

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan lingkungan menjadi suatu isu yang kerap diperbincangkan di dunia. Tingkat kepedulian masyarakat dunia terkait permasalahan lingkungan hidup semakin hari semakin meningkat (Waskito dan Harsono, 2011). Masyarakat cenderung berfikir bagaimana pada era globalisasi dapat menjadi masyarakat yang dinamis, terus berubah demi menghadapi berbagai permasalahan agar bisa maju dan berkembang namun tetap memperhatikan masalah lingkungan (Waskito dan Harsono, 2011). Begitu pula dengan dunia perindustrian, permasalahan lingkungan yang besar dan telah menjadi isu dunia mendorong perusahaan untuk bijak dalam menjalankan industrinya.

Era globalisasi mau tidak mau telah membuat atmosfer perdagangan semakin ketat dan kompetitif. Masing – masing perusahaan dituntut untuk menjadi perusahaan yang dapat unggul dan dapat menang menghadapi persaingan dengan perusahaan lain (Amanah, 2010). Untuk dapat unggul banyak perusahaan di dunia telah menerapkan proses bisnis pada rantai pasok dari hulu ke hilir dengan ditambahkan aspek lingkungan, sehingga dapat melangkah maju bersaing menawarkan produk ramah lingkungan yang tidak kalah kualitasnya dengan

produk biasa, selanjutnya produk ramah lingkungan menjadi produk yang patut diperhitungkan dalam bidang industry (Van dan Erasmus, 2000).

Mengonsumsi produk ramah lingkungan menjadi tren tersendiri dikalangan konsumen. Menurut survey yang dilakukan oleh WWF- Indonesia dan Nielsen, 2017, didapatkan hasil sebesar 63% konsumen di Indonesia tetap bersedia membeli produk ramah lingkungan meskipun memiliki harga yang lebih tinggi. Konsumen dewasa ini telah sadar untuk mengonsumsi dan membeli barang yang memiliki latar belakang ramah lingkungan. Dari hasil survey oleh WWF – Indonesia dan Nielsen, 2017, terhadap 916 responden yang tersebar di Jakarta, Medan, Surabaya, Denpasar, dan Makassar sebesar 61% responden memiliki rasa tanggung jawab terhadap dampak lingkungan dari aktivitas konsumsi, sebesar 52% memiliki perasaan senang ketika membeli produk ramah lingkungan, sisanya beralasan karena adanya pemanasan global. Hal ini menunjukkan kesiapan pasar dalam membeli produk ramah lingkungan.

Perusahaan manufaktur sepanjang tahun 2015 memiliki kontribusi untuk PDB nasional sebesar Rp 2.097,71 triliun atau sebesar 18,1% (Kementrian RI, 2015). Di Indonesia, jumlah perusahaan manufaktur berjumlah 30.991 perusahaan (BPS, 2017). Pada tahun 2017 Republik Indonesia menjadi produsen kertas terbesar ke-6 di dunia (Kemenperin, 2017). Menurut Kemenperin, 2017, kebutuhan ekspor kertas berjumlah 4,26 juta ton menghasilkan 3,76 miliar dolar Amerika Serikat dengan negara tujuan terbesar yaitu Amerika Serikat, Tiongkok, serta Uni Eropa. Konsumsi kertas di dunia diperkirakan meningkat menjadi 490 juta ton pada tahun 2020 dari 394 juta ton (Kemenperin, 2017).

10 besar negara yang memproduksi kertas di dunia menurut Joyce Chepkemoi, 2017, yaitu China dengan produksi sebesar 111.300, USA dengan produksi sebesar 71.804, Jepang dengan produksi sebesar 26.512, Jerman dengan produksi sebesar 26.512, Kanada dengan produksi sebesar 12.112, Korea Selatan dengan produksi sebesar 11.492, Finlandia dengan produksi sebesar 11.392, Swedia dengan produksi sebesar 11.298, Brazil dengan produksi sebesar 10.159, Indonesia dengan produksi sebesar 10.035 juta ton. adanya produksi kertas juga diikuti dengan banyaknya konsumsi kertas di dunia, berikut ini merupakan jumlah

konsumsi kertas tahun 2014 di setiap wilayah di dunia menurut FAO (Food and Agriculture Organization), 2016, yaitu konsumsi dunia sebesar 398.455, konsumsi Amerika sebesar 76.387, Eropa dengan konsumsi sebesar 92.470, Asia dengan konsumsi sebesar 190.215, Africa dengan konsumsi sebesar 8.124 juta ton.

Kapasitas produksi olahan kertas Indonesia hingga tahun 2018 berjumlah 16 juta ton (Kemenperin, 2018). PT P sendiri menargetkan produksinya sebanyak 84 ton per harinya. PT P merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi kertas coneboard yang berada di Mungkid, Magelang, Jawa Tengah. Sebanyak 80% pelanggan dari PT P merupakan pelanggan dari Indonesia sedangkan 20 % nya merupakan pelanggan dari luar negeri. Menurut Kepala Bagian Produksi PT P, produk kertas dari PT P ini akan di kirimkan ke berbagai perusahaan yang telah menjadi pelanggan, pelanggan PT P merupakan pelanggan yang menggunakan produk PT P untuk diolah kembali. Menurut Kepala Bagian Produksi PT P sebanyak 3% pelanggan PT P telah menerapkan proses bisnis rantai pasok dengan memperhatikan aspek lingkungan, sehingga pelanggan mendorong PT P untuk setiap produknya harus melewati proses bisnis rantai pasok dengan memperhatikan aspek lingkungan, dimulai dari mendapatkan bahan baku, proses produksi, pengangkutan produk ke pelanggan, hingga pembuangan limbah. Namun, PT P belum mengetahui sejauh mana kinerja rantai pasoknya dengan memperhatikan aspek lingkungan. Sehingga keinginan pelanggan untuk mendapatkan produk dari PT P, yaitu produk yang memperhatikan aspek lingkungan belum terpenuhi.

Kemudian dari sisi pesaing, menurut kepala bagian produksi PT P, terdapat perusahaan kertas yaitu pesaing PT P yang telah memperhatikan aspek lingkungan pada proses bisnis rantai pasoknya. Menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2018, terdapat 3 perusahaan kertas yang telah menerapkan aspek lingkungan pada rantai pasoknya. Sehingga sudah semestinya perusahaan produksi kertas PT P mengetahui tentang kinerja rantai pasok produksi kertas dengan memperhatikan aspek lingkungan dalam proses bisnisnya, agar PT P mampu meningkatkan kinerja rantai pasok dengan aspek lingkungan dan mampu setara dengan perusahaan yang telah menerapkan aspek lingkungan pada rantai pasoknya. Sehingga

kebutuhan dan keinginan pelanggan tetap terpenuhi serta tidak kalah bersaing dengan produsen lain.

Salah satu usaha untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain namun tetap memperhatikan aspek lingkungan adalah dengan melakukan *Green Supply Chain Management*. Dimana dalam proses pengelolaan rantai pasoknya dari mulai mendesain produk, memilih pemasok atau *supplier*, material, produksi, hingga distribusi kepada konsumen akan dikaitkan dengan aspek lingkungan (Sundrakani, 2010).

Berdasarkan penelitian Chistina Natalia dan Robertus Astuario, 2015, Demi mewujudkan perusahaan yang *green* dapat dilakukan peningkatan kinerja *green supply chain*. Tujuan dilakukannya pengukuran kinerja rantai pasok yang ramah lingkungan adalah demi meningkatkan kesadaran lingkungan serta mengetahui dampak lingkungan berdasarkan proses produksi dan produk akhir demi menjaga kelestarian lingkungan.

Dalam penelitian Sheetal Soda, et al, 2017, diketahui bahwa tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk menciptakan rantai pasok yang ramah lingkungan melalui GSCM (*Green Supply Chain Management*) demi mengembangkan ekonomi dunia dengan melakukan investigasi dan implementasi GSCM pada industry di India. Penelitian yang dilakukan pada perusahaan listrik di India menghasilkan nilai yang positif pada pengukurannya serta didapatkan pula nilai positif dalam menerapkan aspek ramah lingkungan pada rantai pasok pabrik.

Oleh karena itu upaya demi menciptakan rantai pasok dengan memerhatikan aspek lingkungan sangat diperlukan, sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain. Permasalahan yang diciptakan dalam rantai pasok akan memengaruhi kerja dalam rantai pasok itu sendiri. Menurut kepala bagian produksi PT P sering mengalami komplain dari pelanggan terkait produknya. Pelanggan yang komplain merupakan pelanggan yang telah menerapkan serta memperhatikan aspek lingkungan dalam proses bisnis rantai pasoknya. Sedangkan PT P belum mengetahui sejauh mana kinerja rantai pasoknya dengan aspek lingkungan atau *green supply chain management*. Belum adanya penghitungan kinerja *green*

supply chain management pada perusahaan ini menyebabkan ketidaktahuan perusahaan sudah sejauh mana kinerja GSCM-nya, sehingga diperlukan pengukuran dengan model GSCM. Pengukuran kinerja GSCM dapat mengidentifikasi serta menganalisis dimana letak permasalahan yang ada sehingga perusahaan mampu menyelesaikan masalah tersebut dengan berbagai usulan perbaikan, kemudian PT P akan mengetahui sejauh mana nilai kinerja *green supply chain management* - nya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, untuk dapat melakukan pengukuran peningkatan kinerja *green supply chain* akan digunakan dengan metode *green Supply Chain Operation Reference*, sehingga didapatkan nilai pengukuran kinerja *green supply chain* di PT P. *Green SCOR* atau *Green Supply Chain Operation Reference* merupakan metode dengan kriteria yang complex dan fit dalam konteks rantai pasok dengan memerhatikan aspek lingkungan. Selain untuk memaksimalkan kinerja rantai pasok *green supply chain management* juga dapat meminimalkan pencemaran pada lingkungan hidup, kemudian rantai pasok yang ramah lingkungan dapat mengurangi penggunaan sumber daya (Natalia dan Astuario, 2015). Dengan menggunakan *green SCOR* akan diketahui nilai pengukuran GSCM serta bagaimana usulan perbaikan yang sebaiknya dilakukan oleh PT P demi meningkatkan kinerja GSCM sehingga permasalahan dapat dihindari.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan dapat diambil rumusan masalah, yaitu:

1. Berapakah nilai pengukuran kinerja *green supply chain* pada PT P?
2. Bagaimana *improvement program* untuk meningkatkan kinerja *green supply chain* pada PT P?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui nilai pengukuran kinerja *green supply chain* pada PT P

2. Dapat memberikan *improvement program* guna meningkatkan kinerja *green supply chain* pada PT P

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat batasan-batasan masalah guna memfokuskan penelitian:

1. Penelitian dilakukan di PT P
2. Pengukuran menggunakan *green SCOR*.
3. Data perusahaan yang digunakan adalah data tahun 2018, yaitu pada bulan Januari hingga Desember.
4. *Improvement program* yang diberikan merupakan usulan tanpa implementasi di PT P
5. Dalam penelitian ini tidak menunjukkan data keuangan serta aset PT P

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diinginkan dalam penelitian ini adalah:

1. Dapat mengurangi kerusakan lingkungan akibat proses produksi yang tidak ramah lingkungan.
2. Dapat memberikan *improvement program* demi meningkatkan kinerja *Green Supply Chain*

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk menghindari kesalahan dalam penyusunan penulisan tugas akhir, penulis membagi sistematika penulisan kedalam 6 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang latar belakang dalam penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dalam penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Kajian literatur dibagi menjadi 2, yaitu kajian deduktif serta kajian induktif. Dalam kajian literature ini terdapat uraian tentang penelitian-penelitian masa lalu yang berkaitan dengan penelitian ini serta teori materi pengetahuan yang mendukung dalam penelitian.

BABIII METODE PENELITIAN

Dalam bab metode penelitian terdapat hal-hal yang akan disampaikan, yaitu objek penelitian, pengumpulan data, cara dalam pengolahan data, alur penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab pengumpulan dan pengolahan data akan dijelaskan tentang bagaimana cara pengumpulan data dan bagaimana pengolahan data sehingga hasilnya dapat digunakan pada bab selanjutnya.

BAB V PEMBAHASAN

Bab pembahasan merupakan bab lanjutan dari bab pengumpulan dan pengolahan data dimana pembahasan yang dibahas yaitu dari data yang telah diolah pada bab sebelumnya, pembahasan juga mengacu pada tujuan penelitian sehingga dapat menghasilkan penutup berupa kesimpulan yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

BAB VI PENUTUP

Penutup merupakan kesimpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan serta memberikan saran bagi penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN