

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi *Coronavirus Disease* (Covid-19) atau yang biasanya dikenal dengan Virus Corona masih terus mewabah di berbagai belahan dunia, sehingga pada Tanggal 30 Januari 2020 status darurat kesehatan dunia pun diberlakukan oleh Direktur Jenderal WHO (World Health Organization). Kondisi di dalam negeri sendiri pandemi dikonfirmasi secara resmi masuk ke Indonesia pada Tanggal 2 Maret 2020 ketika Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo menyatakan ditemukannya kasus pertama dan sejak saat itu virus terus menyebar dan meluas. Bahkan hingga akhir Bulan September 2020, total kasus penderita yang mengalami infeksi Virus Corona dikonfirmasi mencapai 282.724 kasus dan telah merenggut sebanyak 10.601 jiwa diantaranya (WHO, 2020). Kondisi pandemi ini berdampak bagi berbagai sektor, diantaranya mengenai dampaknya dalam mempengaruhi ketahanan bisnis, salah satu bisnis yang utamanya merasakan dampak adalah bisnis yang dimiliki dan dijalankan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

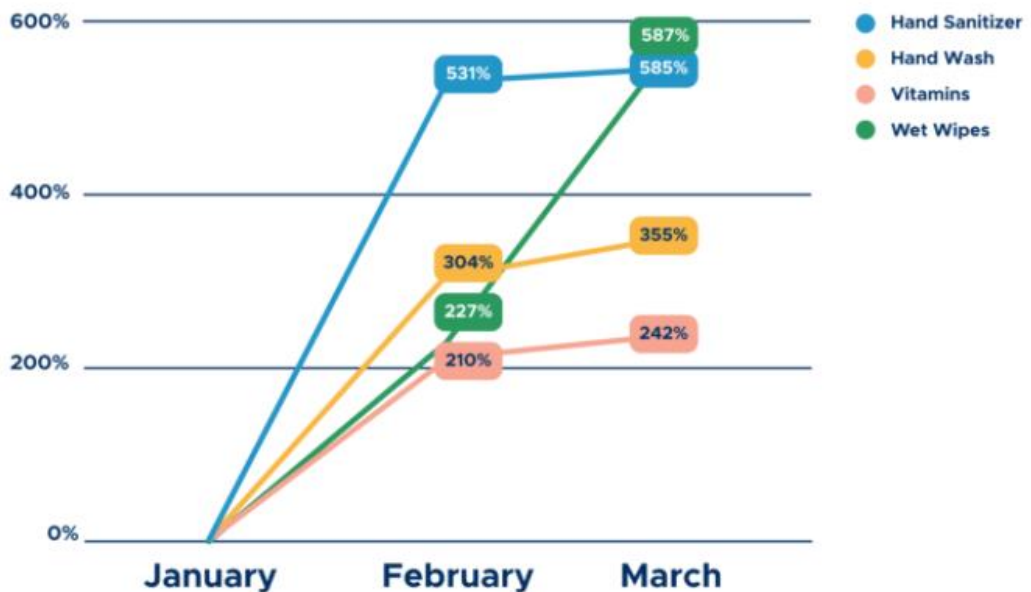
Sebagaimana hasil survei terhadap pelaku UMKM di Wilayah Jakarta, Bogor, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek) mengenai ketahanan usaha UMKM yang menyatakan bahwa sebanyak 24,8% diantaranya memperkirakan bahwa usaha mereka tidak dapat bertahan dalam waktu enam bulan, sedangkan 12,8% lainnya berisiko mengalami kebangkrutan usaha karena tidak dapat bertahan dalam kondisi pandemi (Katadata Insight Center, 2020). Tidak dapat bertahannya kelangsungan suatu bisnis atau usaha ini disebabkan salah satunya oleh penurunan penjualan, sebagaimana hasil survei lain mengenai penurunan penjualan UMKM yang membuktikan bahwa akibat pandemi sebanyak 26% pelaku UMKM mengalami penurunan penjualan hingga lebih dari 60%, bahkan 36,7% lainnya menyatakan tidak ada penjualan. Di sisi lain, hanya 3,6% yang mengalami peningkatan penjualan (Asosiasi Business Development Service Indonesia, 2020).

Penurunan penjualan yang dialami oleh UMKM tersebut berisiko mengakibatkan masalah bagi perekonomian usaha seperti krisis keuangan, sebagaimana dalam laporan yang memaparkan dampak pandemi covid-19 bagi UMKM di Indonesia yang menyatakan bahwa sebanyak 52,4% UMKM sudah tidak memiliki dana untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya, sedangkan 32,8% lainnya memiliki sisa dana usaha yang akan segera habis. Di sisi lain, hanya 8,6% yang masih memiliki dana usaha yang mencukupi (Nugroho dan Negara, 2020). Hal tersebut selaras dengan hasil survei mengenai kebutuhan bantuan UMKM yang menyatakan sebanyak 44% diantaranya membutuhkan bantuan berupa modal usaha (Wahana Visi Indonesia, 2020).

Permasalahan yang dialami UMKM ini sangat disayangkan karena dalam menjalankan usahanya pelaku UMKM turut memberikan kontribusi terhadap terhadap aspek perekonomian Indonesia salah satunya dari segi Produk Domestik Bruto (PDB), dimana pada Tahun 2018 UMKM memberikan kontribusi sebesar 57,8% terhadap PDB (Kementerian Koperasi, 2019). Selain itu UMKM juga turut berperan dalam menyerap tenaga kerja dan menekan angka pengangguran bahkan pada Tahun 2016 angka kontribusinya mencapai 96,7% (Bank Indonesia, 2016). Selain itu, UMKM juga menjadi usaha yang mendominasi dimana hingga Tahun 2020 tercatat 99,99% dari unit usaha yang ada di Indonesia merupakan UMKM (Kementerian Koperasi, 2020). Namun di balik besarnya potensi UMKM, menurut Pemerintah Provinsi Jawa Barat lebih dari 60% UMKM berisiko menghasilkan limbah jenis Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) yang dapat berpotensi mengakibatkan pencemaran lingkungan yang berbahaya bagi kesehatan dan keselamatan lingkungan di sekitarnya.

Pada awal Bulan Maret 2020 ketika pandemi resmi dinyatakan masuk ke Indonesia, masyarakat menyerbu pusat perbelanjaan untuk memborong berbagai kebutuhan pokok dan menariknya produk sanitasi seperti *hand sanitizer*, sabun cuci tangan, disinfektan, tisu basah, dan lainnya menjadi barang yang laku keras dan habis terjual dimana mana. Fenomena ini umumnya dikenal dengan istilah '*panic buying*' dimana karena kepanikannya terhadap pandemi, masyarakat memborong kebutuhan sanitasi untuk mencegah risiko

penyebaran virus. Hal tersebut kemudian disadari sebagai yang mempengaruhi tingkat pembelian produk sanitasi dan kesehatan, salah satunya produk sabun cuci tangan yang melambung tinggi sebagaimana Gambar 1.1 (Sirclo, 2020).



Gambar 1. 1 Grafik Tingkat Pembelian Produk Sanitasi dan Kesehatan
Sumber: Sirclo (2020)

Berdasarkan grafik, pada Bulan Januari beralih ke Februari 2020 saat WHO menetapkan status darurat kesehatan dunia, tingkat pembelian sabun cuci tangan melambung secara signifikan sebesar 304%. Kemudian pada Bulan Februari beralih ke Maret 2020 saat pandemi resmi masuk ke Indonesia, tingkat pembelian terhadap sabun cuci tangan semakin melambung tinggi hingga mencapai 355% (Sirclo, 2020). Data tersebut diperkuat oleh laporan mengenai reaksi dari kategori barang tertentu selama pandemi Covid-19, dimana pada awal Bulan Maret 2020 kategori produk non-makanan dengan tingkat pembelian tertinggi, salah satunya adalah jenis produk sabun pembeliannya melambung sebesar 41,6%, dimana pembelian sabun jenis cair melonjak hingga 285% dan spesifiknya pembelian sabun pencuci tangan cair melambung hingga 199% (Nielsen dan Scantrack, 2020).

Pandemi Covid-19 ini sedikit banyaknya telah mempengaruhi pola dan gaya hidup masyarakat baik itu secara langsung maupun tidak langsung, seperti perubahan pola pembelian masyarakat terhadap produk sanitasi dan kesehatan

sebagaimana yang telah dipaparkan, dan juga pola penggunaannya terlebih dengan adanya kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) yang dikampanyekan oleh pemerintah. Sebagaimana persepsi masyarakat pada saat pandemi yang menyatakan bahwa efektivitas protokol kesehatan mencuci tangan dengan sabun selama 20 detik tergolong tinggi sebesar 90%, bahkan lebih tinggi dibandingkan dengan penggunaan *hand sanitizer* karena hanya sebagai alternatif (BPS, 2020).

Berdasarkan pembahasan mengenai melemahnya bisnis UMKM karena terdampak pandemi, positifnya di sisi lain ditemukan aspek potensial berupa besarnya peluang pasar bagi pelaku usaha produk sabun cuci tangan. Salah satunya adalah CV Harumi Nusantara yang memulai operasionalnya sejak Tahun 2016 silam ini merupakan Pelaku Bisnis UMKM yang memproduksi aneka sabun salah satunya jenis sabun cuci tangan (*hand wash*) sebagai fokus utama produknya. Sabun cuci tangan yang diproduksi oleh CV Harumi Nusantara juga sudah memiliki merek dagang sendiri yang telah terdaftar secara resmi, yaitu Vasty Clean. CV Harumi Nusantara berada di Provinsi Jawa Barat yang mana merupakan provinsi potensial bagi UMKM karena Jawa Barat berada di posisi kedua provinsi dengan pendapatan UMKM terbesar pada Tahun 2015, dan posisi ketiga provinsi dengan jumlah UMKM terbanyak pada Tahun 2015 (BPS, 2016). Namun sayangnya CV Harumi Nusantara belum dapat memanfaatkan besarnya peluang pasar untuk produk sabun cuci tangan pada kondisi pandemi, serta potensi besar UMKM sebagai upaya mempertahankan keberlanjutan (*sustainability*) usahanya. Terutama karena munculnya fenomena menjamurnya usaha serupa yang memiliki hasil produksi sama yaitu sabun cuci tangan menyebabkan timbulnya kondisi persaingan yang berisiko mengancam keberlangsungan usaha CV Harumi Nusantara.

Berdasarkan observasi lapangan dan hasil wawancara dengan pemilik dan pengelola sekaligus direktur dari CV Harumi Nusantara, yaitu Bapak Muhammad Ivan Puashandhy (2020), diketahui bahwa terdapat permasalahan terkait keberlanjutan pada usahanya yang meliputi ketiga dimensi keberlanjutan yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dari dimensi ekonomi, terdapat permasalahan berupa penjualan untuk produk sabun cuci tangan Vasty

Clean dalam kondisi pandemi ini rata-rata hanya meningkat sekitar 10% dibandingkan dengan sebelum pandemi, yang mana menurut beliau angka tersebut masih tergolong kecil. Beliau pun menyatakan bahwa tidak ada target khusus dalam masa pandemi, karena sejak sebelum pandemi pun produksi dan penjualan yang dilakukan masih belum dapat mengoptimalkan kapasitas produksi yang mampu dilakukan. Dimana kapasitas produksi yang mampu dilakukan adalah 5.000 L/bulan, sedangkan dalam kondisi pandemi sejauh ini perusahaan hanya mampu memproduksi dan menjual rata-rata sekitar 1.500 L/bulan yang bahkan tidak sampai 1/3 dari kapasitas produksinya.

Selain permasalahan tersebut, terdapat juga permasalahan lain dalam dimensi ekonomi diantaranya posisi usaha dalam pasar lemah, karena usaha masih tergolong baru yaitu sekitar empat tahun, dengan skala usaha yang tidak terlalu besar karena hanya berupa UMKM industri rumahan (*home industry*), serta usaha yang belum banyak dikenal oleh masyarakat. Kemudian ketatnya persaingan pasar, karena banyaknya dan menjamurnya usaha atau industri serupa yang memproduksi sabun cuci tangan baik skala besar maupun skala yang sama namun lebih ternama dan dikenal oleh masyarakat, serta penawaran yang lebih baik dari pesaingnya tersebut baik seperti dari segi harga, variasi, kemudahan dalam memperoleh produk. Selain itu, ada pula permasalahan mengenai rendahnya profitabilitas usaha, karena tingkat penjualan yang mampu dilakukan perusahaan tergolong rendah sebab sedikitnya pelanggan yang mampu dijangkau, akibat dari produk sabun cuci tangan Vasty Clean masih kurang dikenal oleh masyarakat. Rendahnya profitabilitas juga karena perusahaan seringkali kehilangan pelanggan sebab belum adanya upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mempertahankan para pelanggannya yang ada, dimana perusahaan memiliki *reseller* yang berpotensi membantu meningkatkan penjualan dan pemasaran sebagai pembeli tetap dalam kuantitas besar, namun ketika *reseller* berhenti tanpa kejelasan perusahaan tidak ada upaya melakukan konfirmasi dan mempertahankan, melainkan dibiarkan begitu saja dimana hal tersebut keputusan sepihak yang merugikan perusahaan. Rendahnya profitabilitas juga karena perusahaan seringkali kehilangan peluang pasar sebagaimana seperti kondisi pandemi dimana peluang pasar

untuk produk sabun cuci tangan sangat besar namun perusahaan belum dapat mengoptimalkannya, sebab belum dilakukannya upaya perencanaan strategis.

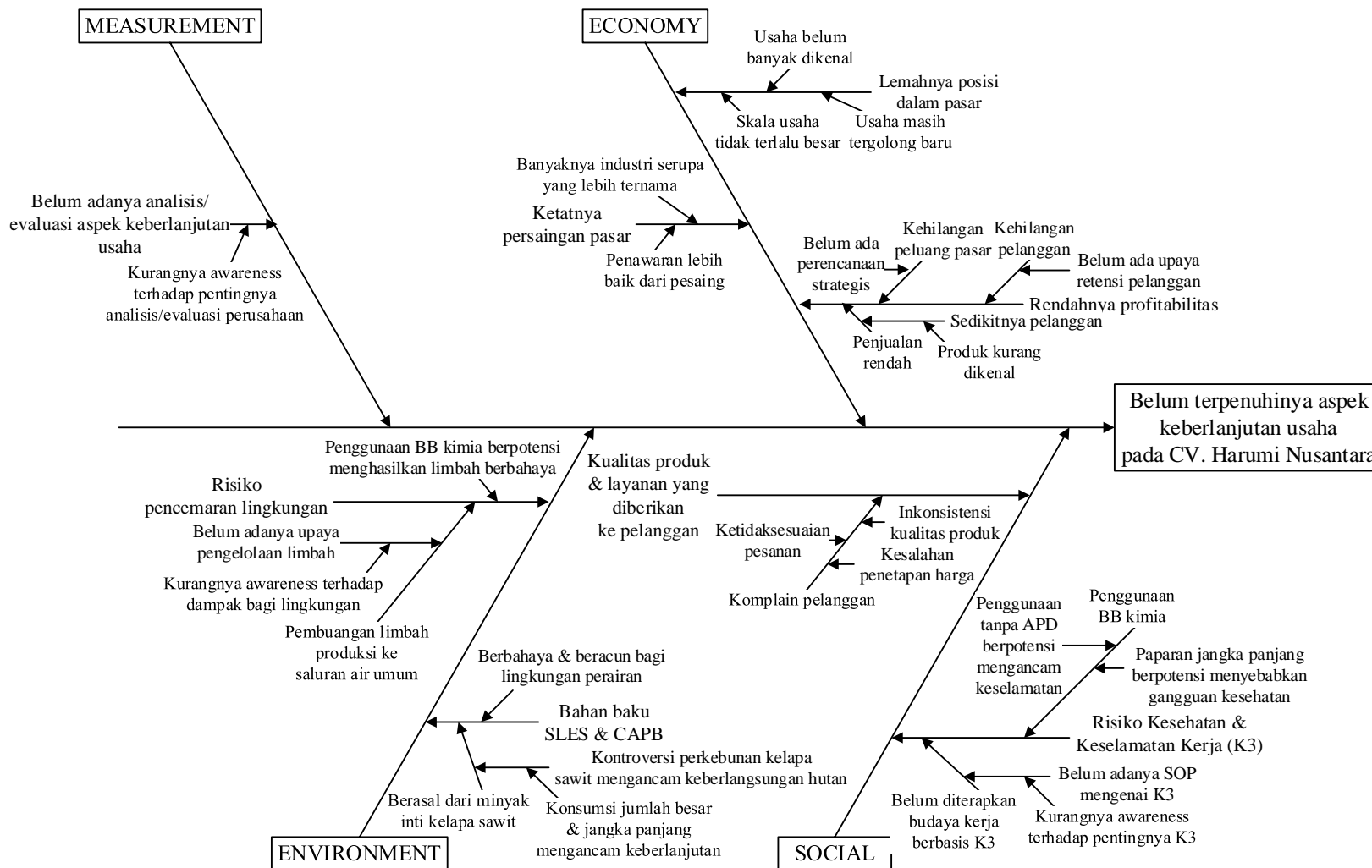
Kemudian dari dimensi sosial, terdapat permasalahan berupa perusahaan belum memperhatikan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) bagi para pekerja serta lingkungan kerjanya, padahal dalam produksinya, sabun cuci tangan membutuhkan kontak dalam frekuensi sering dan jangka panjang dengan berbagai bahan kimia. Dimana penggunaan berbagai bahan kimia, terutama bahan baku utama yang terkandung dalam sabun cuci tangan merek Vasty Clean yang merupakan senyawa kimia jenis surfaktan umumnya digunakan pada produk pembersih, yaitu *Sodium Lauryl Ether Sulfate* (SLES) sebagai *foaming agent* atau penghasil busa dan *Cocamidopropyl Betaine* (CAPB) yang berperan sebagai *foaming booster* untuk memperbanyak busa apabila digunakan secara langsung tanpa Alat Pelindung Diri (APD) dapat mengancam kesehatan dari para pekerjanya. Karena SLES dan CAPB bersifat mudah terbakar dalam panas suhu tinggi serta nyala api dan bereaksi apabila diletakkan dekat dengan zat pengoksidasi dan pereduksi kuat serta zat yang bersifat asam dan basa kuat, juga apabila terkena panas hingga terdekomposisi berpotensi menghasilkan zat dan asap yang berbahaya sehingga berbahaya bagi keselamatan. Tenaga kerja perusahaan khususnya di bagian produksi melakukan kontak langsung dengan bahan kimia dalam frekuensi sering dan jangka panjang juga dapat menyebabkan gangguan kesehatan bagi para pekerjanya. Karena SLES dan CAPB dapat mengiritasi kulit karena sifatnya yang korosif, juga dapat mengiritasi kulit dan mata bahkan menyebabkan kerusakan mata yang serius. Kemudian belum diterapkannya budaya kerja yang menjunjung kesehatan dan keselamatan sebagai keutamaan, sebab belum adanya *Standard Operational Procedure* (SOP) atau peringatan terkait kesehatan dan keselamatan akibat kurangnya kesadaran terhadap pentingnya K3. Selain itu, ada pula permasalahan mengenai kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada pelanggan dalam pembelian sabun cuci tangan Vasty Clean seringkali mendapatkan komplain dari pelanggannya, sebab diantaranya adalah kualitas produk terutama mengenai kekentalan dan warna yang tidak konsisten dan berubah ubah setiap pembelian berbeda, kemudian ada pula

kesalahan penetapan harga dimana perhitungan total harga produk tidak sesuai dengan yang dibeli oleh pelanggan baik itu kurang maupun lebih, kemudian ketidaksesuaian pesanan juga kerap terjadi seperti jumlah produk tidak sesuai dengan yang dipesan baik itu kurang maupun lebih dan variasi produk tidak sesuai dengan yang dipesan. Hal tersebut apabila dibiarkan secara terus menerus dan tidak ada upaya untuk memperbaikinya, dapat memudarkan bahkan menghilangkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan mengancam keberlangsungan perusahaan.

Kemudian dari dimensi lingkungan, terdapat permasalahan berupa perusahaan belum memperhatikan risiko bahaya yang ditimbulkan akibat aktivitas produksi sabun cuci tangan dari perusahaannya dimana dapat menyebabkan pencemaran lingkungan, sebab penggunaan berbagai bahan kimia dalam produksinya yang menghasilkan limbah yang bersifat Bahan Berbahaya dan Beracun (B3). Kemudian perusahaan juga masih melakukan pembuangan limbah dari aktivitas produksinya secara langsung ke saluran air umum tanpa dilakukan pengelolaan terlebih dahulu, sebab perusahaan belum memiliki upaya dalam melakukan pengelolaan limbah karena kurangnya kesadaran perusahaan terhadap dampak yang ditimbulkannya bagi lingkungan. Selain itu, ada pula permasalahan mengenai bahan baku kimia utama yang digunakan dalam produksi sabun cuci tangan Vasty Clean yaitu SLES dan CAPB, dimana SLES merupakan surfaktan yang berbahaya dan beracun bagi lingkungan perairan oleh karena itu tidak diperbolehkan untuk dibuang langsung ke saluran pembuangan air umum karena dalam jumlah banyak dan jangka panjang dapat terakumulasi di lingkungan perairan. Kemudian SLES dan CAPB yang digunakan dalam produksi sabun cuci tangan Vasty Clean diproduksi dengan bahan baku berupa minyak inti kelapa sawit yang dapat memberikan dampak negatif bagi kelestarian alam seperti deforestasi, kebakaran hutan, pengalihan fungsi lahan dan hilangnya fungsi hutan, serta apabila dikonsumsi dalam jumlah besar dan jangka panjang dapat mengancam keberlanjutan Sumber Daya Alam (SDA).

Selain dari ketiga dimensi lingkungan, pada aspek pengukuran juga terdapat permasalahan berupa belum adanya upaya pengukuran kinerja

perusahaan seperti analisis ataupun evaluasi aspek keberlanjutan usaha yang disebabkan oleh kurangnya kesadaran perusahaan terhadap pentingnya analisis maupun evaluasi perusahaan untuk dapat melakukan perbaikan atau *improvement* sehingga dapat mempertahankan keberlanjutan (*sustainability*) usahanya. Untuk menggambarkan permasalahan pada CV Harumi Nusantara secara ringkas dan menyeluruh, dibuatlah *fishbone* atau *cause-effect diagram* (diagram sebab-akibat). Perumusan diagram tersebut dilakukan berdasarkan aspek keberlanjutan (*sustainability*) seperti pada Gambar 1.2 berikut.



Gambar 1. 2 Cause-effect Diagram Permasalahan CV Harumi Nusantara

CV Harumi Nusantara memiliki keinginan untuk memperbaiki berbagai permasalahan yang ada pada usahanya tersebut, oleh karena itu pada penelitian ini dilakukan pengukuran berupa analisis kinerja perusahaan dan pemberian alternatif rekomendasi sebagai *improvement* yang dapat diimplementasikan dalam rangka mempertahankan keberlangsungan dan meningkatkan daya saing suatu usaha agar dapat berkelanjutan (*sustainable*), dimana tidak dapat hanya mengandalkan fokus berupa keuntungan dari segi ekonomi saja, melainkan sebagaimana konsep *Sustainable Supply Chain* (SSC) mempertimbangkan pula pemenuhan tanggung jawab suatu usaha terhadap aspek lingkungan dan juga sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah:

1. Bagaimana hasil analisis kinerja kondisi eksisting dimensi SSC (lingkungan, sosial, dan ekonomi), serta kriteria yang masih membutuhkan *improvement* pada Usaha Sabun Cuci Tangan Vasty Clean CV Harumi Nusantara?
2. Bagaimana rekomendasi yang diberikan dan terpilih sebagai *improvement* bagi dimensi lingkungan, sosial, dan ekonomi CV Harumi Nusantara yang layak diimplementasikan guna mencapai aspek keberlanjutan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah:

1. Melakukan analisis kinerja kondisi eksisting dimensi SSC (lingkungan, sosial, dan ekonomi), serta kriteria yang masih membutuhkan *improvement* pada Usaha Sabun Cuci Tangan Vasty Clean CV Harumi Nusantara.
2. Merumuskan rekomendasi dan menentukan rekomendasi terpilih sebagai *improvement* bagi dimensi lingkungan, sosial, dan ekonomi CV Harumi Nusantara yang layak diimplementasikan guna mencapai aspek keberlanjutan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah:

1.4.1 Keilmuan

Bagi keilmuan, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi dan referensi mengenai konsep analisis kinerja keberlanjutan yang mempertimbangkan dimensi lingkungan, sosial dan ekonomi, dan untuk penelitian selanjutnya dengan permasalahan serupa. Sehingga diharapkan dapat membantu mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang tersebut.

1.4.2 Praktisi

Bagi praktisi, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penerapan konsep analisis kinerja keberlanjutan dengan mempertimbangkan dimensi lingkungan, sosial dan ekonomi guna mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

1.4.3 Masyarakat

Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan literasi serta menambah wawasan masyarakat akan pentingnya konsep analisis kinerja keberlanjutan. Sehingga diharapkan masyarakat terutama para pelaku usaha selain mempertimbangkan kondisi ekonominya, untuk dapat turut serta memenuhi tanggung jawabnya terhadap kondisi lingkungan serta sosial agar tercapainya keberlanjutan usaha.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah:

1. Penelitian hanya dilakukan pada CV Harumi Nusantara.
2. Penelitian hanya berfokus pada hasil produksi berupa produk sabun cuci tangan Vasty Clean.

3. Penelitian hanya menganalisis 3 dimensi keberlanjutan sebagaimana konsep *Sustainable Supply Chain* dan *Product Service System* yaitu lingkungan, sosial, dan ekonomi.
4. Penelitian hanya menganalisis 6 kriteria pada setiap dimensi keberlanjutan.
5. Penelitian menambahkan analisis 3C (*Coordination, Cooperation, dan Collaboration*) sebagai saran bagi CV Harumi Nusantara.
6. Alternatif rekomendasi yang diberikan berdasarkan ide penulis menyesuaikan dengan kondisi perusahaan, diperkuat dengan teori serta penelitian terdahulu yang terkait.
7. Waktu implementasi untuk mencapai SSC pada CV Harumi Nusantara ini menyesuaikan dengan program kerja perusahaan. Dimana dalam jangka pendek (setiap 1 tahun) dilakukan evaluasi dan perbaikan, sehingga dapat mencapai keberlanjutan jangka menengah (5 tahun), begitupun seterusnya dilakukan kembali evaluasi dan perbaikan serta penyesuaian secara terus menerus (*continuous improvement*) sehingga usaha dapat terus bertahan dan bersaing (*sustainable*) dalam jangka panjang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab I memaparkan mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan dalam penelitian.

2. BAB II STUDI PUSTAKA

Bab II memaparkan mengenai studi literatur atau landasan teori-teori dari berbagai sumber referensi terkait yang menjadi panduan dan dasar dalam penyelesaian masalah penelitian.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III memaparkan mengenai tahapan langkah demi langkah yang dilakukan dalam proses penelitian (alur penelitian).

4. BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab IV memaparkan mengenai hasil yang diperoleh dari proses pengumpulan data serta proses pengolahan data yang dilakukan dalam penyelesaian masalah penelitian dengan maksud untuk menjawab tujuan penelitian.

5. BAB V ANALISIS

Bab V memaparkan lebih lanjut mengenai hasil yang diperoleh dari proses pengolahan data yang telah dilakukan dengan maksud untuk menjawab rumusan masalah.

6. BAB VI PENUTUP

Bab VI memaparkan mengenai kesimpulan atau garis besar dari keseluruhan hasil penelitian dalam menjawab tujuan serta saran untuk penelitian terkait berikutnya.

7. DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka memuat mengenai referensi terkait dari berbagai sumber yang digunakan sebagai pendukung dalam penelitian.