

Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

**Indonesian Journal of Cultural and
Community Development**

ISSN 2615-6180 (ONLINE)



BROUGHT TO YOU BY

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Conflict of Interest Statement

The author declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Editorial Team

Editor in Chief

[Dr. Totok Wahyu Abadi](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Managing Editor

[Mochammad Tanzil Multazam](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

[Rohman Dijaya](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Member of Editors

[Mahardhika Darmawan Kusuma Wardana](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Sinta](#)]

[Bobur Sobirov](#) ([Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Farkhod Abdurakhmonov](#) ("[Silk Road](#)" [International University of Tourism, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Dr. Nyong Eka Teguh Iman Santosa](#) ([Universitas Islam Negeri Sunan Ampel SURabaya, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Strategi Supply Chain Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dalam Menghadapi Pasar Bebas (Studi Kasus PAUB, Malang, Indonesia)

Supply Chain Strategy of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Facing the Free Market (Case Study of PAUB, Malang, Indonesia)

Ahmad Hidayat Sutawijaya, ahsuta69@gmail.com, (1)

Universitas Mercu Buana, Indonesia

(1) Corresponding author

Abstract

This article puts forward the strategy of supply chain strategy for small and medium enterprises (called SMEs) in developing the network during their business period which network is needed and will change from time to time. Successful implementation of supply chain management (SCM) can give SMEs an advantage over their competitors. Problems that occur for SMEs in Indonesia and other developing countries face problems in the implementation of SCM due to lack of resources and direction. To compete effectively in global markets, SMEs must have effective supply chain management and thus require comprehensive strategic planning in an effort to develop the SME business group itself. This research methodology used qualitative approach through interview approach and field study to group members of Women Interfaith Among Religious (PAUB), Malang city. The results of field studies show that integrated small and medium enterprise (SME) supply chain strategy planning contribute to the success of SMEs for PAUB members of Malang city. The supply chain strategy planning process that SMEs need has stages like "source," "create," and "deliver". Thus, when implemented it will connect with various supply chain cycles such as "ordering," "procurement," "production," "distribution," and "customer" for SME groups.

Pendahuluan

Saat ini perkembangan yang sangat terasa dalam kegiatan bisnis adalah kecepatan dalam membangun jaringan yang terintegrasi antara berbagai tahapan dalam rantai pasok. Beberapa perusahaan melakukan berbagai upaya untuk menekan kegiatan-kegiatan yang cenderung menghabiskan biaya yang tidak bermanfaat untuk perusahaannya. Era digital dan media sosial saat ini sangat membuat nyaman para konsumen, sehingga membuat para pengunjung lebih senang belanja online. Salah satu contoh adalah Matahari department store akhirnya menutup beberapa gerai karena tidak bisa bersaing dengan pelaku bisnis yang berbasis online. Kegiatan usaha yang berbasis online ini sekarang menjadi marak karena permintaan masyarakat yang menginginkan pembelian produk dengan cepat dan hemat waktu, sementara matahari department store mengusung kegiatan bisnis berbasis offline.

Supplier, pengadaan, informasi teknologi, serta distribusi yang cepat dan efisien merupakan bagian dari tahapan rantai pasok yang saat ini sedang digalakkan oleh pelaku bisnis. Supply chain adalah jaringan fisik, yakni perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam memasok bahan baku, memproduksi barang, maupun mengirimkannya ke pemakai akhir, supply chain management adalah metode, alat, atau pendekatan pengelolaannya (Pujawan, I N, 2005) [1].

Menurut Singh, Garg, & Deshmukh [2], mengatakan untuk bersaing secara efektif di pasar global, organisasi skala kecil harus fokus pada peningkatan efektivitas fungsi operasional dengan manajemen rantai pasokan yang efektif. Dengan menentukan indikator penilaian seperti "ada hubungan yang signifikan antara kinerja CSF dan UKM dalam hal layanan pelanggan dan kepuasan", "Ada hubungan yang signifikan antara kinerja CSF dan UKM dalam hal inovasi dan pertumbuhan." "Ada hubungan yang signifikan antara kinerja CSF dan UKM dalam hal kinerja keuangan." "Ada hubungan yang signifikan antara kinerja CSF dan UKM dalam hal parameter bisnis internal." (2010).

Ravinder Kumar, Rajesh K. Singh, Ravi Shankar [3] melakukan penelitian dengan menghasilkan sebuah konsep scm bagi UKM, kesimpulan akhir penelitiannya mengatakan bahwa banyak implikasi penting bagi UKM saat ini dengan menerapkan konsep SCM (2015).

Heriyanto [4] dalam penelitiannya mengatakan bahwa persoalan yang terjadi rantai pasok yang digunakan oleh UKM masih bersifat konvensional dalam arti bermitra erat dengan para pemasoknya dan belum memiliki departemen yang secara terpadu dan terintegrasi dengan jelas. Hal ini disebabkan oleh kendala biaya dan skala usaha UKM yang kecil. Untuk mengatasi permasalahan ini diperlukan suatu sistem rantai pasok terpadu untuk UKM baik dari sisi produksi dan konsumen. Dalam hal ini terdapat pusat pemasok, konsumen dan produksi khusus untuk UKM dengan suatu produksi tertentu. Selain itu harus juga terdapat serikat UKM yang berfungsi untuk mengintegrasikan pemasok, produksi dan konsumen. Untuk meningkatkan kinerja rantai pasok tersebut, sistem yang ada harus terintegrasi dengan teknologi informasi (2013).

Pertanyaan utama penelitian ini adalah Bagaimana strategi perencanaan supply chain UKM untuk anggota Perempuan Anggota Umat Beragama (PAUB) di kota Malang?

Tujuan artikel ini adalah untuk memberikan masukan pada kelompok usaha kecil dan menengah yang tergolong kepada kelompok anggota Perempuan Anggota Umat Beragama (PAUB) khususnya di kota Malang tentang perencanaan strategi melalui pendekatan Supply Chain Manajemen sehingga dapat memaksimalkan nilai konsumen (customer value) dan keuntungan kompetitif (competitive advantage) yang berkesinambungan sehingga bisa bersaing secara efektif di pasar global.

PROFILE, HASIL DAN PEMBAHASAN Profile PAUB.

Perempuan Antar Umat Beragama (PAUB) berdiri di kota Malang, sejak tahun 1998, terdiri dari 6 presidium yaitu presidium Islam, Kristen, Katholik, Hindu, Budha dan Khonghucu, dan Penghayat Kepercayaan. PAUB mengusung kepentingan bersama yang dibangun berdasarkan landasan spritual yang berbasis pada kemanusiaan. Anggota PAUB terdiri dari partisipasi perempuan dalam menciptakan keharmonisan, diwujudkan dengan berbagai aktifitas sosial yang relevan dengan kondisi budaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Anggota Perempuan Antar Umat Beragama (PAUB) yang terhimpun dalam UKM kota Malang membutuhkan perencanaan strategis untuk menghadapi persaingan pasar bebas. Hill (2005)[6] menyediakan kerangka iteratif yang mendefinisikan bagaimana organisasi akan bersaing di pasar yang dipilihnya serta kemampuan untuk bersaing di pasar. Kerangka kerja yang disampaikan terdiri dari lima langkah:

1. Tentukan tujuan perusahaan yang memberikan arahan bagi organisasi dan indikator kinerja yang akan dicapai oleh perusahaan.
2. Tentukan strategi pemasaran melibatkan identifikasi target pasar, serta sasaran dan bagaimana bersaing di pasar.
3. Menilai bagaimana produk yang berbeda sehingga bisa menang melawan pesaing. Langkah ini memberikan kaitan antara proposal pemasaran perusahaan dan proses operasi dan infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung strategi serta proses operasi perusahaan.
4. Tetapkan mode yang paling sesuai untuk produk perusahaan.
5. Melakukan indentifikasi kebutuhan infrastruktur perusahaan untuk mendukung operasi.

Selanjutnya penelitian tentang strategi perencanaan Supply Chain Usaha Kecil dan Menengah banyak memberikan hasil yang positif bagi perusahaan khususnya UKM. Kerangka strategi SCM seiring dengan pandangan Copra (2007) yang mengatakan bahwa perusahaan harus secara konsisten upaya terus menerus dalam menjaga kegiatannya sepanjang rantai pasok, kesesuaian dan dukungan antara strategi kompetitif, strategi supply chain, dan fungsional strategi. Proses perencanaan strategi rantai pasokan yang dibutuhkan UKM diawali dengan tahapan "sumber" atau input merupakan sumber-sumber kekuatan yang dimiliki perusahaan. Kedua tahapan kemampuan (capabilities). Tahapan ini merupakan tahapan dimana perusahaan sebagai pengelola bisnis harus memiliki kemampuan dalam menjalankan usaha sehingga dapat menghasilkan produk sesuai dengan kualitas yang diharapkan oleh konsumen, lebih jauhnya dapat bersaing dengan produk produk luar. Tahapan ketiga process. Tahapan ini adalah tahapan perubahan dari berbagai hal yang berkaitan dengan produksi atau Proses (Process) merupakan suatu pekerjaan yang menstransformasikan masukan menjadi keluaran. Dan tahapan ke empat keputusan strategi UKM. Operations strategy decisions microfinance (UKM) berkaitan dengan keputusan yang harus diambil perusahaan dimana keputusan tersebut harus berbasis terhadap prudential principles. Prinsip kehati-hatian yang dimaksud adalah suatu prinsip yang menegaskan bahwa lembaga keuangan dalam menjalankan kegiatan usaha baik dalam penghimpunan dana dan terutama dalam penyaluran kredit kepada masyarakat harus sangat berhati-hati (sutawidjaya, lenny, UNDIP, 2017). Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dari kegiatan operasional sebelum masuk kedalam tahapan operasional rantai pasok.

Gambar 3.1. Operasional Strategic decision UKM

Kemudian dari proses operasional, masuk ketahapan strategy supply chain usaha kecil dan menengah (UKM) melalui tahapan yang terintegrasi dari mulai tahapan pemesanan, tahapan kedua pengadaan, tahapan ketiga produksi, tahapan keempat produksi, tahapan kelima distribusi dan tahapan keenam pelanggan.

Gambar 3.2. Strategic SCUKM

Tahapan pemesanan merupakan tahapan dimana UKM sebagai pengelola bisnis akan mendapatkan order yang datang dari konsumen. Menurut Annetta Gunawan, Retailer adalah komponen kunci dalam rantai nilai yang menghubungkan produsen dengan konsumen. Yang dimaksud dengan rantai nilai sendiri adalah serangkaian badan usaha yang terlibat dalam pembuatan dan pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen (mencakup supplier, produsen/ pabrik, wholesaler, retailer).

Tahapan pengadaan, proses menentukan apa yang dibutuhkan, kapan dibutuhkan dan bagaimana proses pengadaannya. Dalam perencanaan ini harus diputuskan apa yang harus diambil dari luar, tipe kontrak dan menggambarkan kerja yang harus dilakukan oleh distributor kelak (<http://jeffri-ramadhan.blogspot.com/search?q=manajemen+pengadaan>).

Tahapan produksi adalah tahapan melakukan pekerjaan seperti membuat, memfabrikasi, merakit, atau melakukan finishing. Tahapan distributor adalah penyalur dari pabrikan ke pedagang kecil. Dan terakhir tahapan konsumen adalah penyalur dari distributor ke konsumen akhir. Konsumen adalah pembeli akhir atau pengguna.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui pendekatan wawancara dan studi lapangan ke anggota kelompok UKM Perempuan Antara Umat Beragama (PAUB), kota Malang. Menurut Creswell (2010: 4)[5], penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Miles dan Huberman membuat gambaran bahwa analisis berdasarkan kualitatif terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/ verifikasi (2007). Responden penelitian secara proporsional distratifikasi di 50 Anggota APUB Malang, 10 anggota yang bergerak dalam bidang usaha kripik singkong; 10 anggota bergerak dalam usaha minuman, 10 anggota bergerak dalam kue, 10 anggota bergerak dalam usaha catering dan 10 anggota usaha sandal dan sepatu. Usaha dengan kurang dari 10 karyawan (usaha mikro) dikecualikan karena mereka tidak memiliki atau aktivitas inovasi yang dapat diidentifikasi, dan populasi ini biasanya mengandung banyak usaha baru. Survei dilakukan dengan wawancara serta diskusi tentang sifat inovasi perusahaan dalam kaitannya dengan SCM; integrasi rantai pasok, keterlibatan karyawan, keterlibatan

pelanggan, berbagi informasi, outsourcing dan networking

PENUTUP

Penelitian tentang strategi dan perencanaan SCM pada SME menunjukkan bahwa SME dapat memberikan peran yang optimal jika SME dapat menempatkan posisinya dalam supply chain, dan memilih strategi yang tepat. (Berry, 1998 (Thakkar, 2007)); Hong, 2006). Perempuan Anggota Umat Beragama (PAUB) harus membuat perencanaan yang matang dan membuat estimasi dari aktivitas kegiatan yang dilakukan oleh anggota dari mulai rencana produksi, menentukan pemasaran dan strategi promosi kepada pelanggan atau pasar yang akan dituju termasuk kepada pelanggan dan atau pemasok, sehingga kedepan akan membentuk rantai yang lain dan berkelanjutan.

Saran penulis untuk anggota PAUB dalam upaya suksesnya penerapan supply chain adalah dengan mengedepankan pentingnya kerjasama serta meningkatkan keterampilan anggota PAUB dengan melibatkan berbagai pemasok yang memiliki komitmen yang kuat, meningkatkan kompetensi SME dengan peningkatan praktik bisnis dan kualitas produk (Rahman, 2011; Singh, 2011) serta perlunya sosialisasi yang berkelanjutan dalam pemahaman penerapan supply chain. Membuat perencanaan dan metode kontrol untuk mendukung SCM pada SME (Vaaland & Heide, 2007)[7].

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. N. Pujawan, *Supply Chain Management*. Guna Widya. Jakarta, 2005.
- [2] S. G. Singh, R. K., Garg, S. K., & Deshmukh, "Strategy development by Indian SMEs in plastic sector: an empirical study," *Singapore Manag. Rev.*, vol. 28, no. 2, pp. 65-83, 2006.
- [3] R. S. 6. Ravinder Kumar Rajesh K. Singh, "Critical success factors for implementation of supply chain management in Indian small and medium enterprises and their impact on performance," *IIMB Manag. Rev.*
- [4] 3. Heriyanto, *Aplikasi Rantai Pasok Pada Usaha Kecil Menengah Di Kota Palembang*, *Proceeding Seminar Nasional*, Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma. 2013.
- [5] J. W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta. Yogyakarta, 2010.
- [6] T. Hill, *Operations Management, 2nd*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, 2nd ed. Palgrave Macmillan, Basingstoke, 2005.
- [7] T. I. 10. Vaaland and M. Heide, "Supply Chain Management: An," *Int. J.*, vol. 12, no. 1, pp. 20-31, 2007.

References

1. References
2. I. N. Pujawan, *Supply Chain Management*. Guna Widya. Jakarta, 2005.
3. S. G. Singh, R. K., Garg, S. K., & Deshmukh, "Strategy development by Indian SMEs in plastic sector: an empirical study," *Singapore Manag. Rev.*, vol. 28, no. 2, pp. 65-83, 2006.
4. Ravinder Kumar Rajesh K. Singh, "Critical success factors for implementation of supply chain management in Indian small and medium enterprises and their impact on performance," *IIMB Manag. Rev.*
5. Heriyanto, *Aplikasi Rantai Pasok Pada Usaha Kecil Menengah Di Kota Palembang*, *Proceeding Seminar Nasional*, Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma. 2013. http://eprints.binadarma.ac.id/2074/1/FP_64.pdf
6. J. W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta. Yogyakarta, 2010.
7. T. Hill, *Operations Management, 2nd*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, 2nd ed. Palgrave Macmillan, Basingstoke, 2005. <https://trove.nla.gov.au/work/7363582?q&versionId=8473738>
8. T. I. 10. Vaaland and M. Heide, "Supply Chain Management: An," *Int. J.*, vol. 12, no. 1, pp. 20-31, 2007.