

BAGIAN III

ANGKATAN 46 REGULER

1. Penataan Supply Chain Management (Pelaku Usaha Kratom Kabupaten Kapuas Hulu)
2. Strategi Branding Batik Sabang Merah (Batik Samer) di Pasar Baru PLBN Entikong
3. Strategi Peningkatan dan Pengembangan Keterampilan Produksi dan Pemasaran Pengrajin Tenun Sambas Kalimantan Barat
4. Tata Kelola Ekspor Ikan Arwana di Kabupaten Kapuas Hulu
5. Manajemen Pengolahan Tanaman Kratom di Kabupaten Kapuas Hulu
6. Peningkatan Pelayanan Publik dan Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Kawasan Perbatasan Kabupaten Sambas
7. Pengembangan Bisnis Berbahan Dasar Pandan di Wilayah Perbatasan Melalui Pendekatan One Village One Product dengan Pola Klaster
8. Optimalisasi Olahan Jeruk Siam Pontianak (Citrus Nobilis var. Microcarpa) di Kabupaten Sambas Kalimantan Barat

1

PENATAAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (PELAKU USAHA KRATOM KABUPATEN KAPUAS HULU)

Suci Yasinta, Laras Maya Puspita, Matheus Juki, Kasimun

I. PENDAHULUAN

Kalimantan Barat merupakan salah satu provinsi yang mempunyai posisi strategis di wilayah regional Kalimantan karena berbatasan langsung dengan negara tetangga seperti Malaysia dan perairan Singapura. Hal ini menjadikan posisi Kalimantan Barat penting sebagai garda terdepan negara Indonesia dalam menyambut Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Tenaga kerja yang merupakan modal bagi pergerakan roda pembangunan, jumlah dan komposisi tenaga kerja akan terus mengalami perubahan seiring berlangsungnya proses demografi. Tenaga kerja yang dimaksud disini adalah setiap orang/penduduk usia kerja (15 tahun keatas) yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan/atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri ataupun kebutuhan masyarakat (Kalbar, 2018). Tingkat pengangguran Kalimantan Barat 4,26% lebih rendah dari angka Indonesia seperti yang disampaikan BPS Februari 2019 sebesar 5,01%.

Masyarakat berkembang seiring dengan kepentingan, dalam hal ini adalah kepentingan ekonomi. Perekonomian masyarakat Kalimantan Barat tampaknya mengalami perubahan dengan semakin banyaknya masyarakat yang menggantungkan hidup dari kratom. Keberadaan kratom sebagai sumber mata pencaharian telah mengubah masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Sebagian besar masyarakat Kalimantan Barat beralih ke pertanian kratom dan mulai mengabaikan kebun karet yang semula menjadi sumber penghasil utama perkebunan di samping sawit. Efek imitasi telah terjadi di masyarakat petani Kalimantan Barat seiring dengan keberhasilan ekonomi petani kratom. Interaksi sosial pada masyarakat dengan lingkungan tempat tinggalnya menyebabkan mereka belajar dan mengamati serta meniru perilaku penanaman kratom yang dinilai lebih menguntungkan dibanding karet.

Berbagai aktivitas dalam mengolah daun kratom dilakukan secara manual dan

sederhana dengan alat-alat tradisional. Cara sederhana ini di satu sisi menguntungkan karena dapat menggerakkan sebagian besar sumber daya manusia yang merupakan angkatan kerja agar bisa berproduksi. Semua angkatan kerja produktif secara merata dapat memiliki penghasilan, mulai dari laki-laki, ibu-ibu terlibat langsung dalam budidaya, pemetikan dan pengolahan daun kratom. Kelompok anak-anak sekolah juga bisa membantu menjadi pemetik daun kratom serta memperoleh penghasilan untuk keperluan pendidikan atau sekedar tambahan uang jajan. Ibu-ibu petani kratom mendapatkan penghasilan tambahan yang dapat digunakan untuk membeli keperluan pokok rumah tangga.

Tumbuhan kratom saat ini menjadi primadona bagi masyarakat mengingat harga yang sangat kompetitif dibandingkan dengan produk sejenis seperti bahan herbal yang lain. Selain itu permintaan untuk ekspor ke luar negeri terus meningkat dan belum dapat dipenuhi oleh eksportir sehingga peluang untuk budidaya oleh petani masih terbuka luas. Dilain pihak harga komoditi perkebunan seperti karet sedang lesu dan terus turun sehingga pendapatan petani makin berkurang dan bahkan tidak cukup untuk menopang kebutuhan sehari-hari. Kondisi inilah yang memicu masyarakat petani di Kalimantan Barat, Tengah, dan Timur di sepanjang Sungai Kapuas dan Mahakam beralih menanam kratom dengan mengganti tanaman karet mereka. Daun kratom oleh masyarakat secara empiris dimanfaatkan untuk obat tradisional sebagai obat diare, perawatan nifas, capek dan untuk bedak. Selain untuk obat tradisional saat ini masyarakat di beberapa wilayah seperti Kabupaten Kapuas Hulu Kalimantan Barat memanfaatkan kratom sebagai sajian seperti teh.

Kratom bernilai ekonomi tinggi karena permintaan ekspor sebagai obat herbal yang meningkat dalam beberapa tahun ini. Cakupan pemanfaatan akan lebih luas apabila mampu dikembangkan menjadi bahan baku obat alam nasional untuk memenuhi kebutuhan obat dalam pelayanan kesehatan. Nilai ekonomi yang diperoleh tidak sekedar dari nilai jual serbuk daun kratom. Kratom secara luas memberikan dampak ekologi seperti menambah luasan lahan hijau untuk meningkatkan simpanan karbon dalam tanah, mencegah abrasi, menjadi tempat simpanan air dalam tanah, serta mengurangi emisi gas rumah kaca. Keseluruhan hal tersebut memiliki nilai ekonomi tinggi yang bermanfaat dalam perkembangan pembangunan yang berkelanjutan.

Pertumbuhan dan stabilitas ekonomi Indonesia di masa depan dibayangi ancaman dampak beban lingkungan dan sosial karena pengaruh perubahan iklim, berkurangnya keanekaragaman hayati dan perubahan penggunaan lahan. Indonesia ikut tergabung dalam kesepakatan global melakukan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*

Growth) yang didalamnya menyangkut pengimplementasian konsep ekonomi hijau. Pemanfaatan lahan oleh masyarakat Kalimantan Barat sebagai sentra kratom merupakan suatu jawaban tantangan pertumbuhan ekonomi hijau. Pertumbuhan ekonomi masyarakat menunjukkan sinyal positif berupa perbaikan ekonomi petani kratom yang sebelumnya terpuruk akibat turunnya harga karet. Perubahan sosial masyarakat terjadi sebagai hasil peningkatan lapangan kerja dan penghasilan di sektor pertanian kratom dan peluang jasa yang menyertainya.

Nilai ekonomi kratom telah menggeser kemampuan finansial penduduk dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Masyarakat desa yang berada di DAS Kapuas tempat lokasi kratom tumbuh dengan subur menjadi bukti. Hasil kratom telah mengubah wajah desa menjadi semakin cerah, penduduk tampak sibuk dengan pertanian kratom baik penanaman, pemanenan, pengeringan dan membuat remahan daun atau menjadikannya serbuk. Ekonomi masyarakat menurut beberapa berita di media dikatakan semakin baik dan terbukti saat observasi lapangan di Kecamatan Embaloh Hilir. Kecamatan ini terletak di tepian Sungai Kapuas yang ditempuh dengan speed boat dari Putussibau selama 1,5 jam. Tampak perkampungan dengan rumah warga berjajar rapi di kiri kanan jalan. Menurut keterangan informan seorang polisi yang telah berdinasi 3 tahun di kecamatan tersebut, perubahan telah terjadi di masyarakat. Semula masyarakat lebih banyak berjalan kaki namun sekarang semakin banyak terlihat sepeda motor di desa-desa milik warga yang digunakan sebagai sarana transportasi antar desa. Mobilitas penduduk melalui transportasi sungai semakin ramai dengan *speed boat* yang mengangkut remahan kratom untuk dijual ke Putussibau.

Produksi kratom pada desa dampingan *Forclime (Forest and Climate Change Programme)* pada tahun 2019 tanpa memperhatikan pola tanam dapat dilihat pada Tabel 1. Produksi tersebut apabila dijual kepada pengepul atau pengusaha kratom menghasilkan pendapatan petani di 22 desa. Pendapatan petani per bulan bervariasi sesuai dengan hasil panen yang dilakukan. Hasil panen masyarakat di 22 desa yang berhasil dihimpun dari data *Forclime* menunjukkan pola pemanenan dari bulan Januari sampai dengan Juli 2019 dengan puncak tertinggi di bulan Juli yaitu sebanyak 76.541 kg sedang pada bulan Januari hanya 26.606 kg. Bila dilihat total pendapatan petani diperoleh angka selama 7 bulan di tahun 2019 sebesar Rp. 2.793.619.300.

Pemanfaatan daun kratom saat ini memiliki nilai ekonomis tinggi. Kratom dari Kalimantan Barat tampaknya merupakan sumber utama dibandingkan provinsi lain di Indonesia. Data dari Dinas Perkebunan menunjukkan bahwa potensi budidaya kratom

menjadi bentuk perkebunan rakyat baru yang diusahakan oleh masyarakat. Peredaran kratom tercatat oleh Pengusaha Kratom Indonesia (Pekrindo) dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Peredaran Kratom di Kalimantan Barat Tahun 2019

No	Kabupaten	Jumlah Produksi (Ton/bln)	Jumlah Pengepul (KK)	Sumber Kratom (%)	
				Alam	Budidaya
1	Kapuas Hulu	237	875	29	71
2	Melawi	70	360	73	27
3	Ketapang	130	580	56	44
4	Sekadau	80	580	62	38
	Total	517	2.395	55	45

Sumber: Pekrindo (2022)

Masyarakat Kalbar 55% memanen daun kratom yang tumbuh di alam sedangkan 45% sudah mulai melakukan budidaya. Menurut informasi dari pengurus Pekrindo, sumber kratom tidak hanya dari Provinsi Kalbar saja tetapi juga dari Kalsel, Kalteng, Kaltim, Riau, Aceh, Medan, Papua dan Jambi. Produksi kratom di Kalsel dan Kalteng tidak sebanyak Kalbar. Kedua provinsi tersebut mampu mensuplai 195 ton/bulan yang melibatkan 780 petani/pengepul (KK) dan 47,5% bersumber dari alam sisanya 62,5% dari budidaya.

Daun kratom yang sudah menjadi primadona membuat semakin banyaknya masyarakat yang beralih menjadi petani kratom. Untuk semakin meningkatkan kapasitas produksi daun kratom, pengusaha kratom perlu mengidentifikasi rantai pasok yang dimilikinya sehingga dapat meningkatkan efisiensi. Salah satu kelemahan dari usaha kratom untuk berkembang adalah belum teridentifikasi dengan jelas rantai pasok yang digunakan pengusaha kratom. Hal ini dikarenakan rantai pasok masih berorientasi pada pengusaha berskala besar. Untuk itu perlu adanya rantai pasok untuk usaha kecil dan pengusaha besar kratom.

Pengusaha kratom ketika melakukan kegiatan dalam upaya pengiriman produksi kratom masih mengandalkan permintaan tidak terpusat dan tentunya tidak efisien untuk mengetahui secara pasti permintaan pasar secara detailnya, mulai dari penataan *inventory* berkaitan dengan persediaan bahan baku hingga pengiriman dan pemenuhan akhir ke tangan konsumen di luar negeri. Belum lagi adanya kerugian yang dialami oleh pengusaha kratom karena belum dibayarkan setibanya barang ditangan konsumen. Kerugian yang dialami pengusaha kratom yakni sebesar Rp. 25 Milyar yang belum dibayarkan sejak tahun 2020. Padahal pengusaha importir sudah tergabung dalam American Kratom Association (AKA). Akibatnya yang dirugikan bukan hanya pengusaha besar tetapi juga pengepul dan

petani kecil (www.pontianakpost.jawapos.com). Dengan demikian perlunya kolaborasi dengan partner, seperti suplier, distributor, customer, pemerintah dengan memastikan keamanan dan kenyamanan dalam mensupply produk kratom. *Supply Chain Management* melibatkan koordinasi aktif, integrasi dari pengelolaan permintaan dan proses pasokan, kegiatan distribusi, informasi dan hubungan sedemikian rupa yang mengoptimalkan hubungan antar organisasi sehingga menciptakan *customer value* dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan secara keseluruhan.

II. POTENSI TANAMAN KRATOM

Kratom merupakan tanaman lokal yang ada di Kapuas Hulu dan sekitarnya sebagai tanaman hutan. Kratom semula tumbuh liar tidak dibudidayakan dan masyarakat mengambil kayu kratom untuk dimanfaatkan dan diperjualbelikan. Pembudidayaan kratom sebagai tanaman yang dipetik daunnya baru terjadi sekitar 10-15 tahun yang lalu, namun semakin meningkat dan populer di masyarakat semenjak harga karet dunia merosot. Harga karet yang semula mencapai 25-30 ribu rupiah turun menjadi sekitar 5-6 ribu rupiah per kilogram. Tanaman karet selama ini menjadi komoditas unggulan di masyarakat Kalimantan Barat karena tidak hanya menghasilkan lateks dan biji (khusus kebun benih), tetapi juga menghasilkan untuk industri perkayuan. Lateks sebagai hasil utama pohon karet dijual oleh masyarakat dalam bentuk latek segar, slab/koagulasi ataupun sit asap/sit angin. Kayu pohon karet juga dapat diperjualbelikan. Kayu karet diperoleh dari hasil rehabilitasi kebun atau peremajaan pohon tua digantikan dengan yang baru (Agustina dan Boerhendhy, 2009). Turunnya harga karet dunia pada beberapa tahun terakhir berdampak negatif terhadap harga kayu karet di tingkat petani. Melemahnya harga karet sampai menyentuh angka US\$1,5–US\$1,8 per kg menyebabkan petani mengkonversi kebun karetnya ke sektor komoditas lainnya termasuk sawit, ubi dan khususnya di Kalimantan Barat adalah kratom (Rahmat dan Hamdi, 2007).

Karet dan kelapa sawit sudah tidak bisa lagi diandalkan sebagai sumber mata pencaharian sebagian besar masyarakat petani maka budidaya kratom semakin banyak dilakukan. Masyarakat petani maupun pengusaha kratom tampak semakin bergairah dengan keberhasilan perdagangan kratom. Usaha budidaya kratom telah mengubah kondisi sosial ekonomi masyarakat. Petani yang bergerak di perkebunan rakyat banyak merasakan keuntungan dari budidaya kratom setelah harga karet dunia merosot. Ketertarikan petani memilih menanam kratom dapat kita peroleh informasinya dari petani di Putussibau, yakni kratom mudah dirawat, cepat panen, harga jual tinggi dan dapat dipanen setiap hari tanpa

tergantung cuaca. Penghasilan mereka bertambah karena kratom memiliki nilai jual yang cukup bagus yaitu harga remahan daun kratom berkisar antara Rp 25.000 s/d Rp 30.000 perkilogram. Permintaan pasar juga meningkat baik pasar lokal maupun internasional. Pendapatan mereka dari kratom berkisar Rp 1.500.000 sampai 8.000.000 perbulan.

Harga jual daun segar kratom berkisar Rp 8.000/kg, turun menjadi Rp. 4.000 di Embaloh Hilir sejak adanya berita pelarangan kratom. Namun karena permintaan pasar tinggi dan kontinyu maka kratom telah memberikan penghasilan yang cukup baik buat petani. Pemilik lahan dapat melakukan kegiatan dari menanam hingga memproduksi menjadi remahan, sedangkan masyarakat yang tidak memiliki lahan tetap mendapat pekerjaan sebagai pemetik dengan upah Rp. 2.000/kg daun segar. Pendapatan yang secara kontinyu bisa mereka peroleh tanpa mengenal musim ini sangat menguntungkan dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Perdagangan kratom sudah dimulai sejak awal tahun 2000 namun baru marak seperti sekitar 5 tahun terakhir. Harga daun kratom tidak banyak berbeda dengan komoditas lain seperti karet, palawija dan bahan tumbuhan obat lain seperti jahe, temulawak, kunyit dan lain-lain bahkan cenderung lebih rendah. Tingginya jumlah permintaan dan cara budidaya yang nyaris tanpa biaya serta adanya pasar yang siap menampung hasil panen, menjadikan kratom sebagai pilihan untuk dijadikan sumber pendapatan masyarakat. Menurut data Dinas Perkebunan Kapuas Hulu tahun 2018, luas lahan budidaya kratom total seluas 46.769,6 hektar di Kapuas Hulu. Luasan tersebut hanya 7,73% bila dibandingkan luas lahan perkebunan karet di seluruh Kalimantan Barat. Luas lahan kratom tersebut luasnya hampir sama luas dengan perkebunan karet yang ada di Kapuas Hulu yaitu seluas 47.673 hektar.

Hasil panen daun kratom oleh petani bisa dikeringkan sendiri dan dijual ke pengepul dalam bentuk remahan ataupun dijual dalam bentuk daun segar. Seorang pengepul memberikan pengalamannya dalam mengolah daun kratom. Semula pengepul menerima daun kratom kering dari petani yang kemudian diolah menjadi remahan dan serbuk. Importir yang menerima serbuk kratom dari pengusaha ekspor mengeluhkan kandungan mutu kratom yang tidak sesuai standar dimana serbuk kratom tersebut akan diolah menjadi obat atau produk kosmetik. Harga kratom naik turun dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Harga terbaik daun segar adalah Rp. 8.000/kg. Harga kratom remahan Rp. 26.000 – Rp.29.000/ kg. Daun kratom yang sudah diolah diperdagangkan sesuai permintaan pasar. Permintaan pasar dalam negeri umumnya dalam bentuk remahan (80%) dan serbuk. Pasar dalam negeri umumnya untuk diperdagangkan lagi yaitu dari petani kepada pengepul. Petani umumnya menjual dalam bentuk segar kepada pengepul yang akan memproses

menjadi daun kering, selanjutnya dibuat remahan dan serbuk. Pengepul kelas kecil akan menjual ke pengepul kelas besar yang biasanya adalah eksportir.

Terdapat 3 asosiasi pengusaha kratom yang bisa dijumpai di Kalimantan Barat yaitu: Asosiasi Kratom Indonesia (AKI), Pengusaha Kratom Indonesia (Pekrindo), dan Asosiasi Pelaku Hasil Hutan Bukan Kayu (ASPHI). Berbagai asosiasi pengusaha kratom semakin marak dengan meningkatnya permintaan serbuk kratom dari luar negeri. Kratom untuk pasar luar negeri dikirim oleh asosiasi tersebut, seluruhnya dalam bentuk serbuk (powder) dengan pengiriman ke Amerika Serikat, Kanada, Arab Saudi, India, Uni Eropa, Balkan, India, Hongkong, Taiwan dan Singapura. Penawaran kratom pada umumnya melalui internet bahkan termasuk perdagangan ke luar negeri. Pemesanan kratom juga dapat dilakukan dengan mudah secara *online* dengan harga dan kemasan yang bervariasi.

Menurut data Pekrindo (Pengusaha Kratom Indonesia) dalam kurun waktu tahun 2015 - 2018 jumlah total ekspor kratom dari Kalimantan Barat mencapai 4.800 ton melalui para eksportir yang berjumlah kurang lebih 90 orang. Berdasarkan hasil perhitungan ekonomi, penghasilan masyarakat petani terkait pengusaha kratom mencapai 49,2 milyar rupiah dalam kurun waktu 4 tahun.

Tabel 2
Perdagangan Kratom ke Luar Negeri (Eksport) dari Kalimantan Barat

No	Tahun	Negara Tujuan	Volume Ton/Thn	Jumlah Eksportir
1	2015	USA, Eropa	1.400	30
2	2016	USA, Eropa	2.500	40
3	2017	USA, Eropa	3.600	60
4	2018	USA, Eropa, Asia	4.800	90

Sumber: Pekrindo, 2022

Supply Chain Management (SCM) merupakan suatu metode terintegrasi diantara pihak-pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menghasilkan produk atau jasa. Dimana dimulai pada proses mendapatkan bahan baku dari *supplier*, menuju ke proses produksi dan berakhir pada proses penghantaran kepada pengguna akhir yang berlandaskan pada semangat kolaborasi demi mewujudkan tujuan bersama yaitu kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Strategi SCM yang dikemukakan oleh Heizer dan Render (2015) yakni:

1. Bernegosiasi dengan banyak pemasok

Strategi pertama adalah bernegosiasi dengan banyak pemasok. Kita dapat mencari banyak pemasok dan memilih diantara mereka yang memiliki penawaran paling

menarik bagi perusahaan. Umumnya perusahaan menjatuhkan pilihan bagi pemasok yang memberikan penawaran rendah, tetapi sebaiknya jangan hanya memilih satu pemasok, pilihlah beberapa pemasok agar jika suatu hari terjadi masalah kepada salah satu pemasok, rantai pasokan perusahaan tidak terputus dan tetap dapat melanjutkan kegiatan perusahaan.

2. Mengembangkan hubungan kemitraan

Strategi kedua adalah mengembangkan hubungan kemitraan jangka panjang dengan sedikit pemasok untuk memuaskan hubungan pelanggan. Para pemasok yang telah lama menjalin hubungan dengan perusahaan mungkin dapat lebih memahami tujuan dari perusahaan dan biasanya lebih berkomitmen untuk berpartisipasi dalam sistem *just in time*, dimana perusahaan tidak lagi mempunyai gudang untuk persediaan mereka karena pemasok akan mengirim persediaan tepat saat perusahaan membutuhkannya. Hal ini tidak mudah dilakukan, karena itu perusahaan biasanya hanya mau menerapkan sistem ini pada para pemasok yang telah mereka percayai. Jika dibandingkan, perusahaan yang menggunakan pemasok yang sedikit dapat menekan biaya menjadi lebih rendah daripada perusahaan yang mempunyai banyak pemasok, karena pasti akumulasi biaya kirim dari pemasok yang berbeda-beda akan lebih besar. Intinya, kita boleh saja memilih beberapa pemasok tetapi jangan terlalu banyak memilih pemasok karena hanya akan menimbulkan biaya yang lebih besar.

3. Integrasi vertikal

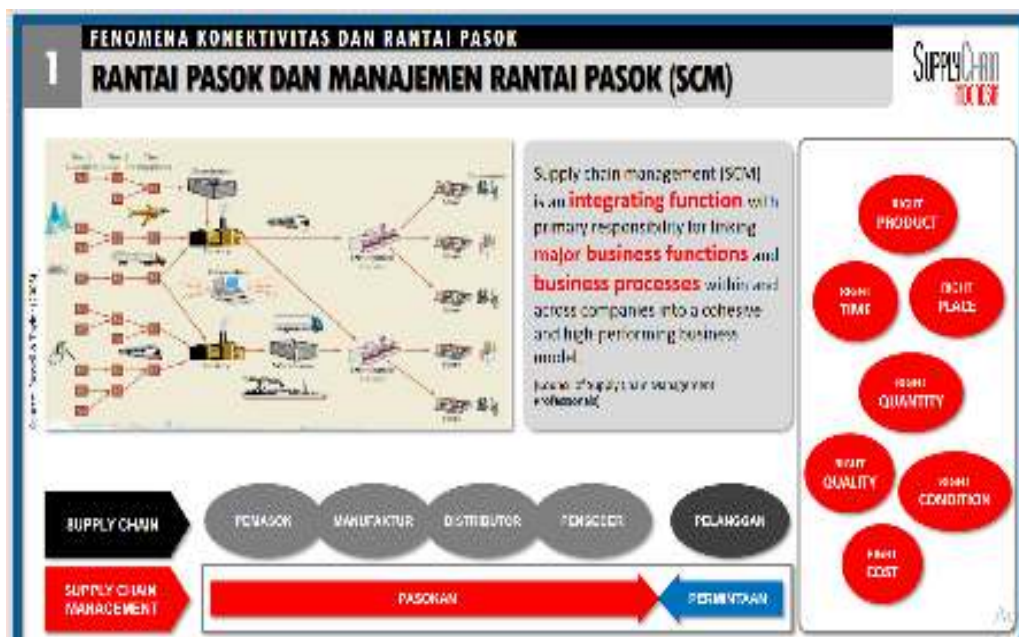
Strategi ketiga adalah integrasi vertikal, artinya perusahaan berusaha mengembangkan kemampuan untuk memproduksi barang atau jasa yang sebelumnya diperoleh dari pemasok. Ada dua macam integrasi, yaitu integrasi maju dan integrasi mundur. Integrasi mundur menyarankan perusahaan untuk membeli pemasoknya, sehingga mereka dapat membuat barang sesuai keinginan mereka. Integrasi maju menyarankan produsen komponen untuk membuat produk jadi. Tetapi integrasi mundur bisa menjadi berbahaya bagi perusahaan yang sedang mengalami perubahan teknologi, karena jika salah menginvestasikan uang yang mereka miliki maka mereka akan kesusahan dalam menghadapi gelombang teknologi yang berikutnya

4. Jaringan keiretsu

Strategi keempat adalah jaringan keiretsu, yaitu kombinasi dari sedikit pemasok dengan integrasi vertikal. Dengan strategi ini pemasok akan menjadi bagian dari perusahaan dan yang pasti akan terjadi hubungan kerja sama jangka panjang antar keduanya. Diharapkan dari strategi ini, mutu dari produk yang dihasilkan akan tetap terjaga.

5. Virtual company

Strategi terakhir atau kelima adalah mengembangkan perusahaan maya (*virtual company*) yang menggunakan para pemasok sesuai kebutuhan. Strategi ini mengandalkan berbagai jenis hubungan pemasok untuk menyediakan jasa atas permintaan yang diinginkan. Perusahaan maya memiliki batasan organisasi yang berubah dan bergerak yang membuat mereka mampu untuk memenuhi permintaan pasar yang berubah-ubah. Para pemasok dapat menyediakan berbagai jasa, seperti pembayaran upah, perekrutan karyawan, dan lainnya. Jika perusahaan menggabungkan keunggulan dari perusahaan maya, manajemen perusahaan yang bagus, biaya yang rendah, maka perusahaan akan mendapatkan efisiensi. Penerapan *Supply Chain Management* pada perusahaan yang memiliki komitmen, visi, misi dan pilihan strategi yang baik akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar daripada perusahaan lain.



Gambar 1. Skema Alur *Supply Chain Management*

Penggunaan SCM dalam proses ekspor kratom dapat dilakukan oleh pemerintah dalam hal ini Pemerintah Provinsi Kalimantan Barat yang nantinya akan membantu percepatan proses ekspor kratom yang dapat diterima oleh pasar/importir. SCM ini dimaksudkan untuk menghubungkan elemen-elemen jaringan bisnis yang akan menghubungkan antara satu dengan yang lainnya untuk mendapat satu pintu untuk meningkatkan kapasitas ekspor produk unggulan Kalbar yakni kratom. Berikut ini alur yang dapat menjadi rujukan Pemerintah untuk mensupply kratom kepada importir.

Pemerintah Provinsi Kalimantan Barat dapat mengambil peran untuk menjadi payung hukum atau wadah dalam mendukung ekspor kratom Kalbar. Pemerintah Kalbar memiliki Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yakni Perusda Aneka Usaha Kalbar yang dapat menjadi eksportir untuk produk kratom. Hal ini dilakukan untuk mencegah banyaknya perusahaan eksportir kratom di Kalbar. Selain itu banyaknya perusahaan eksportir juga tidak terlalu baik untuk keberlangsungan kualitas ekspor kratom Kalbar. Perlunya satu pintu perusahaan eskportir kratom untuk menjaga kualitas dan kuantitas produk yang akan diekspor, selain itu untuk menjaga stabilitas harga di pengepul dan di konsumen. Untuk itu Pemerintah Kalbar dapat membuat Peraturan Daerah agar ekspor kratom mendapat payung hukum yang jelas dan tertata lebih baik. Berikut ini alur yang dapat menjadi skema dalam mengekspor kratom Kalbar

1. Chain 1 – 2 : Pemasok → Manufaktur

Rantai pertama dalam ekspor kratom Kalbar yakni rantai yang menghubungkan pemasok dengan Perusda Aneka Usaha. Strategi pertama yang dilakukan Perusda yakni dengan bernegosiasi dengan banyak pemasok kratom di Kapuas Hulu. Perusda dapat mencari banyak pemasok kratom dan memilih pemasok yang memiliki kualitas produk kratom yang baik dan memiliki penawaran paling menarik dari segi kuantitas dan harga. Perusda harus tetap menjaga stabilitas harga kratom agar tidak menjatuhkan harga beli kratom di tangan petani kratom. Meningkatkan kesejahteraan petani kratom harus menjadi perhatian perusahaan dan Pemerintah Kalbar.

2. Chain 1 – 2 – 3 : Pemasok → Manufaktur → Distribusi

Strategi lanjutnya yakni Perusda Aneka Usaha harus dapat mengembangkan hubungan kemitraan jangka panjang dengan para pemasok untuk memuaskan hubungan pelanggan. Sehingga dengan demikian para pemasok dapat berkomitmen dalam sistem *just in time*. Selain itu Perusda Aneka Usaha yang harus menampung kratom dalam kuantitas yang banyak tapi dapat meminta pengiriman kepada pemasok tepat saat perusahaan akan membutuhkannya. Perusda harus tetap menjaga suhu ruangan gudang agar dapat menjaga kualitas produk kratom tersebut sebelum dapat diekspor ke pembeli. Setelah mendapatkan stok kratom yang diinginkan, Perusda harus menjaga kualitas kratom yang akan diekspor yakni dengan menguji kandungan kratom tersebut. Perusda Aneka Usaha dapat menyediakan laboratorium pengujian kualitas kandungan kratom yang sesuai dengan standarisasi ekspor. Tingkat kualitas kratom tentunya akan menentukan layak atau tidaknya kratom yang akan diekspor. Oleh karena itu mutu kratom harus dijaga mulai dari pengeringan, pengemasan, dan penyimpanan di gudang.

Produk kratom yang sudah diuji mutu kandungannya dapat dikemas dengan baik yang selanjutnya Perusda dapat melakukan pendistribusian melalui tahap ekspor.

3. Chain 1 – 2 – 3 – 4 : Pemasok → Manufaktur → Distribusi → Pelanggan (*end user*)

Rantai terakhir yang dilalui *supply chain* adalah *customer* atau importir. Kebanyakan kasus yang dialami oleh pengusaha eksportir kratom adalah masalah dalam proses ekspor produk kratom tersebut. Masalah yang sering dialami yakni regulasi mengenai legalitas kratom yang masih belum jelas perizinannya hingga pembayaran yang tidak tepat waktu. Oleh karena itu perlu adanya kerjasama yang baik dengan pemerintah dalam masalah legalitas perizinan. Setelah melalui proses pendistribusian tersebut di atas, maka sebagai *end user* perlunya perjanjian kerjasama tentang ekspor-impor kratom tersebut. Untuk menjaga dan menjadi payung hukum dalam hal sistem pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan sistem *Letter of Credit (L/C)*. Metode pembayaran L/C memungkinkan Perusda Aneka Usaha menerima pembayaran dari importir, setelah produk dan dokumen dikirimkan, tetapi tidak perlu menunggu konfirmasi diterimanya produk oleh importir. Dalam metode pembayaran L/C, pembeli/importir adalah yang membuat surat L/C untuk menitipkan 100% dananya di salah satu bank yang ada di negaranya (kita sebut bank importir). Kemudian, L/C ini akan dikirim oleh bank importir kepada bank yang digunakan oleh eksportir di Indonesia (kita sebut bank eksportir). Setelah eksportir menyerahkan dokumen ekspor ke bank eksportir, maka dokumen tersebut akan diteruskan ke bank importir. Lalu, dana akan ditransfer dari bank importir ke bank eksportir, tanpa menunggu barang diterima oleh importir.

Kunci kesuksesan dalam mengelola manajemen pemasok dimulai dari kesepakatan bersama. Rantai pemasok kratom harus mempunyai kesepakatan dan kerjasama yang baik satu sama lain. Pengusaha kratom harus memahami bahwa pihak yang menanamkan modal pada sebuah *supply chain* adalah pelanggan akhir/importir. Maka dari itu, perlu adanya timbal balik mengenai misi, strategi, dan sasaran dari pengusaha. *Supply chain* yang berintegritas menambah nilai ekonomi dan memaksimalkan produk kratom. Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting dalam rantai pasokan yang efektif dan efisien. Semua pihak yang terlibat harus bekerjasama dan saling berbagi informasi, karena hubungan yang dibangun dengan kepercayaan cenderung akan berhasil. Hubungan positif yang terjalin antara importir/pembeli dan pemasok dengan budaya organisasi yang sesuai dapat menjadi keuntungan dalam membangun *supply chain* yang lebih baik.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Supply chain management kratom memiliki peranan penting dalam meningkatkan nilai ekspor dan keunggulan produk petani kratom dalam bersaing secara berkelanjutan. Kegiatan ekspor tersebut memerlukan strategi bisnis agar penyampaian produk dapat disampaikan secara *faster, cheaper and better* kepada konsumen. Strategi bisnis tersebut adalah dengan menjalankan *supply chain management* yang melibatkan; (1) pemasok, (2) manufaktur; (3) distributor, (4) importir/customer. Dengan mengimplementasikan strategi tersebut dapat meningkatkan perekonomian pengusaha kratom. Untuk mengatasi permasalahan sistem rantai pasokan tersebut yang belum maksimal dapat melakukan perbaikan dengan bekerja sama dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Kapuas Hulu dan Provinsi Kalimantan Barat agar petani dan pengusaha kratom mendapat perlindungan hukum terkait legalitas ekspor kratom. Terkait dengan masalah kualitas pengujian kratom dapat bekerja sama dengan pihak lembaga terkait agar dapat diterbitkan ISO terkait penjaminan mutu produk kratom untuk ekspor.

DAFTAR PUSTAKA

- Heizer, J., & Barry, R. (2015). *Manajemen Operasi*. (Ed. 9). Jakarta: Salemba Empat.
- Mariama, U. (2021). *Analisis penerapan Manajemen Rantai Pasokan Pada Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua Kota Samarinda*. Skripsi Universitas Mulawarman Samarinda.
- Russell, R. S., & Taylor B. W. (2006). *Operation Management*. Wiley, United States.
- Wahyono, S., Widowato, L., Handayani, L. Sampurno, O.D., Haryanti, S., Fauzi., Ratnawati, G., Budiarti, M. (2019). *Kratom Prospek Kesehatan dan Sosial Ekonomi*. Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Kementerian Kesehatan RI.
- <https://pontianakpost.jawapos.com/pro-bisnis/11/08/2022/puluhan-miliar-rupiah-ekspor-kratom-kalbar-tak-dibayar>. Diakses tanggal 15 September 2022.