

**PENERAPAN PRAKTIK *GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* PADA
UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Eldwin Ronius Pratama

NPM: 16 03 22560

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
JULI 2020**

Skripsi

**PENERAPAN PRAKTIK *GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* PADA
UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



Disusun oleh:

Eldwin Ronius Pratama

NPM: 16 03 22560

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Gabriella Hanny Kusuma, SE., M.Sc.

Yogyakarta, 11 Juli 2020



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 552/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Kamis, 6 Agustus 2020 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---------------------------------------|-----------------|
| 1. Drs. P.Didit Krisnadewara, MM. | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. | (Anggota) |
| 3. Gabriella Hanny Kusuma, SE., M.Sc. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Eldwin Ronius Pratama
NPM : 160322560

Dinyatakan

Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENERAPAN PRAKTIK *GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* PADA UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 11 Juli 2020

Yang Menyatakan



Eldwin Ronius Pratama

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul skripsi ini adalah

“PENERAPAN PRAKTIK *GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* PADA UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, doa serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung, antara lain :

1. Orangtua, adik, dan juga keluarga yang selalu memberikan dukungan baik secara materi maupun moral serta doa bagi penulis.
2. Gabriella Hanny Kusuma, SE., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, bantuan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
3. Angelina Ivana Putri yang telah mendukung dan menemani dari awal kuliah hingga penulis berhasil menyelesaikan penulis skripsi ini.
4. Semua teman-teman penulis, mulai dari TAK MASHOK AKAL, SECRET GROUP, TIMSES NICO FOR BPM1, SOUP BUNTUT DJARUM, BESWAN DJARUM, DJARUM NEXT ACADEMY BATCH 1, HMPSM dan masih banyak

lagi yang telah menemani, mendukung, dan berkontribusi dalam perkuliahan penulis.

5. Semua teman seperjuangan skripsi Manajemen Operasi angkatan 16 bimbingan Bu Hanny, yang telah bersama-sama melalui suka duka penulisan skripsi ini.

6. Seluruh partisipan UMKM yang telah bersedia untuk diwawancara sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Seluruh civitas akademika Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah membantu penulis dari awal perkuliahan hingga akhir.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini.

Penulis juga memohon maaf atas kesalahan yang pernah diperbuat oleh penulis. Akhir kata, penulis memohon segala kritik maupun saran demi perbaikan skripsi yang masih jauh dari sempurna ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya dan bagi semua orang yang membacanya.

Yogyakarta, 11 Juli 2020



Eldwin Ronius Pratama

MOTTO

“Jangan selalu berharap untuk menjadi yang terbaik, cukup berikan saja yang terbaik.”

- Souvar Sitanggang



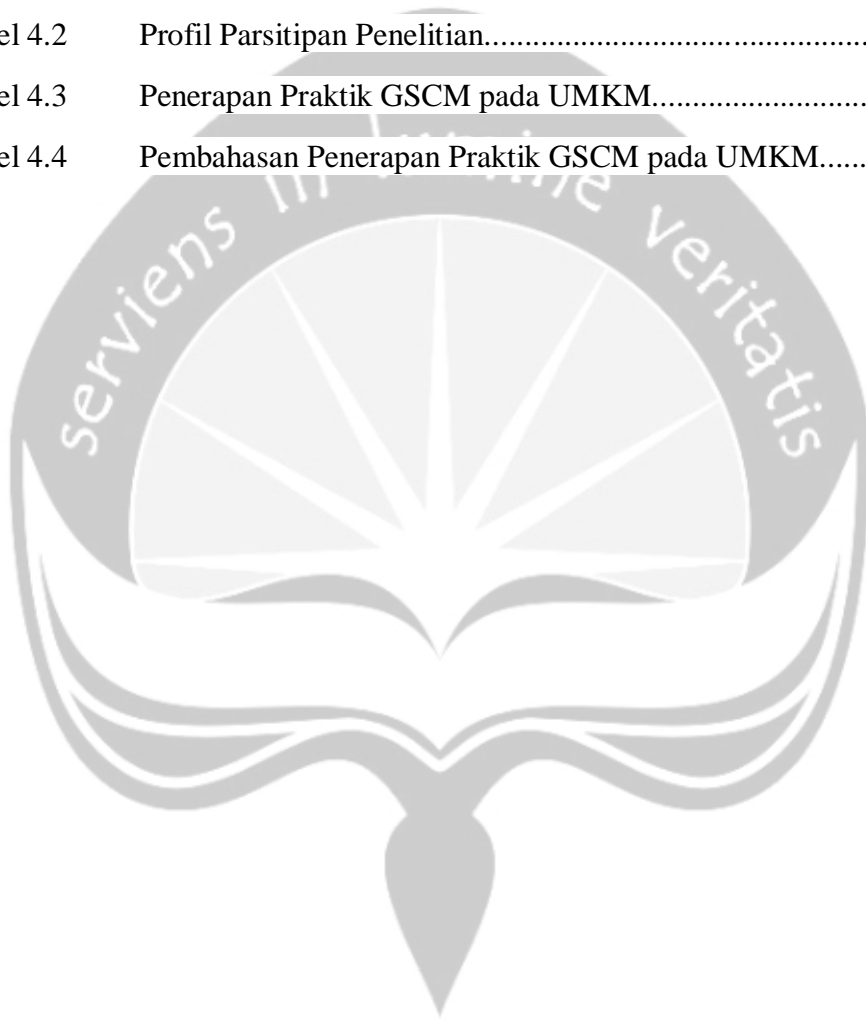
DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Motto	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xii
Abstrak.....	xiv
BAB I	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II	
2.1 Supply Chain Management.....	9
2.2 Green Supply Chain Management	10
2.2.1 Definisi Green Supply Chain Management.....	10
2.2.2 Perkembangan Green Supply Chain Management	11
2.2.3 Praktik Green Supply Chain Management.....	13
2.2.4 Manfaat menerapkan Green Supply Chain Management.....	21
2.3 Perbedaan Supply Chain Management dan Green Supply Chain Management.....	22
2.4 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	23
2.4.1 Definisi UMKM	23
2.4.2 Kriteria UMKM.....	24
2.4.3 Peranan UMKM	25
2.5 Penelitian Terdahulu	26
BAB III	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	34
3.2 Jenis data	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4. Validasi dan Kredibilitas	37
3.5. Pengolahan Data dan Analisis Data.....	37

BAB IV	
4.1 Proses Pengumpulan Data	40
4.2 Profil Partisipan Penelitian	43
4.3 Analisis Data.....	44
4.3.1 Penerapan Praktik Green Supply Chain Management pada Komponen Hulu.....	44
4.3.2 Penerapan Praktik Green Supply Chain Management pada Komponen Internal.....	49
4.3.3 Penerapan Praktik Green Supply Chain Management pada Komponen Hilir	57
4.4 Pembahasan	69
4.4.1 Penerapan Praktik Green Supply Chain Management pada Komponen Hulu.....	69
4.4.2 Penerapan Praktik Green Supply Chain Management pada Komponen Internal.....	71
4.4.3 Penerapan Praktik Green Supply Chain Management pada Komponen Hilir	74
BAB V	
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran dan Keterbatasan Penelitian	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan antara SCM dan GSCM.....	23
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1	Skema Wawancara.....	36
Tabel 4.1	Daftar UMKM.....	41
Tabel 4.2	Profil Parsitipan Penelitian.....	43
Tabel 4.3	Penerapan Praktik GSCM pada UMKM.....	64
Tabel 4.4	Pembahasan Penerapan Praktik GSCM pada UMKM.....	78



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Komponen Praktik *Green Supply Chain Management*.....20
- Gambar 3.1 Kerangka Rangkuman untuk analisis pada Bab IV.....39



DAFTAR LAMPIRAN

Sinopsis UMKM.....	82
Pedoman Wawancara.....	88



**PENERAPAN PRAKTIK GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PADA
UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :

Eldwin Ronius Pratama

NPM : 16 03 22560

Pembimbing :

Gabriella Hanny Kusuma, SE., M.Sc.

Abstract

This study aims to identify the application of Green Supply Chain Management (GSCM) practices in SMEs in the Special Region of Yogyakarta. The object of this study is SMEs that have implemented GSCM practices. Sampling in this study using a purposive sampling technique and participants in this study amounted to 12 people consisting of SME owners or managers. Data collection is done by in-depth interviews, and data processing is done by grouping the results of interviews and produce an interview transcripts, from the interview transcripts then grouped in a summary of the application of GSCM practices in 3 main components of GSCM practices. The results of this study indicate that a number of SMEs have applied GSCM practices in their upstream, internal and downstream components, but some SMEs have not implemented GSCM practices as a whole because SMEs face various obstacles, including: Limited human and financial resources, Lack of ability, skills, and knowledge related to the environment, and a lack of awareness of the environmental impacts caused by their business.

Keywords: *green supply chain management, green supply chain management practices, SMEs*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi penerapan praktik Green Supply Chain Management (GSCM) pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Objek penelitian ini adalah UMKM yang telah menerapkan praktik GSCM. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan partisipan dalam penelitian ini berjumlah 12 orang yang terdiri dari pemilik dan/atau manajer UMKM. Pengumpulan data dilakukan dengan in depth interview, dan pengolahan data dilakukan dengan mengelompokkan hasil wawancara dan menghasilkan transkrip wawancara, dari transkrip wawancara kemudian dikelompokkan dalam sebuah rangkuman mengenai penerapan praktik GSCM pada 3 komponen utama praktik GSCM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sejumlah UMKM telah menerapkan praktik GSCM pada komponen hulu, internal dan hilir mereka, namun sebagian UMKM belum menerapkan praktik GSCM secara menyeluruh karena para UMKM menghadapi berbagai hambatan, antara lain : Terbatasnya sumber daya manusia dan keuangan yang dimiliki, Kurangnya kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan terkait lingkungan, dan Kurangnya kesadaran akan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari bisnis yang dijalankan.

Kata kunci: green supply chain management, praktik green supply chain management, UMKM

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak tahun 1990, kesadaran akan praktik ramah lingkungan semakin meningkat di kalangan publik termasuk di kalangan perusahaan. Tidak hanya itu, meningkatnya persaingan dalam praktik rantai pasokan untuk pengembangan industri yang lebih hijau (Srivastava, 2007; dan Rehman et al., 2011 dalam Verma et al., 2018) memicu perusahaan untuk beroperasi dengan cara yang lebih etis dan bertanggung jawab secara sosial (Diabat dan Govindan, 2011 dalam Verma et al., 2018).

Rantai pasokan (*Supply Chain*) merupakan suatu sistem yang terdiri dari pihak-pihak seperti pemasok (*suppliers*), produsen (*manufacturers*), pengecer (*retailers*) hingga akhirnya pelanggan (Verma et al., 2018). Sementara itu istilah *Supply Chain Management* (SCM) pertama kali diperkenalkan oleh Oliver dan Webber pada awal 1980-an (Delfmann dan Albers, 2000 dalam Verma A.S, 2014). SCM secara tradisional dipandang sebagai proses dimana bahan baku diubah menjadi produk jadi dan kemudian dikirim kepada konsumen (Verma A.S, 2014). SCM memperoleh momentumnya pada tahun 1950 ketika perusahaan-perusahaan menemukan cara untuk meminimalkan biaya produksi melalui produksi massal (Huque dan Islam, 2007 dalam Verma et al., 2018). Dunia global yang semakin modern memicu meningkatnya kepedulian dan kesadaran akan lingkungan, artinya lingkungan dan industrialisasi harus berjalan beriringan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. Saat ini tujuan satu-satunya organisasi tidak lagi

hanya peningkatan kinerjanya, tetapi kebijakannya juga harus ramah lingkungan. Organisasi perlu lebih responsif terhadap tuntutan berbagai pemangku kepentingan masyarakat dan perlu mengadopsi sistem dan proses yang memaksimalkan pelestarian terhadap lingkungan dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Oleh karena itu, gagasan mengenai *Green Supply Chain Management* (GSCM) muncul dan telah mendapat perhatian yang meningkat dari berbagai pihak. (Verma A.S, 2014).

Green Supply Chain Management (GSCM) mencakup semua fase siklus hidup produk mulai dari fase desain, produksi, dan distribusi hingga penggunaan produk oleh pengguna akhir, dan pembuangannya pada akhir siklus hidup produk (Borade & Bansod, 2007 dalam Verma A.S, 2014). GSCM mengintegrasikan pemikiran lingkungan ke dalam SCM (Gilbert, 2000 dalam Verma A.S, 2014), dan GSCM bukanlah suatu konsep yang sudah ada sejak dulu, tetapi merupakan inovasi terbaru di bidang SCM yang memiliki suatu nilai tambah bagi organisasi (Verma et al., 2018). Perkembangan bisnis yang semakin besar telah menjadi pelopor dalam pengembangan konsep GSCM (Henriques dan Sadorsky, 1996; Wycherley, 1999; Zhu dan Sarkis, 2004 dalam Huang et al., 2012).

Selama bertahun-tahun, GSCM telah menarik minat penelitian yang luas sebagai suatu praktik bisnis dan opsi strategis (Chin, Tat & Sulaiman 2015; Lee, Kim & Choi 2012; Zhu, Sarkis & Lai 2012 dalam Huang et al., 2012). Meskipun penelitian telah banyak yang meneliti tentang pengaruh GSCM pada kinerja organisasi, sebagian besar studi tersebut terbatas pada perusahaan besar dengan kurangnya perhatian yang ditujukan untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

(Ahi & Searcy 2015; Mitra & Datta 2014; Shang, Lu & Li 2010 dalam Mafini C & Muposhi A, 2017), padahal UMKM berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Cant & Wiid 2013 dalam Mafini C & Muposhi A, 2017).

Untuk di Indonesia, menurut Ketua Asosiasi UMKM Indonesia pada tahun 2018, UMKM menyumbang Rp. 8.400 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atau setara 60 persen dari Rp.14.000 triliun PDB Indonesia pada tahun 2018 dengan didominasi oleh usaha kecil yang menyumbang PDB hingga 93,4 persen, dilanjutkan dengan usaha menengah sebesar 5,1 persen dan usaha besar hanya 1 persen saja. Kontribusi lainnya adalah UMKM berhasil menyerap 121 juta tenaga kerja di Indonesia atau setara 96 persen dari total 170 juta tenaga kerja di Indonesia pada tahun 2018.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Firmandani F pada tahun 2019, mengemukakan bahwa salah satu provinsi di Indonesia yang dikenal dengan pusat pengembangan UMKM diberbagai bidang adalah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Untuk di DIY, menurut Kepala Perwakilan Bank Indonesia Kantor Wilayah DIY, UMKM menjadi penopang utama dari perekonomian di DIY, dimana kontribusi UMKM mencapai 94,6 persen, dan juga UMKM mampu menyerap 79 persen dari total lapangan kerja yang ada di DIY, dan menurut Kepala Dinas Koperasi dan UKM DIY, menyebutkan bahwa hingga tahun 2019 kemarin, pertumbuhan UMKM di DIY mencapai 2 persen tiap tahunnya.

Saat ini, UMKM sedang berusaha untuk menerapkan model bisnis yang lebih efektif untuk mengatasi dinamika yang tidak dapat diprediksi di pasar global

(Huang et al., 2012). GSCM telah muncul sebagai salah satu praktik bisnis terbaik dan implementasinya telah diidentifikasi oleh sejumlah penulis (Govindan dkk. 2014; Hsu dkk. 2013; Thiell dkk. 2011; Williams & Schaefer 2013 dalam Huang et al., 2012) sebagai salah satu strategi bisnis inovatif yang dapat memungkinkan bisnis seperti UMKM untuk bertahan hidup dan berhasil dalam operasional mereka. Namun, karena ada berbagai kesulitan yang dihadapi, telah ditemukan bahwa UMKM secara signifikan sulit untuk mengadopsi strategi GSCM secara efektif (Hilton, 2000 dalam Huang et al., 2012). Crals dan Vereeck (2005) dalam Huang et al., (2012) juga sepakat dalam banyak hal dengan Hilton (2000), yang menunjukkan bahwa UMKM menghadapi berbagai kesulitan dalam mempertimbangkan masalah lingkungan dalam produksi mereka, kesulitan tersebut antara lain kurangnya sumber daya, waktu, uang, kemampuan, keterampilan, pengetahuan, fleksibilitas, dan sebagainya.

Oleh karena itu berdasarkan uraian di atas, penulis ini mengetahui lebih lanjut mengenai penerapan praktik *Green Supply Chain Management* (GSCM) pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut Hasan (2013) dalam Verma et al., (2018) mengemukakan bahwa praktik GSCM pada organisasi dapat meminimalkan biaya, meningkatkan efisiensi, meningkatkan layanan, dan meningkatkan penjualan, pangsa pasar, pertumbuhan, pendapatan, dan reputasi perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Verma et al., (2018) mengemukakan bahwa praktik GSCM dibagi menjadi 3 komponen utama, yakni komponen hulu (*upstream components*), komponen internal (*internal components*), dan komponen hilir (*downstream components*). Dengan mengadopsi praktik *Green Supply Chain Management* (GSCM) tersebut, organisasi atau perusahaan dapat menghemat bahan dan mengurangi penggunaan energi dan air, sehingga organisasi tersebut dapat menghemat biaya dan juga meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan, dan juga perusahaan akan mendapatkan citra yang lebih baik di mata publik.

Diambil dari penelitian yang dilakukan oleh Verma et al., pada tahun 2018 dengan judul “*Green Supply Chain Management : A Necessity for Sustainable Development*”, komponen-komponen utama praktik GSCM telah dirangkum dalam penelitian tersebut, namun terdapat keterbatasan studi yakni sulitnya untuk membahas semua komponen praktik GSCM tersebut di dalam satu penelitian, sehingga diperlukan studi lebih lanjut untuk mengevaluasi upaya inovatif yang telah dilakukan oleh organisasi untuk mencapai suatu keberlanjutan. Ahi & Searcy (2015); Mitra & Datta (2014); Shang, Lu & Li (2010) dalam Mafini C & Muposhi A (2017) juga mengemukakan bahwa telah terdapat banyak penelitian mengenai pengaruh GSCM pada kinerja organisasi, namun sebagian besar studi tersebut terbatas pada perusahaan besar dengan kurangnya perhatian yang ditujukan untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Maka berdasarkan uraian di atas, ditarik sebuah rumusan masalah dalam penelitian ini yakni bagaimanakah penerapan praktik *Green Supply Chain*

Management pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan berdasar pada komponen utama praktik GSCM yang dirangkum oleh Verma et al, (2018).

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka pertanyaan penelitian adalah :

1. Bagaimanakah penerapan praktik *Green Supply Chain Management* dalam komponen hulu, internal, dan hilir pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui penerapan praktik *Green Supply Chain Management* dalam komponen hulu, internal, dan hilir pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk :

1. Peneliti / Pembaca, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan pembandingan terhadap studi/penelitian yang terkait dengan riset ini.
2. Para praktisi, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk para pelaku UMKM agar lebih mengetahui dan berinisiatif untuk menerapkan *Green Supply Chain Management*.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yakni :

Bab I. PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang yang mendasari penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II. KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai teori-teori pada artikel yang dikutip dan berhubungan dengan topik penelitian, yaitu dimulai dari pembahasan mengenai *Supply Chain Management* (SCM), *Green Supply Chain Management* (GSCM), perbedaan antara SCM dan GSCM, lalu dilanjutkan dengan pembahasan mengenai UMKM serta penelitian terdahulu mengenai topik yang terkait.

Bab III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, pemilihan sampel dan partisipan, teknik pengumpulan data, validitas dan kredibilitas, dan teknik analisis data.

Bab IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan terkait analisa data.

Bab V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan keterbatasan penelitian serta saran bagi penelitian berikutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Supply Chain Management (SCM)

Ada banyak definisi konsep SCM dalam literatur. Menurut Feldmann dan Muller (2003) dalam Al-Shboul *et al.* (2017), tidak ada definisi SCM yang diterima secara umum dalam literature. Definisi SCM diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yakni *integrated logistics management*, *purchasing and supply management*, dan *integrated SCM*. Pengertian SCM menurut beberapa ahli antara lain :

1. Beaman (1999) “SCM adalah proses terintegrasi dimana bahan baku diproduksi menjadi produk akhir, kemudian dikirim ke pelanggan (melalui distribusi, ritel atau keduanya).”
2. Ellinger (2000) “SCM adalah integrasi semua kegiatan yang terkait dengan aliran dan transformasi barang dari tahap mentah, hingga ke pengguna akhir,”
3. Turban *et.al* (2004) “SCM adalah aliran bahan, informasi, pembayaran, dan layanan dari pemasok bahan baku melalui pabrik dan gudang, untuk dikirimkan menuju pelanggan akhir.”
4. New dan Payen (1995) & Scott dan Westbrook (1991) “SCM adalah rantai yang menghubungkan setiap elemen proses manufaktur dan pasokan dari bahan baku hingga pengguna akhir, yang mencakup beberapa batasan organisasi.”

5. Christopher dan Juttner (2000) “SCM berkepentingan untuk mencapai kepuasan pelanggan dengan biaya yang lebih hemat melalui integrasi antara pembeli dan pemasok.”
6. Zhao *et.al* (2002) dan Lee *et.al* (2007) “SCM adalah proses mengintegrasikan / memanfaatkan dan mengkoordinasi produk dan arus informasi di antara pemasok, produsen, distributor, *retailer*, dan pelanggan, sehingga barang harus diproduksi dan dikirim dalam jumlah yang tepat, waktu yang tepat, dengan biaya terendah sebagai persyaratan untuk memuaskan pelanggan.”
7. Ganeshan dan Harrison (1995) dalam Verma A.S (2014) “SCM adalah sebuah jaringan fasilitas dan opsi distribusi yang melakukan fungsi pengadaan bahan, serta transformasi bahan-bahan tersebut menjadi produk setengah jadi maupun produk jadi, dan distribusi produk jadi ini ke pelanggan.

2.2 Green Supply Chain Management (GSCM)

2.2.1 Definisi Green Supply Chain Management

Menurut Ahi dan Searcy (2013) dalam Mafini C & Muposhi A (2017), *Green Supply Chain Management* (GSCM) didefinisikan sebagai koordinasi antar organisasi dari proses *value chain* yang mengintegrasikan pertimbangan ekonomi, lingkungan dan sosial dengan tujuan mendorong kinerja organisasi. GSCM telah berkembang menjadi konsep antar organisasi yang terintegrasi dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan lingkungan dan kinerja organisasi. (Zhu, Tian & Sarkis, 2012 dalam Mafini C & Muposhi A, 2017). Sedangkan menurut Seuring &

Gold (2013) dalam Mafini C & Muposhi A (2017), GSCM adalah suatu konsep yang berkembang dari konsep pemasaran hijau yang bertujuan untuk meningkatkan kelestarian lingkungan dan pembangunan berkelanjutan (Seuring & Gold, 2013 dalam Mafini C & Muposhi, 2017).

GSCM dipandang sebagai perpanjangan dari kegiatan rantai pasokan yang fokusnya adalah meminimalkan dampak lingkungan dari produk di sepanjang siklus hidupnya, yakni dimulai dari desain hijau (*green design*), penghematan sumber daya (*resource saving*), pengurangan bahan berbahaya (*harmful material reduction*) dan daur ulang atau penggunaan kembali produk (*product recycle or reuse*) (Holt & Ghobadian 2009 dalam Mafini C dan Loury-Okomba, 2018). Sedangkan Ahi & Searcy (2015); Golicic & Smith (2013) dalam Mafini C & Muposhi (2017) menyatakan bahwa GSCM dibangun berdasarkan prinsip rantai nilai tradisional dengan memasukkan proses sadar akan lingkungan seperti desain dan manufaktur hijau (*green design and manufacturing*), konservasi sumber daya (*resource conservation*), pengelolaan limbah (*waste management*), remanufaktur (*remanufacturing*), daur ulang produk (*product recycling*), dan penggunaan ulang (*re-usage*). Tujuan utama GSCM adalah untuk menghilangkan atau meminimalkan efek berbahaya yang berasal dari kegiatan operasional seperti ekstraksi dan akuisisi bahan baku dan penggunaan atau pembuangan produk. (Eltayeb, Zailani & Ramayah 2011 dalam Mafini C dan Loury-Okomba, 2018).

2.2.2 Perkembangan Green Supply Chain Management

Supply Chain Management dipandang sebagai proses dimana bahan baku dikonversi menjadi produk jadi, kemudian dikirim ke pelanggan (Beamon, 1999

dalam Verma A.S, 2014). Proses tersebut melibatkan ekstraksi dan eksploitasi sumber daya alam (Srivastava, 2007 dalam Verma A.S, 2014), hal tersebut tidak bisa dibiarkan karena kelestarian lingkungan telah menjadi satu isu penting dalam praktis bisnis (Verma A.S, 2014). Sejak awal tahun 1990, para produsen telah dihadapkan pada tekanan untuk memperhatikan manajemen lingkungan dalam kegiatan rantai pasokan mereka (Wu & Dann, 1995 dalam Verma A.S, 2014). Hal tersebut yang mendasari munculnya praktik *Green Supply Chain Management* (GSCM), dan sejak itu pula konsep GSCM telah menarik minat para peneliti dan praktisi SCM. Studi GSCM awal lebih ekologis secara industri (Common dan Perrings, 1992; Jelinski et al.,1992 dalam Huang et al., 2012). Investigasi kemudian dilakukan dengan perspektif yang berbeda melalui rantai pasokan, termasuk pembelian yang bertanggung jawab secara sosial (Drumwright, 1994 dalam Huang et al., 2012), *reverse logistics* (Barnes, 1982; Pohlen dan Farris, 1992 dalam Huang et al., 2012) dan *green environmental logistics* (Szymankiewicz, 1993; Murphy et al.,1994 dalam Huang et al., 2012).

Perkembangan GSCM ini juga didorong terutama karena kondisi lingkungan yang semakin memburuk, misalnya berkurangnya sumber daya bahan mentah, meluapnya lokasi limbah, dan meningkatnya tingkat polusi yang ada. GSCM bukan sebuah konsep yang hanya berfokus terhadap kebijakan yang ramah lingkungan, namun ini juga tentang naluri bisnis yang baik dan untuk mendapat keuntungan yang lebih tinggi dari kebijakan yang telah dilakukan (Verma A.S, 2014).

2.2.3 Praktik Green Supply Chain Management

Verma et al., (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa praktik GSCM dibagi menjadi 3 bagian, yakni komponen hulu (*upstream components*), komponen internal (*internal components*), dan komponen hilir (*downstream components*) yang diringkas pada Gambar 2.1, dengan penjelasan sebagai berikut :

A. Komponen Hulu GSCM (*Upstream Components of GSCM*)

Komponen hulu GSCM mencakup pembelian hijau (*green procurement*) dan pemasok hijau (*green suppliers*). Kahannali et al. (2015) dalam Verma et al., (2018) mengatakan bahwa untuk mendapatkan manfaat lingkungan, sosial, dan ekonomi, perlu adanya perhatian terhadap komponen hulu GSCM yaitu pembelian hijau (*green procurement*), namun efektivitasnya tergantung apakah perusahaan tersebut desentralisasi atau terpusat (Birett, 1998 dalam Verma et al., 2018). Dalam survei di antara manajer pembelian, dampak dari *environmental regulations* pada kegiatan seperti pembelian terdaftar sebagai yang paling penting kedua untuk perhatian di masa depan (Monczka dan Trent, 1995 dalam Verma et al., 2018).

Dalam *green procurement*, pemasok dipilih berdasarkan kemampuan mereka untuk mengembangkan barang ramah lingkungan (Lamming dan Hampson, 1996; dan Paulraj, 2011 dalam Verma et al., 2018). *Green procurement* dapat didefinisikan sebagai inisiatif pembelian yang tujuannya adalah untuk memastikan bahwa produk dan bahan dibeli dengan dasar bahwa mereka memenuhi tujuan lingkungan yang melibatkan

tiga R, yaitu mengurangi (*reduce*), mendaur ulang (*recycle*) dan menggunakan kembali (*reuse*), yang ditetapkan oleh perusahaan manufaktur (Salam, 2008 dalam Verma et al., 2018). Praktik GSCM memiliki banyak keuntungan dan mempromosikan inovasi di lingkungan (Bowe et al., 2001; Rao, 2002; dan Hall, 2003 dalam Verma et al., 2018).

Rao (2006) dalam Verma et al., (2018) berpendapat bahwa organisasi harus membantu pemasok dalam mengelola program lingkungan mereka sendiri dengan berkolaborasi dalam merancang barang hijau (*designing green goods*). Untuk memiliki kinerja jangka panjang yang berkelanjutan, pemasok harus dipilih dengan hati-hati oleh organisasi (Rajan et al., 2010 dalam Verma et al., 2018), kinerja lingkungan pemasok harus dinilai, dan harus dilihat bahwa pemasok menerapkan langkah-langkah untuk memastikan kualitas dari produk mereka (Handfield et al., 2002 dalam Verma et al., 2018).

Produsen harus bekerja sama dengan pemasok untuk meningkatkan kelestarian lingkungan (Green et al., 2012 dalam Verma et al., 2018). Produsen harus bekerja sama dengan pemasok untuk mengembangkan strategi pengurangan sumber baru dengan menerapkan cara produksi yang lebih “bersih” untuk mencapai tujuan melestarikan lingkungan (Paulraj, 2011 dalam Verma et al., 2018). Untuk memastikan bahwa pemasok mengikuti praktik dan proses hijau, audit terhadap pemasok sangat penting, yang juga akan memastikan bahwa mereka menerapkan hal tersebut (Hu dan Hsu, 2010 dalam Verma et al., 2018).

B. Komponen Internal GSCM (*Internal Components of GSCM*)

Komponen internal GSCM mencakup manufaktur hijau (*green manufacturing*), desain dan sistem informasi hijau (*green design and information system*), serta pengemasan hijau (*green packaging*). Dalam beberapa tahun terakhir, produsen di seluruh dunia telah membuat strategi dan menerapkan *green supply chain* untuk meningkatkan praktik lingkungan mereka (Rao, 2002; dan Begum et al., 2009 dalam Verma et al., 2018). Perusahaan dengan terlibat dalam sertifikasi ISO 14001 tidak hanya meningkatkan pertumbuhan bisnis, memperoleh pengakuan internasional yang tinggi, mendapatkan keunggulan kompetitif tetapi juga meningkatkan kinerja lingkungan, sehingga mencapai pertumbuhan berkelanjutan (Rao, 2002; dan Zhu et al., 2005 dalam Verma et al., 2018). Persyaratan dasar manufaktur hijau (*green manufacturing*) adalah produsen harus melukiskan produk yang memiliki kemungkinan bahan dan komponennya dapat didaur ulang dan/atau digunakan kembali; mengurangi penggunaan produk berbahaya dalam proses produksi dan mengurangi konsumsi energi dan bahan (Zhu et al., 2005 dalam Verma et al., 2018).

Green manufacturing dapat ditempuh oleh perusahaan dengan menggunakan energi matahari, sumber energi ramah lingkungan dan biodegradable dan daur ulang bahan baku dalam operasi manufaktur mereka (Amemba et al., 2013 dalam Verma et al., 2018). Dalam proses ini, citra perusahaan yang lebih baik akan dibangun dengan memastikan polusi yang rendah dalam prosesnya (Al-Odeh dan Smallwood, 2012 dalam Verma et

al., 2018). Desain hijau (*green design*), juga disebut *eco-design*, adalah desain yang dirancang dengan tujuan untuk mengurangi dampak lingkungan selama siklus pengembangan produk, mulai dari pengadaan bahan baku dari pemasok hingga proses manufaktur, hingga menggunakannya dan akhirnya membuang bahan-bahan sisa tersebut (Johansson, 2002 dalam Verma et al., 2018).

Harrison (2011) dalam Verma et al., (2018) juga menyoroti pentingnya *green design* dalam mengurangi dampak lingkungan dari produk yang diproduksi, didistribusikan dan dikonsumsi. *Green design* juga disebut sebagai *Design for Environment* (DFE) karena mengurangi efek terhadap lingkungan dimulai sejak produk sebelum produksi, selama produksi, distribusi dan penggunaan akhir. Flammer (2013 dalam Verma et al., 2018) menunjukkan bahwa perusahaan ramah lingkungan (*eco-friendly*) akan mendapatkan kenaikan harga saham yang jauh lebih tinggi, namun perusahaan yang berbahaya bagi lingkungan (*eco-harmful*) menghadapi penurunan harga saham. Istilah *green design* dan *green information* dianggap sebagai alat dan solusi yang efektif untuk berbagai masalah lingkungan, dan juga pengurangan biaya serta untuk mewujudkan tujuan keselamatan (*safety objectives*). Faktanya, adopsi *triple bottom line* mendorong perusahaan untuk mencapai pengurangan biaya melalui *green design* (pengurangan kemasan), pengurangan (*reduce*), penggunaan kembali (*reuse*), dan daur ulang (*recycle*). *Safety objectives* akan terpenuhi melalui transportasi hijau (*green transportation*), gudang yang rapi,

peningkatan kondisi kerja; pengurangan biaya tenaga kerja melalui motivasi yang efektif bagi karyawan yang mengarah pada peningkatan produktivitas. Pengurangan biaya operasi dan waktu tunggu meningkatkan kualitas produk dengan penerapan standar ISO 14000 dan tujuan bisnis etis, yang mengarah pada peningkatan citra perusahaan (Carter dan Rogers, 2008; Carter dan Easton, 2011; dan Kumar et al., 2012 dalam Verma et al.,).

Banyak penulis juga telah berbicara dan menafsirkan pentingnya *Green Information Technology*. Menurut Fuchs (2008 dalam Verma et al., 2018), aplikasi Teknologi Informasi (TI) seperti di media digital, e-commerce, mobilitas barang virtual, *smart buildings*, dan Intelligent Transport Systems (ITS) membantu mengurangi / mengendalikan emisi karbon dan pencemaran lingkungan. Hal tersebut terwujud karena Green IT telah mengintegrasikan dirinya dalam mencapai konservasi energi. Menurut Elliot (2007 dalam Verma et al.), Green IT telah muncul sebagai cabang penting yang menarik perhatian luas dari para praktisi dan sarjana. Ini karena peran intinya dalam mengkoordinasikan dan memantau berbagai kegiatan bisnis dan mengoptimalkan konservasi energi. Bose dan Luo (2011) dalam Verma et al., (2018) juga menyebutkan bahwa Green IT berperan dalam pengurangan emisi karbon dan konsumsi daya, hal tersebut tentu meningkatkan kinerja operasi dan meningkatkan kolaborasi dan interaksi.

Kemasan hijau (*green packaging*) juga sangat penting dan berarti untuk keberlanjutan. Saat ini, desainer produk fokus pada penggunaan

bahan yang dapat diperbarui seperti biopolimer, kartu, kertas, dll untuk kemasan. Langkah-langkah tersebut tidak hanya membatasi bahan yang digunakan untuk kemasan, tetapi juga membantu mengurangi biaya bahan baku. Pengurangan terhadap kemasan juga mengurangi biaya pengiriman untuk perusahaan (Kassaye dan Verma, 1992 dalam Verma et al., 2018). Menurut Kroon dan Vrijens (1995) dalam Verma et al., (2018), negara-negara sekarang memiliki program dengan tujuan untuk meminimalkan jumlah kemasan yang terbuang untuk memperkuat upaya pengemasan hijau (*green packaging*). Ninlawan et al. (2010) dalam Verma et al., (2018) menegaskan bahwa kemasan hijau menggunakan bahan yang lebih hijau dan kemasan yang dirampingkan seperti wadah pengiriman yang dapat dilipat.

C. Komponen Hilir GSCM (*Downstream Components of GSCM*)

Komponen hilir GSCM mencakup distribusi hijau (*green distribution*) dan logistik hijau (*green logistics*) serta *reverse logistics*. Menurut Nimawat dan Namdev (2012) dalam Verma et al., (2018), distribusi hijau (*green distribution*) dapat dicapai melalui pengemasan hijau (*green packaging*), logistik dan transportasi hijau (*green logistics and transportation*). Demikian pula, Srivastava (2007) dalam Verma et al., (2018) menyatakan bahwa melalui program *reuse* dan *recycle*, *green distribution* juga dapat tercapai. Diabat dan Govindan (2011) dalam Verma et al., (2018) membahas pentingnya kerjasama dengan vendor untuk menstandarisasi kemasan.

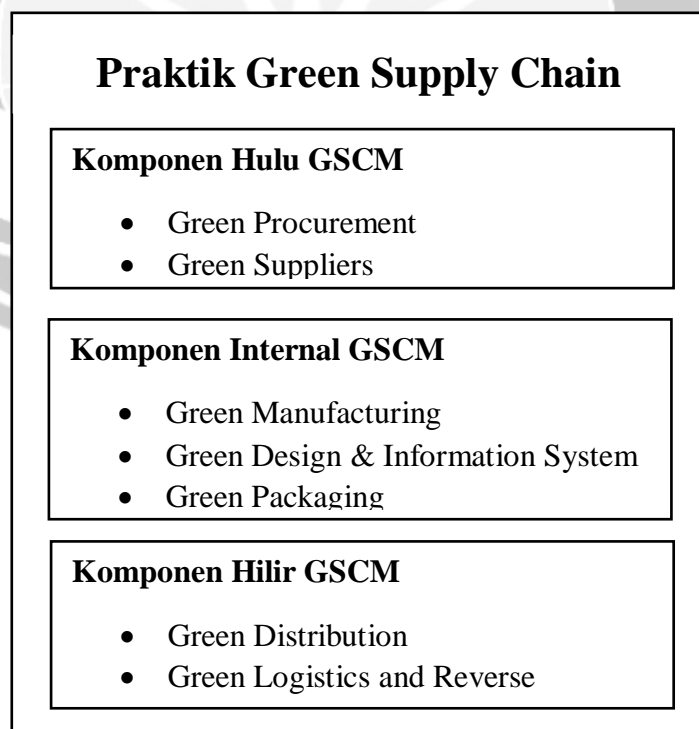
Perbedaan mendasar antara *reverse logistics* dan *green logistics* adalah bahwa yang pertama dipandang sebagai pembangunan berkelanjutan, sedangkan yang kedua menekankan pada aliran maju rantai pasokan (DeBrito 2003 dalam Verma et al., 2018) dan sering dikenal sebagai *ecological logistics* (Rogers dan Tibben, 1998 dalam Verma et al., 2018). Dalam *green logistics*, barang tidak dikirim dalam *batch* yang lebih kecil, tetapi mereka dipesan bersama dan dikirim langsung ke lokasi pengguna menggunakan kendaraan ramah lingkungan (*environment-friendly vehicles*) (Holt dan Ghobadian, 2009; dan Ninlawan et al., 2010 dalam Verma et al., 2018). Menurut Sbihi dan Eglese (2007) dalam Verma et al., (2018), *green logistics* mempertimbangkan faktor lingkungan dan sosial serta memproduksi dan mendistribusikan produk secara berkelanjutan. Untuk mencapai kinerja yang berkelanjutan, perusahaan harus memperluas rantai pasokan dan menerapkan *reverse logistics* (Beamon, 1999 dalam Verma et al., 2018).

GSCM mencakup baik pembangunan ekonomi maupun kelestarian lingkungan (Zhu et al., 2012 dalam Verma et al., 2018) dan berkaitan dengan aliran maju dan mundur (Chien et al., 2007 dalam Verma et al., 2018). *Reverse logistics* memiliki dampak pada lingkungan, ekonomi, dan kinerja tidak berwujud (Laosirihongthong et al., 2013 dalam Verma et al., 2018). Menurut Nimawat dan Namdev (2012) dalam Verma et al., (2018), *reverse logistics* menyiratkan logistik dalam pengembalian produk, penggunaan kembali dan daur ulang bahan, pembuangan limbah,

remanufaktur dan perbaikan. Wu dan Dunn (1995) berbicara tentang perlunya sistem logistik yang ramah lingkungan.

Eltayed et al. (2012) dalam Verma et al., (2018) membahas penggabungan desain ramah lingkungan (*eco-friendly design*) dan bahan baku untuk mengurangi konsumsi energi dan material, penggunaan proses teknologi yang lebih “bersih” untuk energi, minimalisasi limbah padat dan cair, serta penggunaan *reverse logistics* untuk mencapai *green logistics*. Rao (2002) dalam Verma et al., (2018) juga mengusulkan bahwa pengelolaan limbah di hulu seperti *reverse logistics* dan pertukaran limbah dapat mengarah pada peningkatan daya saing dan penghematan biaya.

Gambar 2.1. Komponen Praktik Green Supply Chain Management



Sumber : Verma et al., (2018)

2.2.4 Manfaat menerapkan Green Supply Chain Management

Manfaat menerapkan GSCM dapat dilihat dari segi efisiensi operasional dan relasional, peningkatan citra perusahaan, kelestarian lingkungan dan kinerja keuangan (Lee et al. 2012; Wisner, Tan & Leong 2012; Zacharia et al. 2009 dalam Mafini C & Muposhi, 2017). Sedangkan Zhu, Sarkis dan Lai (2008) dalam Mafini C & Muposhi (2017) menyatakan bahwa GSCM meningkatkan efisiensi operasional melalui pengurangan biaya, peningkatan kualitas produk, dan waktu produksi yang lebih cepat. GSCM meningkatkan kolaborasi rantai pasokan dengan meningkatkan kepercayaan, komunikasi terbuka, dan kerja sama timbal balik di antara anggota rantai nilai (Zacharia et al. 2009 dalam Mafini C & Muposhi, 2017). Chin et al. (2015) dalam Mafini C & Muposhi (2017) menambahkan bahwa manfaat keseluruhan dalam penerapan GSCM adalah kelestarian lingkungan dan kinerja keuangan.

Verma A.S (2014) dalam penelitiannya mengatakan bahwa *Green Supply Chain*, ditambah dengan praktik lingkungan yang baik akan memberikan keuntungan dalam segi bisnis. Selain itu, penerapan GSCM juga dapat mengurangi dampak negatif pada lingkungan dan ekosistem serta membantu meningkatkan kelestarian lingkungan. Dinamika ekonomi, sosial, dan peraturan saat ini memberikan tekanan nyata pada perusahaan untuk menjadi lebih “ramping” (*lean*) dan “hijau” dalam *product sourcing*, logistik, distribusi, dan praktik operasional. Selanjutnya dijelaskan bahwa tanpa adanya teknologi baru yang digunakan, hanya dengan beralih ke GSCM saja sudah dapat mengurangi biaya sebesar 5-20 persen. Manfaat lainnya ialah sebuah organisasi dapat menciptakan hubungan kepercayaan

lebih di antara pelanggan, karyawan, pejabat pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya, karena dengan menerapkan GSCM berarti organisasi memastikan masa depan yang berkelanjutan dan sukses.

2.3 Perbedaan Supply Chain Management (SCM) dan Green Supply Chain Management (GSCM)

Supply Chain Management dan *Green Supply Chain Management* berbeda dalam berbagai hal. GSCM mempertimbangkan aspek ekologis dan ekonomi sebagai tujuan, sedangkan SCM biasanya terkonsentrasi pada ekonomi sebagai tujuan tunggal. Perbedaan lainnya ialah praktik GSCM terintegrasi, dan dioptimalkan secara ekologis, sementara SCM tidak mempertimbangkan praktik ramah lingkungan (Beamon, 1999; Gilbert, 2000; Ho, Shalishali, Maurice, Tseng, & Ang, 2009 dalam Verma A.S, 2014), dimana SCM lebih berkonsentrasi pada pengendalian produk akhir, tidak peduli seberapa berbahaya pengaruhnya terhadap lingkungan selama produksi dan distribusi (Verma A.S, 2014). Dalam penelitian yang dilakukan Verma A.S (2014) menunjukkan bahwa kebutuhan ekologis adalah kriteria utama yang harus diterapkan dalam produk dan produksi, namun pada saat yang sama, perusahaan harus memastikan keberlanjutan ekonominya dengan tetap kompetitif dan menguntungkan. Dari poin-poin di atas, perbedaan antara GSCM dan SCM dapat diringkas seperti yang disajikan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1. Perbedaan antara Supply Chain Management dan Green Supply Chain Management

Karakteristik	Supply Chain Management	Green Supply Chain Management
Tujuan	Ekonomi	Ekologis dan ekonomi
Dampak Ekologis	Dampak ekologis yang tinggi	Dampak ekologis yang rendah
Kriteria Pemilihan Pemasok	Mempertimbangkan aspek harga, hubungan jangka pendek	Mempertimbangkan aspek ekologis, hubungan jangka panjang

Sumber : Beamon, B.M (1999) dalam Verma A.S (2014)

2.4 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

2.4.1 Definisi UMKM

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia (UURI) No. 20 tahun 2008 Pasal 1, dijelaskan definisi sebagai berikut :

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang (UU) tersebut.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah

atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

2.4.2 Kriteria UMKM

Pada pasal 6 di dalam UU tersebut, tercantum kriteria yang mendefinisikan UMKM berdasarkan nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Kriterianya adalah sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adalah unit usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil adalah unit usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) hingga maksimum Rp.2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah adalah unit usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) hingga paling banyak Rp.10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan di atas Rp.2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai paling tinggi Rp.50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

Sedangkan Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS) juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah dan Usaha Besar. Kriterianya adalah sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang.
2. Usaha Kecil adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap antara 5 sampai 19 orang.
3. Usaha Menengah adalah unit usaha dengan jumlah pekerja dari 20 sampai dengan 99 orang.

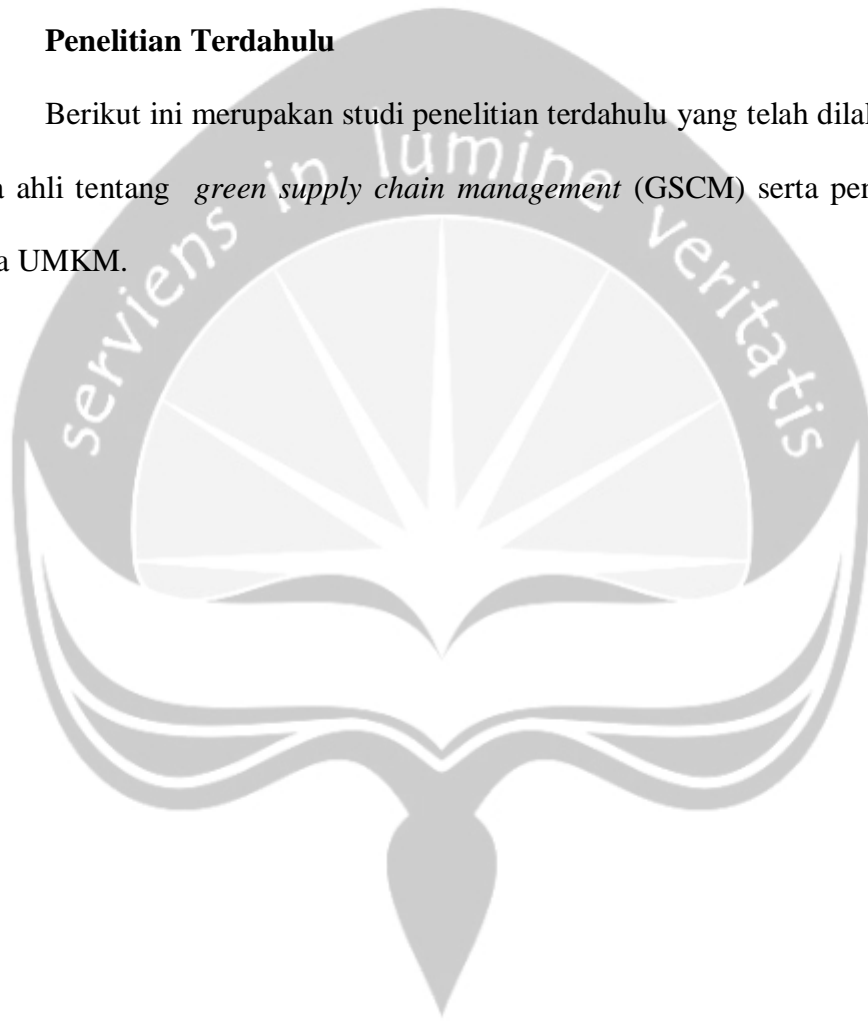
2.4.3 Peranan UMKM

Menurut kutipan buku yang ditulis oleh Tulus Tambunan, berjudul "*Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*" di salah satu penelitian di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, diakui bahwa UMKM memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang, tetapi juga di negara-negara maju. Di negara maju, UMKM

sangat penting, kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan Usaha Besar seperti halnya di negara yang sedang berkembang. Kontribusi UMKM terhadap pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) juga paling besar dibandingkan dengan kontribusi dari Usaha Besar.

2.5 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan studi penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh para ahli tentang *green supply chain management* (GSCM) serta penerapannya pada UMKM.



Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Variabel	Alat dan Unit Analisis	Hasil Penelitian
1.	<p><i>“Green Supply Chain Management : A Necessity for Sustainable Development”</i></p> <p>Verma D, Dixit R V, Singh K 2018</p>	<p>Komponen GSCM :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Green Procurement 2. Green Suppliers 3. Green Manufacturing 4. Green Design & Information System 5. Green Packaging 6. Green Distribution 	<p>Metode analisis :</p> <p>Studi empiris dan review literature yang extensive mengenai GSCM</p> <p>Lokasi : India</p>	<p>Penerapan GSCM akan mengarah pada kinerja yang berkelanjutan terutama bagi kinerja perusahaan. Selain itu terdapat hubungan yang signifikan antara praktik GSCM dan kinerja berkelanjutan yang telah diidentifikasi dan dikonfirmasi.</p>

		<p>7. Green Logistics and Reverse Logistics</p> <p>Variabel Dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja lingkungan 2. Kinerja ekonomi 3. Kinerja sosial 		
2.	<p><i>“The Impact of Green Supply Chain Management in Small to Medium Enterprises : Cross- sectional evidence”</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Green Procurement 2. Green Logistics 3. Green Manufacturing 	<p>Alat analisis : SEM & CFA</p> <p>Unit Analisis :</p> <p>Pengumpulan data : menggunakan cross-sectional surveys</p>	<p>- Penerapan <i>green procurement</i> memiliki efek stimulus positif dari tingkat kolaborasi antara UKM dan konstituensi strategis dalam lingkungan eksternal mereka.</p>

	<p>Mafini C & Muposhi A 2017</p>	<p>Variabel Dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kolaborasi lingkungan 2. Kinerja keuangan 	<p>Subjek : Pemilik / Manajer UMKM Objek : 312 UMKM Lokasi : Provinsi Gauteng, Afrika Selatan Metode Analisis : Chi square, Comparative Fit Index (CFI), Incremental Index of Fit (IFI), Tucker and Lewis Index & Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Penerapan <i>green logistics</i> dalam UMKM mengarah pada kolaborasi lingkungan yang lebih baik. - Penerapan <i>green manufacturing</i> meningkatkan kolaborasi lingkungan - Kolaborasi yang lebih tinggi oleh UMKM mengarah pada peningkatan kinerja keuangan
--	--	--	---	--

3.	<p>“<i>Extending Green Supply Chain Management Activities to Manufacturing Small and Medium Enterprises in a Developing Country</i>”</p> <p>Mafini C & Loury-Okoumba 2018</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Green purchasing 2. Reverse Logistics 3. Environment collaboration with suppliers 4. Green Manufacturing <p>Variabel dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Operational Performance 2. Supply Chain Performance 	<p>Alat analisis : SPPS, SEM & CFA</p> <p>Unit Analisis :</p> <p>Pengumpulan data : menggunakan kuesioner survey yang dibagikan kepada responden</p> <p>Subjek : Pemilik / Manajer UMKM</p> <p>Objek : 257 UMKM Manufaktur</p> <p>Lokasi : Provinsi Gauteng, Afrika Selatan</p> <p>Metode Analisis :</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Green Purchasing</i> memberikan pengaruh positif pada kinerja operasional - Terdapat hubungan positif antara <i>reverse logistics</i> dan kinerja operasional - Terdapat hubungan positif antara kolaborasi lingkungan dengan pemasok dan kinerja operasional - Terdapat hubungan positif antara <i>green manufacturing</i> dan kinerja operasional.
----	---	---	---	--

			Cronbach;s alpha, Goodness of fit index (GFI), Comparative Fit Index (CFI), Incremental Fit Index (IFI), Tucker-Lewis Index (TLI)	
4.	<i>“An Exploratory Survey of Green Supply Chain Management in Chinese Manufacturing Small and Medium-sized Enterprises”</i>	<p>External Factors :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Regulatory Pressures 2. Customer Pressures 3. Public Pressures 4. Supplier Pressures <p>Internal Factors :</p>	<p>Alat analisis : SPSS & ANOVA</p> <p>Unit Analisis :</p> <p>Pengumpulan data : menggunakan kuesioner survey yang dibagikan kepada responden</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil temuan adalah UMKM manufaktur China berada dibawah tekanan peraturan dari pemerintah dalam hal GSCM sampai tingkat tertentu - UMKM Manufaktur di China berada dibawah tekanan dari pembeli mereka

	<p>Huang X, Leing Tan B, Ding X 2012</p>	<p>1. Internal Drivers Variabel Dependen : 1. UMKM 2. GSCM</p>	<p>Subjek : Pemilik / General Manager / Supply Chain Manager / Production Manager di UMKM Objek : UMKM yang berpartisipasi di <i>e- marketplace</i> di China Lokasi : China Metode Analisis : Cronbach;s alpha, Standar Deviasi</p>	<p>di dalam dan luar negeri, serta para pengguna akhir dalam hal GSCM - Kekhawatiran lingkungan dari publik telah meningkat secara drastis, dan mengarah pada keinginan di antara masyarakat ketika membuat keputusan pembelian lebih memilih perusahaan dengan reputasi yang tinggi dalam hal ramah lingkungan - Terdapat beberapa efek kolaboratif dari pemasok pada pelanggan UMKM dalam hal GSCM</p>
--	--	--	---	--

				- UMKM manufaktur China telah didorong oleh pihak internal dalam hal GSCM
5.	<p><i>“Sustainable Supply Chain Management Practices : Selective Case Studies from Indian Hospitality Industry”</i></p> <p>Verma A.S 2014</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Green Procurement 2. Green Design 3. Green Manufacturing 4. Green Operations and Reverse Logistics 5. Waste Management 	<p>Metode Analisis : Studi kasus pada industri perhotelan</p> <p>Lokasi : India</p>	- GSCM diterapkan pada perhotelan yang ada di India, hal tersebut dilakukan demi mencapai pembangunan yang berkelanjutan, dimana GSCM tersebut mencakup <i>purchasing, manufacturing, materials management, distributon & reverse logistics</i> . Lalu ditemukan juga bahwa GSCM berpengaruh terhadap kinerja ekonomi dan daya saing.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif yang didapatkan melalui wawancara secara mendalam pada 12 UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta, peneliti menarik beberapa kesimpulan terkait penerapan praktik *Green Supply Chain Management* (GSCM) berdasar pada komponen utama yang dirangkum oleh Verma et al. (2018), secara rincinya sebagai berikut :

- a. Pada komponen hulu, peneliti menemukan penerapan *green procurement* dan *green suppliers* yang dilakukan oleh para partisipan adalah untuk memenuhi : 1) tujuan lingkungan, 2) tujuan sosial, 3) tujuan produksi.
- b. Pada komponen internal, peneliti menemukan bahwa sejumlah partisipan UMKM telah menerapkan *green manufacturing*, *green design & information system*, dan *green packaging*.

Penerapan *green manufacturing* ditunjukkan dengan sejumlah partisipan yang telah dapat mendeskripsikan bahan dan komponen dari produk yang dapat didaur ulang dan/atau digunakan kembali dan juga telah mendapat perijinan PIRT dan sertifikasi Halal yang menunjukkan bahwa proses produksi maupun produk yang dihasilkan tidak menggunakan produk yang berbahaya, yang mana kedua hal tersebut telah memenuhi persyaratan dasar *green manufacturing*.

Penerapan *green design & information system* ditunjukkan dengan sejumlah partisipan yang telah menggunakan media sosial sebagai media promosi

maupun penjualan produk serta telah menerapkan penjualan secara elektronik (*e-commerce*), yang mana para pelaku UMKM sudah ikut serta dalam mengurangi emisi dan karbon lingkungan.

Penerapan *green packaging* ditunjukkan dengan adanya partisipan yang telah menggunakan kemasan yang ramah lingkungan untuk pengemasan produknya. Para partisipan membuat kemasan yang nantinya dapat digunakan kembali atau kemasan tersebut dibuat menggunakan bahan yang dapat diperbarui atau lebih mudah terurai dilingkungan.

- c. Pada komponen hilir, peneliti menemukan bahwa sejumlah partisipan telah menerapkan *green distribution* dan *green logistics & reverse logistics*.

Penerapan *green distribution* ditunjukkan dengan sejumlah partisipan yang telah melakukan penjualan secara *offline* yakni dengan penyaluran produk ke beberapa tempat mulai dari warung hingga supermarket yang ada di Yogyakarta, dan pengiriman produk yang dilakukan dalam jumlah besar, yang mana telah memenuhi persyaratan *green distribution*.

Penerapan *green logistics & reverse logistics* ditunjukkan dengan sejumlah partisipan yang telah memanfaatkan dan mengolah kembali sisa bahan atau komponen produk, dan juga membuang limbah di tempat pembuangan atau saluran khusus sehingga meminimalisir dampak negatif bagi lingkungan.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti juga menarik kesimpulan bahwa sejumlah partisipan UMKM belum menerapkan praktik GSCM secara menyeluruh, dikarenakan para partisipan UMKM menghadapi berbagai hambatan, antara lain :

- a. Terbatasnya sumber daya manusia dan keuangan yang dimiliki, yang membuat para UMKM hanya menerapkan praktik GSCM semampu dan sesuai dengan sumber daya yang dimiliki.
- b. Kurangnya kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan terkait lingkungan. Para UMKM lebih fokus ke produksi karena materi atau sosialisasi yang didapat dari pemerintah lebih menekankan kepada sistematika dan cara menjual produk di pasaran, untuk materi mengenai lingkungan masih minim.
- c. Kurangnya kesadaran akan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari bisnis yang dijalankan.

5.2 Saran dan Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak UMKM, diharapkan agar terus mempertahankan dan meningkatkan penerapan praktik *green supply chain* management, dan juga diharapkan agar lebih berinisiatif dan lebih meningkatkan kesadaran untuk menerapkan praktik GSCM agar dapat meminimalisir dampak negatif bagi lingkungan.
2. Bagi pemerintah, diharapkan agar mendukung penerapan praktik GSCM di kalangan UMKM, yakni dengan cara memberikan sosialisasi / materi pelatihan mengenai ramah lingkungan kepada UMKM, jadi tidak hanya berfokus pada produksi, dan juga dapat membantu dari sisi finansial para UMKM.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menutupi kekurangan penelitian dengan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hambatan yang dihadapi UMKM dalam penerapan praktik *green supply chain management*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat keterbatasan penelitian sebagai berikut :

1. Data yang terkumpul kurang maksimal, karena pengumpulan data dilakukan pada masa pandemi Covid-19, sehingga terdapat partisipan yang hanya menerima wawancara via telepon.
2. Data yang digunakan kebanyakan berupa data primer, dimana masih kurangnya eksplorasi terkait dengan data sekunder khususnya mengenai responden / partisipan penelitian.
3. Objek penelitian yang diteliti tidak spesifik pada satu jenis UMKM dan terbatas pada UMKM yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta

DAFTAR PUSTAKA

Artaya, I. P., Kamisutara, M., & Baktiono, R. A. (2018). Pengaruh Citra Produk Berdasarkan Analisis Persepsi Konsumen Pada Kelompok Usaha Aneka Pangan Kota Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Tata Sejuta STIA Mataram*, 4(1), 39-50.

Barber, K. D., Garza-Reyes, J. A., Kumar, V., & Abdi, M. R. (2017). The effect of supply chain management practices on supply chain and manufacturing firms' performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*.

Chien, M. K., & Shih, L. H. (2007). An empirical study of the implementation of green supply chain management practices in the lectrical and electronic industry and their relation to organizational performances.

Dinas Koperasi dan UMKM DIY (2020). Data UMKM DIY 2019.

Ellinger, A. E. (2000). Improving marketing/logistics cross-functional collaboration in the supply chain. *Industrial marketing management*, 29(1), 85-96.

Fidakusuma, G. N. (2013). *Perilaku Sosial Anak Tunarungu Tingkat SMP di SLB BC Pambudi Dharma II Kota Cimahi: Studi Deskriptif Kualitatif pada Siswa Tunarungu SMPLB di SLB B-C Pambudi Dharma II-Cimahi* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

Firmandani, F. (2019). *PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM) TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada UKM Tenun di Desa Gamplong Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman, Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

Firmansyah, A. I. (2018). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi di tulungagung.

Gustila T. (2019). Analisis Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat dalam menerapkan Inovasi Ramah Lingkungan pada UKM di Indonesia.

Huang, X., Tan, B. L., & Ding, X. (2015). An exploratory survey of green supply chain management in Chinese manufacturing small and medium-sized enterprises. *Journal of Manufacturing Technology Management*.

Jüttner, U., Christopher, M., & Godsell, J. (2010). A strategic framework for integrating marketing and supply chain strategies. *The International Journal of Logistics Management*.

Mafini, C., & Loury-Okoumba, W. V. (2018). Extending green supply chain management activities to manufacturing small and medium enterprises in a developing economy. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 21(1), 1-12.

Mafini, C., & Muposhi, A. (2017). The impact of green supply chain management in small to medium enterprises: Cross-sectional evidence. *Journal of Transport and Supply Chain Management*, 11(1), 1-11.

Musianto, L. S. (2004). Perbedaan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan kualitatif dalam metode penelitian. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 4(2), pp-123.

Niode, I. Y. (2009). Sektor UMKM di Indonesia: Profil, masalah, dan strategi pemberdayaan. *Jurnal kajian ekonomi dan bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1), 1-10.

Prasetyo, P. E. (2008). Peran usaha mikro kecil dan menengah (umkm) dalam kebijakan penanggulangan kemiskinan dan pengangguran. *Akmenika Upy*, 2(1), p1-13.

Purnomo, H., Kisanjani, A., Kurnia, W. I., & Suwanto, S. (2019). Pengukuran Kinerja Green Supply Chain Management Pada Industri Penyamakan Kulit Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 18(2), 161-169.

Putri, N. K., Purwati, A. S., Wulandari, R. A. S., & Suparlinah, I. (2015). Tantangan yang dihadapi UMKM di Indonesia pada era ASEAN-China free trade area 2015.

R Ivanka Genni (2019). Analisis Tantangan dalam Penerapan *Green Supply Chain Management* pada UMKM di Indonesia.

Rahman, F., & Mawardi, M. K. (2017). Strategi UMKM dalam membangun brand toko online di marketplace (Studi pada komunitas tokopedia di Kota Bekasi). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 53(1), 39-48.

Rao, P. H. (2019). Green Supply Chain Management: A Study Based on SMEs in India. *Journal of Supply Chain Management Systems*, 8(1), 15.

Resalawati, A. (2012). Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM di Indonesia.

Seuring, S., & Gold, S. (2013). Sustainability management beyond corporate boundaries: from stakeholders to performance. *Journal of Cleaner Production*, 56, 1-6.

Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009), hal.16

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor (20) Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Verma, A. S. (2014). Sustainable supply chain management practices: Selective case studies from Indian hospitality industry. *International management review*, 10(2), 13-23.

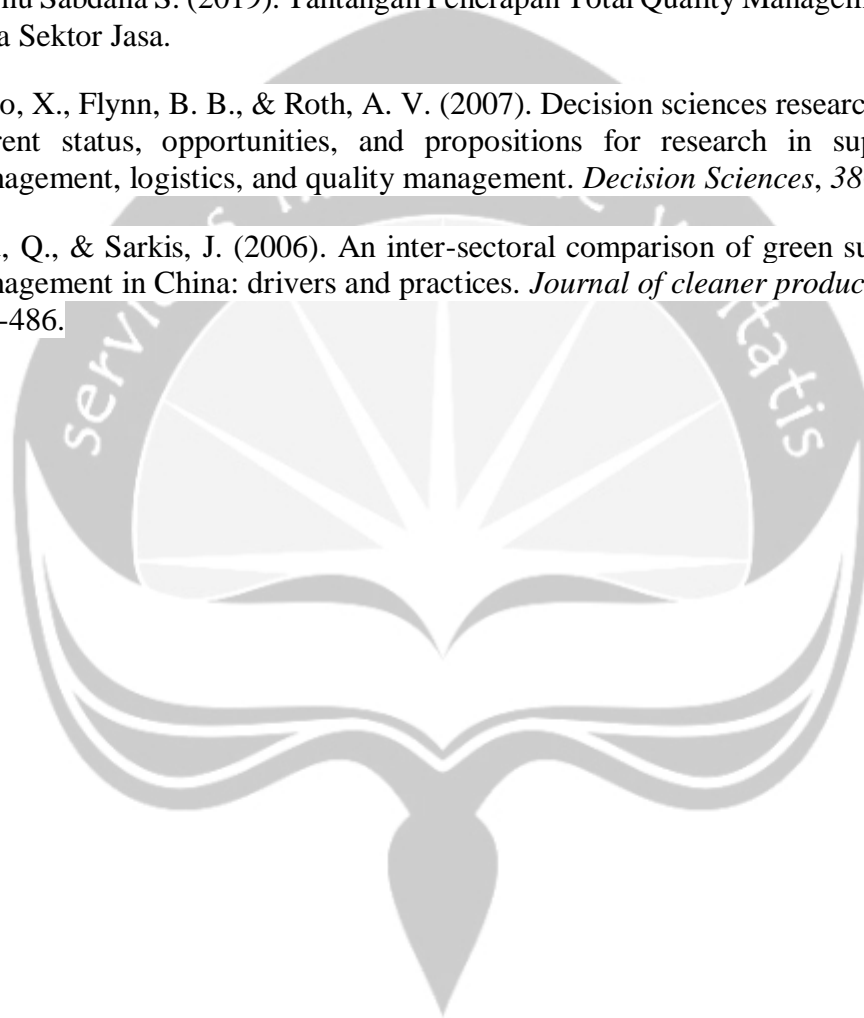
Verma, S. (2014). Analysing environmental supply chain of small & medium enterprises (SMEs) in India: research challenges & future directions. In *Global Conference on Managing in Recovering Markets GCMRM 2014* (pp. 1-6).

Verma, D., Dixit, R. V., & Singh, K. (2018). Green Supply Chain Management: A Necessity for Sustainable Development. *IUP Journal of Supply Chain Management*, 15(1).

Wisnu Sabdana S. (2019). Tantangan Penerapan Total Quality Management (TQM) pada Sektor Jasa.

Zhao, X., Flynn, B. B., & Roth, A. V. (2007). Decision sciences research in China: current status, opportunities, and propositions for research in supply chain management, logistics, and quality management. *Decision Sciences*, 38(1), 39-80.

Zhu, Q., & Sarkis, J. (2006). An inter-sectoral comparison of green supply chain management in China: drivers and practices. *Journal of cleaner production*, 14(5), 472-486.



LAMPIRAN

Sinopsis UMKM

Rumah Keju Jogja

Rumah Keju Jogja adalah sebuah usaha yang menjual produk keju (contohnya : mozzarella, halloumi, feta, dll) maupun produk olahan keju (contohnya : mozzarella stick, halloumi stick, sate domba keju, dll). Awal mula terbentuknya Rumah Keju Jogja berawal dari *workshop* belajar membuat keju mozzarella, beberapa ibu-ibu sepakat setelah diadakannya *workshop* akan melakukan praktek bersama, lalu muncul permintaan untuk diadakan *workshop* kembali, karena peminat *workshop* sebelumnya banyak dan saat itu jumlah peserta dibatasi (sehingga ada yang belum sempat mendaftar sudah ditutup/kuota penuh). Selanjutnya juga muncul ide ibu-ibu yang praktek bersama untuk membuat kelas kecil dengan peserta yang lebih sedikit.

Akhirnya Rumah Keju Jogja berdiri pada Februari 2018. Rumah Keju Jogja ini milik dari 18 orang, dengan sekitar 9 orang yang aktif untuk mengelola, dari mulai bagian pemasok susu, administrasi, bendahara, bagian produksi, bagian pemasaran merangkap publikasi (melalui *facebook*, *instagram*, dan juga cari-cari acara buat ikut pameran, dsb).

Rumah Bakpao Jogja

Rumah Bakpao Jogja adalah UMKM yang menjual produk berupa bakpao dengan karakter dan warna yang menarik. Pada saat awal usaha tidak langsung menjual bakpao karakter, tapi masih menjual bakpao yang biasa yang bulat berwarna putih, dengan nilai jualnya hanya Rp. 800/buah. Sang pemilik ibu Deasy mendapatkan ide bakpao karakter pada tahun 2012 dari melihat-lihat di *facebook* ada yang upload tentang bakpao karakter yang menarik minatnya untuk mencoba bikin, karena pada saat itu bakpao karakter belum banyak. Lalu setelah mencoba bikin ternyata jadi, dulu ketika masih ada *blackberry messenger (bbm)*, ibu Deasy mencoba memasang bakpao tersebut di foto profil *bbm*, ternyata langsung mendapat pesanan, lalu mencoba dikerjakan ternyata makin lama makin banyak peminatnya, karena masyarakat masih menganggap bakpao karakter itu unik, dan juga harganya bisa meningkat hingga mencapai Rp. 2500/buah, padahal dengan bahan yang sama hanya ditambah dengan pewarna.

Akhirnya Rumah Bakpao Jogja berdiri pada tahun 2014, awalnya di Kutoarjo, lalu merintis cari pasaran di Jogja. Tempat paling pertama yang menjadi tempat dititipkannya produk Rumah Bakpao Jogja ini adalah Toko Snack Lisa di Jl. Magelang, sekarang sudah mencapai pasar-pasar seperti pasar Colombo, Kranggan hingga yang paling jauh sudah sampai ke daerah Bantul, dan pasar Imogiri. Hingga sekarang Rumah Bakpao Jogja sudah memproduksi bakpao

dengan lebih dari 7 karakter, yang bisa menyesuaikan dengan pesanan juga, dengan varian rasa coklat, blueberry, dan strawberry.

Bakpia Pathok Adiagung

Bakpia Pathok Adiagung berdiri pada tahun 2001. Awal mula nama usahanya adalah Bakpia Aung, diambil dari nama salah satu anak dari pemilik. Awalnya hanya membuat Pia Keju yang hanya dititipkan di warung-warung. Setelah ada banyak permintaan terhadap bakpia kacang ijo maka kemudian mencoba untuk memproduksi bakpia kacang ijo. Dengan berjalannya waktu maka banyak orang yang sudah mengenal dan kemudian semakin banyak pembeli sehingga kami putuskan untuk membangun toko dan tempat produksi yang masih 1(satu) bangunan dengan rumah. Pada tahun 2015 mencoba mengajukan paten dengan nama Adiagung dikarenakan nama Agung sudah dipakai di Bakpia Agung Ngampilan, sehingga sampai sekarang menggunakan nama Adiagung.

Jamur Tiram “MUTE”

Jamur Tiram “MUTE” adalah UMKM yang menjual produk olahan dari bahan dasar jamur, contohnya kripik jamur, sate jamur, dan nugget jamur. Usahanya ini berawal dari tahun 2016, saat itu sang pemilik yakni Mbak Okta sedang kerja sambil kuliah, lalu karena merasa waktunya “lari-lari”, akhirnya beliau mengundurkan diri dari pekerjaannya, jadi hanya kuliah saja. Tapi karena hanya kuliah, yang dirasakan Mbak Okta seperti tidak ada kerjaan, lalu akhirnya mendapat info dari temen bahwa menanam jamur itu gampang. Lalu awal-awalnya itu mencoba membeli jamur untuk ditanam, awalnya cuma kasih ke sekitar, tapi makin lama jadi ada yang mau beli. Karena makin lama makin banyak, akhirnya Mbak Okta mencoba mengolah jamur tersebut kripik, sate, nugget, ternyata mendapat respon positif, setelah itu baru coba jualan dan hingga saat ini produk Jamur Tiram “MUTE” sudah dapat dibeli di Dinas Perdagangan hingga belanja.com, dengan range harga produk mulai dari Rp. 1.500 sampai dengan Rp.100.000.

Gutera Food

Gutera Food adalah sebuah usaha yang menjual kacang (seperti kacang oven & kacang asin), kripik serta buah beku (terdiri dari sirsak dan nangka). Usaha kacang mulai dari sekitar tahun 2015, sedangkan buah beku mulai dari sekitar tahun 2018. Ide awalnya yakni kebetulan sang pemilik, bapak Rebo berasal dari Gunungkidul, dan beliau berpikir apa yang bisa dibawa dari sana untuk bisa dijual di Jogja. Karena di Gunungkidul merupakan daerah penghasil kacang kering yang bagus dan disana kebanyakan dijual dalam keadaan raw material., maka pak Rebo berpikiran untuk menjalankan usaha dengan mengolah kacang 1 (satu) step lebih lanjut untuk menambah nilai jualnya.

Sedangkan kalau usaha buah beku, berawal dari pak Rebo yang sering bertugas di Pathok setiap minggu sekali untuk mengisi pengajian. Kebetulan disana

banyak sirsak yang tidak termanfaatkan. Awal mulanya teman beliau curhat bahwa di sana sirsak tidak dikelola dengan baik, bahkan saat musim panen malah jadi limbah. Lalu akhirnya pak Rebo mencoba membawa 5kg dulu ke Jogja, lalu dipikir mau diapain, setelah *googling* dan mencari-cari literatur, akhirnya menemukan yang paling realistis dan biayanya sedikit adalah dibekukan. Namun buah-buah tersebut harus dibersihkan terlebih dahulu, baru dikemas. Awal-awal pemasarannya lewat *facebook*, lalu mulai masuk ke restoran-restoran, ternyata permintaannya bagus. Terdapat perbedaan segmentasi untuk produk yang dijual, kalau buah beku menyasar ke restoran-restoran, sedangkan kacang dan kripik lebih ke toko-toko dan retail modern.

Kripik Gayam Jogja

Kripik Gayam Jogja adalah sebuah usaha yang menjual kripik dengan berbahan dasar buah gayam dengan merk "*Chest Nut*". Awal berdirinya tahun 2017 dengan brand awal "Mata Cangkok Mas Boy", lalu *rebranding* pada akhir tahun 2018 menjadi "*Chest Nut*" dan ganti kemasan. Idenya berawal dari sang pemilik yakni mas Sam, dulu ketika ujian skripsi memiliki budaya yakni membawa barang untuk dosen sebagai apresiasi & ucapan terima kasih. Biasanya teman-teman mas Sam memberikan "Brownies Amanda" terus, lalu terpikirkan apa tidak bosan jika kue itu terus. Awalnya juga kebetulan ibu mas Sam sering jualan dikantin dan sering jual produk yang digoreng, contohnya kripik kulit melinjo, maka akhirnya mencoba bikin kripik gayam.

Usaha ini juga didasari oleh tekad dari mas Sam agar bisa bantu orangtua, dan kebetulan mas Sam senang juga untuk berwirausaha. Awal-awal penjualan itu memakai kemasan toples nastar, awalnya kasih temen buat mencicipi, ternyata mendapat respon positif, maka mas Sam memulai untuk menjual produknya tersebut. Dulu pernah mendapat orderan dari Bali sebanyak 200pcs, dari situ mas Sam beralih kemasan, karena toples banyak resikonya, maka beralih ke kemasan plastik. Usaha ini juga sudah mendapat legalitas PIRT, yang berarti produk aman untuk dikonsumsi.

CV. Jogindo Beverage

CV. Jogindo Beverage memiliki produk yakni minuman serbuk coklat dengan gula aren bermerk CACOO. Awal mula usaha dimulai dari keinginan untuk menciptakan minuman serbuk coklat CACOO special bagi penikmat coklat sejati, dari keinginan tersebut dimulailah petualangannya dari memilih bubuk coklat yang istimewa. Bubuk coklat yang dihasilkan dari biji coklat pilihan, dengan standar kualitas tinggi menghasilkan bubuk coklat yang tepat. Coklat yang mempunyai citarasa sempurna. Tidak cukup disitu, minuman serbuk coklat CACOO ini dipadukan dengan gula aren, sebagai gula khas warisan nenek moyang, yang mempunyai citarasa klasik legit. Perpaduan dua bahan tepat untuk meracik minuman serbuk coklat CACOO yang menghasilkan citarasa coklat CACOO yang

lezat, nikmat, sempurna. CV. Jogindo Beverage berdiri pada 6 Januari 2015 oleh Retmono Agung Winarno, STP, MSc bergerak dalam bidang pemasaran minuman serbuk coklat, dalam perkembangan sampai saat ini sudah memiliki ijin PIRT dari Dinas Kesehatan Kab. Sleman dan Halal dari LPPOM MUI.

Susu Rempah Eyang Tin (SuMPah Eyang Tin)

SuMPah Eyang Tin memiliki produk dimulai dari susu rempah, rempah uwuh, beras kencur, kunyit asam, teh bunga telang, teh bunga rosella, dan masih banyak lagi. Latar belakangnya dimulai dari sang pemilik, Valentina Sulastri yang biasa dipanggil Eyang Tin adalah seorang profesional yang pernah selama 25 tahun menjadi bidan, dan selama proses itu banyak menemui pasien-pasien yang datang. Dari proses 25 tahun tersebut, Eyang Tin memiliki suatu analisa dan menyimpulkan bahwa sakitnya para pasien itu dibuat oleh mereka sendiri, contohnya ketika orang sakit maka akan dikasih obat pabrik, hal tersebut memang menyembuhkan namun banyak yang belum sadar bahwa ada dampak lain yang tidak disadari.

Dari situ Eyang Tin berpikir apakah ada sesuatu yang menyembuhkan namun bukan olahan pabrik. Dengan latar belakang keluarga yang juga menggeluti bidang jamu, Eyang Tin melihat bahwa konsumen-konsumen keluarga Eyang Tin selalu dalam keadaan segar bugar. Setelah itu, Eyang Tin “berdialog” dengan Tuhan, dan menemukan bahwa terdapat “Ciptaan Tuhan” yang menyembuhkan dan bukan olahan pabrik, yakni rempah-rempah. Dari situ Eyang Tin memberanikan diri untuk keluar dari zona nyaman dan beralih ke usaha minuman ini. Selama proses, Eyang Tin terus belajar hingga 2018 akhir baru “berani muncul” dengan produknya ini dan hingga sekarang higienitas dan sanitasi usaha Eyang Tin sudah tersertifikasi Dinas Kesehatan dan MUI Halal.

Batik Pinilih

Batik Pinilih adalah sebuah UMKM batik dengan jenis batik tulis abstrak. Awalnya itu tidak langsung jualan batik, tapi jual pakaian di pasar Beringharjo dari tahun 2002, lebih ke fashion wanita, lalu ketika mengalami penurunan penjualan, sang pemilik yakni bapak Nugroho mencoba mencari ide lain, dan akhirnya menemukan ide yakni usaha batik. Batik Pinilih memiliki ciri khas sendiri / mempunyai nilai sendiri yang beda dari lain, yakni berjenis batik tulis abstrak, jadi 1(satu) model hanya bisa untuk 1(satu) baju, menerima juga custom sesuai orderan. Fokusnya memang batik tulis, tapi bisa juga batik cap kalau ada yg order. Batik ini mulai dari sekitar tahun 2016 dan produksinya kebanyakan di Kalasan, serta range harga produk Batik Pinilih mulai dari Rp.150.000-Rp.250.000.

House of Distrav

House of Distrav adalah usaha yang bergerak di bidang *ecoprint handmade* dengan produk yakni *eco product fashion and bag*, dengan pasar lokalnya adalah

muslim fashion, dan pasar luarnya apa saja namun berfokus pada *street wear*. Usaha ini dirintis oleh pasangan suami istri, yakni Pak Kokok dan Bu Dini. Awalnya masing-masing bekerja, dari situ mendapat pemahaman bahwa harus bikin usaha yang belum banyak di Indonesia, dan tidak fokus/terikat hanya di pasar lokal saja. Lalu pada umur ke 46 tahun, mulai beralih, awalnya melakukan riset dari bulan Oktober 2016 hingga Februari 2017, dan akhirnya House of Distraw berdiri pada 12 Maret 2017, dengan visi awal yakni “*First from Indonesia to the World*”, namun karna merasa beban terlalu besar, maka visi berubah menjadi “*Bring House of Distraw to the World*”. Lebih banyak memang menysasar ke luar negeri karna memang dari awal konsep House of Distraw adalah ‘*think global*’, maka di bulan Juli sudah sampai berangkat ke Rusia. Pada tahun 2018-2019 baru fokus membangun *brand* untuk di lokal, contohnya dengan mengikuti kontes yang diadakan oleh blibli.com.

Awal usaha masih menggunakan pewarna sintetis, namun terpikir jika naptol dan garam bergabung dapat membentuk senyawa yang bersifat karsinogen, dari situ muncul ide untuk beralih pewarna alam, dan juga karena tinggal di komplek perumahan, jika menggunakan pewarna sintetis tentu akan menciptakan limbah. Maka dari itu beralih ke pewarna alam dengan belajar dari dosen teknik kimia UGM, dan juga melalui riset dan ujicoba, serta ini juga didasari karena sangat mencintai produk ramah lingkungan dan *handmade* serta menghindari limbah industri.

Danawa Watch

Danawa Watch adalah sebuah usaha yang menjual jam tangan, *frame* kacamata, dan cincin berbahan dasar kayu. Usaha ini dimulai dari tahun 2014, dengan latar belakang sang pemilik yang sekarang menjadi manajer produksi, mas Aan memiliki basic teknik sipil. Namun mas Aan lebih senangnya di teknik industri, maka mulai dari setelah lulus, aplikasi untuk teknik sipil dihapus semua, lalu diganti dengan aplikasi-aplikasi untuk teknik industri. Lalu untuk usaha ini awalnya iseng nyoba dan otak-atik terus, belajar, dan diasah terus, hingga sampai saat ini yang awalnya bikin jam tangan hanya 1 (satu) atau 2 (dua) buah perhari, sekarang dapat mencapai 20-30 buah perhari. Danawa Watch lebih menysasar untuk orang yang berumur diatas 28 tahun, dengan range harga kisaran Rp.250.000 hingga yang paling mahal pernah mencapai Rp.1.700.000, dan juga mas Aan membuat jam tangan kayu untuk suatu merk.

Madewell Modiste

Madewell Modiste adalah sebuah UMKM yang bergerak dibidang fashion. Ide awalnya bermula dari sang pemilik yakni Mbak Arlin awalnya itu kerja terus, namun ketika menikah dan punya anak, agak tidak terbiasa yang awalnya kerja terus, jadi tidak ada kegiatan. Lalu pas anak mbak Arlin berumur 3 bulan, beliau mencoba buka *online shop* jual baju, baju-baju yang dijual merupakan hasil jahit sendiri karna kebetulan adik mbak Arlin bisa jahit, ternyata mendapat respon positif

dan lama-kelamaan banyak yang minta *custom*. Awalnya *Madewell* sebagai *brand*, berubah jadi *Madewell Modiste*, yakni tempat membuat pakaian tapi lebih ke pakaian perempuan/feminim. Lalu ada perkembangan terus, yang awalnya usaha hanya bersama adik, lalu akhirnya menambah karyawan. Awal berdiri bulan Februari tahun 2018, yang awalnya jahit satuan, sekarang sudah mengerjakan pesanan butik-butik yang ada di Jogja.



Pedoman Wawancara

1. Nama lengkap Saudara?
2. Bagaimana latar belakang / ide awal / sejarah usaha Saudara? (dari tahun berapa)
3. Apa saja produk yang dijual Saudara?
4. Berapa jumlah tenaga kerja di tempat usaha Saudara saat ini?
5. Apa saja bahan baku yang diperlukan dalam usaha Saudara?
6. Bagaimana kebijakan Saudara dalam pengadaan bahan baku ?
7. Apakah terdapat kriteria khusus dalam memilih pemasok?
8. Bagaimana penjadwalan pengadaan bahan baku di tempat usaha Saudara?
9. Bagaimana proses produksi usaha Saudara?
10. Bagaimana pengemasan produk Saudara ?
11. Bagaimana cara pemasaran produk Saudara ?
12. Apa saja limbah yang dihasilkan dari produksi usaha Saudara?
13. Apakah terdapat pengelolaan lebih lanjut terkait dengan limbah hasil produksi Saudara?
14. Bagaimana prosedur jika ingin memesan produk Saudara?
15. Bagaimana penyaluran produk Saudara ke konsumen ? Apakah dititipkan di toko-toko / dari tempat Saudara langsung di kirim ke konsumen / konsumen mengambil sendiri ke tempat Saudara ?
16. Apa hambatan/tantangan yang pernah dihadapi dalam usaha Saudara? (misalnya tantangan/hambatan dalam pengadaan bahan, produksi,distribusi,dll)
17. Menurut Saudara, apakah proses produksi usaha Saudara sudah memperhatikan kelangsungan lingkungan ? Jika sudah, apa saja kegiatan tersebut ? Jika belum, apakah Saudara pernah mendapat tanggapan dari konsumen untuk lebih memperhatikan kelangsungan lingkungan ?
18. Menurut Saudara sendiri, seberapa penting UMKM untuk menerapkan kebijakan ramah lingkungan di usahanya?
19. Menurut Saudara, bagaimana perkembangan UMKM ramah lingkungan kedepannya?