang sangat diperlukan oleh konsumen seperti pengembangan produk, jaminan mutu produk, *packaging*, layanan pasca jual serta layanan informasi (Indrajit, 62; 2005). Sehingga menurut Rahmasari (2011) ukuran performansi *supply chain management* dapat dilihat kualitas (tingkat kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, ketepatan waktu), waktu (total *replenishment time* dan *businee cycle time*), biaya (total *delivered cost* dan efisiensi nilai tambah) serta fleksibilitas (jumlah maupun spesifikasi).

### Manfaat *Supply Chain Management*

Secara umum penerapan konsep *supply chain management* usaha kecil akan memberikan manfaat langsung baik secara fisik maupun sebagai mediasi pasar (Soekesi, 210; 2010). Manfaat *Supply chain management* secara fisik adalah dapat mengkonversi bahan baku menjadi produk jadi serta mengantarkan kepada pelanggan maupun konsumen akhir. Adapun sebagai mediasi pasar, *Supply chain management* akan bermanfaat dengan dapat memastikan apa yang dipasok oleh rantai *supply*

mencerminkan keinginan pelanggan atau konsumen akhir.

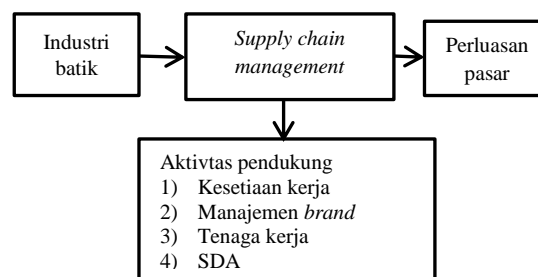
### Konsep Dalam Supply Chain Management

*Supply chain management* merupakan konsep baru dalam memandang persoalan logistik. *Supply chain* merupakan rantai pengadaan barang dan jasa kepada konsumen akhir dalam rangka menjamin ketersediaan material dan meminimalkan biaya. Dalam kegiatan rantai pasokan ini terdapat beberapa pelaku utama yaitu perusahaan atau pihak dengan kepentingan yang sama dalam *supply chain* (Indrajit, 2006):

- 1) *Supplier*  
*Supplier* merupakan rantai awal pada *supply chain*, yaitu pihak yang menyediakan bahan baku pertama.
- 2) *Manufacturer* (Pabrik)  
*Manufacturer* merupakan tempat untuk melaksanakan kegiatan produksi dari bahan baku sampai menjadi barang jadi.
- 3) *Distribution*  
Dalam tahap *distribusi* ini produk yang sudah dihasilkan oleh perusahaan disalurkan kepada konsumen akhir dengan melalui jasa distributor atau *wholesaler* yang merupakan pedagang besar.
- 4) *Customer*  
*Customer* merupakan konsumen atau pelanggan sebagai mata rantai terakhir dalam *supply chain* sebagai *end-user*.

### Penerapan Supply Chain Management

Pada penelitian ini pengujian model dilakukan terhadap *supply chain* untuk penyediaan barang. Dimulai dari pemesanan bahan baku sampai pada produk akhir yang digunakan oleh konsumen. Dalam rantai pasok industri manufaktur aliran bahan mentah mengalir dari pemasok sebagai input untuk proses manufaktur. Adapun aktivitas pendukung dalam rantai pasokan terdiri dari empat aktivitas yaitu kesetiaan kerja, manajemen *brand*, tenaga kerja yang banyak serta SDA (Soebagiyo, 193; 2008). Secara skematis penerapan *supply chain management* adalah sebagaimana Gambar 2.



Gambar 2. Penerapan *Supply Chain Management*

### Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan untuk mengidentifikasi model dalam upaya pengembangan usaha kecil. Soebagiyo (2008) dalam penelitiannya menemukan bahwa idealnya dalam sebuah industri pembatikan yang berdaya saing tinggi maka komponen dalam *supply chain management* harus dikontrol.

Mahbubah (2008) juga melakukan kajian tentang konfigurasi model *supply chain* pada usaha kecil menengah. Hasil kajiannya menemukan antara lain pola konfigurasi sistem *supply chain* perusahaan sarung tenun ATBM serta perancangan *software* untuk pemetaan *supply chain*.

Penelitian tentang model *supply chain* juga dilakukan Retnawati (2009) yang mengambil studi kasus pada Kampong Batik Laweyan Surakarta. Hasil temuannya terdapat empat variasi model yang secara umum diterapkan di Cluster Kampong Batik Laweyan yaitu: model pasokan dan distribusi tanpa perantara, model pasokan bahan baku dengan perantara dan distribusi tanpa perantara, model pasokan tanpa perantara dan distribusi dengan perantara, model pasokan bahan baku dengan perantara dan distribusi dengan perantara.

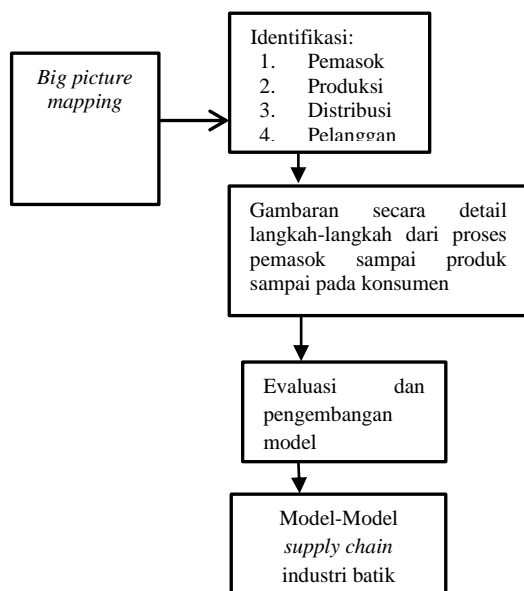
Adapun Rahmasari (2011) melakukan kajian tentang pengaruh *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing pada industri kreatif di Jawa Tengah. Hasilnya adalah adalah praktek *supply chain* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing.

### METODE PENELITIAN

#### Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dan pengembangan (*research and development*) yang dilaksanakan pada industri Batik Tulis Lasem. Melalui *need assessment* dapat diidentifikasi permasalahan yang dihadapi

berkaitan dengan konfigurasi *supply chain*. Hasil identifikasi masalah dan kebutuhan digunakan untuk mendapatkan gambaran proses produksi dari bahan baku batik sampai dengan produk jadi sebagai dasar mengidentifikasi model-model *supply chain* yang telah diterapkan oleh pengusaha Batik Tulis Lasem. Skenario penelitian dimulai dengan kegiatan identifikasi komponen *supply chain* untuk mendapatkan gambaran detail rantai pasokan dari bahan baku sampai produk berada pada konsumen. Langkah selanjutnya adalah merumuskan draf model *supply chain*. Berdasar draf model tersebut kemudian dilaksanakan evaluasi dan pengembangan untuk menetapkan model-model *supply chain* yang diterapkan pada industri Batik Tulis Lasem. Desain penelitian pengembangan model dapat digambarkan sebagaimana Gambar 3.



**Gambar 3. Desain Penelitian**

#### Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek penelitian adalah pengusaha Batik Tulis Lasem di Kabupaten Rembang sebanyak 50 orang.

#### Ruang Lingkup dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan ruang lingkup pada model *supply chain* yang digunakan oleh pengusaha Batik Tulis Lasem.

#### Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner dan wawancara dengan pengusaha Batik Tulis Lasem.

#### Analisis Data

Analisis data pada penelitian tahun pertama ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Analisis dilakukan terhadap komponen *supply chain* yang mencakup pemasok, pabrik, distribusi, dan konsumen. Data kualitatif yang diperoleh melalui instrumen penelitian dikelompokkan dalam siklus-siklus *supply chain* yang mempunyai pola yang sama untuk masing-masing industri Batik Tulis Lasem. Berdasarkan siklus *supply chain* tersebut maka dengan melakukan *focus group discussion* dapat disimpulkan model *supply chain* yang selama ini diterapkan oleh industri Batik Tulis Lasem

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### Profil Umum Batik Tulis Lasem

Produksi kain Batik Lasem mempunyai ciri khas Laseman terutama pada pewarnaannya yaitu warna merah yang secara *cultural* sangat identik dengan budaya Tionghoa, dan warna soga yang didominasi oleh para pengusaha pribumi. Ragam batik tulis yang dikenal dan masih dipakai yaitu kain panjang, sarung, selendang dihan, penutup meja sembayang (*table cover*). Ragam tersebut mengalami perkembangan yang cukup pesat dan mulai dipergunakan untuk membuat kemeja, busana putra-putri, dan busana muslim. Motif Batik Tulis Lasem meliputi gringsing/gunung, ringgit/sisik, sekar jagad, latohan/dapur umum, parang menag/parang rusak, sido mukti, abang biru (bang biru), tiga negeri, empat negeri, kawong, pasiran, es teh, tumpal main, tumpal lereng, latar lereng, latar ireng, kricak/watu pecah dan lainnya.

Kekuatan daya tarik dari Batik Lasem tidak hanya pada pewarnaan yang dominan warna merah dan soga, tetapi juga pada motif, isen-isen, serta memiliki keistimewaan semakin lama dipakai warnanya akan semakin cerah. Proses pembuatannya semua merupakan pekerjaan tangan (*hand made*) yang membutuhkan pengetahuan dan ketrampilan khusus dalam mengerjakannya. Motif batiknya mengandung makna filosofis yang dikerjakan secara manual dan tradisional, sehingga menjadi produk klasik

*originil* yang mempunyai nilai lebih dibanding dengan batik-batik lainnya.

### **Supply Bahan Baku dari Pemasok ke Industri Batik Tulis Lasem**

Sebagian besar pengusaha Batik Tulis Lasem memperoleh pasokan bahan baku kain, pewarna dan pendukung dari luar wilayah Lasem. Dalam memperoleh bahan baku terdapat dua saluran yang dipergunakan oleh pengusaha yaitu melalui perantara atau pengusaha datang langsung pada pemasok yang ada di luar Lasem. Saluran yang melalui perantara biasanya pasokan bahan baku dikirim melalui distributor untuk selanjutnya didistribusikan kepada pengusaha batik yang ada di wilayah Lasem. Dilihat dari aspek kualitas, kemudahan memperoleh bahan baku serta kecukupan dan keberlanjutan pasokan bahan baku, menunjukkan kondisi yang sangat baik sehingga akan dapat menunjang keberlanjutan dan pengembangan usaha. Dinamika yang muncul lebih dikarenakan faktor harga bahan baku yang selalu naik sebagai akibat kenaikan harga BBM ataupun faktor kurs rupiah dengan US\$. Kenaikan harga BBM secara otomatis akan menaikkan biaya transportasi. Sementara perubahan kurs rupiah akan berdampak pada produksi bahan baku yang memang memerlukan terjadinya fleksibilitas penyesuaian harga.

### **Supply Produk dari Pengusaha Batik ke Konsumen**

Pengusaha Batik Tulis Lasem dalam menyalurkan produknya ke konsumen melalui berbagai saluran. Terdapat pengusaha batik yang menyalurkan produknya langsung ke konsumen. Tetapi juga terdapat pengusaha batik yang menyalurkan produknya ke konsumen melalui perantara maupun pedagang lain. Sementara pengusaha yang melakukan penjualan langsung pada konsumen akhir dilakukan melalui penjualan di rumah, *showroom* atau melalui pameran.

Dilihat dari sasaran pembeli produk Batik Tulis Lasem terdapat tiga kelompok yaitu pengusaha batik yang berfokus pada kelompok menengah ke bawah, pengusaha batik yang melayani pembeli kelompok masyarakat menengah ke atas dan pengusaha batik yang melayani pembeli untuk semua kelompok masyarakat.

### **Model Supply Chain Industri Batik Tulis Lasem**

Sebagai usaha kecil menengah, model *supply chain* pada industri batik tulis Lasem tidak serumit sebagaimana pada sebuah perusahaan besar. Proses *supply chain* dimulai dari pasokan bahan baku (termasuk bahan baku pendukung). Produk Batik Tulis Lasem mempunyai jenis bahan baku yang sama yaitu kain mori baik jenis primis maupun sutra. Dalam upaya memperoleh bahan baku, sebagian pengusaha Batik Tulis Lasem memperoleh secara langsung dari *supplier* dan sebagian lagi melalui perantara. Kedua pola tersebut dilakukan karena adanya kepercayaan baik terhadap *supplier* maupun perantara baik dari sisi kualitas maupun ketepatan pengiriman.

Penerapan model *supply chain* yang saat ini digunakan oleh para pengusaha tidak didasarkan atas pertimbangan tertentu. Penerapan model tersebut lebih didasarkan pada kebiasaan dan kemudahan. Kondisi tersebut dapat dilihat dari distribusi produk yang dilakukan selain langsung pada konsumen juga melayani pembelian yang dilakukan dalam partai besar oleh perantara dagang yang kemudian akan dijual kembali kepada konsumen akhir. Selain itu penyaluran produk ke konsumen juga dilakukan dengan melalui perantara. Namun demikian pengusaha juga masih melayani pembeli yang datang langsung. Konsumen yang datang langsung ini adalah masyarakat sekitar atau wisatawan. Hal ini dilakukan untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen.

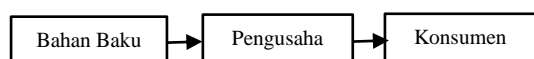
Penggunaan perantara dalam distribusi produk ini lebih dikarenakan luasnya akses pasar yang dimiliki oleh perantara. Selain itu para pengusaha Batik Tulis Lasem menggunakan perantara karena dapat membantu dalam promosi dan mencari konsumen. Dengan adanya perantara maka distribusi produk untuk sampai pada konsumen menjadi tanggung jawab dari perantara. Kondisi tersebut dipicu karena untuk menyalurkan produk ke pasar, dibutuhkan sumber daya yang cukup besar. Penggunaan perantara ini khususnya untuk daerah pemasaran diluar Kabupaten Rembang.

Penggunaan perantara dalam distribusi produk digunakan oleh pengusaha Batik Tulis Lasem juga karena pertimbangan

permintaan produk. Sebagian daerah kondisi pemasaran maupun penjualan produk kurang menguntungkan apabila dilaksanakan sendiri. Permintaan yang masih rendah serta mahalnya biaya transportasi menjadikan alasan digunakannya perantara dalam distribusi produk.

#### **Model pasokan bahan baku dan distribusi produk tanpa perantara.**

Model pertama *supply chain* pada industri Batik Tulis Lasem adalah model pasokan bahan baku dan distribusi produk tanpa melalui perantara sebagaimana Gambar 4.



Gambar 4. Model Pertama *Supply Chain* Industri Batik Tulis Lasem.

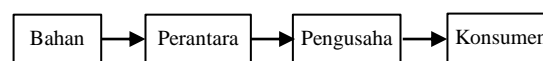
Pada model pertama ini pasokan bahan baku dilaksanakan sendiri pengusaha tanpa melalui perantara. Penyedia bahan baku pertama ini merupakan *supplier*. *Supplier* ini merupakan sumber yang menyediakan bahan baku pertama, di mana mata rantai pasokan dimulai. Bahan baku ini terdiri dari kain, bahan pewarna serta bahan pendukung lain seperti canting dan malam. Rantai pasokan bahan baku dalam model pertama ini pengusaha datang ke langsung ke *supplier* dengan tujuan untuk mendapatkan harga yang lebih murah dan dapat memilih kualitas seperti yang diinginkan. Adapun untuk pengambilan bahan pendukung secara langsung karena sudah menjadi kebiasaan sehingga terbentuk pola kemitraan dengan mendapat berbagai kemudahan baik dari sistem pembayaran maupun jumlah pesanan.

Distribusi produk pada model pertama menggunakan distribusi pendek atau distribusi langsung karena tidak menggunakan perantara. Konsumen batik untuk model *supply chain* pertama ini sebagian besar adalah masyarakat kelas menengah ke bawah. Dalam model *supply chain* pertama ini pengusaha menjual produk yang dihasilkan melalui *showroom*, melalui pameran atau konsumen datang langsung ke produsen. Dengan demikian apabila dilihat dari jumlah tingkat saluran, maka saluran pemasaran pada model pertama ini termasuk dalam saluran tingkat nol yaitu produsen menjual secara langsung pada konsumen akhir. Adapun wilayah pemasaran para

pengusaha yang menggunakan model pertama adalah pasar regional.

#### **Model pasokan bahan baku dengan perantara dan distribusi produk produk tanpa perantara.**

Model kedua *supply chain* pada industri Batik Tulis Lasem adalah model pasokan bahan baku dengan perantara dan distribusi produk tanpa melalui perantara sebagaimana Gambar 5.



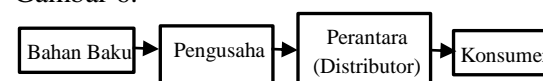
Gambar. 5. Model Kedua *Supply Chain* Industri Batik Tulis Lasem

Pada model kedua ini pasokan bahan baku baik kain, pewarna maupun bahan pendukung melalui pedagang perantara. Hal tersebut dilakukan oleh pengusaha Batik Tulis Lasem dikarenakan sudah menjadi kebiasaan dan terjalin hubungan yang baik antara pengusaha dengan perantara. Faktor kepercayaan dan keberlanjutan hubungan membuat model ini dapat berjalan dengan baik. Bahan baku tersebut berasal dari luar kota dengan waktu pengiriman kurang-lebih tiga hari. Besarnya kepercayaan para pengusaha kepada perantara menjadikan dalam proses rantai pasokan ini tidak ada jaminan bahwa barang dikirim tepat waktu dan kualitas.

Adapun untuk distribusi produk pada model kedua, saluran distribusi yang digunakan seperti pada model pertama yaitu distribusi pendek atau distribusi langsung karena tidak menggunakan perantara. Konsumen batik untuk model *supply chain* kedua ini adalah masyarakat menengah ke bawah. Adapun wilayah pemasaran para pengusaha yang menggunakan model kedua adalah pasar regional.

#### **Model pasokan bahan baku tanpa perantara dan distribusi produk dengan perantara.**

Model ketiga *supply chain* pada industri batik tulis Lasem adalah model pasokan bahan baku tanpa perantara dan distribusi produk melalui perantara sebagaimana Gambar 6.



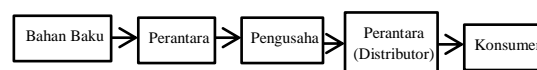
Gambar. 6. Model Ketiga *Supply Chain* Industri Batik Tulis Lasem

Pada model ketiga ini pasokan bahan baku dilaksanakan sendiri pengusaha tanpa melalui perantara sebagaimana pada model pertama. Bahan baku baik kain, pewarna maupun bahan pendukung berasal dari luar kota. Pengambilan bahan baku langsung dari *supplier* hanya berdasar kebiasaan yang selama ini telah dilakukan. Kondisi tersebut telah terbentuk sekian lama sehingga menjadi interaksi yang baik antara pengusaha dan *supplier*. Adanya interaksi dan relasi yang terjalin menimbulkan kepercayaan dalam rantai pasokan ini.

Adapun untuk distribusi produk pada model ketiga, saluran distribusi yang digunakan melewati tahapan perantara. Pada saluran ini, pengusaha menjual atau menitipkan produknya pada pedagang perantara untuk selanjutnya dijual pada konsumen akhir. Beberapa pedagang perantara ini juga merupakan *supplier* bahan baku. Dengan demikian pola kemitraan yang terjalin dapat dilakukan dengan saling menukar antara bahan baku dengan produk batik tulis. Apabila dilihat dari jumlah tingkat saluran pemasaran, maka saluran pemasaran pada model ketiga ini termasuk dalam saluran tingkat satu yaitu saluran pemasaran yang terdiri dari satu perantara penjualan. Sedangkan jika dilihat dari jumlah perantara maka pada model ketiga ini distribusi produk yang dilaksanakan oleh pengusaha masuk dalam distribusi intensif dan selektif. Dalam distribusi intensif ini pengusaha menjual produknya menggunakan perantara atau penyalur sebanyak-banyaknya untuk mendekati dan mencapai konsumen. Sedangkan sebagian pengusaha menggunakan distribusi selektif karena lebih memilih jumlah perantara yang terbatas dalam suatu daerah geografis. Pengusaha Batik Tulis Lasem yang menggunakan model ketiga ini sudah banyak yang melayani konsumen masyarakat menengah ke atas.

#### **Model pasokan bahan baku dengan perantara dan distribusi produk dengan perantara.**

Model keempat *supply chain* pada industri batik tulis Lasem adalah model pasokan bahan baku dengan perantara dan distribusi produk melalui perantara sebagaimana Gambar 7.



Gambar. 7. Model Keempat *Supply Chain* Industri Batik Tulis Lasem

Pada model keempat ini pasokan bahan baku baik kain, pewarna maupun bahan pendukung melalui pedagang perantara seperti pada model kedua. Sebagaimana pada model kedua, pada model *supply chain* yang ke empat ini juga sangat dipengaruhi faktor kepercayaan antara pengusaha dan perantara. Bahan baku tersebut berasal dari luar kota dengan waktu pengiriman kurang-lebih tiga hari.

Adapun distribusi produk pada model ke empat adalah saluran distribusi seperti pada model ketiga yaitu saluran distribusi yang dengan menggunakan perantara. Pengusaha yang menggunakan model *supply chain* keempat ini hampir seluruhnya melayani konsumen menengah ke bawah.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa variasi model *supply chain* yang digunakan pada industri Batik Tulis Lasem. Variasi tersebut berkaitan dengan rantai pasokan dalam perolehan bahan baku serta proses distribusi produk. Adapun model *supply chain* yang diterapkan oleh para pengusaha Batik Tulis Lasem adalah:

- 1) Model pasokan bahan baku dan distribusi produk tanpa perantara.
- 2) Model pasokan bahan baku dengan perantara dan distribusi produk produk tanpa perantara.
- 3) Model pasokan bahan baku tanpa perantara dan distribusi produk dengan perantara.
- 4) Model pasokan bahan baku dengan perantara dan distribusi produk dengan perantara.

##### **Saran**

- 1) Perlunya dilakukan pembuatan model *supply chain* yang sesuai dengan karakteristik industri Batik Tulis Lasem.
- 2) Perlunya pengujian model *supply chain* sehingga pengembangan industri Batik Tulis Lasem dapat dilaksanakan dengan model yang efektif dan efisien.



- 3) Perlunya dukungan dan pembinaan dari pemerintah daerah dalam pengembangan industri Batik Tulis Lasem.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

- 1) Ditjen Dikti yang telah memberi kesempatan dan mendanai penelitian Hibah Bersaing Tahun 2015 ini dengan judul ‘Supply Chain Sebagai Model Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Industri Batik Tulis Lasem Kab. Rembang)’.
- 2) Kopertis Wilayah VI Jawa Tengah yang telah memberikan bantuan dan

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- BPS. 2007. *Jawa Tengah Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik. BPS Semarang.
- Binarsih, S.R. Rahayu, E.S. Bisri, S.R. Wibowo, M. 2013. Bisnis Internasional Bagi Pengusaha Di Kampung Batik Laweyan. *Prosiding Seminar Nasional Menuju Masyarakat Madani dan Lestari*. Dppm.uui.ac.id. Hal 101-110.
- Indrajit, R.E. Djokopranoto, R. 2005. *Strategi Manajemen Pembelian dan Supply Chain*. Penerbit. PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- , 2006. *Konsep Manajemen Supply Chain: Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang*. Penerbit. PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Ignacia, Zerlina. Aristarchus PK. Margana. 2013. Perancangan Buku Tentang Batik Tulis Lasem. *Student journal.petra.ac.id*. Hal 1-11.
- Liong, K.H. 2007, Batik Lasem: Refleksi Sejarah, Dimensi Multikultur dan
- Probowati, A. 2011. Strategi Pemilihan Supplier Dalam Supply Chain Management Pada Bisnis Ritel. *SEGMENT Jurnal Manajemen dan Bisnis*. No. 1. Januari. FE-Universitas Muhammadiyah Purworejo. Hal 65-82.
- Rahmana, A. Iriani, Y. Oktarina, R. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah
- Retnawati, B.B. Soekesi, A.E. 2009. Laporan Penelitian Hibah Bersaing Model *Supply Chain* Produk Usaha Kecil (Studi Kasus Pada Kampoeng Batik Laweyan Surakarta). Universitas Katolik Soegijapranata. *Eprints.unika.ac.id*.

dorongan sehingga penelitian terlaksana dengan baik.

- 3) Pusat Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat STIE ‘YPMI’ Rembang yang telah memberi kesempatan untuk melaksanakan penelitian ini.
- 4) Kantor Kesbangpolnmas dan FEDEP Kabupaten Rembang yang telah memberikan ijin penelitian.
- 5) Pengusaha Batik Tulis Lasem yang telah memberikan data dan informasi sehingga penelitian dapat terlaksana dengan baik.

Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Rembang, Propinsi Jawa Tengah, *Majalah KANURI*, Vol. 1, No. 1, Januari, Institut Pluralisme Indonesia (IPI), Jakarta. Hal 45-55.

- Kuncoro, M. 2008. Usaha Kecil Di Indonesia: Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan. *Sintak.unika.ac.id*. Hal 1-19.
- Lubis, A.N. 2004. Peranan Saluran Distribusi Dalam Pemasaran Produk Dan Jasa. *E-USU Repository.library.USU.ac.id*. Hal 1-14.
- Mahbubah, N.A. Suhartini. 2008. Aplikasi Teknologi Informasi Berbasis Konfigurasi Model Supply Chain pada Usaha Kecil Menengah. *Seminar Nasional Aplikasi Sains dan Teknologi*. IST AKPRIND Yogyakarta. *Akprind.ac.id*. Hal 91-99.
- Prasetyo, S.B. 2008. Analisis Efisiensi Distribusi Pemasaran Produk Dengan Metode Data Envelopment Analysis (DEA). *Jurnal Penelitian Ilmu Teknik* Vol. 8. No. 2. *Core.kmi.open.ac.uk*. Hal 120-12
- Sektor Industri Pengolahan. *Umm\_scientific\_journal*. Hal 14-21.
- Rahmasari, L. 2011. Pengaruh Supply Chain Terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah). *Majalah Ilmiah INFORMATIKA*. Vol. 2 No. 3, September 2011. Hal 89-103
- Soebagiyo, D. 2008. Analisis Kompetensi Produk Unggulan Daerah Pada Batik Tulis dan Cap Solo Di DATI II Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 9, No. 2, Desember. *ums.ac.id*. Hal 184-197.

- Sujadi, Priyono, E. Fereshti N.D. 2008. Membangun Sinergi Bagi Pengembangan Produk UKM Berbasis Ekspor DI Klaster UKM, Serenan, Klaten. *Seminar Nasional Aplikasi Sains dan Teknologi*. IST AKPRIND Yogyakarta. Repository.akprind.ac.id. Hal 142-151.
- Sartika, I. 2009. Pengembangan Model Rantai Pasok Produk Mudah Rusak dengan Mempertimbangkan Kualitas. Ipdn.ac.id. Hal 1-20.
- Soekesi, A.E.M. Retnawati, B.B. 2010. Model *Supply Chain* Produk Usaha Tambunan, T. 2005. Promoting Small and Medium Enterprises with a clustering Approach: A Policy Experience from Indonesia. *Journal of Small Business Management*, Vol. 43 No. 2. Hal 138-154.
- Tahwin, M. Mahmudi. A. 2013. *Mengukur Probabilitas Industri Batik Tulis Lasem Berorientasi Ekspor*. Laporan Akhir Penelitian Dosen Pemula. P3M. STIE 'YPPI' Rembang. Tidak dipublikasikan.
- , 2013. Mengukur Probabilitas Industri Batik Tulis Lasem Berorientasi Ekspor. Kecil (Studi Kasus Pada Kampoeng Batik Laweyan Surakarta). *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*. Vol. 6 No. 2. November. Kopertis VI Jawa Tengah. Hal 210-220.
- Sudantoko, J. 2010. *Pemberdayaan Industri Batik Skala Kecil di Jawa Tengah (Studi Kasus di Kabupaten dan Kota Pekalongan)*. Disertasi. undip.ac.id.
- Soekesi, A.E.M. 2013. Karakteristik UKM Batik Pada Klaster Batik Di Jawa Tengah. *Seri Kajian Ilmiah*, Vol. 15.No.1 Januari 2013. Hal 63-70.
- Jurnal: Fokus Ekonomi*. Vol. 8, No. 2 Desember STIEPENA Semarang. Hal 42-51.
- Widayati, E.P. 2012. Analisis Fleksibilitas Supply Chain Perusahaan Rokok PR Lee Choir di Sidoarjo. *Jurnal Tekmapro*. Ejournal.upnjatim.ac.id. Hal1-13.
- Yusuf, M. 2009. Pendekatan Analytic Hierarchy Process dan Goal Programming untuk Menentukan Model Pemasok. *Jurnal Teknologi*. Vol 2.No. 2. Desember. repository.akprind.ac.id. Hal 137-142.