

Artikel Laporan Magang

Efektivitas Manajemen Rantai Pasokan Produk #SemakinPeka dalam Fesyen Berkelanjutan di PT Gemilang Media Wisata

Evita Annissa Kusumawardhani^{a)}, Al Hasin

*Department of Management, Faculty of Business and Economics
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: evitaannissakw@gmail.com

ABSTRACT

Laporan magang ini dibuat berdasarkan hasil kegiatan magang yang dilakukan oleh penulis di PT Gemilang Media Wisata (Travelxism) yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai hubungan rantai pasokan keberlanjutan terhadap suatu produk, mengimplementasikan cara kerja rantai pasokan yang di dapat selama masa perkuliahan lewat dunia magang, dan memberikan usulan tentang model rantai pasokan berkelanjutan yang cocok bagi perusahaan. Penilaian ini dilakukan melalui observasi pada kegiatan magang secara praktik kerja di lapangan. Metode yang digunakan dalam penyusunan laporan magang ini adalah kualitatif yang berdasarkan data dan fenomena. Data yang akan penulis gunakan adalah hasil analisis mendalam dari program kerja yang telah dilakukan. Kesimpulan pada laporan ini menunjukkan bahwa model rantai pasokan bisa berdampak baik terhadap lingkungan. Dimulai dari material ramah lingkungan, pewarna alami, dan asal komponen pendukung lainnya. Dalam laporan ini penulis akan memaparkan cara kerja mengelola rantai pasokan berkelanjutan dari sebuah produk #SemakinPeka yang dicetuskan oleh PT Gemilang Media Wisata (Travelxism).

Kata Kunci: manajemen rantai pasokan, rantai pasokan berkelanjutan, fesyen ramah lingkungan

PENDAHULUAN

Travelxism adalah sebuah *start-up* yang fokus pada penyampaian riset potensi pariwisata yang inovatif, mengembangkan komunitas wisata, mengadakan berbagai workshop, digitalisasi destinasi dan branding. Travelxism juga memberikan informasi tentang berbagai destinasi unik dan kekinian. Travelxism berbasis di Yogyakarta, di pusat kebudayaan Jawa dan menjadi mini Indonesia dimana pelajar dari berbagai pelosok nusantara berada disana. Travelxism juga memiliki tim dan kontributor aktif di hampir 34 provinsi maupun di luar negeri.

Tujuan Travelxism dengan di dasarkan visi dan misi, yaitu mengembangkan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) dengan berwawasan lokal, sosial, lingkungan, dan



konservasi budaya di Indonesia. Pengelolaan pariwisata bukan hanya mengenai destinasi wisata tetapi juga bisa dilakukan dengan membuat produk yang berkelanjutan. Produk yang dihadirkan Travelxism haruslah yang berdampak positif berkelanjutan terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial.

Oleh karena itu, Travelxism menghadirkan proyek kolaborasi Travelxism dan Babad yang menggandeng komunitas, artisan lokal, dan organisasi nirlaba untuk menghasilkan produk-produk berkelanjutan. Proyek kolaborasi ini dinamakan #SemakinPeka. Travelxism menyadari bahwa “*sustainable*” atau “*sustainability*” bukan sekedar jargon untuk mendukung tren fesyen dan memikat perhatian publik demi menghasilkan keuntungan ekonomi semata. Oleh sebab itu, Travelxism menanggapi dengan membuat produk yang menciptakan dampak positif berkelanjutan terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial.

Produk #SemakinPeka adalah jenis *fashion* dengan mengusung konsep keberlanjutan. Lini produk ini terdiri *tote bag*, *hand bag*, *scarf*, dan *bucket hat*. Kemudian dipasarkan baik *online* maupun *offline*. Penulis bersama divisi socio produk mencetuskan produk ini sebagai dukungan terhadap keberlanjutan lingkungan. Salah satu faktor dipilihnya lima produk tersebut karena proses pembuatannya sederhana dan lebih tepat waktu untuk sampai ke konsumen. Bahan baku pembuatan produk di dominasi bahan alami karena lebih menghemat biaya produksi dan aman untuk kesehatan para artisan lokal yang turut serta dalam manufaktur rantai pasokan produk #SemakinPeka.

Menurut laporan Greenpeace, 40 persen pakaian yang dibeli oleh penduduk secara global ternyata tidak pernah dipakai sama sekali. Pada akhirnya, pakaian tersebut hanya berbaris rapi di lemari, menumpuk, dan dibuang. Belum lagi jika ditelusuri lebih mendalam, material yang digunakan pada pakaian sekarang terbuat dari bahan sintetis, seperti plastik (Djupesland, 2022).

Kenyataan inilah yang kemudian menjadikan industri fesyen memiliki dampak besar terhadap bertambahnya emisi karbon. Harga yang bersaing, desain yang kreatif, dan perubahan pola fesyen yang cepat membuat nilai konsumtif fesyen kian meningkat (Gupta, Arora dan Minhas, 2020). Tentu hal ini, semakin mempercepat & memperkuat pelepasan emisi karbon dalam industri fesyen. Tanpa disadari, baik oleh konsumen atau awam, fesyen akhirnya menjadi senjata senyap yang dapat memperparah krisis iklim. Kemudian untuk membungkam isu tersebut, masuklah konsep fesyen berkelanjutan yang sayangnya tidak ramah baik, dari segi harga dan transparansi (Enderle, 2021).

Pada industri fesyen, suatu jenama yang mengusung nilai keberlanjutan akan diakui bila mau secara transparans menyebutkan asal kain, pewarna, hingga siapa artisannya. Namun, ketika menilik jenama-jenama fesyen raksasa, hal tersebut masih sulit untuk kita ketahui. Akhirnya, nilai berkelanjutan menjadi bias dan bermuara pada jargon semata untuk kepentingan kapitalisme (Moorhouse dan Moorhouse, 2017).

Ketika membicarakan industri fesyen, ada beberapa bagian yang bergerak perlu dikelola (Thorisdottir dan Johannsdottir, 2020). Bagian ini adalah proses memindahkan dan mengelola sumber daya dari satu tempat ke tempat lain, dari satu pihak ke pihak lain, dari satu departemen ke departemen lain, dan dari produk akhir ke tangan konsumen (Kutsenkova, 2017). Penting sekali untuk memastikan pergerakan sumber daya sehingga produk yang tepat tersedia pada waktu yang tepat, di tempat yang tepat, dan dengan jumlah yang cukup. Manajemen rantai pasokan membantu mengendalikan aliran bagian-bagian tersebut (Jacometti, 2019).

Masyarakat mungkin memiliki kekhawatiran terhadap hal ini selama masa ini terjadi. Banyak masyarakat yang bertanya-tanya tentang kondisi fesyen berkelanjutan dalam era persaingan ketat saat ini, khususnya kelancaran rantai pasokannya (Enderle, 2021). Mengelola

rantai pasokan bukanlah hal yang mudah. Bisa dipahami bahwa rantai pasokan melibatkan sangat banyak pihak di dalam maupun di luar sebuah perusahaan serta menangani cakupan kegiatan yang sangat luas. Ditambah lagi dengan berbagai aturan atau tuntutan dari pemerintah maupun masyarakat untuk menjaga aspek lingkungan dalam kegiatan rantai pasokan (Govindan dan Hasanagic, 2018).

Kegiatan magang yang penulis lakukan di Travelxism berangkat dari konsep jangka panjang cara manajemen rantai pasokan dengan perantara produk *fashion* berkelanjutan sebagai solusi dari krisis lingkungan yang marak terjadi (Hildebrandt, Thrän dan Bezama, 2021). Penulis akan berusaha mengelola nilai rantai pasokan pada sebuah produk fesyen yang mana produk tersebut beralih ke *bio-based material* agar dapat terurai secara hayati atau dapat dibuat kompos pada akhir masa pakai siklus hidup tersebut.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Fesyen Berkelanjutan

Beberapa penelitian tentang *fashion* berkelanjutan telah dilakukan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Wang *et al.* (2019) menyatakan bahwa manajer perusahaan *fashion* harus secara akurat menghitung bagaimana persepsi pelanggan terhadap setiap perilaku *fashion* berkelanjutan sehingga perusahaan *fashion* dapat mengembangkan strategi terperinci mereka tentang bagaimana mengembangkan keberlanjutan untuk mempengaruhi keuntungan.

Fesyen saat ini beroperasi di bawah model fesyen linier yang dirancang untuk memaksimalkan produksi dan konsumsi pakaian. Dalam ekonomi linier, kita mengambil sumber daya secara berlebihan (kebanyakan sintesis yang terbuat dari minyak mentah), membuat produk, menggunakannya secara singkat, dan ketika kita tidak lagi menginginkannya, kita membuangnya dan mengulangi prosesnya.

Rasa termotivasi oleh ancaman sumber daya yang terbatas dan meningkatnya kepedulian konsumen terhadap dampak lingkungan dari pembelian mereka, industri fesyen mulai merangkul gagasan fesyen sirkular. Konsep fesyen sirkular atau *circular fashion* sendiri mendorong masyarakat untuk lebih berkesadaran dalam mengonsumsi produk-produk fesyen (Connell dan Kozar, 2017). Sederhananya, fesyen sirkular ini didefinisikan sebagai produk mode yang dirancang, diproduksi, dan dilengkapi dengan tujuan memperpanjang manfaat sebuah rantai produksi dan konsumsi sehingga bisa menggunakan sumber daya dengan lebih efisien (*resource efficiency*).

Fesyen sirkular juga memastikan daya guna sebuah siklus tetap berputar, mulai dari rancangan pakaian, berapa lama daya pakainya, pemilihan bahan pakaian yang berkelanjutan, sampai proses produksi yang mendukung kesejahteraan pekerja (Govindan dan Hasanagic, 2018). Dengan kata lain, penerapan fesyen sirkular mampu meminimalkan limbah dan polusi dari industri tekstil.

Rantai Pasokan

Rantai pasokan adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan mengantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Perusahaan-perusahaan tersebut biasanya termasuk pemasok, pabrik, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik (Morais, Pires dan Delgado, 2022).

Rantai pasokan saat ini sangat luas, dalam, dan terus berkembang yang berarti bahwa rantai pasokan harus lincah agar efektif. Konsumen sekarang memiliki banyak sekali kebutuhan dan keinginan. Mereka juga mengharapkan produk yang mereka beli sesuai dengan kondisi yang mereka harapkan. Tingkat penyesuaian rantai pasokan harus semakin tinggi dalam memenuhi harapan konsumen sekarang (Vegter, van Hillegersberg dan Olthaar, 2023).

Oleh karena itu, sebelum produk mencapai proses manufaktur, seleksi pemilihan bahan yang digunakan haruslah sudah memenuhi standar yang diberikan, kemasan yang digunakan haruslah menarik untuk konsumen, dan sikap ritel dalam memasarkannya. Sistem manajemen rantai pasokan seperti inilah yang fleksibel untuk memitigasi semua dampak yang ditimbulkan oleh perubahan dalam rantai pasokan, termasuk perubahan dan variasi persyaratan peraturan.

Rantai Pasokan Fesyen Berkelanjutan

Penelitian Shen (2014) menunjukkan struktur rantai pasokan fesyen berkelanjutan termasuk persiapan bahan ramah lingkungan, manufaktur berkelanjutan, distribusi ramah lingkungan, dan ritel ramah lingkungan.

Penerapan rantai pasokan berkelanjutan dapat berimplikasi pada ketiga level. Pertama, ini adalah perluasan dari SCM tradisional. Manfaat ekonomi yang maksimal masih dapat diperoleh, seperti peningkatan pangsa pasar (Hong, Zhang dan Ding, 2018). Kedua, dari perspektif sosial, dapat mengarah pada peningkatan citra produk dan hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan masyarakat (Alsuraihi et al., 2022). Ketiga, dari perspektif lingkungan, hal ini dapat membantu perusahaan untuk memaksimalkan kinerja lingkungan dan meminimalkan pembuangan polusi (Cheon dan Deakin, 2010).

Dalam inisiatif penghijauan mereka, perusahaan fesyen harus sangat mempertimbangkan proses pengembangan produk dan memperluas tatanan di berbagai siklus hidup produk (Choi, Feng dan Li, 2023). Kunci sukses manajemen rantai pasokan berkelanjutan terhadap industri fesyen adalah mengintegrasikan rantai pasokan dalam tiga aspek sekaligus, yaitu aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk membangun kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen (de Lima, Seuring dan Sauer, 2022).

Sumber Bahan

Memilih bahan adalah bagian penting estetika desain dalam produk apa pun, yang juga memainkan peran besar dalam aspek fesyen berkelanjutan, salah satu *highlight*-nya adalah pemilihan bahan-bahan yang ramah lingkungan, memanfaatkan bahan sisa atau sampah, *recycle* dan *reuse* bahan-bahan lampau yang sudah tidak dipakai (Gecevska et al., 2010).

Mempertimbangkan aspek material yang berkelanjutan bersamaan dengan estetika desain dan keberlanjutan suatu industri akan menjadi rumit, karena pilihan kain atau bahan berkelanjutan di pasar sangat terbatas dibandingkan dengan opsi konvensional. Akan tetapi, untuk mendapatkan material ramah lingkungan itu sulit, terbatas, dan mahal.

Jika pemilihan bahan tidak sempurna, maka solusi yang diambil adalah memilih bahan yang paling tidak berbahaya, sambil tetap memikirkan tujuan fungsional dan estetika desain (Ferretti et al., 2007). Setelah memilih bahan yang sesuai, langkah selanjutnya adalah membentuk bahan ke dimensi tertentu. Akibatnya, pengetahuan tentang manufaktur berkelanjutan sangatlah penting (Morais, Pires dan Delgado, 2022).

Manufaktur Berkelanjutan

Dalam produksi fesyen berkelanjutan, proses pengolahan bahan yang sebenarnya yang paling banyak menyebabkan dampak lingkungan. Selain itu, konversi dari serat mentah menjadi kain siap produksi, harus melewati banyak proses seperti *desizing*, *scouring*, *bleaching*, mewarnai, dan mencetak (Filho *et al.*, 2019). Banyak air, energi, dan bahan kimia digunakan dalam proses ini, beberapa mengandung seperti logam berat. Upaya mengurangi kerusakan lingkungan selama pengolahan material, beberapa praktik pengolahan di pakai dalam fesyen berkelanjutan; *natural dye*, menggunakan pewarnaan alam (buah-buahan, sayuran, dan kopi) dalam pengolahan kain, mengurangi penggunaan energi dan air dengan menggunakan nano teknologi dan pengolahan material dengan cara *handmade* (Moorhouse dan Moorhouse, 2017).

Oleh karena itu, manufaktur berkelanjutan memegang peranan penting. Metode ini meminimalisasi limbah dan mengurangi dampak lingkungan. Tujuan ini akan dipenuhi dengan merancang langkah-langkah yang memengaruhi desain produk, desain proses, dan prinsip-prinsip operasional (Dembek, Singh dan Bhakoo, 2016). Target yang akan dicapai dari penggunaan manufaktur berkelanjutan terhadap fesyen berkelanjutan adalah pengurangan penggunaan air, emisi, dan buangan limbah. Penerapan manufaktur berkelanjutan dalam fesyen berkelanjutan adalah melakukan 3R yaitu *reduce*, *reuse*, dan *recycle* (Gray, Anand dan Roth, 2015). Industri manufaktur berkelanjutan ini secara umum juga tidak dapat lepas dari peran industri kemasan. Bahkan, seiring perkembangan ke arah industri ramah lingkungan dan menghadapi adaptasi kebiasaan baru, produsen pengemasan diharapkan mampu menciptakan inovasi sehingga memenuhi kebutuhan dan mengikuti tren masa kini (Choi, Feng dan Li, 2023).

Kemasan Ramah Lingkungan

Saluran distribusi ramah lingkungan merupakan komponen penting dalam rantai pasokan keberlanjutan (Gray, Anand dan Roth, 2015). Untuk fesyen keberlanjutan, distribusi ramah lingkungannya dengan memperhatikan kemasan yang digunakan untuk pengiriman sampai ke pelanggan. Bahan ringan yang dapat di daur ulang adalah pilihan tepat agar setelah konsumen menerima produknya, kemasan yang dibiarkan begitu saja dapat terurai secara hayati, dapat dibuat kompos, atau bisa juga diperbarui (Banerjee, 2011). Sebelum menentukan pengemasan yang tepat, alangkah baiknya bagian manufaktur menghindari bahan campuran atau komposit yang terkontaminasi dengan sumber komposisi dari kemasan tersebut (Linton, Klassen dan Jayaraman, 2007). Hal ini untuk menghindari tercampurnya toksifitas dalam produk fesyen keberlanjutan yang ada di dalamnya. Kemudian, pengemasan selesai, produk sudah siap dikirim ke ritel untuk dipasarkan secara langsung ke konsumen (Norwood dan Peel, 2021).

Ritel Ramah Lingkungan

Ritel merupakan salah satu komponen dalam rantai pasokan yang alirannya secara langsung menghadapi konsumen (Belhadi *et al.*, 2022). Ritel yang sadar lingkungan harus melakukan perubahan pada bahan yang dapat memperpanjang umur siklus hidup produk fesyen berkelanjutan dengan membutuhkan lebih sedikit sumber daya. Ritel ramah lingkungan sendiri bertanggung jawab untuk memberikan alternatif kepada konsumen. Alternatif yang dimaksud adalah memberikan imbauan pada konsumen untuk menggunakan tekstil ramah lingkungan seperti serat daur ulang dan serat yang diekstrak dari produk limbah pertanian

seperti daun dan kulit buah. Alternatif ini menawarkan opsi yang menghasilkan lebih sedikit limbah selama produksi, tahan lama, dan dapat terurai secara hayati (Koren dan Shnaiderman, 2023). Para ritel ramah lingkungan ini juga bisa menerapkan dua teknik untuk memerangi limbah dengan mendaur ulang dan menjual pakaian bekas (Flori, 2023). Tentu saja pakaian bekas yang ada di lemari dan masih layak pakai.

METODE

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode observasi. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data studi kasus diperoleh dari proyek-proyek yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan magang dilaksanakan di Divisi Sociopreneur tepatnya di sub-bagian Socio Produk. Kegiatan magang yang dilakukan berlangsung selama 22 minggu dengan waktu kerja 40 jam perminggu dan total 880 jam kerja. Kegiatan utama yang ada di Divisi Sociopreneur adalah menciptakan suatu produk berkelanjutan dan bekerja sama dengan UMKM dari destinasi wisata yang berada di Jogja untuk memasarkan produknya. Penulis disini berposisi sebagai *production coordinator* yang bertugas untuk mengawasi dan memastikan proses produksi dari hulu sampai hilir sudah ramah lingkungan.

Proyek ini dirancang selama tiga bulan, dimulai pada bulan April hingga Juni. Guna menghasilkan produk yang berkualitas dalam menyukseskan proyek bisnis produk berkelanjutan, langkah pertama diperlukan pemilihan pemasok. Pemilihan pemasok harus mencerminkan strategi rantai pasokan maupun karakteristik dari item produk berkelanjutan. Di bawah ini adalah kegiatan-kegiatan penulis untuk memperoleh data yang dibutuhkan, yaitu:

- a. Penulis melakukan riset dan observasi ke pemasok yang akan diajak kerja sama. Awalnya, penulis berkonsultasi dengan mentor SOCIOPRENEUR untuk mempertimbangkan kualifikasi mentor yang akan dipilih. Hasilnya ada dua pemasok ramah lingkungan yang akan penulis teliti lebih lanjut berdasarkan beberapa faktor seperti yang terdapat pada tabel 1:

Tabel 1. Hasil Penilaian Akhir Dua Calon Pemasok

Pemasok	Harga Bahan Baku (Kain, pewarna, dan motif)	Kualitas	<i>E-Commerce</i>	Reputasi	Tanggung Jawab Lingkungan
SukhaCitta	Berkisar Rp 1-5 jutaan	Internasional	Website, Boutiques, Whatsapp	Sertifikasi <i>B-Corp</i>	Mengurangi limpasan beracun dari pewarna yang dibuang oleh pembuat tekstil ke perairan setempat.

Pemasok	Harga Bahan Baku (Kain, pewarna, dan motif)	Kualitas	<i>E-Commerce</i>	Reputasi	Tanggung Jawab Lingkungan
Tinctori	Berkisar Rp 100– 300 ribu an	Lokal	Tokopedia, Shopee, & WhatsApp	Sertifikasi <i>Shibori</i>	Menggunakan kain limbah pabrik sebagai salah satu bahan bakunya.

Sumber : Olah data (2023)

- b. Penulis dan tim sepakat memilih hubungan jangka panjang dengan Tinctori karena berdasarkan harga bahan bakunya lebih murah dan masih terbilang UMKM lokal. Selain itu, fokus produknya hanya Shibori akan menghemat biaya produksi dibandingkan yang beranekaragam *Natural Dye*. Tinctori juga memanfaatkan kain limbah pabrik yang masih layak pakai untuk pemanis di lini produk mereka. Tinctori juga memberdayakan warga Desa Jlamprang di Semarang agar turut andil dalam pembuatan teknik *shibori*.
- c. Penulis dan tim juga melaksanakan Pelatihan UMKM yang bertajuk “Efektivitas Tata Kelola Rantai Pasokan Berkelanjutan dan Cara Menangkap Aspirasi Pasar pada suatu Musim Jual”. Adapun daftar peserta pada pelatihan tersebut diuraikan pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Peserta Pelatihan UMKM

Nomor	Nama Peserta	Pelatihan UMKM
1	Ibu Lin	Kopi Tunggak Semi
2	Ibu Marsinah	Wedang Rempah
3	Kopi Madu Merapi	Bapak Bayu S
4	Kebun Inspirasi	Ibu Sutarmi
5	Jamur Krispi	Ibu Ginarti
6	Batik Badong	Bapak Yoga
7	Kripik Peyek	Ibu Ertik
8	Makanan Basah	Ibu Fitri
9	Catering	Bu Susi
10	Petis Basah	Bu Rini
11	Gatot Tiwul	Bu Uut
12	Bu Dukuh	Iis Titik

Sumber : Data Primer (2023)

Manfaat data ini adalah para peserta UMKM yang akan berpartisipasi dalam pelatihan yang merupakan bagian dari proyek divisi. Para peserta UMKM ini akan diberi pengetahuan rantai pasokan berkelanjutan untuk diterapkan di usaha mereka serta dari pengetahuan rantai pasokan berkelanjutan itu, timbul suatu gagasan cara untuk produk mereka melakukan inovasi rantai pasokan berkelanjutan guna mencapai aspirasi pasar apalagi pada saat musim jual.

Tujuan dari pelatihan ini adalah membangun keunggulan rantai pasokan berkelanjutan di tengah para UMKM yang masih awam untuk menerapkannya. Semakin banyak UMKM menerapkan rantai pasokan berkelanjutan, semakin banyak lingkungan yang bisa terjaga kelestariannya.

- d. Penulis mengatur estimasi keuangan yang nanti diperlukan untuk manajemen rantai pasokan produk #SemakinPeka. Sebelum itu, penulis melakukan *brainstorming* dengan bagian *finance* untuk memastikan kapasitas *budget* yang diberikan sudah dapat memenuhi keperluan rantai pasokan dalam proses produksi produk #SemakinPeka.

Tabel 3. Alokasi Dana Divisi Sociopreneur 2022

Divisi	Kebutuhan	Biaya
Produksi	Produksi keseluruhan	Rp 12.546.126
Creative Marketing	Properti foto	Rp 500.000
	Open Booth	Rp 350.000
	X-Banner	Rp 100.000
	Print QRIS	Rp 30.000
	Cap Campaign	Rp 35.000
	Nota	Rp 25.000
Total		Rp 13.586.126

Sumber: Data Primer (2023)

Tabel 4. Anggaran Dana Produk #SemakinPeka Tahun 2022

No	Jenis Produk	Kebutuhan	Banyak	Satuan	Biaya	Sub Total	
1	Tote Bag	Harga Beli	25	Rp100.000	Rp2.500.000	Rp2.775.000	
		Biaya	25	Rp10.000	Rp250.000		
		Kemasan					
		Pengiriman	25	Rp1.000,00	Rp25.000		
		HPP Tote Bag	25	Rp111.000	Rp2.775.000		
2	Hand Bag	Harga Beli	25	Rp150.000	Rp1.750.000	Rp6.817.500	
		Biaya	25	Rp10.000	Rp250.000		
		Kemasan					
		Pengiriman	25	Rp1.700	Rp42.500		
		HPP Hand Bag	25	Rp161.700	Rp4.042.500		
3	Bucket Hat	Harga Beli	25	Rp100.000	Rp2.500.000	Rp9.583.125	
		Biaya	25	Rp10.000	Rp250.000		
		Kemasan					
		Pengiriman	25	Rp625	Rp15.625		
		HPP Bucket Hat	25	Rp110.625	Rp2.765.625		
4	Scarf	Harga Beli	25	Rp150.000	Rp2.700.000	Rp12.546.125	
		Biaya	25	Rp10.000	Rp250.000		
		Kemasan					
		Pengiriman	25	Rp1.700	Rp13.000		
		HPP Scarf	25	Rp161.700	Rp2.963.000		

Sumber: Data Primer (2023)

Ini adalah RAB yang digunakan untuk keperluan biaya dalam aliran kegiatan–kegiatan inti manajemen rantai pasokan. Apabila kita mengacu pada sebuah perusahaan manufaktur, kegiatan–kegiatan utama yang masuk dalam klasifikasi manajemen rantai pasokan adalah:

1. Kegiatan merancang produk baru (*product development*)
2. Kegiatan mendapatkan bahan baku (*procurement, purchasing, atau supply*)
3. Kegiatan merencanakan produksi dan persediaan (*planning & control*)
4. Kegiatan melakukan produksi (*production*)
5. Kegiatan melakukan pengiriman/distribusi (*distribution*)

Penulis menerapkan desain rantai pasokan yang terintegrasi dan memberikan pengaruh positif pada lingkungan. Di luar sana, banyak perusahaan yang mengimplementasikan rantai pasokan modern dengan berbagai teknologi canggih mereka. Akan tetapi, desain rantai pasokan mereka hanya terfokus pada kegiatan-kegiatan mendapatkan bahan baku, mengonversi bahan baku dan komponen menjadi produk jadi, menyimpan serta mengirimkannya sampai ke tangan pelanggan. Padahal, manajemen rantai pasokan tanpa memperhatikan lingkungan sekitar amat merugikan untuk siklus hidup suatu produk. Dengan pertimbangan ini, maka dalam penerapan rantai pasokan keberlanjutan tidak hanya saja mempertimbangkan proses yang terjadi di dalam perusahaan, tetapi juga yang terjadi di luar perusahaan.

KETERBATASAN & IMPLIKASI MANAJERIAL

Penelitian ini mengambil fokus pada penerapan rantai pasokan pada fesyen berkelanjutan, sehingga belum bisa dipastikan prinsip yang sama dapat diterapkan di seluruh sektor perekonomian lainnya.

Dengan demikian, akan lebih baik apabila dilakukan penelitian lanjutan untuk mendalami pengelolaan rantai pasokan dalam kegiatan operasional dengan cara ramah lingkungan. Ataupun penelitian lain pada produk berkelanjutan lainnya dengan memperhatikan proses produksi yang bebas limbah dengan menghasilkan siklus hidup produk yang bertahan lama. Penelitian ini bersifat transformatif dan adaptif maka bisa dikembangkan dengan berbagai macam variabel dan paradigma lainnya sesuai perkembangan zaman.

KESIMPULAN

Selama lima bulan magang di Travelxism, penulis mendapat berbagai pengalaman dan ilmu yang tidak pernah diajarkan di bangku perkuliahan. Penulis juga mengetahui bahwa ilmu manajemen rantai pasokan terlebih rantai pasokan berkelanjutan juga bisa diterapkan di berbagai lintas disiplin ilmu seperti pariwisata dan produk fesyen. Berdasarkan pengalaman penulis magang di Travelxism sebagai *production coordinator*, model rantai pasokan yang diaplikasikan sudah mempertimbangkan aspek keberlanjutan dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam proses produksinya. Proyek-proyek yang diberikan dari individu, kelompok, dan divisi mengasah pemahaman penulis akan pentingnya korelasi antara rantai pasokan keberlanjutan dengan suatu produk.

Dalam bekerja sama untuk terciptanya produk #SemakinPeka, para mahasiswa yang dari berbagai disiplin ilmu juga mendapatkan pengetahuan dasar mengenai cara kerja rantai pasokan untuk diterapkan di dunia magang. Begitu pula juga dengan mahasiswa yang sudah belajar rantai pasokan dari kuliahnya, dapat menerapkannya saat magang berlangsung.

Kemudian, saat beragumen dengan mentor, penulis juga memiliki kepercayaan diri untuk memberikan usulan tentang model rantai pasokan berkelanjutan yang cocok bagi perusahaan. Terakhir, upaya yang paling fundamental bisa dilakukan adalah mengurangi penggunaan kimia terlalu berlebihan pada proses produksi suatu produk, serta menangani

limbah akhir agar tidak merusak lingkungan. Dengan demikian, terciptalah kekoherensian antara aliran produk internal dengan pihak-pihak luar perusahaan yang terlibat dalam rantai pasokan untuk memiliki analisis daur hidup produk dan desain konsep ramah lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Banerjee, S.B. (2011) "Embedding Sustainability Across the Organization: A Critical Perspective," *Academy of Management Learning & Education*, 10(4), hal. 719–731. Tersedia pada: <https://doi.org/10.5465/amle.2010.0005>.
- Belhadi, A. *et al.* (2022) "Analyzing the mediating role of organizational ambidexterity and digital business transformation on industry 4.0 capabilities and sustainable supply chain performance," *Supply Chain Management: An International Journal*, 27(6), hal. 696–711. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1108/SCM-04-2021-0152>.
- Cheon, S. dan Deakin, E. (2010) "Supply Chain Coordination for Port Sustainability: Lessons for New Institutional Designs," *Transportation Research Record*, 2166(1), hal. 10–19. Tersedia pada: <https://doi.org/10.3141/2166-02>.
- Choi, T.-M., Feng, L. dan Li, Y. (2023) "Ethical fashion supply chain operations: product development and moral hazards," *International Journal of Production Research*, 61(4), hal. 1058–1075. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/00207543.2022.2025943>.
- Connell, K.Y.H. dan Kozar, J.M. (2017) "Introduction to special issue on sustainability and the triple bottom line within the global clothing and textiles industry," *Fashion and Textiles*, 4(1), hal. 16. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1186/s40691-017-0100-6>.
- Dembek, K., Singh, P. dan Bhakoo, V. (2016) "Literature Review of Shared Value: A Theoretical Concept or a Management Buzzword?," *Journal of Business Ethics*, 137(2), hal. 231–267. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2554-z>.
- Djupesland, S. (2022) *Sustainable collections in the fast fashion industry: How consumers evaluate the fast fashion brands after revealing a Greenpeace campaign about sustainable collections*. LUISS Guido Carli. Tersedia pada: <http://tesi.luiss.it/33988/>.
- Enderle, M. (2021) "Climate Change, Paris Accord, and Challenges for the Fashion Industry." Fredericksburg: UMW College of Arts and Sciences. Tersedia pada: <https://scholar.umw.edu/rcd/115/>.
- Ferretti, I. *et al.* (2007) "Greening the aluminium supply chain," *International Journal of Production Economics*, 108(1–2), hal. 236–245. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2006.12.037>.
- Filho, W.L. *et al.* (2019) "A review of the socio-economic advantages of textile recycling," *Journal of Cleaner Production*, 218, hal. 10–20. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.210>.
- Flori, M. (2023) *Approaching a sustainable vector model for environmental crisis management*. Durham. Tersedia pada: <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2899066/v1>.
- Gecevska, V. *et al.* (2010) "Product lifecycle management through innovative and competitive business environment," *Journal of Industrial Engineering and Management*, 3(2), hal. 323–336. Tersedia pada: <https://doi.org/10.3926/jiem.2010.v3n2.p323-336>.

- Govindan, K. dan Hasanagic, M. (2018) “A systematic review on drivers, barriers, and practices towards circular economy: a supply chain perspective,” *International Journal of Production Research*, 56(1–2), hal. 278–311. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1402141>.
- Gray, J. V, Anand, G. dan Roth, A. V (2015) “The Influence of ISO 9000 Certification on Process Compliance,” *Production and Operations Management*, 24(3), hal. 369–382. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1111/poms.12252>.
- Gupta, V., Arora, M. dan Minhas, J. (2020) “Innovating Opportunities for Fashion Brands by Using Textile Waste for Better Fashion,” in P. Pandit et al. (ed.) *Recycling from Waste in Fashion and Textiles*. Beverly: Scrivener Publishing LLC, hal. 101–121. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1002/9781119620532.ch5>.
- Hildebrandt, J., Thrän, D. dan Bezama, A. (2021) “The circularity of potential bio-textile production routes: Comparing life cycle impacts of bio-based materials used within the manufacturing of selected leather substitutes,” *Journal of Cleaner Production*, 287, hal. 125470. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125470>.
- Hong, J., Zhang, Y. dan Ding, M. (2018) “Sustainable supply chain management practices, supply chain dynamic capabilities, and enterprise performance,” *Journal of Cleaner Production*, 172, hal. 3508–3519. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.06.093>.
- Jacometti, V. (2019) “Circular Economy and Waste in the Fashion Industry,” *Laws*, 8(4), hal. 27. Tersedia pada: <https://doi.org/10.3390/laws8040027>.
- Koren, M. dan Shnaiderman, M. (2023) “Forecasting in the fashion industry: a model for minimising supply-chain costs,” *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, hal. 1–11. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/17543266.2023.2201508>.
- Kutsenkova, Z. (2017) *The Sustainable Future of the Modern Fashion Industry*. Dominican University of California. Tersedia pada: <https://scholar.dominican.edu/honors-theses/21/>.
- de Lima, F.A., Seuring, S. dan Sauer, P.C. (2022) “A systematic literature review exploring uncertainty management and sustainability outcomes in circular supply chains,” *International Journal of Production Research*, 60(19), hal. 6013–6046. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/00207543.2021.1976859>.
- Linton, J.D., Klassen, R. dan Jayaraman, V. (2007) “Sustainable supply chains: An introduction,” *Journal of Operations Management*, 25(6), hal. 1075–1082. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.jom.2007.01.012>.
- Moorhouse, Debbie dan Moorhouse, Danielle (2017) “Sustainable Design: Circular Economy in Fashion and Textiles,” *The Design Journal*, 20(sup1), hal. S1948–S1959. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352713>.
- Morais, C., Pires, P. dan Delgado, C. (2022) “Determinants of Purchase Intention for Sustainable Fashion: Conceptual Model,” in J.D. Santos dan B.M. Sousa (ed.) *Promoting Organizational Performance Through 5G and Agile Marketing*. Pennsylvania: IGI Global, hal. 75–95. Tersedia pada: <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-5523-4.ch005>.

- Norwood, F.B. dan Peel, D. (2021) “Supply Chain Mapping to Prepare for Future Pandemics,” *Applied Economic Perspectives and Policy*, 43(1), hal. 412–429. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1002/aep.13125>.
- Shen, B. (2014) “Sustainable Fashion Supply Chain: Lessons from H&M,” *Sustainability*, 6(9), hal. 6236–6249. Tersedia pada: <https://doi.org/10.3390/su6096236>.
- Thorisdottir, T.S. dan Johannsdottir, L. (2020) “Corporate Social Responsibility Influencing Sustainability within the Fashion Industry. A Systematic Review,” *Sustainability*, 12(21), hal. 9167. Tersedia pada: <https://doi.org/10.3390/su12219167>.
- Vegter, D., van Hillegersberg, J. dan Olthaar, M. (2023) “Performance measurement system for circular supply chain management,” *Sustainable Production and Consumption*, 36, hal. 171–183. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.spc.2023.01.003>.
- Wang, H. *et al.* (2019) “Sustainable fashion index model and its implication,” *Journal of Business Research*, 99, hal. 430–437. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.027>.