

**kimia farma**



# MANAJEMEN RANTAI PASOK PADA UMKM

Andi Prazos, Antoni Ludfi Arifin  
Muhammad Ridlo Zarkasyi  
Resista Vikaliana, Subagyo

# MANAJEMEN RANTAI PASOK PADA UMKM

## Penulis

Andi Prazos, Antoni Ludfi Arifin, Muhammad Ridlo Zarkasyi,  
Resista Vikaliana, Subagyo



**Penerbit IPB Press**  
Jalan Taman Kencana No. 3,  
Kota Bogor - Indonesia

C.01/04.2022



**Judul Buku:**

Manajemen Rantai Pasok pada UMKM

**Penulis:**

Andi Prazos | Antoni Ludfi Arifin | Muhammad Ridlo Zarkasyi  
Resista Vikaliana | Subagyo

**Editor:**

Bayu Nugraha

**Desain Sampul & Penata Isi:**

Muhamar Alwedi

**Jumlah Halaman:**

50 + 8 hal romawi

**Edisi/Cetakan:**

Cetakan 1, April 2022

**PT Penerbit IPB Press**

Anggota IKAPI

Jalan Taman Kencana No. 3, Bogor 16128

Telp. 0251 - 8355 158 E-mail: [ipbpress@apps.ipb.ac.id](mailto:ipbpress@apps.ipb.ac.id)

[www.ipbpress.com](http://www.ipbpress.com)

ISBN: 978-623-467-083-7

Dicetak oleh Percetakan IPB, Bogor - Indonesia

Isi di Luar Tanggung Jawab Percetakan

© 2022, HAK CIPTA DILINDUNGI OLEH UNDANG-UNDANG  
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku  
tanpa izin tertulis dari penerbit

# Prakata

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan pelaku usaha yang mendominasi pelaku bisnis di Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah pada 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99 persen dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM sebanyak 117 juta pekerja atau 97 persen dari daya serap tenaga kerja dunia usaha<sup>1</sup>.

Dengan 99,99 persen UMKM, pemberdayaan merupakan kata penting agar UMKM ini dapat bangkit. Salah satunya adalah dengan pengelolaan rantai pasok (*supply chain management*) yang harus dikelola dengan baik.

Ambil contoh saja, rantai pasok mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, hingga pengelolaan barang jadi. Jika tidak dikelola dengan baik, ini dapat menimbulkan *over stock* (stok berlebih), *bad stock* (stok berkurang), atau ketidakmampuan UMKM dalam mengelola *supply* dan *demand* sehingga terjadi *gap stock*. Apalagi barang-barang *tangible* yang memiliki siklus hidup (*shelf-life/expired date*) jika tidak ditangani dengan baik akan kedaluwarsa.

---

<sup>1</sup> UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit (kemenkeu.go.id)





Buku ini adalah buku saku untuk pelaku UMKM dalam mendapatkan *insight* terkait pengelolaan manajemen rantai nilai di usahanya masing-masing. Buku ini layak untuk dibaca para pelaku UMKM. Semoga bermanfaat.

Selamat membaca!

Penulis

# Daftar Isi

Prakata	v
Daftar Isi	vii
<hr/> Manajemen Rantai Pasok	<hr/> 01
Andi Prazos	Direktur <i>Supply Chain</i> dan Produksi PT Kimia Farma
<hr/> Implementasi <i>Supply Chain</i> <i>Management</i> pada UMKM	<hr/> 15
Antoni Ludfi Arifin	Dosen Institut STIAMI
<hr/> Berkah Pandemi bagi UMKM	<hr/> 21
Muhammad Ridlo Zarkasyi	Dosen FE UNIDA Gontor, Founder Digital <i>startup</i> , <i>Coach Business development</i>



Mengoptimalkan Pengelolaan Persediaan dalam Manajemen Rantai Pasok UMKM	29
--	----

Resista Vikaliana

Dosen Tetap Manajemen  
Logistik dan Peneliti pada  
Pusat Kajian Urban Logistics  
Institut Ilmu Sosial dan  
Manajemen Stiami

Optimalisasi <i>Supply Chain</i> <i>Management</i> UMKM	37
--	----

Subagyo

Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis,  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Profil Penulis	47
----------------	----

**5**

**Optimalisasi Supply Chain  
Management UMKM**

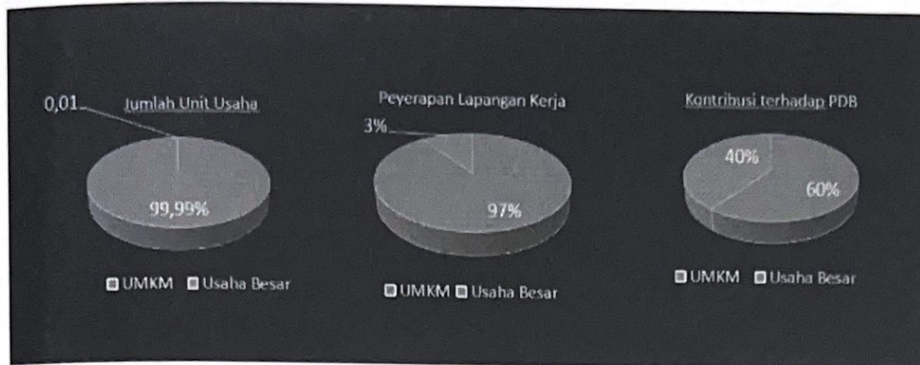


## **Optimalisasi Supply Chain Management UMKM**

*Dr. Subagyo*

Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

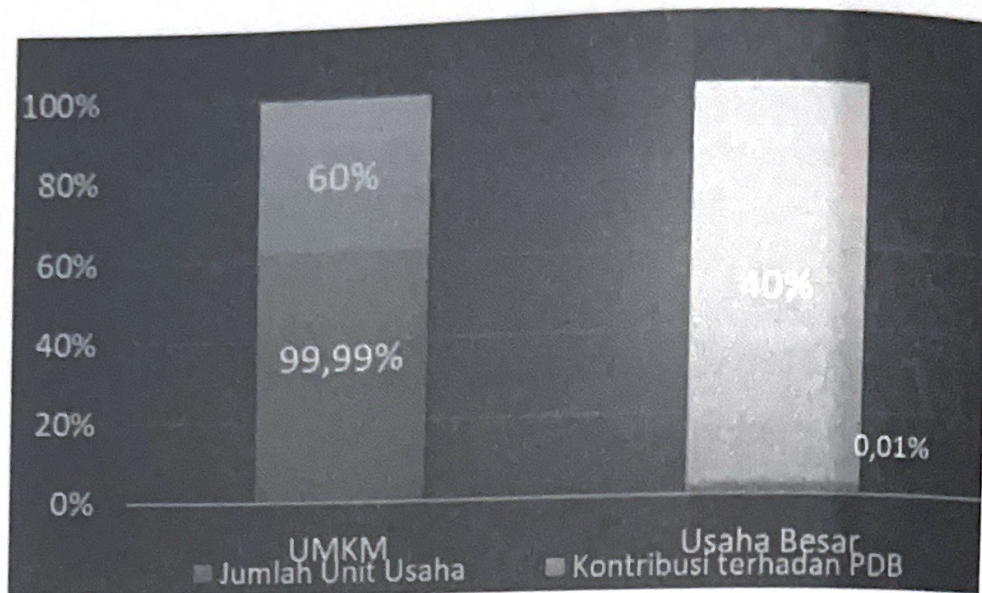
Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Karakter UMKM yang fleksibel dalam beradaptasi dengan perubahan dan gejolak ekonomi yang terjadi serta mampu menyerap tenaga kerja menjadikan UMKM sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi Indonesia. Data menunjukkan bahwa 99,99 persen dari jumlah unit usaha di Indonesia berskala UMKM dan tercatat mampu menyediakan 97 persen dari lapangan kerja (Subagyo *et al.*, 2020). Di samping itu, UMKM dengan modal dan tingkat investasi yang minimal serta struktur manajemen yang cukup sederhana terbukti berperan signifikan untuk menjadi tumpuan dalam menjaga stabilitas perekonomian nasional.



Gambar 1. Peran Penting UMKM dalam Perekonomian Nasional

Secara kuantitatif, kontribusi UMKM terhadap perekonomian cukup signifikan, tetapi secara kualitas kontribusi UMKM masih kalah dengan usaha besar. UMKM yang mendominasi jumlah unit usaha (99,99 persen) hanya mampu berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 60 persen. Adapun usaha besar yang jumlahnya hanya 0,01 persen mampu berkontribusi 40 persen terhadap PDB. Hal ini mengisyaratkan bahwa produktivitas dan kinerja UMKM masih belum maksimal. UMKM masih memiliki banyak keterbatasan, mulai dari kurangnya orientasi kewirausahaan, permodalan, SDM, jaringan pemasaran, teknologi, hingga manajemen rantai pasok (Subagyo, 2020).





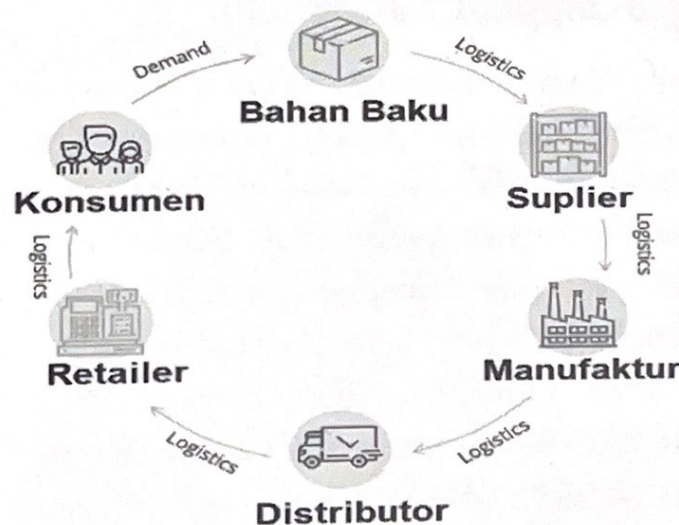
Gambar 2. Kinerja UMKM dan Usaha Besar Berdasarkan Kontribusinya terhadap PDB

Menurut Chopra dan Meindl (2013), manajemen rantai pasok merupakan pengintegrasian aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman kepada pelanggan melalui sistem distribusi. Manajemen rantai pasok bertujuan memaksimalkan nilai konsumen (*customer value*) dan keuntungan kompetitif (*competitive advantage*) yang berkesinambungan (Harmisi, 2010).

Berbicara tentang manajemen rantai pasok, tentunya banyak pihak yang terlibat, mulai dari *supplier*, manufaktur, distributor, peretail, hingga *customer* (Pujawan, 2017). *Supplier* adalah sumber yang menyediakan bahan pertama, baik bahan baku, bahan penolong, maupun bahan mentah. Manufaktur adalah pihak yang membuat, memfabrikasi, merakit, atau melakukan

*finishing* produk. Distributor adalah penyalur besar. Peretail adalah penyalur lebih kecil yang lebih dekat dengan konsumen. *Customer* adalah pengguna akhir barang produksi dan jasa.

Roumauli (2019) menyatakan bahwa pelaku utama manajemen rantai pasokan ada lima, yaitu *supplier*, distributor, manufaktur, peretail, dan *customer*. *Supplier* adalah sumber yang menyediakan bahan pertama, baik bahan baku, bahan penolong maupun bahan mentah. Manufaktur adalah pihak yang membuat, memfabrikasi, merakit, atau melakukan *finishing*. Distributor adalah penyalur besar. Peretail adalah penyalur lebih kecil yang lebih dekat dengan konsumen. *Customer* adalah pengguna akhir barang produksi dan jasa.



Gambar 3. Manajemen Rantai Pasok

UMKM, dengan segala keterbatasannya, tentunya tidak dapat mengaplikasikan keseluruhan rantai pasok yang digunakan perusahaan berskala besar. Sebab, mereka tidak seperti perusahaan



besar yang memiliki cakupan luas dan sumber daya yang besar. UMKM pada dasarnya tidak memiliki pandangan yang cukup jelas untuk operasinya. Oleh sebab itu, Heriyanto dan Mellita (2014) berpendapat perlu adanya aplikasi manajemen rantai pasok untuk UMKM yang menggunakan metode khusus dan sederhana.

Menurut Li. dkk (2006), dalam rantai pasok yang terintegrasi terdapat tiga proses, yaitu *strategic supplier partnership* (strategi kemitraan dengan penyuplai), *customer relationship* (membangun hubungan dengan pelanggan), dan *information sharing* (penyebaran informasi).

## **Strategic Supplier Partnership**

*Strategic supplier partnership*, menurut Suharto dan Devie (2013), adalah hubungan jangka panjang antara perusahaan dan penyedia. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan strategi dan kemampuan operasional perusahaan pemasok untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi ini lebih berfokus pada perencanaan bersama dan pemecahan masalah bersama antara UMKM dan *supplier*. Dengan bermitra dengan *supplier*, perusahaan dapat bekerja secara efektif dengan beberapa *supplier* yang mau berbagi tanggung jawab untuk menciptakan dan menyukseskan suatu produk.

Sistem rantai pasok yang digunakan oleh UMKM sebagian besar masih berupa kemitraan yang erat dengan para pemasok. Hal ini disebabkan sistem rantai pasok ini memiliki biaya yang



rendah dan efisien untuk kategori jenis usaha yang berskala mikro, kecil, dan menengah. Dengan kemitraan yang erat, selain dapat meminimalkan biaya, hal ini akan menjaga kualitas produk.

Persoalan utama yang dihadapi adalah kurangnya informasi mengenai pemasok khusus untuk UMKM. UMKM perlu informasi yang terintegrasi, cepat, dan akurat mengenai pemasok-pemasok yang ada. Selain itu, tidak ada kerja sama khusus antara *supplier* dan pengelola UMKM sehingga bentuk kerja sama yang ada hanya sebatas penyedia bahan baku bagi UMKM. Namun, tidak demikian dengan kelancaran ketersediaan bahan baku. Hal ini mengakibatkan UMKM terhambat akibat tidak tersedianya bahan baku utama dalam proses produksi.

## **Customer Relationship**

*Customer relationship* bertujuan mengelolah keluhan pelanggan, membangun hubungan jangka panjang yang baik dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Suharto dan Devie (2013) menyatakan bahwa hubungan dengan pelanggan (*customer relationship*) merupakan komponen yang penting dalam menerapkan *supply chain management*. Dengan memiliki pelanggan yang mau berkomitmen dalam membangun hubungan, hal ini merupakan suatu keuntungan bagi perusahaan. Hal ini memungkinkan sebuah perusahaan untuk melakukan diferensiasi produknya terhadap kompetitor, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan *value* bagi pelanggan.



Hampir semua UMKM tidak menggunakan strategi *customer relationship*. Hubungan yang terjalin antara UKM dan konsumennya sebatas hubungan penjual dan pembeli semata. Hal ini disebabkan tidak adanya perencanaan dalam menjalankan usaha. UMKM tidak terintegrasi dengan kebutuhan konsumen sehingga kepuasan konsumen tidak teridentifikasi dengan jelas. Di sisi lain, pemecahan masalah hanya melibatkan satu pihak sehingga UMKM tidak dapat meningkatkan kinerjanya.

Secara teoretis, hubungan antara perusahaan dan pemasok harus lebih bersinergi melalui penerapan teknologi dalam bidang rantai pasok, salah satunya dengan penerapan teknologi informasi. Jadi, diperlukan sistem teknologi informasi terpadu yang tidak hanya menyajikan katalog berupa produk saja, tetapi juga lebih terintegrasi dengan semua *stakeholder* perusahaan untuk memudahkan pengalokasian sumber daya dalam rantai pasok. Tidak adanya sistem teknologi pendukung disebabkan pada umumnya UMKM merupakan unit usaha keluarga dan mempunyai pasar yang rendah. Oleh karena itu, produk yang dihasilkannya terbatas dan tingkat pemasarannya juga terbatas pada konsumen terdekat. Ini berbeda dengan usaha yang telah berskala besar yang telah memiliki jaringan yang solid dan dapat menjangkau pasar internasional dengan promosi yang baik.

## **Information Sharing**

*Information sharing* mengacu pada sejauh mana informasi penting dikomunikasikan terhadap mitra usaha perusahaan. Pembagian informasi dengan mitra usaha dapat berupa kondisi



pasar secara umum, informasi mengenai pelanggan, strategi pemasaran, atau pelayanan. Menurut Suharto dan Devie (2013), pertukaran informasi antar-anggota *supply chain*, informasi tersebut dapat digunakan sebagai sumber keunggulan bersaing. Jika hal ini bersama-sama dilakukan, perusahaan lebih dapat memahami kebutuhan pelanggan akhir dan perusahaan mampu merespons perubahan pasar lebih cepat.

## Daftar Pustaka

- Chopra, dan Meindl, P. 2013. *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operations*, 3rd ed. New Jersey: Pearson Education.
- Hamisi 2010. "Challenges and opportunities of Tanzanian SMEs in adapting supply chain management". *African Journal Business Of Management.*, 5(4); 1266–1276.
- Heriyanto, Dina M. 2014. "Supply Chain Manajemen dan Pemberdayaan UKM: Strategi Menghadapi ASEAN Economic Community 2015". *Jurnal dan Proceeding FEB Universitas Jenderal Sudirman*, Vol. 4 No. 1. Hal 466–473.
- Li, S. *et. al.* 2006. "The Impact of Supply Chain Management Practise on Competitive Advantage and Organizational Performance". *Omega*, 34 (1). 107–124.
- Pujawan, I.N. dan M. Er. 2017. *Supply Chain Management*, Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- R., Suharto dan Devie 2013. "Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan". *Business Accounting Review*. Vol. 1. NO 2, 2013, hal. 1–10.



- Romauli Nainggolan 2019. "Supply Chain Management Model On Start-Up Business". *Journal of Entrepreneur and Entrepreneurship*, Vol 8 No. 2. Hal. 65–75.
- Subagyo, Vikas Kumar dan Gesty Ernestivita 2020. "Entrepreneurial Parameters and Performance of MSMEs in East Java Province of Indonesia". *Int. J. Business Innovation and Research*, Vol. 23, No. 2, 2020, hal. 267–282.
- Subagyo 2020. "Meningkatkan Daya Saing dan Kinerja UMKM: Tinjauan dari Perspektif Karakter, Pembelajaran dan Kompetensi Wirausahawan". *CV. Media Sains Indonesia*.