

PERANAN MANAJEMEN RANTAI PASOK DALAM MENINGKATKAN STRATEGI KOMPETITIF
UMKM DI SAMARINDA

Rina Masithoh Hariyadi
Catur Kumala Dewi

University of 17 Agustus 1945 Samarinda
Jl. Ir. H. Juanda No. 80, 75124, Indonesia
masithoh.rina@yahoo.co.id

ABSTRACT

Small and medium trade will be displaced from the AFTA and Free Trade competition if it does not implement an effective and efficient supply chain. This is a major problem for Small and Medium Enterprises (SMEs) which indicate they have limitations in business capital, not or have not implemented technology and there is no formula for the objectives to be achieved by Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) and lack of resources human power in the form of expertise and skills of Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM).

The purpose of this study is to find out the model of supply chain from UMKM in Samarinda. An effective model of supply chain will provide an increase in UMKM competitiveness strategies. The effective supply chain strategy will give UMKM excellence in terms of price, quality, standard products and delivery time and customer service.

The analysis technique used in this study is descriptive qualitative, namely by the stage of collecting and recording data, reducing data, presenting data, processing and drawing conclusions. This is done to describe the state of the object being examined based on the facts in the field, so that accurate and systematic data can be obtained. Data is obtained by observation, distribution of questionnaires. The population of this study is all UMKM in 25 sub-districts in Samarinda. Sampling using purposive sampling method where 9 sub-districts were taken by UMKM in Samarinda

Keywords: *UMKM/SME, supply chain management, competitive strategy*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam meningkatkan taraf hidup masyarakatnya. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat digunakan sebagai indikator dalam mengukur tingkat kesejahteraan perekonomian. Semakin pesat Usaha Mikro, Kecil dan

Menengah (UMKM) di Samarinda maka semakin sejahtera perekonomian di Samarinda. Hal ini telah disampaikan oleh Fajarwati dan Fauziyah (2015) bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berperan aktif dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pada saat terjadi resesi.

Badan Pusat Statistik Kota Samarinda pada bulan Agustus 2016 mencatat angka pengangguran sebesar 136.653 orang. Kontribusi terbesar usaha kecil menengah adalah pengurangan pengangguran sehingga roda penggerak perekonomian tetap berjalan khususnya untuk pendapatan daerah dan pendapatan negara.

Rantai pasok tidak dapat dipisahkan jika pembahasan tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) diangkat menjadi penelitian. Sekian banyak permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) maka rantai pasokan menjadi *headline news* bagi peneliti. *principal*). *Retailer/reseller* melakukan penjualan produk kepada konsumen atau kepada *end user*.

Kendala-kendala paling *crucial* yang sering dihadapi adalah terkait rantai pasok yang dibahas oleh Anatan (2010: 115) dimana dihasilkan penelitian bahwa praktik-praktik rantai pasok berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sinaga dkk (2010) dimana hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa strategi rantai

pasok berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dalam pendistribusian barang/jasa hingga kepada konsumen akhir (*end user*).

Kaltim Post (2016) mencatat bahwa ada 700 izin UMKM atau IUMKM yang telah diterbitkan oleh pemerintah kota di seluruh kecamatan di Samarinda. Deperindag (2016) menyebutkan Jumlah masing masing UMKM setiap kecamatan adalah sebagai berikut Samarinda Iilir (42), Loa Janan (39), Samarinda Seberang (50), Sungai Pinang (81), Sambutan (45), Sei Kunjang (111), Samarinda Kota (29), Samarinda Ulu (102), Samarinda Utara (94) dan Palaran (26). Dari sekitar 700 UMKM tersebut hanya sebagian yang masih aktif dan melakukan proses produksi. Artikel ini akan menjelaskan bagaimana model rantai pasok yang sesuai untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) tenun di Samarinda Seberang di tengah persaingan usaha dan apakah strategi rantai pasok yang diterapkan mampu bersaing dengan pelaku usaha sejenis.

TINJAUAN PUSTAKA

Supply Chain (Rantai Pasok)

Supply Chain merupakan rantai pengadaan barang dan jasa kepada konsumen akhir dalam rangka menjamin ketersediaan material dan meminimalkan biaya, dimana hal tersebut diungkapkan oleh Tahwin dkk (2015). Rantai pasok merupakan mata rantai penentu siklus hidup suatu produk. Keberlangsungan suatu usaha atau produk ditentukan dari rantai pasok.

Secara lebih spesifik, peran kinerja rantai pasokan antara lain adalah: 1) menghasilkan kinerja yang lebih baik daripada pesaing; 2) lebih responsif dalam memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen secara umum ataupun secara khusus; 3) dapat mencapai jumlah pengiriman tertentu pada tanggal tertentu barang tersebut dikirim; dan 4) dapat berkolaborasi dengan baik dengan para pemasoknya (Mufaqih dkk, 2017: 19).

Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008

tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pasal 6 menguraikan tentang kriteria yang harus dimiliki oleh masing-masing usaha kecil dan menengah. Hal tersebut dirincikan sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh

milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Persaingan

Terkait kelemahan usaha kecil menurut Tohar (2009: 29) sehingga secara kompetitif belum mampu bersaing dengan usaha sejenis bahkan dengan usaha besar diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Sumber modal pemilik yang terbatas
2. Kurangnya sumber daya manusia yang memiliki keterampilan dan keahlian
3. Tidak adanya identifikasi biaya sehingga terjadi pembengkakan biaya tanpa diketahui penyebabnya karena secara akuntansi tidak melakukan pembukuan
4. Kewajiban karyawan terhadap perusahaan tidak dijelaskan secara

mendetil dalam tugas pokok dan fungsi

5. Tidak ada manajemen modal karena perencanaan kas tidak dilakukan
6. Tidak adanya manajemen terhadap *inventory*
7. Tidak menerapkan prinsip-prinsip manajerial
8. Tidak merumuskan dan merencanakan program pengendalian

Kelemahan-kelemahan tersebut diatas menempatkan para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) kurang bahkan tidak dapat berkompetisi dengan usaha lainnya. Gambar 2.1 tentang Model Kekuatan yang Mendorong Persaingan menjelaskan bahwa terdapat empat indikator persaingan dapat terjadi, yaitu: (Martadisastra, 2017: 93)

1. Kekuatan posisi tawar pemasok
2. Ancaman pendatang baru
3. Kekuatan posisi tawar pembeli
4. Ancaman substitusi produk atau jasa

Strategi

Pujawan (2017: 34) menyatakan bahwa didalam menentukan tujuan jangka panjang terkandung strategi untuk memenangkan persaingan pasar

maka rantai pasok harus dapat menyediakan produk yang; murah, berkualitas, tepat waktu dan bervariasi. Tujuan tersebut dapat dicapai jika memiliki kemampuan untuk beroperasi secara efisien, menciptakan kualitas, cepat, fleksibel dan inovatif.

Pengelolaan kerjasama dalam rantai pasok memerlukan koordinasi dan integrasi baik didalam maupun diantara perusahaan untuk mencapai manajemen rantai pasok yang efektif, kualitas pelayanan dan keuntungan perusahaan yang optimal melalui efisiensi yang dilakukan dengan strategi yang tepat (Anatan, 2010:106). Terkait strategi usaha kecil diteliti oleh Gunawan dan Permadi (2015) yang menyimpulkan bahwa strategi yang dapat diterapkan adalah strategi integrasi horizontal dimana strategi ini bertujuan memperluas usaha dengan cara meningkatkan jumlah produksi dan menambah jasa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif atau dikategorikan dalam metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode survei yaitu menggambarkan, menjelaskan dan menginterpretasikan suatu fenomena yang terjadi pada suatu objek dan data bersifat kualitatif, yaitu data yang digambarkan dengan kata atau kalimat menurut kategori untuk memperoleh suatu kesimpulan (Julian, 2004) dalam Stevany (2013).

Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif interaktif. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif eksploratif karena penelitian ini mengungkap masalah dalam mengembangkan manajemen rantai pasok yang terjadi pada UMKM tenun di Samarinda Seberang

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai dari penyebaran kuesioner kepada 9 responden di kecamatan Samarinda Seberang disajikan pada tabel 4.1

Tabel 4.1 Responden UMKM Sarung Tenun di Kecamatan Samarinda Seberang

N o	Nama	Alamat	Sumber Pengadaa n Dagangan	Bahan Baku Utama	Jumlah Pemaso k	Nama Produk	Saluran Distribusi
----------------	-------------	---------------	---	---------------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------------------

1	Sahya	Jl. Beneran Gg Pertemuan Samarinda Seberang	Agen	Benang	2	Sarung Tenun Samarinda	Produsen-Pengecer-Konsumen Akhir
2	Sinaga	Jl.P. Bendahara Gg Pertenuan RT 01	Agen	Benang Sutura	1	Sarung Tenun Samarinda	Produsen-agen-engecer-konsumen akhir
3	Santi	Jl. P. Bendahara	Agen	Benang	1	Sarung Tenun Samarinda	Produsen-agen-engecer-konsumen akhir
4	H. Muh. Arsad	Jl. P. Bendahara Gang Muharam	Sub distributor	Benang Spansil	1	Sarung Tenun Samarinda	Produsen-agen-engecer-konsumen akhir
5	Andi Wahyuni	Jl. Padat Karua Gang Tani No. 68	Agen	Benang , manik	1	Sarung Tenun Samarinda	Produsen-engecer-konsumen akhir
6	Siti Alan	Jl. P. Bendahara Gang Pertenuan	Agen	Benang	1	Sarung Tenun Samarinda	Produsen-agen-engecer-konsumen akhir
7	Endoktangg	Jl. P. Bendahara Gang Pertenuan	Agen	Benang	1	Sarung Tenun Samarinda	Produsen-agen-engecer-konsumen akhir
8	Gunawan	Jl. P. Bendahara Gang Pertenuan	Sub distributor	Benang	1	Sarung Samarinda	Produsen-engecer-konsumen akhir
9	Sumarni	Jl. P. Bendahara Gang Pertenuan	Distributor	Benang Masres	1	Sarung Tenun Samarinda	Produsen-engecer-konsumen akhir

Sumber: Diolah Peneliti, 2018

Tabel 4.2 Saluran Distribusi Kecamatan Samarinda Seberang

No	Saluran Distribusi	Responden
1	Produsen – Pengecer – Konsumen Akhir	4
2	Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen Akhir	5
Total Responden		9

Sumber: Diolah Peneliti, 2018

Samarinda Seberang menjadi kampung tenun UKM Digital ke-3 atas kerjasama antara pemerintah kota dengan Telkom. Kain tenun Samarinda atau yang lebih dikenal dengan nama Tajong ditenun dengan menggunakan gedokan atau Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) yang memiliki motif keindahan khas Samarinda. Lama usaha yang dijalankan berkisar 1-10 tahun hingga sekarang. Kendala usaha yang

dirasakan oleh para pengusaha tenun adalah sumber daya manusia, karena keterampilan menenun adalah keterampilan yang diturunkan dan tidak setiap orang dapat menggunakan alat gedokan. Proses produksi berdasarkan pesanan ada pula yang menyediakan stok kain tenun tergantung dari besarnya modal usaha masing-masing pengrajin sarung tenun.

Tabel 4.3 Persentase Saluran Distribusi UMKM Sarung Tenun dengan Jumlah Pemasok

No	Saluran Distribusi	Jumlah Pemasok (%)	
		1	2
1	Produsen – Pengecer – Konsumen Akhir	33,33	11,11
2	Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen Akhir	55,56	-
Total Responden		100	

Sumber: Diolah Peneliti, 2018

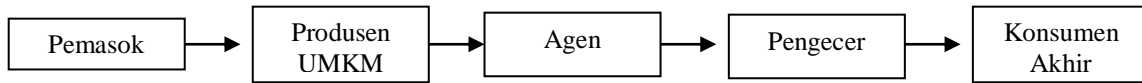
Berdasarkan data hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner hasil wawancara pada tabel 4.1 maka didapatkan tiga model terbesar Manajemen Rantai Pasok (MRP)

yang telah digunakan oleh pelaku UMKM tenun di Samarinda Seberang.

Manajemen Rantai Pasok (MRP) model 1

Model pertama dimana UMKM menggunakan satu pemasok melalui agen ke pengecer kemudian

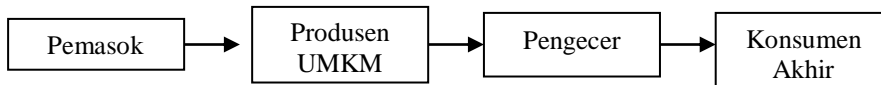
melakukan proses produksi dengan membuat produk dan menjualnya ke konsumen akhir.



Manajemen Rantai Pasok (MRP) model 2

melakukan proses produksi dengan membuat produk dan menjualnya ke pengecer lalu ke konsumen akhir.

Model kedua dimana UMKM menggunakan satu pemasok kemudian

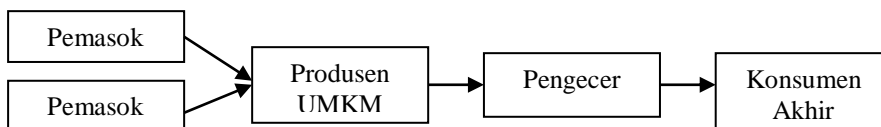


Gambar 4.2 MRP Model 2

Manajemen Rantai Pasok (MRP) model 3

melakukan proses produksi dengan membuat produk dan menjualnya ke pengecer lalu ke konsumen akhir.

Model ketiga dimana UMKM menggunakan dua pemasok kemudian



Gambar 4.3 MRP Model 3

KESIMPULAN

1. Saluran distribusi dari produsen – agen – pengecer - konsumen akhir sebesar 55,56% digunakan oleh UMKM tenun di Samarinda Seberang

2. UMKM yang ada terkadang tidak dapat berproduksi dikarenakan terkendala pemasok bahan baku, karena tidak adanya cadangan pemasok bahan baku yang lain

3. Tidak ada perluasan pangsa pasar dari usaha yang dijalankan karena minim pengetahuan manajemen
4. Bentuk rantai pasok belum efektif dan efisien sehingga berpengaruh pada margin laba (fluktuatif bahkan terkadang turun)

SARAN

1. Pengusaha perlu melakukan perluasan usaha
2. Pilih supplier dengan harga dan kualitas sebagai kriteria utama
3. Diperlukan persediaan pengaman yang cukup di lokasi yang tepat
4. Perlunya sosialisasi pemerintah dan perbankan setempat untuk memajukan usaha para penggiat UMKM
5. Perlunya mempelajari sistim pembukuan keuangan standar sehingga diketahui omset masing-masing usaha

DAFTAR PUSTAKA

Anonim, 2009. *Samarinda Terbanyak Memiliki UKM di Kaltim*. AntaraKaltim.com Tanggal 30 Desember 2009 Jam 18.29 WIB

-----, 2016. *WOW...Di Samarinda 700 UMKM Tumbuh di Kecamatan. ProKaltim Timur*.

<http://kaltim.prokal.co>. Tanggal 13 Agustus 2016. Jam 06.54

Abdullah, T. 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Anatan, Lina. 2010. *Pengaruh Implementasi Praktik-praktik Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja Rantai Pasok dan Keunggulan Kompetitif*. Jurnal Karisma Vol. 4 No. 2

Anonim. 2008. *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. www.sjdih.depkeu.go.id. Diakses tanggal 13 Juni 2017

Badan Pusat Statistik Samarinda. 2016. *Statistik Kesejahteraan Rakyat Kota Samarinda Survei Sosial Ekonomi Nasional 2016*. <https://samarindakota.bps.go.id>. Diakses tanggal 12 Juni 2017

Diah, Fatimatu Zahro. 2016. *Pengukuran dan Perbaikan Kinerja Rantai Pasok UKM Lapis Bogor Sangkuriang untuk Meningkatkan Daya Saing UKM*. Jurnal Teknologi Industri Pertanian Vol. 26 No. 2 Hal. 199-206

Deputi Bidang Sumber Daya UKMK, 2006. *Hambatan Usaha Kecil dan Menengah Dalam Kegiatan Ekspor, Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM*. Nomer 1 Tahun 1, Halaman 99-112

- Elvia Ivada, Sri Sumaryanti, Nurhasan Hamidi, 2016, *Analisis Faktor Penghambat Ekspor Bagi UKM*. Jurnal.ums.ac.id.
- Euis Hasmita Putri, 2017, *Efektifitas Pelaksanaan Program PengembanganUMKM Kota Samarinda (Studi pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda)*. www.portal.fisip-unmul.ac.id
- Fajarwati dan Fauziyah. 2015. *Model Manajemen Rantai Pasokan pada Usaha Kecil dan Menengah di Yogyakarta*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Gunawan, Yunus dan Adi Permadi. 2015. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Carica*. Jurnal Jejak (*Journal of Economics and Policy*) Vo. 8 No. 1
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2014. *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Salemba Empat: Jakarta.
- Heriyanto. 2010. *Aplikasi Rantai Pasok pada Usaha Kecil Menengah di Kota Palembang*. Prosiding Seminar Nasional dan Call for Paper
- Ibrahim, Maulana. 2016. *Peran Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah di Kota Samarinda (Studi di Kelurahan Jawa Kecamatan Samarinda Ulu Kota Samarinda*. Jurnal Ilmu Pemerintahan Vol. 4 No. 1
- Martadisastra, Dedie S. 2017. *Kinerja Pemasok dalam Rantai Pasokan Makanan Kemasan: Suatu Kajian Kasus di Indonesia*. Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 12 No. 1
- Mudrajad Kuncoro, *Harian Bisnis Indonesia* di terbitkan tanggal 21 Oktober 2008
- Mufaqih, Ihwan Addin dkk. 2017. *Pengaruh Integrasi, Berbagi Informasi dan Penundaan pada Kinerja Rantai Pasokan: Studi pada Usaha Kecil Menengah Batik di Indonesia*. Jurnal Siasat Bisnis Vol. 21 No. 1 Hal. 19-36
- Pujawan, I Nyoman. 2017. *Supply Chain Management Edisi 3*. Andi: Yogyakarta.
- Samosir, Agunan P. 2000. *Analisis Faktor Penghambat UKM Produsen Ekspor dan UKM Indirect Ekspor di Sub sector Industri Keramik dalam Melakukan Ekspor, Biro Pengkajian Ekonomi dan Keuangan, Badan Analisa Keuangan dan MOneter, Departemen Keuangan*.
- Sinaga, Bahrain Boru dkk. 2010. *Analisis Sistem Rantai Pasok PT Semen Gresik (Persero) Tbk*.
- Stevany C. Wuwung, 2013. *Manajemen Rantai Pasokan Produk Cengkeh Pada Desa Wawona Minahasa Selatan*. Jurnal

EMBA Vol.1 No.3 Juni 2013,
Hal. 230-238

Tahwin, Muhammad dkk. 2015. *Supply Chain Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Industri Batik Tulis Lasem Kabupaten Rembang)*. The 2nd University Research Coloquium

Tambunan, Mangara dan Ubaidillah, 2003, *Memposisikan Usaha Kecil dan Menengah dalam Persaingan Pasar Global*. <http://www.smeeda.com>

Tohar,M. 2009. *Membuka Usaha Kecil*. Kanisius: Yogyakarta.

Wikipedia. 2017. Kota Samarinda. <https://id.wikipedia.org>. Diakses tanggal 12 Juni 2017.

Yusuf, Sarini dan Nurdiana Azis. 2016. *Model Rantai Nilai Usaha untuk Meningkatkan Nilai Tambah Berkelanjutan pada UKM Fillet Tuna di Kota Kendari*. Jurnal Bisnis Perikanan FPIK UHO Vol. 3 No. 2

Penelitian ini didanai oleh Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi dengan nomor kontrak 509/KONTRAK-PENELITIAN/K11/KM/2018 Tgl 22 Februari 2018