

**LAPORAN PELAKSANAAN KEGIATAN
PENGADIAN KEPADA MASYARAKAT**



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

**PROGRAM PEMBINAAN DAN PENDAMPINGAN
UMKM KOPEASI GARUDAYAKSA NUSANTARA:
IMPLEMENTASI MENAJEMEN RANTAI PASOKAN
PADA UMKM KOPERASI GARUDAYAKSA
NUSANTARA, JAKARTA**

2 JUNI 2021

Tim Pengabdian Masyarakat:

- 1. Dr. Ir. Abdulah Rakhman, M.M.**
- 2. Ir. Liaw Bun Fa, S.E. M.M.**
- 3. M. Fuad, S.E. M.M.**
- 4. Dra. Bernadine, M.Com.**

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JUNI 2021

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1. Judul : PROGRAM PEMBINAAN DAN PENDAMPINGAN
UMKM KOPERASI GARUDAYAKSA:
IMPLEMENTASI MANAJEMEN RANTAI PASOKAN
PADA UMKM KOPERASI GARUDAYAKSA
NUSANTARA, JAKARTA
2. Ketua Pelaksana
- a. Nama Lengkap : Dr. Ir. Abdulah Rakhman, M.M.
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. NIP : 0269
 - d. Kepangkatan Akademik : Lektor Kepala
 - e. Bidang Keahlian : Manajemen
 - f. Program Studi : Manajemen
 - g. Perguruan Tinggi : Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
3. Tim Pelaksana Dosen:

No	Nama	NIP	Program Studi	Keterlibatan sebagai
1	Dr. Ir. Abdulah Rakhman, M.M.	0269	Manajemen	Instruktur
2	Ir. Liaw Bun Fa, S.E. M.M.	0812	Manajemen	Instruktur
3	M. Fuad, S.E. M.M.	0324	Manajemen	Instruktur
4	Dra. Bernadine, M. Com	0329	Manajemen	Instruktur

4. Sumber Dana Pengabdian : Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
5. Besar Dana Pengabdian :-

Mengetahui,

Jakarta, 8 Juni 2021

Ketua Program Studi Manajemen,



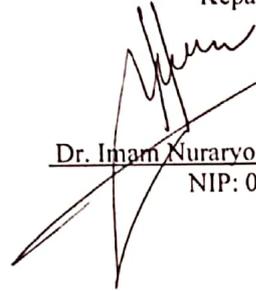
Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.
NIP: 0200

Ketua Pelaksana

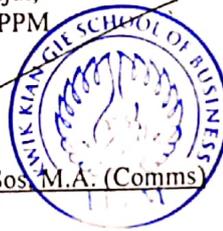


Dr. Ir. Abdulah Rakhman, M.M.
NIP: 0269

Menyetujui,
Kepala LPPM



Dr. Imam Nurarvo, S.Sos, M.A. (Comms)
NIP: 0624



KATA PENGANTAR

Tim Dosen Instruktur pada Program Pembinaan dan Pendampingan UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta merupakan Tim Pengabdian Masyarakat yang dibentuk oleh LPPM Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie .

Laporan ini disusun sebagai laporan pertanggungjawaban atas terselenggaranya Program Pembinaan dan Pendampingan UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta telah terselenggara pada tanggal 2 Juni 2021 di Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta.

Kami sampaikan terima kasih kepada LPPM Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie atas kepercayaan yang diberikan kepada Tim Dosen Instruktur untuk melaksanakan program ini, sehingga kewajiban kami untuk menunaikan dharma Pengabdian kepada Masyarakat dapat terwujud, dan amalan kami dapat memberi manfaat dalam membangun karakter positif siswa sebagai calon pelaku bisnis masa depan.

Jakarta, 8 Juni 2021

Tim Dosen Instruktur

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.	1
1.2. Perumusan Masalah	19
II. TUJUAN DAN MANFAAT	21
2.1. Tujuan	21
2.2. Manfaat	21
III. RERANGKA PEMECAHAN MASALAH	22
IV. PELAKSANAAN KEGIATAN	23
4.1. Realisasi Pemecahan Masalah	23
4.2. Khalayak Sasaran dan Metode yang digunakan	23
V. HASIL KEGIATAN	24
VI. SIMPULAN DAN SARAN	26
6.1. Simpulan	26
6.2. Saran	26
DAFTAR PUSTAKA	27
Lampiran	28

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM) harus diakui sebagai kekuatan strategis dan penting untuk mempercepat pembangunan daerah, oleh karena pertumbuhan Usaha Mikro kecil dan Menengah setiap tahun mengalami peningkatan, dimana jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2016 sebanyak 48,9 Juta unit, dan terbukti memberikan kontribusi 53,28% terhadap PDB (Pendapatan Domestik Bruto) dan 96,18% terhadap penyerapan tenaga kerja. Selain itu, selama 2014-2017, laju pertumbuhan PDB UMKM dengan minyak dan gas (Migas) dan tanpa migas ternyata tidak berbeda jauh, hanya pada PDB tanpa migas agak tertarik ke atas.

Sepanjang 2014-2017 kumulatif pertumbuhan PDB migas UMKM masing-masing: 5,61%; 5,52%; 5,97%; dan 5,40%, sedangkan pertumbuhan tanpa migas masing-masing: 5,62%; 5,55%; 5,99%; dan 5,41%. Bandingkan dengan pertumbuhan PDB usaha besar, dengan migas masing-masing: 3,77%; 4,42%; 5,32% dan 5,60% sedangkan tanpa migas masing-masing: 5,81%; 6,64%; 7,49%; dan 7,17%.

Data pertumbuhan PDB selama 4 (empat) tahun itu, tampak bahwa dengan migas laju pertumbuhan UMKM lebih baik daripada laju pertumbuhan usaha besar, walaupun pertumbuhan PDB usaha besar cenderung meningkat terus setiap tahunnya. Bila dicermati dari laju pertumbuhan PDB tanpa migas, pertumbuhan PDB usaha besar lebih cepat dibandingkan dengan

pertumbuhan PDB UMKM. Ini menunjukkan pertumbuhan PDB migas yang umumnya dikelola oleh usaha besar mengalami penurunan setiap tahunnya. Dari data tersebut di atas, berarti kita tidak boleh mengabaikan keberadaan UMKM yang strategis baik secara nasional maupun di daerah. UMKM memiliki posisi penting, bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat di daerah, dalam banyak hal mereka menjadi perekat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial. Sehubungan dengan hal tersebut, maka perlu upaya untuk menumbuhkan iklim kondusif bagi perkembangan UMKM dalam mempercepat pembangunan daerah.

Kriteria Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.

Konsep Usaha Kecil itu sendiri sesungguhnya, dari 48,9 juta usaha kecil di Indonesia, hanya 1 juta unit lebih yang benar-benar dapat di sebut sebagai pengusaha kecil. Koperasi pun hanya 80 ribu lebih, lebih dari 47,50 juta pengusaha sesungguhnya dikategorikan sebagai usaha mikro. Dengan demikian, bila kita berbicara tentang UMKM perlu di ingat bahwa sebetulnya kebanyakan usaha yang kita bahas itu bersifat sangat kecil. Sampai saat ini masih terdapat perbedaan mengenai kriteria pengusaha kecil baik yang ada dikalangan perbankan, lembaga terkait, biro statistik (BPS), maupun menurut kamar dagang dan industri Indonesia (KADIN). Perbedaan kriteria tersebut adalah Bank Indonesia. Suatu perusahaan atau perorangan yang mempunyai total assets maksimal Rp. 600 juta tidak termasuk rumah dan tanah yang ditempati. Untuk Departemen Perindustrian kriteria usaha kecil sama dengan Bank Indonesia. Biro Pusat Statistik (BPS); Usaha rumah tangga mempunyai :

1-5 tenaga kerja, Usaha kecil mempunyai : 6-19 tenaga kerja, Usaha menengah mempunyai : 20-99 tenaga kerja. Kamar Dagang Industri Indonesia (KADIN); Industri yang mempunyai total assets maksimal Rp.600 juta termasuk rumah dan tanah yang ditempati dengan jumlah tenaga kerja dibawah 250 orang. Departemen Keuangan; Suatu badan usaha atau perorangan yang mempunyai assets setinggi-tingginya Rp. 300 juta atau yang mempunyai omset penjualannya maksimal Rp. 300 juta per tahun.

Sebagai perbandingan dikemukakan pula beberapa kriteria usaha kecil beberapa Negara berkembang seperti India, Thailand dan Philipina. India, Industri yang memiliki pabrik dan mesin-mesin beserta perlengkapannya dengan fixed assets maksimal Rupee 2.500.000 atau sekitar Rp. 496,4 juta. Thailand Industri yang memiliki fixed assets maksimal Bath 2.000.000 atau sekitar Rp. 438,1 juta. Philipina Usaha rumah tangga industri adalah yang nilai fixed assets kurang dari Pesos 100.000 atau sekitar Rp. 16 juta. Small industry adalah yang nilai fixed assetsnya antara Pesos 100.000 s/d 1.000.000 atau sekitar Rp. 160,8 juta.

Usaha berskala mikro, kecil dan menengah dalam arti yang sempit seringkali dipahami sebagai suatu kegiatan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja dan atau assets yang relatif kecil. Bila hanya komponen ini dijadikan sebagai patokan dalam menentukan besar kecilnya skala usaha maka banyak bias yang terjadi, sebagai contoh sebuah perusahaan yang memperkejakan 50 orang karyawan di Amerika Serikat di kategorikan sebagai perusaha kecil (relatif terhadap ukuran ekonomi Amerika Serikat). Sementara itu untuk ukuran yang sama, sebuah perusahaan di Bolivia tidak lagi masuk dalam kategori usaha kecil. Dengan demikian, diperlukan komponen

atau karakteristik lain dalam melakukan penilaian ukuran usaha, misalnya dengan melihat tingkat informalitas usaha dengan berdasarkan kepada dokumen-dokumen usaha yang dimiliki, tingkat kerumitan teknologi yang digunakan, padat karya dan lain sebagainya.

Perbedaan beberapa kriteria tersebut dapat dimengerti karena alasan kepentingan pembinaan yang spesifik dari masing-masing sektor/kegiatan yang bersangkutan. Namun disadari pula bahwa dalam beberapa hal perbedaan tersebut dapat menimbulkan kesulitan bagi suatu lembaga peneliti terutama dalam pengambilan sample penelitian, sehingga hasilnya dapat menimbulkan persepsi berbeda.

Sehubungan dengan kesulitan yang ditimbulkan di atas, maka sejak tahun 1995 telah diadakan kesepakatan bersama antar instansi BUMN dan perbankan untuk menciptakan suatu kriteria usaha kecil, yaitu suatu badan atau perorangan yang mempunyai total assets maksimal Rp. 600 juta tidak termasuk rumah dan tanah yang ditempati.

Inovasi Usaha

Seorang wirausaha secara umum mampu memanfaatkan kesempatan untuk pengembangan kapasitas ekonomi dan pengalokasian sumber daya secara efektif. Sejalan dengan tren baru dalam pembangunan ekonomi, wirausaha juga harus mampu menghadapi kompetisi dan berinovasi, menghasilkan pertumbuhan ekonomi, pembaharuan teknologi, penciptaan lapangan kerja dan perbaikan kesejahteraan masyarakat setempat.

Sumber daya lokal harus dimanfaatkan untuk mendorong pengembangan bisnis dengan memfasilitasi pengusaha untuk mengakses informasi, ilmu pengetahuan, teknologi, modal, dan sumber daya manusia yang dibutuhkan bagi keberhasilan bisnisnya. Lebih penting lagi, otoritas daerah harus mampu melakukan upaya penyederhanaan proses administrasi bagi usaha pemula (*new business start-up*).

Sistem inovasi lokal merupakan mekanisme fundamental untuk penguatan kapasitas inovasi ditingkat lokal. Adapun aktor utama dalam sistem ini meliputi pemerintah setempat, industri, lembaga riset dan perguruan tinggi. Untuk penguatan operasi sistem inovasi lokal, pemerintah daerah perlu mengembangkan kolaborasi antara industri dan perguruan tinggi dengan menyediakan insentif untuk pengembangan usaha patungan antara pengusaha daerah dan perguruan tinggi. Pengembangan inkubator akan meningkatkan diseminasi ilmu pengetahuan dalam sistem inovasi.

Pembentukan klaster akan mampu merangsang penumbuhan bisnis baru dan menarik perusahaan bisnis baru dari luar daerah, sehingga meningkatkan *output* industri dan menciptakan kesempatan kerja baru. Melalui interaksi dan berbagai sumber daya dalam jejaring, inovasi dan perbaikan teknologi dapat ditingkatkan. Dalam kaitan ini pemerintah daerah perlu menumbuhkan iklim usaha yang kondusif sesuai dengan kondisi lokal untuk pengembangan industri klaster.

Pengembangan Sumber Daya Manusia

Kebijakan tenaga kerja terkait erat dengan strategi pengembangan ekonomi dan kebijakan stabilitas sosial. Dan keberhasilan pada satu sisi suatu

kebijakan tergantung pada keberhasilan yang lain. Unsur-unsur interaksi mempengaruhi keberhasilan kebijakan tenaga kerja meliputi seberapa baik kebijakan itu sejalan dengan seluruh strategi pengembangan ekonomi, yang juga harus membangun jejaring dengan layanan organisasi ekonomi dan sosial lain, dan bagaimana kondisi sosial dan ekonomi mempengaruhi fleksibilitas implementasinya.

UMKM dan bisnis pemula menjadi penghela penciptaan tenaga kerja di tingkat lokal. Penumbuhan UMKM dan bisnis pemula mempunyai andil penting dalam penyusunan kebijakan tenaga kerja diberbagai wilayah. Agar kebijakan UMKM dan bisnis pemula berjalan dengan baik, otoritas pemerintah daerah harus melibatkan mereka dalam setiap proses penyusunan dan implementasi kebijakan.

Pendirian organisasi pelatihan lokal perlu koordinasi antar pembisnis, tenaga ahli, dan perguruan tinggi. Masukan dari pebisnis dapat membantu menjamin kandungan pelatihan dapat merefleksikan keterampilan yang sesuai dengan alam kebutuhan pasar tenaga kerja. Otoritas daerah dapat menawarkan insentif untuk mengembangkan pelatihan keterampilan, dan mendorong partisipasi dalam pelatihan.

Dalam era globalisasi, keterampilan yang dibutuhkan pasar berubah cepat. Tenaga kerja harus fleksibel mampu beradaptasi dengan perubahan. Oleh karena itu sangat penting untuk mempercepat kapasitas pekerja untuk mempelajari keterampilan baru, dan alih keterampilan bagi industri yang lain.

Membangun Kemitraan

Pembangunan daerah sebagian besar tergantung pada kemitraan antara pemerintah, pelaku bisnis dan lembaga non pemerintah. Kemitraan ini memfasilitasi koordinasi dan kerja sama. Pasangan lokal dari sektor swasta dapat membantu mengeksploitasi kesempatan daerah dalam mengembangkan kebijakan dan strategi yang sesuai dengan kebutuhan setempat.

Kunci utama dari kemitraan ini adalah mekanisme untuk mengatur dan mengkoordinid secara benar sumber daya dan upaya-upaya yang berbeda dari para pelaku yang berbeda.

Perencanaan dan implementasinya dilaksanakan sesuai dengan kemampuan dan kekuatan masing-masing. Selama dalam proses ini penting untuk diperhatikan, yakni membentuk jejaring kerjasama dan mengembangkan rasa saling percaya.

Karena keterbatasan institusionalisasi, kemitraan untuk pembangunan daerah kerap kurang berjalan dengan stabil. Oleh karena itu pemerintah daerah harus memimpin di depan dalam membangun mekanisme yang lebih stabil dan formal untuk membantu memberikan kemitraan sebagai basis pelembagaan dan kemampuan merancang dan menerapkan rencana pengembangan.

Konsep kemitaan untuk pembangunan daerah dekat hubungannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Sejalan dengan filosofi CSR, perusahaan ingin mendedikasikan dirinya untuk membangun kemitraan lokal, memperkuat kapasitas lokal, perlindungan lingkungan dan berkontribusi dana untuk pembangunan daerah.

Kesadaran akan pentingnya CSR diantara para pebisnis menjadi prasyarat penting untuk melibatkan para pebisnis dalam kemitraan untuk pengembangan daerah. Membangun kesadaran ini merupakan bidang yang perlu menjadi perhatian pemerintah daerah.

Manajemen Rantai Pasokan

Manajemen Rantai Pasokan atau disebut Supply Chain Management merupakan pengelolaan rantai siklus yang lengkap mulai bahan mentah dari para supplier, ke kegiatan operasional di perusahaan, berlanjut ke distribusi sampai kepada konsumen. Istilah supply chain management pertama kali dikemukakan oleh Oliver dan Weber pada tahun 1982. Supply chain adalah jaringan fisiknya, 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. Definisi Supply Chain Management juga diberikan oleh James A. dan Mona J. Fitzsimmons, yang menyatakan bahwa supply chain management adalah sebuah sistem pendekatan total untuk mengantarkan produk ke konsumen akhir dengan menggunakan teknologi informasi untuk mengkoordinasikan semua elemen supply chain dari mulai pemasok ke pengecer, lalu mencapai tingkat berikutnya yang merupakan keunggulan kompetitif yang tidak tersedia di sistem logistik tradisional.

Sedangkan definisi Supply Chain Management menurut Chase, Aquilano, Jacobs adalah sistem untuk menerapkan pendekatan secara total untuk mengelola seluruh aliran informasi, bahan, dan jasa dari bahan baku melalui pabrik dan gudang ke konsumen akhir. Oleh Robert J. Vokurka, Gail

M. Zank dan Carl M. Lund III supply chain management didefinisikan sebagai, “all the activities involved in delivering a product from raw material through the customer including sourcing raw material and parts, manufacturing and assembly, warehousing and inventory tracking, order entry and order management, distribution across all channels, delivery to the customer, and the information system necessary to monitor all of the activities” . Stevenson mendefinisikan supply chain management sebagai suatu koordinasi strategis dari rantai pasokan dengan tujuan untuk mengintegrasikan manajemen penawaran dan permintaan.

Russell dan Taylor mendefinisikan bahwa supply chain management adalah mengelola arus informasi, produk dan pelayanan di seluruh jaringan baik itu pelanggan, perusahaan hingga pemasok. Dengan demikian, berdasarkan berbagai definisi supply chain management sebagaimana telah disampaikan, dapat ditarik hal umum bahwa supply chain management adalah semua kegiatan yang terkait dengan aliran material, informasi dan uang di sepanjang supply chain. Lebih jauh cakupan supply chain management akan meliputi hal-hal berikut:

Bagian	Cakupan kegiatan antara lain
Pengembangan produk	Melakukan riset pasar, merancang produk baru, melibatkan <i>supplier</i> dalam perancangan produk baru
Pengadaan	Memilih <i>supplier</i> , mengavaluasi kinerja <i>supplier</i> , melakukan pembelian bahan baku dan komponen, memonitor <i>supply risk</i> , membina dan memelihara hubungan dengan <i>supplier</i>
Perencanaan & Pengendalian	<i>Demand planning</i> , peramalan permintaan, perencanaan kapasitas, perencanaan produksi dan persediaan

Operasi/Produksi	Eksekusi produksi, pengendalian kualitas
Pengiriman / Distribusi	Perencanaan jaringan distribusi, penjadwalan pengiriman, mencari dan memelihara hubungan dengan perusahaan jasa pengiriman, memonitor <i>service level</i> di tiap pusat distribusi

Sumber: Pujawan (2005)

Hal penting yang menjadi dasar pemikiran pada konsep ini adalah focus pada pengurangan kesia-siaan dan mengoptimalkan nilai pada rantai pasokan yang berkaitan. Dengan demikian Manajemen Rantai Pasokan atau Supply Chain Management dapat didefinisikan sebagai pengelolaan berbagai kegiatan dalam rangka memperoleh bahan mentah, dilanjutkan kegiatan transformasi sehingga menjadi produk dalam proses, kemudian menjadi produk jadi dan diteruskan dengan pengiriman kepada konsumen melalui sistim distribusi. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan mencakup pembelian secara tradisional dan berbagai kegiatan penting lainnya yang berhubungan dengan supplier dan distributor. Supply Chain Management meliputi penetapan:

- Pengangkutan.
- pembayaran secara tunai atau kredit (proses transfer)
- supplier
- distributor dan pihak yang membantu transaksi seperti Bank
- Hutang maupun piutang
- Pergudangan
- Pemenuhan pesanan
- Informasi mengenai ramalan permintaan, produksi maupun pengendalian persediaan.

Komponen Supply Chain Management

Komponen dari supply chain management menurut Turban (2004) terdiri dari tiga komponen utama yaitu:

1. Upstream Supply Chain

Bagian upstream (hulu) supply chain meliputi aktivitas dari suatu perusahaan manufacturing dengan para penyalurnya (yang mana dapat manufacturers, assemblers, atau kedua-duanya) dan koneksi mereka kepada para penyalur mereka (para penyalur second-tier). Hubungan para penyalur dapat diperluas kepada beberapa strata, semua jalan dari asal material (contohnya bijih tambang, pertumbuhan tanaman). Di dalam upstream supply chain, aktivitas yang utama adalah pengadaan.

2. Internal Supply Chain

Bagian dari internal supply chain meliputi semua proses inhouse yang digunakan dalam mentransformasikan masukan dari para penyalur ke dalam keluaran organisasi itu. Hal ini meluas dari waktu masukan ke dalam organisasi. Di dalam internal supply chain, perhatian yang utama adalah manajemen produksi, pabrikasi dan pengendalian persediaan.

3. Downstream supply chain

Downstream (hilir) supply chain meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan akhir. Di dalam downstream supply chain, perhatian diarahkan pada distribusi, pergudangan transportasi dan after-sale service.

Strategi Rantai Pasokan

Terdapat lima strategi yang dapat dipilih perusahaan untuk melakukan pembelian kepada supplier yaitu adalah sebagai berikut:

1. Banyak Pemasok (*Many Supplier*)

Strategi ini memainkan antara pemasok yang satu dengan pemasok yang lainnya dan membebankan pemasok untuk memenuhi permintaan pembeli. Para pemasok saling bersaing secara agresif. Meskipun banyak pendekatan negosiasi yang digunakan dalam strategi ini, tetapi hubungan jangka panjang bukan menjadi tujuan. Dalam pendekatan ini, tanggung jawab dibebankan pada pemasok untuk mempertahankan teknologi, keahlian, kemampuan ramalan, biaya, kualitas dan pengiriman.

2. Sedikit Pemasok (*Few Supplier*)

Dalam strategi ini, perusahaan mengadakan hubungan jangka panjang dengan para pemasok yang komit. Karena dengan cara ini, pemasok cenderung lebih memahami sasaran-sasaran luas dari perusahaan dan konsumen akhir. Penggunaan hanya beberapa pemasok dapat menciptakan nilai dengan memungkinkan pemasok mempunyai skala ekonomis dan kurva belajar yang menghasilkan biaya transaksi dan biaya produksi yang lebih rendah. Dengan sedikit pemasok maka biaya mengganti partner besar, sehingga pemasok dan pembeli menghadapi resiko akan menjadi tawanan yang lainnya. Kinerja pemasok yang buruk merupakan salah satu resiko yang dihadapi pembeli sehingga pembeli harus memperhatikan rahasia-rahasia dagang pemasok yang berbisnis di luar bisnis bersama.

3. *Vertical Integration*

Artinya pengembangan kemampuan memproduksi barang atau jasa yang sebelumnya dibeli, atau dengan benar-benar membeli pemasok atau distributor. Integrasi vertical dapat berupa:

- Integrasi ke belakang (*Backward Integration*) berarti penguasaan kepada sumber daya, misalnya Perusahaan Mobil mengakuisisi Pabrik Baja.
- Integrasi kedepan (*Forward Integration*) berarti penguasaan kepada konsumennya, misalnya Perusahaan Mobil mengakuisisi Dealer yang semula sebagai distributornya.

4. Kairetsu Network.

Kebanyakan perusahaan manufaktur mengambil jalan tengah antara membeli dari sedikit pemasok dan integrasi vertical dengan cara misalnya mendukung secara financial pemasok melalui kepemilikan atau pinjaman. Pemasok kemudian menjadi bagian dari koalisi perusahaan yang lebih dikenal dengan kairetsu. Keanggotaannya dalam hubungan jangka panjang oleh sebab itu diharapkan dapat berfungsi sebagai mitra, menularkan keahlian teknis dan kualitas produksi yang stabil kepada perusahaan manufaktur. Para anggota kairetsu dapat beroperasi sebagai subkontraktor rantai dari pemasok yang lebih kecil.

5. Perusahaan Maya (*Virtual Company*)

Perusahaan Maya mengandalkan berbagai hubungan pemasok untuk memberikan pelayanan pada saat diperlukan. Perusahaan maya mempunyai batasan organisasi yang tidak tetap dan bergerak sehingga memungkinkan terciptanya perusahaan yang unik agar dapat memenuhi permintaan pasar yang cenderung berubah. Hubungan yang terbentuk dapat memberikan pelayanan jasa diantaranya meliputi pembayaran gaji, pengangkatan karyawan, disain produk atau distribusinya. Hubungan bisa bersifat jangka pendek maupun jangka panjang, mitra sejati atau kolaborasi, pemasok atau subkontraktor. Apapun bentuk hubungannya diharapkan akan menghasilkan kinerja kelas dunia yang ramping. Keuntungan yang bisa diperoleh diantaranya adalah: keahlian manajemen yang terspesialisasi, investasi modal yang rendah, fleksibilitas dan kecepatan. Hasil yang diharapkan adalah efisiensi.

Tujuan Strategis Supply Chain Management

Rantai pasokan bagaikan darah dari setiap organisasi bisnis karena menghubungkan pemasok, produsen, dan pelanggan akhir di jaringan yang sangat penting untuk penciptaan dan pengiriman barang dan jasa. Dalam mengelola rantai pasokan memerlukan suatu proses yaitu, proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian operasi rantai pasokan. Tujuan manajemen rantai pasokan adalah dengan menyelaraskan permintaan dan penawaran seefektif dan seefisien mungkin. Masalah-masalah utama dalam rantai pasokan terkait dengan (Stevenson, 2009):

1. Menentukan tingkat outsourcing yang tepat
2. Mengelola pembelian / pengadaan suatu barang

3. Mengelola pemasok
4. Mengelola hubungan terhadap pelanggan
5. Mengidentifikasi masalah dan merespon masalah dengan cepat
6. Mengelola risiko

Sedangkan menurut Pujawan (2005), supply chain memiliki tujuan strategis yang perlu dicapai untuk membuat supply chain menang atau setidaknya bertahan dalam persaingan. Untuk bisa memenangkan persaingan pasar maka supply chain harus bisa menyediakan produk yang:

1. Murah
2. Berkualitas
3. Tepat waktu
4. Bervariasi

Menurut Hitt, Ireland dan Hoskisson (2001), semua tindakan yang diambil oleh perusahaan ini dimaksudkan untuk membantu perusahaan mencapai daya saing strategisnya dan menghasilkan laba di atas rata-rata. Daya saing strategis dicapai ketika sebuah perusahaan berhasil memformulasikan dan menerapkan strategi penciptaan nilai. Ketika perusahaan mengimplementasikan suatu strategi yang tidak dapat ditiru oleh perusahaan lain atau terlalu mahal untuk menirunya, perusahaan ini memiliki keunggulan persaingan bertahan atau dapat bertahan (sustained atau sustainable competitive advantage, selanjutnya disebut sebagai keunggulan persaingan). Setelah perusahaan mendapatkan daya saing strategis dan sukses mengeksploitasi keunggulannya, suatu perusahaan mampu

mencapai tujuan utamanya: mendapatkan laba diatas rata-rata, yaitu kelebihan penghasilan yang diharapkan oleh seorang investor dari investasi.

Proses Supply Chain Management

Proses supply chain management adalah proses saat produk masih berbahan mentah, produk setengah jadi dan produk jadi diperoleh, diubah dan dijual melalui berbagai fasilitas yang terhubung oleh rantai sepanjang arus produk dan material. Bila digambarkan dalam bentuk bagan akan nampak sebagai berikut:



Sumber: Pujawan (2005)

Bagan di atas menunjukkan bahwa supply chain management adalah koordinasi dari material, informasi dan arus keuangan diantara perusahaan yang berpartisipasi.

- Arus material melibatkan arus produk fisik dari pemasok sampai konsumen melalui rantai, sama baiknya dengan arus balik dari retur produk, layanan, daur ulang dan pembuangan
- Arus informasi meliputi ramalan permintaan, transmisi pesanan dan laporan status pesanan

- Arus keuangan meliputi informasi kartu kredit, syarat-syarat kredit, jadwal pembayaran, penetapan kepemilikan dan pengiriman

Salah satu faktor kunci untuk mengoptimalkan supply chain adalah dengan menciptakan alur informasi yang bergerak secara mudah dan akurat diantara jaringan atau mata rantai tersebut, dan pergerakan barang yang efektif dan efisien yang menghasilkan kepuasan maksimal pada para pelanggan (Indrajit dan Djokopranoto, 2003). Dengan tercapainya koordinasi dari rantai supply perusahaan, maka tiap channel dari rantai supply perusahaan tidak akan mengalami kekurangan barang juga tidak kelebihan barang terlalu banyak. Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2003) dalam supply chain ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan-perusahaan yang mempunyai kepentingan didalam arus barang, para pemain utama itu adalah:

1. Supplier
2. Manufacturer
3. Distributor / wholesaler
4. Retail outlets
5. Customers

Proses mata rantai yang terjadi antar pemain utama itu adalah sebagai berikut:

Chain 1: Supplier

Jaringan yang bermula dari sini, yang merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama, dimana mata rantai penyaluran barang akan dimulai. Bahan pertama ini bisa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah,

bahan penolong, bahan dagangan, subassemblies, suku cadang dan sebagainya. Sumber pertama ini dinamakan suppliers. Dalam arti yang murni, ini termasuk juga supplier's suppliers atau sub-suppliers. Jumlah supplier bisa banyak atau sedikit, tetapi supplier's suppliers biasanya berjumlah banyak sekali.

Chain 1 – 2: Supplier – Manufacturer

Rantai pertama dihubungkan dengan rantai yang kedua, yaitu manufacturer atau plants atau assembler atau fabricator atau bentuk lain yang melakukan pekerjaan membuat, memfabrikasi, meng-assembling, merakit, mengkonversikan, atau pun menyelesaikan barang (finishing). Hubungan dengan mata rantai pertama ini sudah mempunyai potensi untuk melakukan penghematan. Misalnya inventories bahan baku, bahan setengah jadi, dan bahan jadi yang berada di pihak suppliers, manufacturer dan tempat transit merupakan target untuk penghematan ini. Tidak jarang penghematan sebesar 40%-60%, bahkan lebih, dapat diperoleh dari inventory carrying cost di mata rantai ini. Dengan menggunakan konsep supplier partnering misalnya, penghematan tersebut dapat diperoleh.

Chain 1 – 2 – 3: Supplier – Manufactures – Distributor

Barang sudah jadi yang dihasilkan oleh manufacturer sudah mulai disalurkan kepada pelanggan. Walaupun tersedia banyak cara untuk menyalurkan barang ke pelanggan, yang umum adalah melalui distributor dan ini biasanya ditempuh oleh sebagian besar supply chain. Barang dari pabrik melalui gudangnya disalurkan ke gudang distributor atau wholesaler atau pedagang dalam jumlah yang besar, dan pada waktunya nanti pedagang

besar menyalurkan dalam jumlah yang lebih kecil kepada retailer atau pengecer.

Chain 1 – 2 – 3 – 4: Supplier – Manufacturer – Distributor – Retail Outlet

Pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gedung sendiri atau dapat juga menyewa dari pihak lain. Gudang ini digunakan untuk menimbun barang sebelum disalurkan ke pihak pengecer. Sekali lagi disini ada kesempatan untuk memperoleh penghematan dalam bentuk jumlah inventories dan biaya gudang, dengan cara melakukan desain kembali pola-pola pengiriman barang baik dari gudang manufacturer maupun ke toko pengecer (retail outlet).

Chain 1 – 2 – 3 – 4 – 5: Supplier – Manufacturer – Distributor – Retail Outlet – Customer

Dari rak-raknya, para pengecer atau retailer ini menawarkan barangnya langsung kepada para pelanggan, pembeli atau pengguna barang tersebut. Yang termasuk outlet adalah toko, warung, toko serba ada, pasar swayalan, atau koperasi dimana konsumen melakukan pembelian. Walaupun secara fisik dapat dikatakan ini adalah mata rantai terakhir, sebetulnya masih ada satu mata rantai lagi, yaitu dari pembeli (yang mendatangi retail outlet) ke real customer dan real user, karena pembeli belum tentu pengguna akhir. Mata rantai supply baru benar-benar berhenti setelah barang yang bersangkutan tiba di real customers dan real user.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka hal yang harus dihadapi dan perlu diperhatikan dalam penyelenggaraan bisnis UMKM yaitu masalah

Implementas manajemen rantai pasok pada perkembangan UMKM.

Perumusan masalah dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana UMKM dapat memahami konsep manajemen rantai pasokan?
2. Bagaimana UMKM dapat memahami tujuan manajemen rantai pasokan?
3. Bagaimana UMKM dapat mengimplementasikan konsep manajemen rantai pasokan?

BAB II

TUJUAN DAN MANFAAT

2.1. Tujuan

Program Pelatihan dan pendampingan ini memiliki tujuan strategis bagi UMKM agar dapat memahami dan mengimplementasikan strategi manajemen rantai pasok yang meliputi :

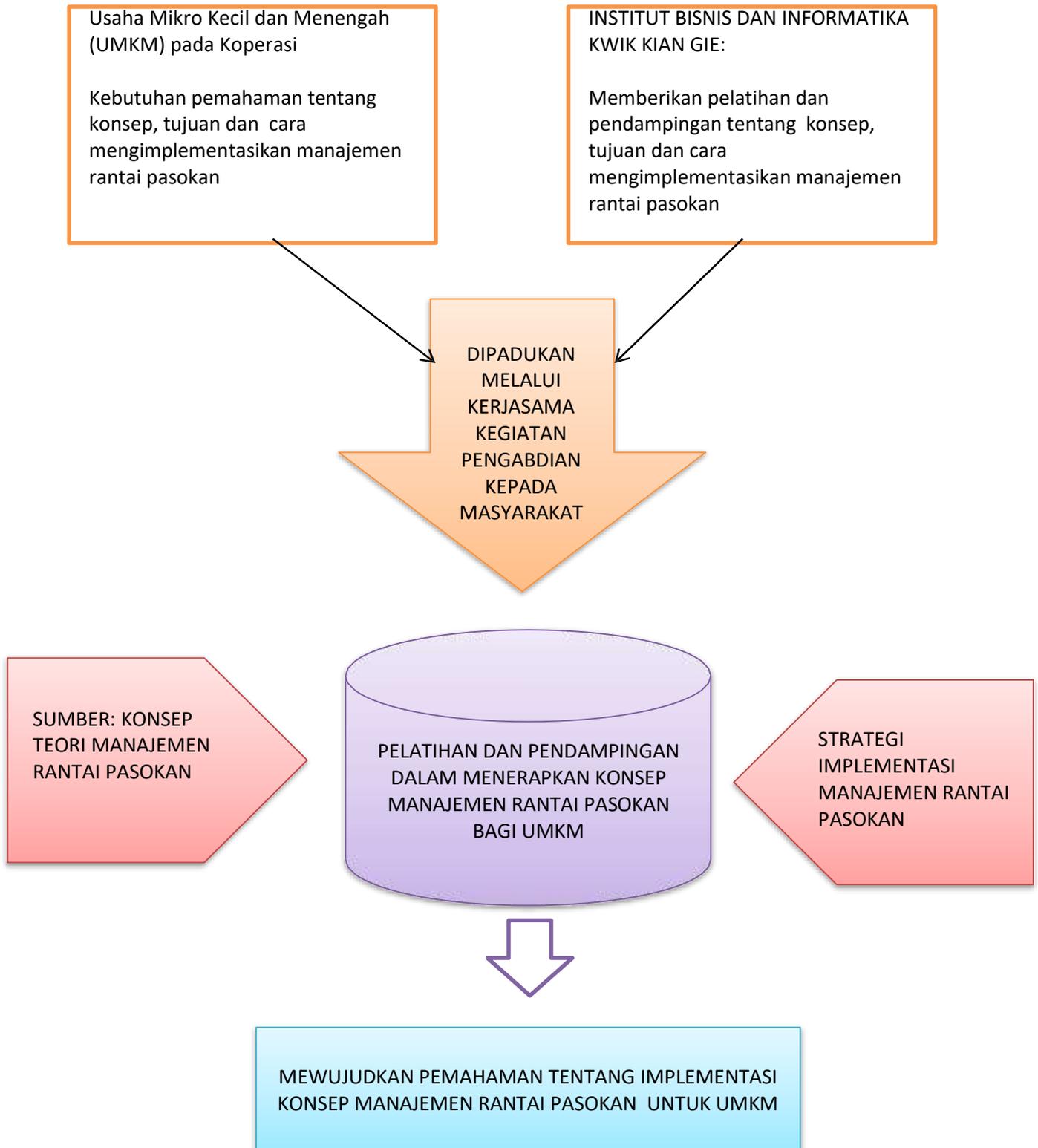
1. Untuk dapat memberikan pemahaman terhadap UMKM tentang konsep manajemen rantai pasokan.
2. Untuk dapat memberikan pemahaman terhadap UMKM tentang tujuan manajemen rantai pasokan.
3. Untuk dapat memberikan pemahaman terhadap UMKM tentang cara mengimplementasikan konsep manajemen rantai pasokan.

2.2. Manfaat

1. Peserta pelatihan dan pendampingan memperoleh pemahaman tentang konsep manajemen rantai pasokan.
2. Peserta pelatihan dan pendampingan memperoleh pemahaman tentang tujuan manajemen rantai pasokan.
3. Peserta pelatihan dan pendampingan memperoleh pemahaman tentang cara mengimplementasikan manajemen rantai pasokan.

BAB III

RERANGKA PEMECAHAN MASALAH



BAB IV

PELAKSANAAN KEGIATAN

4.1. Realisasi Pemecahan Masalah

Wujud nyata yang dilakukan oleh Tim Pengabdian masyarakat Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie adalah memberikan pelatihan dan pendampingan dengan topik manajemen rantai pasokan yaitu bagaimana UMKM di Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta dapat mengimplementasikan konsep manajemen rantai pasokan dengan tepat di UMKM di Koperasi Garudayaksa Nusantara Jakarta, pada tanggal 2 Juni 2021 Seacara Webinar Abdimas Secara online menggunakan aplikasi ZOOM.

4.2. Khalayak Sasaran

Peserta pelatihan dan pendampingan adalah UMKM di Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta. Jumlah peserta pelatihan untuk seluruh kegiatan yang dilaksanakan selama 1 (satu) hari, pada tanggal 2 Juni 2021 adalah sebanyak 26 peserta.

4.3. Metode yang digunakan

Pendampingan ini menggunakan metode penyampaian melalui Ceramah dan tanya jawab serta membahas kasus yang sering terjadi di UMKM di Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta untuk mendorong keterlibatan aktif peserta. Selama kegiatan peserta pendampingan juga didampingi oleh Pengelola Koperasi Garudayaksa Nusantara Jakarta.

BAB V

HASIL KEGIATAN

Proses pendampingan berlangsung baik dengan dukungan dari para nara sumber dari tenaga pengajar (dosen) yang kompeten dan berpengalaman dalam memberikan pengetahuan tentang bagaimana tahapan-tahapan dalam mengimplementasikan konsep manajemen rantai pasokan bagi UMKM di Koperasi Garudayaksa Nusantara. Materi pelatihan disampaikan dengan bahasa dan cara yang mudah dipahami oleh para peserta, sehingga banyak tanggapan, pertanyaan, dan harapan yang mereka sampaikan.

UMKM di Koperasi Garudayaksa Nusantara Jakarta banyak mengalami kendala dalam memperoleh sumber bahan baku, pendanaan, pola distribusi dan cara pemasaran. Untuk mengatasi permasalahan tersebut dapat diberikan usulan solusi diantaranya : 1) untuk mengatasi permasalahan sumber bahan baku, UMKM di Koperasi Garudayaksa Nusantara Jakarta, disarankan membangun kemitraan jangnan Panjang dengan pemasok bahan baku yang sesuai dengan kebutuhan usahanya. Selain itu untuk menghindari tidak terkirimnya bahan baku dari pemasok, maka disarankan pihak UMKM menerapkan strategi manajemen rantai pasokan yaitu menggunakan sedikit pemasok berkisar antara 1-5 pemasok; 2) untuk mengatasi masalah sumber dana, UMKM di Koperasi Garudayaksa Nusantara Jakarta dapat menggunakan peminjaman dana dari pihak Koperasi Garudayaksa Nusantara pada bagian departemen kredit produsen. Selain itu, untuk mengantisipasi adanya keterbatasan dana yang disediakan oleh Koperasi Garudayaksa Nusantara, maka disarankan bekerja sama dengan pihak perbankan dengan membenahi system admintrasi keuangan dari setiap UMKM agar dapat

memenuhi kriteria peminjaman dana untuk UMKM dari pihak perbankan; 3) untuk mengatasi permasalahan pola distribusi produk yang dihasilkan, UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara disarankan untuk memilih model pola distribusi yang tepat dari keempat model pola distribusi yang terdapat manajemen rantai pasokan; dan 4) untuk mengatasi permasalahan pemasaran produk, UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara disarankan untuk bekerja sama antar UMKM yang memiliki jenis usaha yang sama untuk melakukan riset pemasaran bersama dengan departemen pemasaran yang telah dibentuk oleh Koperasi Garudayaksa Nusantara Jakarta agar dapat menentukan segmentasi, dan target pasar yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan demikian diharapkan produk UMKM memiliki keunggulan bersaing dari segi kualitas produk, harga produk, fleksibilitas jumlah dan desain produk, dan kecepatan dalam pengiriman produk.

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1. Simpulan

Kegiatan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta dapat disimpulkan bahwa :

1. Peserta pelatihan dan pendampingan dapat memahami konsep manajemen rantai pasokan dalam dunia bisnis.
2. Peserta pelatihan dan pendampingan dapat memahami tujuan manajemen rantai pasokan dalam memaksimalkan keuntungan perusahaan dengan menyeimbangkan supply dan demand.
3. Peserta pelatihan dan pendampingan dapat memahami cara mengimplementasikan konsep manajemen rantai pasokan pada UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta.

6.2. Saran

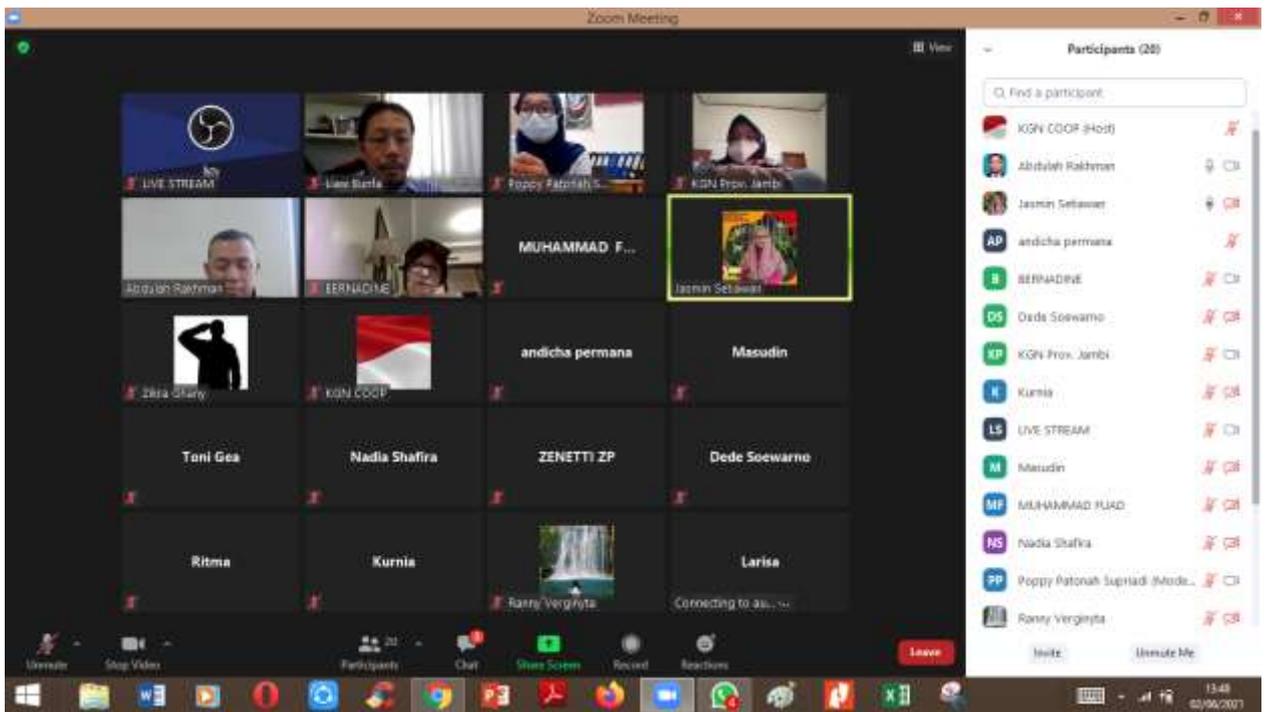
1. Sosialisasi pemahaman konsep manajemen rantai pasokan baik secara teori maupun secara implementasinya harus dilakukan oleh pihak akademisi dan praktisi dalam hal ini adalah UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta.
2. UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta. diharapkan dapat selalu meningkatkan pengetahuan mereka baik secara teori maupun praktik di lapangan tentang tujuan dan cara implementasi manajemen rantai pasokan.
3. Pemerintah daerah hendaknya memberikan perhatian khusus agar pengusaha UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara Jakarta dapat berkembang dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, Anjal Anie. (2004). "Pola Pemasaran Yang Efektif Untuk UKM." Makalah disampaikan pada Seminar UKM Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global, Yogyakarta.
- Bank Indonesia. (1995). "*Statistik Ekonomi Keuangan Indonesia.*"
- Chandra, Purdi E. (2004). "*Trik Bisnis Menuju Sukses.*" Yogyakarta, CV. Grafika Indah.
- Endang, Sri Nuryani. (2004). "Peran Pemerintah Dalam Pengembangan UKM Menghadapi Pasar Global." Makalah disampaikan pada Seminar UKM Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global, Yogyakarta.
- Iqbal, Mohammad. M Simanjuntak, Krisni. (2004). "*Solusi Jitu Bagi Pengusaha Kecil Dan Menengah.*" Jakarta, PT. Elex Media Komputindo, 2004.
- Porter, M.E. (2011). *Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance* Kindle Edition, The Free Press, New York.
- Prawirosentono, Suryadi. (2002). "*Strategi Pengambilan Keputusan Bisnis.*" Jakarta, PT. Bumi Aksara.
- Pujawan, I.N. (2005). *Supply Chain Management*. Penerbit Guna Widya, Surabaya.
- Sarosa, Pietra. (2004). "*Kiat Praktis Membuka Usaha.*" Jakarta, PT. Gramedia.
- Widodo, K.H., Kharies, P. dan Aang, A. (2011). *Supply Chain Management Agroindustri yang Berkelanjutan*. Lubuk Agung, Bandung.
- Wisner, J D., Tan, K.C. dan Leong, G.K. (2005). *Principle of Supply Chain Management (A Balanced Approach)*. Nevada: South Western Cengage Learning.

Lampiran 1. Foto Kegiatan Webinar Abdimas





KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

**"IMPLEMENTASI MANAJEMEN RANTAI PASOK
UNTUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM)"**

**WEBINAR IMPLEMENTASI
MANAJEMEN RANTAI PASOK UNTUK
UMKM PADA KOPERASI
GARUDAYAKSA NUSANTARA,
JAKARTA
RABU, 2 JUNI 2021**

Nara Sumber :
Dr. Ir. ABDULAH RAKHMAN, M.M.
Ir. LIAW BUN FA, SE., M.M.
MUHAMMAD FUAD, SE., MP.
Dra. BERNADINE, M.Com.

08/06/2021 1

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs



Dra. BERNADINE, M.Com.



Dr. Ir. ABDULAH RAKHMAN, M.M.



MUHAMMAD FUAD, SE., MP.



Ir. LIAW BUN FA, SE., M.M.

08/06/2021 2

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

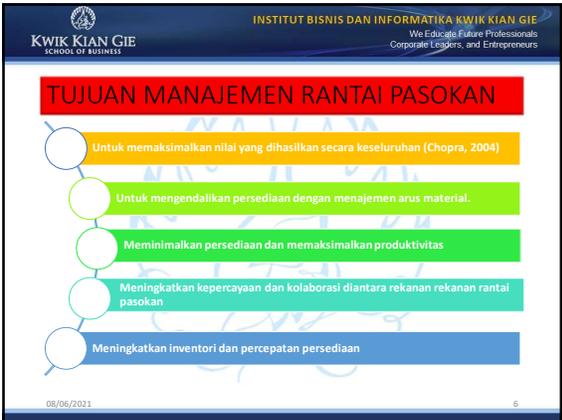
Manajemen Rantai Pasokan

?

08/06/2021 3







INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

Lima Strategi Pembelian Bahan Baku (Supplier)

- 1 Banyak pemasok
- 2 Sedikit pemasok
- 3 Integrasi Vertikal
- 4 Kairretzu Network
- 5 Perusahaan maya

08/06/2021 7

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

Kegiatan Utama Bagian-Bagian Manajemen Rantai Pasokan

1. Pengembangan Produk
 - Melakukan riset pasar, merancang produk baru, melibatkan *supplier* dalam perancangan produk baru
2. Pengadaan
 - Memilih *supplier*, mengevaluasi kinerja *supplier*, melakukan pembelian bahan baku dan komponen, memonitor *supply risk*, membina dan memelihara hubungan dengan *supplier*
3. Perencanaan & Pengendalian
 - Demand planning*, peramalan permintaan, perencanaan kapasitas, perencanaan produksi dan persediaan
4. Operasi (Produksi)
 - Eksekusi produksi, pengendalian kualitas
5. Pengiriman (Distribusi)
 - Perencanaan jaringan distribusi, penjadwalan pengiriman, mencari dan memelihara hubungan dengan perusahaan jasa pengiriman, memonitor *service level* di tiap pusat distribusi

08/06/2021 8

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

Kinerja Manajemen Rantai Pasokan

1. Waktu Pengiriman
2. Kualitas Produk
3. Lamanya waktu penyimpanan
4. Fleksibilitas : (Waktu produksi dan volume)
5. Biaya (Hulu-Hilir untuk satu unit produk)

08/06/2021 9













INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

MASALAH FINANSIAL

- Kurangnya kesesuaian (terjadinya mismatch) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh UKM.
- Tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UKM
- Biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikucurkan kecil.
- Kurangnya akses ke sumber dana yang formal, baik disebabkan oleh ketiadaan bank di pelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai.
- Bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi
- Banyak UKM yang belum *bankable*, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial.

08/06/2021 16

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

MASALAH NON FINANSIAL

- Kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan *quality control* yang disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan
- Kurangnya pengetahuan akses pemasaran, yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UKM mengenai pasar
- keterbatasan kemampuan UKM untuk menyediakan produk/ jasa yang sesuai dengan keinginan pasar
- Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) serta kurangnya sumber daya untuk mengembangkan SDM.
- Kurangnya pemahaman mengenai keuangan dan akuntansi
- Terkait dengan *linkage* antar perusahaan : Industri pendukung yang lemah DAN UKM yang memanfaatkan/menggunakan sistem cluster dalam bisnis belum banyak

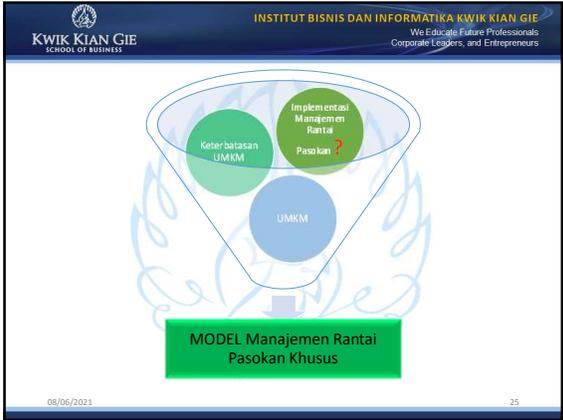
08/06/2021 17

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

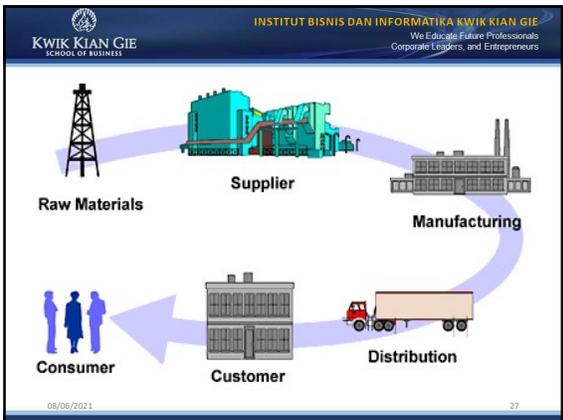
MASALAH NON FINANSIAL

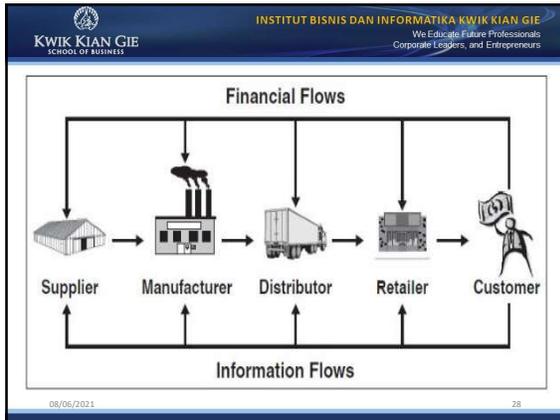
- Kendala dalam mengakses teknologi terutama karena pasar dikuasai oleh perusahaan/kelompok bisnis tertentu, serta selera konsumen yang cepat berubah
- Kendala dalam memperoleh bahan baku karena adanya persaingan yang ketat dalam mendapatkan bahan baku, bahan baku berkualitas rendah, dan harga bahan baku yang tinggi.
- Kendala dalam perbaikan kualitas barang dan efisiensi terutama untuk tujuan ekspor karena selera konsumen berubah dengan cepat, pasar dikuasai perusahaan tertentu, dan banyak barang pengganti.
- Kendala dalam hal tenaga kerja, karena sulit memperoleh tenaga kerja yang terampil
- Pelaku usaha mikro dan kecil belum mendaftarkan usahanya sebagai badan usaha resmi
- Pelaku usaha mikro dan kecil masih memiliki keterbatasan sumber daya manusia yang mampu mengelola usaha dengan baik

08/06/2021 18













Model 2 :
 2 Pemasok – Manufaktur – Pengecer – Konsumen
 Model Manajemen rantai pasokan yang kedua yaitu UMKM menggunakan 2 atau lebih pemasok kemudian melakukan proses manufaktur dengan membuat produk dan menjualnya ke pengecer, akhirnya sampai ke konsumen.

```

    graph LR
      P1[Pemasok] --> M[Manufaktur UMKM]
      P2[Pemasok] --> M
      M --> PE[Pengecer]
      M --> K1[Konsumen]
      PE --> K2[Konsumen]
    
```

08/06/2021 31

Model 3 :
 1 Pemasok – Distributor – Pengecer – Konsumen
 Model Manajemen rantai pasokan yang ketiga yaitu pemilik UMKM sebagai distributor dari 1 pemasok, kemudian dijual ke pengecer dan konsumen.

```

    graph LR
      P[Pemasok] --> D[Distributor UMKM]
      D --> PE[Pengecer]
      D --> K1[Konsumen]
      PE --> K2[Konsumen]
    
```

08/06/2021 32

Model 4 :
 1 Pemasok – Pengecer – Konsumen
 Model manajemen rantai pasokan yang keempat yaitu pemilik UMKM sebagai pengecer dari pemasok selanjutnya di jual ke konsumen.

```

    graph LR
      P[Pemasok] --> PE[Pengecer UMKM]
      PE --> K[Konsumen]
    
```

08/06/2021 33

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

Indikator Manajemen Rantai Pasokan	Implementasi pada UMKM	Kendala pada UMKM
1. Karakteristik Manajemen Rantai Pasokan pada UMKM	Sebagian besar menggunakan system yang digunakan adalah menggunakan strategi sedikit pemasok (supplier) (1-5 pemasok) Beberapa UMKM menggunakan beberapa pemasok	Kurangnya informasi mengenai pemasok atau supplier khusus yang sesuai dengan produk yang dihasilkan oleh UMKM

08/06/2021 34

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

Indikator Manajemen Rantai Pasokan	Implementasi pada UMKM	Kendala pada UMKM
2. Pengaturan Manajemen Rantai Pasokan pada UMKM	Menggunakan metode kemitraan dalam menjalankan usahanya	Pada awalnya masih kesulitan dalam mencari pemasok yang cocok dengan usahanya

08/06/2021 35

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

Indikator Manajemen Rantai Pasokan	Implementasi pada UMKM	Kendala pada UMKM
3. Metode Manajemen Rantai Pasokan pada UMKM	Sebagian besar menggunakan metode kemitraan yang erat dengan pemasok (supplier) dengan sedikit pemasok	Tidak ada keseragaman harga dari UMKM dengan bidang yang sama karena menggunakan pemasok yang berbeda

08/06/2021 36

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

Indikator Manajemen Rantai Pasokan	Implementasi pada UMKM	Kendala pada UMKM
4. Keberadaan departemen logistik Manajemen Rantai Pasokan pada UMKM	Sebagian besar belum memiliki departemen logistic tersendiri	Skala usaha , dan Kendala biaya

08/06/2021 37

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

Indikator Manajemen Rantai Pasokan	Implementasi pada UMKM	Kendala pada UMKM
5. Sharing informasi Manajemen Rantai Pasokan pada UMKM	Belum sepenuhnya menggunakan teknologi dalam menjalankan usahanya	Kurangnya dana dan sumber daya dalam mengimple mentasikan manajemen rantai pasokan dalam sharing informasi

08/06/2021 38

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
We Educate Future Professionals
Corporate Leaders, and Entrepreneurs

Terima kasih

08/06/2021 39
