



PAPER – OPEN ACCESS

## Identifikasi Peran Rantai Pasok Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kota Medan

Author : Doli Imam Anggara, dkk  
DOI : 10.32734/ee.v2i4.657  
Electronic ISSN : 2654-704X  
Print ISSN : 2654-704X

*Volume 2 Issue 4 – 2019 TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/).

Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



# Identifikasi Peran Rantai Pasok Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kota Medan

*(Identification of the Role of Supply Chain in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) of Medan)*

Doli Imam Anggara , Juliza Hidayati, Sukaria Sinulingga

*Magister Teknik Industri Universitas Sumatera Utara  
Jl. Almamater, Kampus USU, Padang Bulan, Kota Medan, Sumatera Utara 20155*

doliimamanggara@gmail.com, rivaijuliza@gmail.com, sukaria.sinulingga@gmail.com

## Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah perkembangannya sudah semakain maju, terbukti dengan terus meningkatnya usaha – usaha baru dalam bidang tersebut. Sumatera Utara juga menajadi salah satu daerah yang memiliki UMKM yang cukup banyak. Hal itu berdasarkan dari beberapa daerah di Sumatera Utara yang juga memiliki jumlah UMKM yang tidak sedikit, salah satunya adalah Kota Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi rantai pasok dan masalah yang dihadapi. Hasil dari penelitian ini ditemukan adalah UMKM kota medan terlalu terpaku hanya pada satu jenis pemasok dan masih banyak UMKM yang belum bisa memanfaatkan teknologi sebagai sarana pemasaran untuk produk mereka.

Kata kunci: UMKM; rantai Pasok

## Abstract

*The development of Micro, Small and Medium Enterprises has been progressing, as evidenced by the continued increase in new businesses in the field. North Sumatra is also one of the regions that has quite a lot of MSMEs. It was based on several regions in North Sumatra that also had a number of MSMEs that were not small, one of which was the city of Medan. This study aims to identify supply chains and the problems faced. The results of this study found that MSME Medan City is too fixated on only one type of supplier and there are still many MSMEs that have not been able to use technology as a marketing tool for their products.*

*Keywords: MSME; Supply chain*

## 1. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi Indonesia sebagaimana halnya dengan negara-negara berkembang lainnya seperti Malaysia, Thailand, dan lainnya tidak terlepas dari kontribusi Usaha Mikro Kecil Mengah (UMKM). Secara faktual kontribusi sektor usaha kecil dan menengah terhadap produk domestik bruto meningkat dari 57,84% menjadi 60,34% dalam lima tahun terakhir, serapan tenaga kerja juga meningkat dari 96,99% menjadi 97,22%[1]. Menurut Bank Indonesia pada tahun 2018, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 56.534.592 unit atau 99,99% dari total usaha yang ada di Indonesia[2].

Sumatera Utara termasuk wilayah yang banyak memiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) baik dari jumlah maupun keanekaragaman produk yang dihasilkan. Menurut Badan Pusat Statistik Sumatera Utara (BPS Sumut) pada tahun 2017 1.178.276 unit usaha yang diantaranya terdapat 1.161.154 unit usaha mikro hingga kecil dan 17.122 usaha menengah hingga besar[3]. Menurut BPS Sumut 2.371 unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah didapati 1.466 unit usaha mikro, 882 unit usaha kecil dan 23 unit usaha menengah[4].

Dalam rangka pengembangan ekonomi suatu daerah yang memiliki tujuan untuk meningkatkan perkonomian dan kesejahteraan masyarakat, maka perlu dilakukan pengembangan sector-sektor usaha lokal yang ada didaerah tersebut sesuai dengan potensi yang dimilikinya. Dikarenakan Besarnya potensi yang dimiliki UMKM, maka pengembangan sektor industri ini menjadi poin penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut. Dalam meningkatkan potensi UMKM ada banyak faktor yang menentukannya, salah satunya adalah faktor rantai pasok. Menurut I Nyoman Pujawan, rantai pasok adalah jaringan perusahaan – perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menyalurkan produk ke tangan knsumen[5].

Kegiatan rantai pasok pada UMKM memiliki beberapa permasalahan, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, pemasaran dan pendistribusian produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi rantai pasok yang dilaksanakan dan masalah yang dihadapi Usaha Mikro Kecil Menengah kota Medan dalam mengembangkan usahanya. Adapun Jenis UMKM yang diteliti adalah Otomotif, Logam, Kimia, Makanan Minuman dan Tekstil. UMKM tersebut dipilih berdasarkan ketentuan Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, dimana lima sektor industri yang akan menjadi prioritas pengembangan yaitu makanan dan minuman, otomotif, tekstil, elektronika dan kimia.[6].

## 2. Metode Penelitian

### 2.1. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitan ini, data dikumpulkan melalui interview dan kuesioner kepada para pengusaha UMKM di kota Medan. Interview merupakan salah satu Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara dengan orang-orang tertentu yang memiliki data informasi yang dibutuhkan[7]. sedangkan kuesioner merupakan suatu bentuk instrument pengumpulan data dalam format pertanyaan tertulis yang dilengkapi dengan kolom dimana responden akan menuliskan jawaban atas pertanyaan yang diarahkan kepadanya[7].

Obyek penelitian adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kota Medan sebanyak 2 sampai 5 responden, dalam setiap sektor industri. Adapun sektor industri yang diteliti adalah otomotif, kimia, logam, makanan minuman dan, tekstil. Sesuai dengan prioritas pengembangan sektor industri yang ditetapkan Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.

### 2.2. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan statistika deskriptif yang berguna untuk mendeskripsikan dan menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Penelitian dilakukan dari mulai hulu hingga hilir rantai pasok UMKM yang ada di kota Medan.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Hasil

Bersasarkan jawaban responden pada saat interview dan pengolahan kuesioner maka diperoleh hasil sebagai berikut:

#### 3.1.1. Matrik aliran sumber bahan baku UMKM kota Medan

Tabel 1. Identifikasi aliran sumber bahan baku UMKM

No	Jenis UMKM	Aliran Sumber Bahan Baku											Total
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
1	Otomotif	-	-	2	-	-	-	-	-	-	1	1	4
2	Kimia	-	-	1	-	-	-	-	2	-	-	-	3

No	Jenis UMKM	Aliran Sumber Bahan Baku											Total
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
3	Tekstil	-	-	1	4	-	-	-	-	-	-	-	5
4	Logam	-	-	2	-	-	-	-	-	1	-	1	4
5	Makanan dan Minuman	-	-	-	1	-	2	1	-	1	-	-	5
	<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>21</b>

Keterangan :

- A = Pasar tradisional
- B = Produsen
- C = Distributor
- D = Grosir
- E = Retailer
- F = Pasar Tradisional dan Grosir dan Retailer
- G = Pasar Tradisional dan Distributor dan Retailer
- H = Distributor dan Grosir
- I = Distributor dan Retailer
- J = Retailer dan Grosir
- K = Distributor dan Grosir dan Retailer

Dihadapi enam (6) UMKM yang menggunakan distributor sebagai pemasok mereka, sedangkan hanya 2 UMKM yang menggunakan lebih dari 1 pemasok.

### 3.1.2. Matrik aliran sumber bahan baku UMKM

Tabel 2. Identifikasi pemilihan aliran distribusi produk UMKM

No	Jenis UMKM	Aliran Sumber Bahan Baku											Total
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
1	Otomotif	-	-	2	-	-	-	-	-	-	1	1	4
2	Kimia	-	-	1	-	-	-	-	2	-	-	-	3
3	Tekstil	-	-	1	4	-	-	-	-	-	-	-	5
4	Logam	-	-	2	-	-	-	-	-	1	-	1	4
5	Makanan dan Minuman	-	-	-	1	-	2	1	-	1	-	-	5
	<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>21</b>

Keterangan :

- A = Perusahaan → Distributor
- B = Perusahaan → Grosir
- C = Perusahaan → Pengecer
- D = Perusahaan → Konsumen
- E = Perusahaan → Distributor & Grosir
- F = Perusahaan → Distributor & Pengecer
- G = Perusahaan → Distributor & Konsumen
- H = Perusahaan → Distributor & Grosir & Pengecer & Konsumen
- I = Perusahaan → Grosir & Pengecer
- J = Perusahaan → Grosir & Konsumen
- K = Perusahaan → Grosir & Pengecer & Konsumen
- L = Perusahaan → Pengecer & Konsumen

Secara keseluruhan pelaku UMKM lebih memilih menyalurkan produknya langsung ke konsumen daripada melalui perantara.

### Matrik aliran sumber bahan baku UMKM

Tabel 3. Identifikasi pemilihan teknik promosi produk UMKM

No	Jenis UMKM	Aliran Sumber Bahan Baku										Total	
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J		K
1	Otomotif	-	-	2	-	-	-	-	-	-	1	1	4
2	Kimia	-	-	1	-	-	-	-	2	-	-	-	3
3	Tekstil	-	-	1	4	-	-	-	-	-	-	-	5
4	Logam	-	-	2	-	-	-	-	-	1	-	1	4
5	Makanan dan Minuman	-	-	-	1	-	2	1	-	1	-	-	5
	<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>21</b>

Keterangan :

A =Social Media

B = Toko Online

C = Ojek Online

D = Media Cetak

E = Dari Mulut ke Mulut

F = Website

G = Social Media & Dari Mulut ke Mulut

H = Website & Dari Mulut ke Mulut

I = Social Media, Toko Online & Dari Mulut ke Mulut

Tabel Teknik pemasaran di atas menggambarkan bahwa pelaku UMKM masih menggunakan Teknik pemasaran dari mulut ke mulut (word of mouth), dimana teknik pemasaran tersebut bukanlah lagi teknik pemasaran yang dapat diandalkan di era industri 4.0.

### 3.2. Pembahasan

Penentuan model rantai pasok sangat menentukan efektifitas, efisien atau tidaknya dari proses dalam aliran rantai pasok itu sendiri, bahkan bila salah satu atau pelaku kegiatan dalam rantai pasok ada yang cacat nantinya akan mempengaruhi produktifitas dan nilai jual dari produk tersebut. Peroses rantai pasok diawali dengan pengadaan bahan baku. Pada Usaha Mikro Kecil Mengengah (UMKM) kota Medan , sebagian besar pelaku bisnis hanya membeli pada satu aliran pemasok saja contohnya hanya melalui distributor. Pada prakteknya membeli bahan baku pada distributor merupakan pilihan tepat karena produsen akan mendapatkan harga bahan baku yang lebih murah, kualitas sesuai dengan yang diinginkan, sehingg secara tidak langsung terbentuk pola kemitraan tanpa kontrak. Disisi lain, berdasarkan interview langsung pola seperti ini memiliki beberapa kelemahan yaitu, barang datang tidak sesuai jadwal, tidak memiliki komitmen dengan perusahaan dan tidak memahami kebutuhan perusahaan. Pada akhirnya membuat produktifitas dari perusahaan menurun.

Konsep pendistribusian yang sering dilakukan oleh pengusaha UMKM di kota Medan adalah langsung ke konsumen. Konsep interaksi langsung ini dilakukan agar terbangun ikatan antara produsen dan konsumen, dengan begitu produsen dapat melayani konsumen dengan sepenuh hati. Selain itu dengan distribusi produk secara langsung maka pengusaha dapat secara lagsung menerima kritik dan saran, juga dapat langsung mempertanggungjawabkan kualitas dari produk yang dihasilkan kepada konsumen.

Sebagian UMKM di kota medan sudah menggunakan strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi. Hal tersebut, dapat dilihat adanya delapan (8) UMKM yang sudah menggunakan website, toko online dan social media sebagai sarana pemasaran mereka. Masih ada 13 UMKM yang hanya menggunakan strategi dari mulut ke mulut (word of mouth). Berdasarkan dari wawancara yang dilakukan hal ini terjadi karena beberapa alasan yaitu, toko online dan website kurang bermanfaat dan tidak mengerti cara menggunakannya. Hal ini justru sangat bertolak belakang dengan program pemerintah yang ingin membangun platform e-commerce untuk para pelaku UMKM [8]. Harusnya pengusaha UMKM menerapkan teknik pemasaran industry 4.0 dengan menggabungkan Teknik pemasaran offline dan online sehingga keduanya dapat bersinergi dan lebih luas jangkauan informasinya[9].

Diskusi langsung dengan para pengusaha UMKM menunjukkan bahwa alur distribusi yang mereka lakukan sekarang sudah memberikan dampak positif, hanya saja mereka masih memiliki kekhawatiran dalam perkembangan usaha mereka apakah masih bisa bertahan ataukah nantiya akan tergerus oleh jaman.

Rantai pasok yang paling sering digunakan oleh UMKM di kota medan diawali dengan bahan baku datang dari distributor kemudian masuk ketahapan produksi dan dilanjutkan ketahapan distribusi. Dimana di tahap distribusi, produk langsung sampai ke tangan konsumen.

#### **4. Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan dan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut Pemilihan pemasok hanya terfokus pada satu pemasok dan kriteria saja, pelaku UMKM belum berani melakukan kontrak bahan baku.

- Pemilihan pemasok hanya terfokus pada satu pemasok dan kriteria saja, pelaku UMKM belum berani melakukan kontrak bahan baku..
- Aliran distribusi produk UMKM kota Medan pada umumnya terfokus hanya untuk konsumen, hal ini dikarenakan keuntungan bias lebih besar.
- Sebagian besar pelaku UMKM menggunakan teknik pemasaran lama dan tidak sesuai dengan tren industry 4.0.
- Peran pemerintah sangat diharapkan untuk memberikan pelatihan terhadap penggunaan teknologi internet kepada pelaku UMKM, agar para pengusaha bisa meningkatkan nilai pasar produknya.

#### **Referensi**

- [1] <http://www.kemenperin.go.id/artikel/14200/Kontribusi-UMKM-Naik> (diakses pada 20 Juni 2019)
- [2] Bank Indoesia, 2015 Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah : Lipi dan Bank Indonesia
- [3] BPS, 2017 Provinsi Sumaeta Utara Dalam Angka : Badan Pusat Statistik Sumatera
- [4] BPS, 2018 Kota Medan Dalam Angka : Badan Pusat Statistik Medan\
- [5] I Nyoman Pujawan. Supply Chain Management s(Edisi Pertama). Surabaya : : Penerbit Guna Widya. 2005
- [6] [http://www.kemenperin.go.id/artikel/18993/Hadapi-Era Digital,-Kemenperin-Fokus-Prioritaskan-Lima-Sektor-Industri](http://www.kemenperin.go.id/artikel/18993/Hadapi-Era-Digital,-Kemenperin-Fokus-Prioritaskan-Lima-Sektor-Industri) (diakses pada 23 Juni 2019)
- [7] Sukaria S 2017 Metode Penelitian 3rd Edition Medan: USU Press
- [8] <http://www.kemenperin.go.id/artikel/19169/Pemerintah-Keluarkan-10-Jurus-Jitu-Hadapi-Revolusi-Industri-4.0> (diakses pada 20 Juni 2019)
- [9] <http://coma.lk.ipb.ac.id/2018/10/28/seperti-apa-sih-marketing-di-era-revolusi-industri-4-0/> (diakses pada 23 Juni 2019)