



Artikel

Analisis Manajemen Rantai Pasok Produk Sumbawa Golden Milk Di UMKM Nealma Food Dengan Menggunakan Metode Deskriptif

[Sumbawa Golden Milk Products Supply Chain Management Analysis In Nealma Food Smes Using Description Method]

Sukri^{1*}, Mega Trishuta Pathiassana¹

¹Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Teknologi Sumbawa

INFORMASI ARTIKEL

Genesis artikel

Diterima : 12 Juni 2022
Disetujui : 20 Juli 2022

Keywords:

Marketing
Supply chain management
Raw materials

Kata Kunci:

Bahan baku
Manajemen rantai pasok
Pemasaran

ABSTRACT

Supply chain management is critical in building the company's excellence and improving the company's performance. Therefore, research is conducted that aims to analyze the influence of supply chain management on the business performance of a company. This research was conducted in UMKM Nealma Food which is one of the companies engaged in the field of healthy food and beverages and derived from natural ingredients. The research was conducted using interview methods with several parties. The conclusion is that supply chain management in UMKM Nealma food includes the provision of raw materials, management of raw materials into products, and marketing of products. Obtained results that are in the procurement of raw materials UMKM Nealma Food requires providers such as farmers as providers of raw materials wild horse milk and stores from outside the region as a provider of natural spices. In the production section of MSMEs Nealma Food has two workers who are in charge of raw material management and packaging, while for marketing techniques UMKM products Nealma Food uses online sales methods and sales directly to consumers.

ABSTRAK

Manajemen rantai pasok sangat penting dalam membangun keunggulan perusahaan dan meningkatkan performa perusahaan. Oleh karena itu, dilakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisa pengaruh manajemen rantai pasok terhadap peforma bisnis suatu perusahaan. Penelitian ini dilakukan di UMKM Nealma Food yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman sehat dan berasal dari bahan-bahan alami. Penelitian dilakukan menggunakan metode wawancara dengan beberapa responden seperti supplier, tenaga produksi dan tenaga pemasaran. Didapatkan hasil yaitu dalam pengadaan bahan baku UMKM Nealma Food membutuhkan penyedia seperti peternak sebagai penyedia bahan baku susu kuda liar dan toko dari luar daerah sebagai penyedia rempah rempah alami. Pada bagian produksi UMKM Nealma Food mempunyai dua tenaga kerja yang bertugas dalam pegolahan bahan baku dan pengemasan, sedangkan untuk teknik pemasaran produk UMKM Nealma Food menggunakan metode penjualan secara online dan penjualan secara langsung ke konsumen.

1. Pendahuluan

UMKM Nealma Food merupakan salah satu usaha perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang sehat dan berasal dari bahan-bahan alami. Hal ini sejalan dengan visi dari perusahaan tersebut, yaitu ingin menyehatkan masyarakat Indonesia, khususnya warga Sumbawa Besar. Perusahaan Nealma Food kini semakin berkembang, dengan produk unggulannya, salah satunya ialah Sumbawa Golden Milk (SGM) yang berbahan dasar dari susu kuda liar dan campuran rempah-rempah. Mengingat bahwa potensi susu kuda liar di Sumbawa cukup tinggi dengan cara penanganan yang masih kurang optimal, sehingga dibuatlah inovasi dan disandingkan dengan bahan rempah-rempah yang kaya akan sumber tenaga dan sehat bagi tubuh.

Manajemen rantai pasok adalah serangkaian pendekatan untuk mengefisienkan integrasi dengan pemasok, manufaktur, gudang/penyimpanan, dan toko, sehingga produk dapat diproduksi dan didistribusikan dengan kuantitas yang tepat, ke tempat yang tepat, dan waktu yang tepat, dengan tujuan meminimalkan biaya dari lebarnya sistem pada saat memenuhi konsumen (Levi,2008). Dalam sebuah rantai pasok yang sederhana, biasanya akan terdapat beberapa komponen-komponen utama yang terdiri dari pemasok (*supplier*), manufaktur, gudang dan pusat distribusi (*warehouse and distribution center*), pedagang besar (*wholesaler*), pedagang eceran (*retail*) dengan tujuan akhirnya adalah

*Penulis Korespondensi :

Email: mukhlisumbawa@gmail.com

doi: <https://doi.org/10.30812/jtmp.v1i1.2171>

Hak Cipta © 2022. Penulis, Dipublikasi oleh Jurnal Teknologi dan Mutu Pangan

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY-NC-SA

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Cara Sitasi: Sukri, S., & Pathiassana, M. (2022). Analisis Manajemen Rantai Pasok Produk Sumbawa Golden Milk di UMKM Nealma Food Dengan Menggunakan Metode Deskriptif. *Jurnal Teknologi Dan Mutu Pangan*, 1(1), 19-24. <https://doi.org/10.30812/jtmp.v1i1.2171>

memenuhi permintaan dari konsumen akhir (Levi, 2008). Dalam implementasi manajemen rantai pasok, praktek-praktek manajemen rantai pasok memainkan peran yang penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Praktek-praktek tersebut adalah serangkaian kegiatan dari organisasi yang bertujuan meningkatkan efisiensi dari manajemen rantai pasok (Levi, 2008).

Manajemen rantai pasok terkait dengan pengelolaan aset-aset rantai pasok serta aliran produk, informasi dan aliran uang untuk memaksimalkan keuntungan dari rantai pasok itu sendiri, maka tujuan dari rantai pasok seharusnya adalah memaksimalkan keseluruhan nilai yang diperoleh dari seluruh pihak yang terkait dalam pembuatan produk (Chopra dan Meindl, 20013). Manajemen rantai pasok dilatarbelakangi oleh kesadaran akan pentingnya peran semua pihak dalam menciptakan produk yang murah, berkualitas, dan cepat. Manajemen rantai pasok juga melibatkan pihak-pihak eksternal seperti pemasok yang terlibat dan dituntut untuk memiliki kinerja yang bagus agar berjalan dengan baik. Dengan memilih pemasok yang tepat, maka perusahaan akan terhindar dari kekosongan atau kerusakan barang (Indrajit, 2002).

Menurut Banerjee & Mishra (2015), praktek dari manajemen rantai pasok terbagi menjadi tiga konsep utama, yaitu hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan pemasok, serta faktor dalam perusahaan (internal faktor). Senada dengan penelitian Banerjee dan Mishra, penelitian dari Lee, *et al.* (2007) juga menyebutkan bahwa praktek manajemen rantai pasok dibagi menjadi tiga, yaitu hubungan dengan pelanggan (*customer linkage*), hubungan dengan pemasok (*supplier linkage*), dan hubungan dalam perusahaan (*internal linkage*). Oleh karena itu, menjaga keselarasan hubungan antara ketiga aktor tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam manajemen rantai pasok.

Menurut Banerjee & Mishra (2015), praktek dari manajemen rantai pasok terbagi menjadi tiga konsep utama, yaitu hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan pemasok, serta faktor dalam perusahaan (internal faktor). Senada dengan penelitian Banerjee dan Mishra, penelitian dari Lee, *et al.* (2007) juga menyebutkan bahwa praktek manajemen rantai pasok dibagi menjadi tiga, yaitu hubungan dengan pelanggan (*customer linkage*), hubungan dengan pemasok (*supplier linkage*), dan hubungan dalam perusahaan (*internal linkage*). Oleh karena itu, menjaga keselarasan hubungan antara ketiga aktor tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam manajemen rantai pasok.

Kemudian, manajemen rantai pasok yang efektif adalah yang menjadikan para pemasok sebagai mitra dalam strategi perusahaan untuk memenuhi pasar yang selalu berubah (Heizer & Render, 2005). Kemitraan strategis menekankan pada jangka panjang secara langsung yang mendukung proses perencanaan dan usaha pemecahan masalah yang memungkinkan perusahaan untuk bekerja lebih efektif dengan pemasok yang memiliki kemauan untuk berbagi tanggung jawab untuk menjamin keberhasilan produk (Patel, *et al.*, 2001). Sehingga, diperlukan peran pemasok sejak dimulainya keputusan desain produk untuk membantu memilih komponen dan teknologi terbaik, pilihan desain yang efektif, dan penilaian desain. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen rantai pasok sangatlah penting dalam membangun keunggulan perusahaan yang meningkatkan performa dari perusahaan, tidak terkecuali pada sektor perdagangan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh manajemen rantai pasok terhadap performa bisnis suatu perusahaan. Di mana perusahaan yang akan menjadi tujuan studi kasus pada UMKM Nealma Food

2. Metode

2.1. Prosedur Penelitian

2.1.1. Metode Analisis Kinerja Manajemen Rantai Pasok

Beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data, yakni wawancara, Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data. yang dimaksud dengan wawancara adalah proses memperoleh keterangan langsung dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara peneliti dengan informan/responden yang menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya (Nazir, 2009). Teknik pengumpulan data ini didasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi (Rahmat, 2013).

Data bahan baku pemasok didapat melalui wawancara langsung dengan informan/ responden yang di harapkan agar peneliti memperoleh informasi secara langsung mengenai karakteristik informan/responden, jenis usaha yang dilakukan, dan peran informan/responden dalam rantai pasokan. Pengumpulan data dengan cara ini akan dibantu menggunakan kuesioner yang berisikan daftar-daftar pertanyaan yang relevan dengan tujuan penelitian. kuesioner ini diberikan kepada pihak-pihak terkait dengan Pengusaha Lokal Pemasok Bahan Baku UMKM Nealma Food dalam menjalankan kegiatan rantai pasoknya (Alim, *et al.*, 2018)

2.1.2. Mengamati Sistem Manajemen Rantai Pasok (MRP) di UMKM Nealma Food

Kegiatan manajemen rantai pasok dilakukan oleh beberapa pihak yang terkait, yaitu pemilik dan karyawan. Peneliti melakukan wawancara dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan berkaitan dengan peran dan tugas kepada para pengelola yang ada di masing-masing struktur di umkm Nealma Food tentang sistem manajemen rantai pasok.

2.1.3. Penentuan Jumlah Sampel

Populasi, yaitu keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang ingin diteliti. Suatu populasi menurut Arikunto (1989) dalam Sofiyah (2011), apabila populasi kurang dari 100, maka akan lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Hal ini sesuai dengan kondisi pada UMKM Nealma Food yang hanya memiliki jumlah karyawan sebanyak 3 orang, dengan rincian, sebagai berikut:

Tabel 1. Rincian Jumlah Responden (Data Primer dan Data Sekunder)

No	Responden	Jumlah
1.	Pemilik UMKM sekaligus bagian penjualan	1 orang
2.	Karyawan bagian produksi dan pengemasan di UMKM	1 orang
3.	Karyawan bagian pengemasan di UMKM	1 orang
Jumlah		3 orang

2.2. Jenis dan Sumber Data

2.2.1. Data Primer (Empiris)

Data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018). Data diperoleh dari angket yang dibagikan kepada informan/responden, kemudian informan/responden akan menjawab pertanyaan sistematis, pilihan jawaban juga telah tersedia, responden memilah jawaban yang sesuai dan dianggap benar setiap individu.

2.2.2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018) data yang tidak diberikan secara langsung kepada pengumpul data disebut data sekunder, biasanya dalam bentuk dokumen atau melalui orang lain. Peneliti mendapatkan tambahan data melalui berbagai sumber, mulai dari buku, jurnal daring, artikel, berita dan penelitian terdahulu sebagai penunjang data maupun pelengkap data.

2.3. Metode Pengolahan Data

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Sugiyono (2018). Pengertian metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

2.3.1. Kajian MRP

Kajian MRP membutuhkan suatu pendekatan metode analisis yang mampu menjabarkan permasalahan secara komprehensif. Penjabaran permasalahan rantai pasokan meliputi beberapa hal antara lain mengenai model rantai pasokan, kinerja rantai pasokan, hambatan yang dihadapi rantai pasokan. Oleh karena itu, dalam penelitian mengenai "Analisa Manajemen Rantai Pasok Produk Sumbawa Golden Milk Di Umkm Nealma Food" akan dilakukan kajian rantai pasok yang terjadi saat ini. Data yang telah terkumpul dari kuisioner dan juga melalui wawancara serta observasi akan diolah agar mendapatkan kesimpulan akhir yang valid berdasarkan data di lapangan. Setelah itu, dilakukan pengolahan data dengan metode kualitatif yang mampu menjabarkan permasalahan secara komprehensif yaitu sesuatu yang bersifat luas dan lengkap yakni meliputi berbagai aspek atau ruang lingkup yang luas. (Loekito, 2018).

2.3.2. Teknik Analisis Data

Untuk mempermudah penelitian, dalam proses menganalisis data maka penelitian ini menggunakan dua pendekatan yakni:

2.3.2.1. Analisis Sebelum Di Lapangan

Dalam hal pengumpulan data Gill dkk, (2008). mengemukakan beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, yaitu observasi, analisis visual, studi pustaka, dan wawancara (individual atau group). Namun demikian, yang paling populer adalah menggunakan metode wawancara dan *focus group discussion (FGD)*. Selanjutnya data yang berhasil dikumpulkan akan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan.

2.3.2.2. Analisis di Lapangan Menggunakan Model Miles dan Huberman

Miles dan Huberman (2003) menyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas analisis data sebagaimana yang diungkapkan tersebut meliputi tiga unsur, yaitu:

2.3.2.3. Reduksi Data (Data Reduction)

Reduksi data merupakan langkah awal dalam menganalisis data dalam sebuah penelitian. Kegiatan reduksi data dalam penelitian bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami data yang dikumpulkan. Proses mereduksi data dalam penelitian ini merupakan bagian dari analisis untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, mengorganisasi data dengan baik sehingga proses kesimpulan akhir nanti terlaksana dengan baik.

2.3.2.4. Penyajian Data (Data Display)

Dalam proses penyajian data, peneliti menyajikan data secara jelas dan singkat untuk memudahkan dalam memahami masalah-masalah yang diteliti, baik secara keseluruhan maupun bagian demi bagian. Penyajian data dalam penelitian ini tidaklah terpisah dari analisis data. Penelitian ini menggambarkan secara umum hasil penelitian dimulai dari lokasi penelitian, anggota dan komponen rantai pasok serta segala kegiatan dalam rantai pasok Pengusaha UMKM Nealma Food.

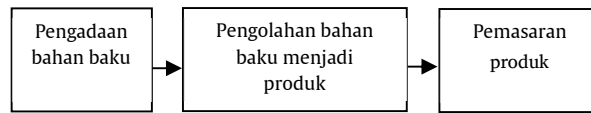
2.3.2.5. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing/Verivication)

Penarikan kesimpulan adalah bagian ketiga dan unsur penting dalam teknik analisis data pada penelitian kualitatif. Dari proses pengumpulan data, peneliti mencatat semua proses yang terjadi, melihat sebab akibat dalam sebuah penelitian. Dari berbagai aktivitas yang dimaksud, maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan data-data awal yang telah ditemukan, data-data tersebut masih bersifat sementara. Penarikan kesimpulan ini berubah menjadi kesimpulan akhir yang akurat dan kredibel karena proses pengumpulan data oleh peneliti menemukan bukti-bukti yang kuat, valid, dan konsisten dalam mendukung data-data awal tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pola Manajemen Rantai Pasok UMKM Nealma food

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui pola manajemen rantai pasok UMKM Nealma Food meliputi pengadaan bahan baku, pengolahan bahan baku menjadi produk, dan pemasaran produk.



Gambar 1 Pola Manajemen Rantai Pasok UMKM Nealma Food

3.2. Proses Pengadaan Bahan Baku

Proses pembuatan produk Sumbawa Golden Milk di UMKM Nealma Food membutuhkan beberapa orang penyedia bahan baku produksi seperti peternak menyediakan susu kuda liar, tokoh menyediakan bahan untuk produksi berupa, kunyit bubuk, cremer nabati, jahe dan lada hitam sebagai bahan baku untuk membuat Sumbawa Golden Milk. Bahan baku ini kemudian dibeli melalui pesanan langsung ke pada peternak dan tokoh, untuk bahan baku seperti cremer nabati, kunyit bubuk, lada hitam dan jahe yang didapatkan dari kota Surabaya melalui pemesanan. pemesanan bahan baku terkadag UMKM Nealma Food memesan bahan baku jauh-jauh hari untuk menghindari terjadinya kekosongan bahan baku. Adapun untuk satu kali proses pembuatan produk Sumbawa Golden Milk dapat menghabiskan 6kg bahan baku yang terdiri dari 4 liter susu kuda liar total keseluruhan bahan baku yang dibutuhkan untuk satu kali proses produksi Sumbawa Golden Milk. Proses produksi dimulai dari penyediaan bahan baku kemudian pengolahan bahan baku dengan cara pemanasan susu kuda liar sampai menjadi krimier.

3.3. Proses Pembuatan Produk Sumbawa Golden Milk

Adapun untuk satu kali proses pembuatan produk Sumbawa Golden Milk dapat menghabiskan 6kg bahan baku yang terdiri dari 4 liter susu kuda liar total keseluruhan bahan baku yang dibutuhkan untuk satu kali proses produksi Sumbawa Golden Milk. Proses produksi dimulai dari penyediaan bahan baku kemudian pengolahan bahan baku dengan cara pemanasan susu kuda liar sampai menjadi krimier, penimbangan bahan baku yang akan digunakan berupa kunyit bubuk, cremer nabati, lada hitam dan jahe, lalu semua bahan baku tersebut ditimbang terlebih dahulu sebelum di proses menjadi suatu produk, setelah semua bahan baku sudah di timbang, lalu bahan baku di campurkan semua menjadi satu kedalam mixer, dan setelah bahan baku tersebut tercampur merata dan setelah itu dikemas kedalam kemasan yang sudah di buat dan diberikan label kemasan.

3.4. Pemasaran Produk Sumbawa Golden Milk

Dalam satu kali produksi Sumbawa Golden Milk dapat menghasilkan 200 bungkus (pcs) produk Golden Milk dan biaya yang dibutuhkan untuk satu kali produksi menghabiskan dana sebesar 600 ribu rupiah sedangkan utuk harga per satuan (pcs) dijual dengan kisaran harga 30 -35 ribu untuk masyarakat umum penjualan dengan harga diatas sudah disesuaikan dengan menghitung harga pokok produksi dan *margin*, dan mempertimbangkan harga barang subsidi, dengan mempertimbangkan daya beli masyarakat. Sedangkan, untuk proses penjualan Sumbawa golden milk adapun untuk sistem penjualan produk Sumbawa golden milk yaitu secara online dan ritel (pengecer), untuk sistem penjualan online menggunakan media komunikasi berupa *handphone*, dan menggunakan aplikasi jual beli *online* yang biasa digunakan berjualan *online*, dan *ritel* adalah salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktiivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis. Organisasi ataupun seseorang yang menjalankan bisnis ini disebut pula sebagai pengecer. Ada kesepakatan antara mitra atau pembeli yang di buat oleh UMKM Nealma Food, dan untuk proses pemesanan yang biasa dilakukan oleh mitra atau pembeli melalui pesan whatsapp, toko online berupa shoppe. Untuk target penjualan UMKM Nealma Food, target produk yang harus dijual oleh UMKM Nealma Food dalam satu bulan adalah 2000 bungkus (pcs), dan selama ini target penjualan tersebut sudah terpenuhi.

3.5. Pemilihan Mitra Penjualan di UMKM Nealma Food

Pemilihan mitra adalah proses memilih rekan kerja untuk dapat bekerjasama dalam suatu usaha. Pemilihan mitra sebagai bagian dari manajemen rantai pasok perlu untuk dilakukan karena berhasilnya suatu usaha ditentukan oleh kinerja mitranya. Kinerja mitra yang dipilih oleh anggota rantai pasok akan menentukan suatu usaha dan dalam rangka mencapai tujuan rantai pasok yaitu memenuhi kepuasan konsumen diperlukan pemilihan mitra sesuai kebutuhan anggota rantai pasok yang memiliki kinerja baik dan bertanggungjawab agar jalinan kerjasama yang berlangsung dalam jangka panjang antar anggota rantai pasok produk Sumbawa Golden Milk di Kabupaten Sumbawa dan luar Sumbawa. Kriteria pemilihan mitra yang ditetapkan oleh UMKM Nealma Food dalam memilih pelanggan adalah yang sudah menjadi langganan, serta berkomitmen sehingga antara keduanya lebih mengandalkan kepercayaan yang tumbuh karena adanya rasa saling menguntungkan. Perusahaan akan menjual produk Sumbawa Golden Milk dengan cukup menghubungi pemilik UMKM Nealma Food, kemudian pemilik UMKM Nealma Food akan mengirim langsung atau mengirim pesanan pelanggan ke lokasi yang telah di cantumkan pelanggan. Kesepakatan yang terjadi antara perusahaan dengan calon pembeli, baik pedagang pengecer maupun konsumen akhir tidak dilakukan melalui kesepakatan secara formal dan tertulis seperti halnya Surat tanda Komitmen tetapi hanya melalui kesepakatan secara lisan. Kesepakatan yang dibuat diantaranya adalah mengenai harga jual, penjualan produk Sumbawa Golden Milk kepada calon pembeli.

3.6. Analisis Distribusi Penyaluran Sarana Produk UMKM Nealma Food

Nealma Food saat ini mempunyai 3 orang tenaga kerja tetap yang termasuk dengan pemilik nya juga, yang terdiri dari 1 orang tenaga kerja laki-laki Sebagai pembuat desain kemasan dan pengantar hasil produksi kepada konsumen, dan 2 orang tenaga kerja perempuan sebagai pembuat produk dan pengemas produk. Semua produk yang diproduksi oleh Nealma Food, seperti Teh Sepang, Malaka, dan SGM (*Sumbawa Golden Milk*) dikemas menarik. Untuk produk malaka, dan SGM dikemas dalam ukuran yang berbeda untuk sirup malaka dikemas dalam ukuran 200 ml dan 500 ml, sedangkan SGM dikemas dengan ukuran 100 gr dan 200 gr. Untuk pemasaran produk yang dilakukan Nealma Food sekarang dilakukan secara daring, penitipan produk ke toko-toko besar di Sumbawa, dan penjualan melalui distributor dan *reseller* hampir di seluruh Indonesia. Tata

Letak dan Lokasi Nealma Food ,Nealma Food merupakan perusahaan makanan dan minuman herbal yang telah dikenal di Kota Sumbawa, NTB. Nealma Food yang menjadi lokasi Penelitian saya yang beralamat di Jln. Bypass Sering, Desa Jorok, Kec. Unter Iwes, Kab. Sumbawa NTB.

3.7. Mekanisme Pembelian Produk Sumbawa Golden Milk

Adapun mekanisme pembelian Produk Sumbawa Golden Milk. yaitu:

1. Pembeli biasanya menelpon terlebih dahulu kepada pemilik UMKM Nealma Food, ketika akan membeli produk Sumbawa Golden Milk.
2. Pembeli biasanya disuruh cantumkan alamat dan nomor telpon agar mudah pada saat akan melakukan pengiriman.
3. Pembayaran dilaksanakan secara transfer untuk yang berada diluar daerah Sumbawa, sedangkan untuk yang memesan dalam daerah Sumbawa sistem pembayarannya langsung atau tunai.
4. Kalo yang memesan produk Sumbawa Golden Milk dari luar daerah Sumbawa biasanya UMKM Nealma Food menggunakan jasa pengiriman berupa JNE dan kantor pos.

3.8. Koordinasi dan Kerjasama

Koordinasi diantara peternak, pemasok, perusahaan mitra sangat penting untuk mewujudkan kelancaran rantai pasok UMKM Nealma Food koordinasi yang ada terbatas pada tiga hal yaitu koordinasi untuk jenis bahan baku yang diproduksi, jumlah pesanan dan harga membuat kesepakatan. Apabila kesepakatan tersebut dijalankan dengan sebaik- baiknya, maka kepercayaan dapat meningkat sehingga pihak-pihak yang bekerjasama tersebut dapat fokus menjalankan tanggung jawabnya masing-masing sesuai dengan spesialisasi/perannya. Dengan demikian, *trust building* yang terbangun di dalam rantai pasok dapat menciptakan rantai pasok yang efisien.

3.9. Aliran Informasi

Aliran informasi merupakan komponen penting dalam melancarkan aliran produk dan finansial yang terjadi sepanjang rantai pasok produk Sumbawa Golden Milk di UMK Nealma food. Adapun informasi yang dialirkan antar anggota rantai pasok dapat berupa informasi harga. Aliran informasi mengalir secara timbal balik dari perusahaan hingga ke konsumen akhir, begitu pula sebaliknya.

3.10. Faktor-Faktor Yang Membentuk Manajemen Rantai Pasok

3.10.1. Pemasok Bahan Baku Pada UMKM Nealma Food

Ketersediaan produk, dan mutu produk. Membangun kepercayaan yang dapat dilakukan dengan membuat kesepakatan baik tertulis maupun tidak tertulis. Yang apabila kesepakatan tersebut dijalankan dengan sebaik-baiknya, maka para pelaku rantai pasok dapat menjalankan tanggung jawabnya masing- masing.

3.10.2. Rekomendasi

Rekomendasi yang diusulkan guna membentuk manajemen rantaipasok yang efisien perlu dukungan dari seluruh pelaku rantai pasok secara bersungguh- sungguh agar dapat terlaksana secara optimal. Terbentuknya manajemen rantai pasok yang efisien mampu mengoptimalkan kecepatan waktu pelayanan, menciptakan kesejahteraan diantara pelaku usaha disepanjang rantai pasok. Hal ini dapat diwujudkan melalui perencanaan produksi dan penjualan yang dilakukan secara bersama-sama oleh pihak yang berkolaborasi. Dengan mengetahui manajemen rantai pasok pemasok bahan baku UMKM Nealma Food dan mengetahui faktor-faktor dan tujuan manajemen rantai pasok pemasok bahan baku yang efisien diperlukan upaya penelitian lebih lanjut terhadap upaya manajemen rantai pasok melalui kajian pengembangan nilai tambah produk dan aspek finansial serta kajian tentang etika bisnis dalam kemitraan baik dilihat dari sisi peternak maupun sisi perusahaan.

3.11. Manajemen Rantai Pasok

3.11.1. Kesepakatan Kerjasama

UMKM Nealma Food tidak membuat kesepakatan kerjasama degan peternak dan pemasok yang memasok bahan baku ke UMKM Nealma Food.

3.11.2. Kemitraan

Produsen, peternak dan pemasok merupakan mitra bagi UMKM Nealma Food. Karena permintaan bahan baku dari perusahaan yang secara kontinu. Tidak ada perjanjian tertulis antara kemitraan peternak dan pemasok, namun hanya pembinaan hubungan secara moral dan sosial, dimana di dalamnya terdapat mekanisme kepercayaan, saling ketergantungan, dan saling menguntungkan.

3.11.3. Proses Trust Building

Proses *trust building* merupakan salah satu proses untuk menumbuhkembangkan kepercayaan antara anggota rantai pasok. Kepercayaan yang terbangun diantara anggota rantai pasok mampu mendukung kelancaran aktivitas rantai pasok, seperti kelancaran pada transaksi penjualan, distribusi produk, dan distribusi informasi pasar. Untuk membangun kepercayaan diantara pihak-pihak yang bekerja sama dapat dilakukan dengan membuat kesepakatan. Apabila kesepakatan tersebut dijalankan dengan sebaik- baiknya, maka kepercayaan dapat meningkat sehingga pihak-pihak yang bekerjasama tersebut dapat fokus menjalankan tanggung jawabnya masing- masing sesuai dengan spesialisasi/perannya. Dengan demikian, *trust building* yang terbangun di dalam rantai pasok dapat menciptakan rantai pasok yang efisien.

3.12. Pembahasan

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode wawancara didapatkan hasil bahwa pada proses pembuatan produk Sumbawa Golden Milk di UMKM Nealma Food membutuhkan beberapa orang penyedia bahan baku produksi seperti peternak menyediakan susu kuda liar, tokoh menyediakan bahan untuk produksi berupa, kunyit bubuk, cremer nabati, jahe dan lada hitam sebagai bahan baku untuk membuat ,Sumbawa Golden Milk. Bahan baku ini kemudia dibeli melalui pesanan langsung ke pada peternak dan tokoh , untuk bahan baku seperti cremer nabati, kunyit bubuk, lada hitam dan jahe yang didapatkan dari kota Surabaya melalui pemesanan. pemesanan bahan baku

terkadang UMKM Nealma Food memesan bahan baku jauh-jauh hari untuk menghindari terjadinya kekosongan bahan baku. Adapun untuk satu kali proses pembuatan produk Sumbawa Golden Milk dapat menghabiskan 6kg bahan baku yang terdiri dari 4 liter susu kuda liar total keseluruhan bahan baku yang dibutuhkan untuk satu kali proses produksi Sumbawa Golden Milk.

Proses produksi dimulai dari penyediaan bahan baku kemudian pengolahan bahan baku dengan cara pemanasan susu kuda liar sampai menjadi krim, penimbangan bahan baku yang akan digunakan lalu semua bahan baku dicampur menjadi satu menggunakan mixer dan setelah itu dikemas kedalam kemasan yang sudah dibuat. Dalam satu kali produksi Sumbawa Golden Milk dapat menghasilkan 200 bungkus (pcs) produk Golden Milk dan biaya yang dibutuhkan untuk satu kali produksi menghabiskan dana sebesar 600 ribu rupiah sedangkan untuk harga per satuan (pcs) dijual dengan kisaran harga 30 -35 ribu untuk masyarakat umum penjualan dengan harga diatas sudah disesuaikan dengan menghitung harga pokok produksi dan *margin*, dan mempertimbangkan harga barang substitusi, dengan mempertimbangkan daya beli masyarakat. Sedangkan, untuk proses penjualan Sumbawa golden milk adapun untuk sistem penjualan produk Sumbawa golden milk yaitu secara online dan ritel (pengecer). Untuk sistem penjualan online menggunakan media komunikasi berupa *handphone*, dan menggunakan aplikasi jual beli *online* yang biasa digunakan berjualan *online*. dan *ritel* adalah salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis. Organisasi ataupun seseorang yang menjalankan bisnis ini disebut pula sebagai pengecer.

Ada kesepakatan antara mitra atau pembeli yang di buat oleh umkm Nealma food, dan untuk proses pemesanan yang biasa dilakukan oleh mitra atau pembeli melalui pesan whatsapp, toko online berupa shoppe. Untuk target penjualan umkm Nealma food, target yang harus dijual oleh umkm Nealma food ialah 2000 bungkus (pcs). dari hasil wawancara pada bulan Mei dengan pemilik UMKM Nealma food sudah memenuhi target penjualan. dan untuk kendala produksi UMKM Nealma Food mengakui bahwa dalam proses produksi mengalami beberapa masalah bahan baku yang masih di datangkan dari luar daerah. Dari penelitian yang sudah dilakukan ini kemudian dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan saling membutuhkan dan saling menguntungkan antara penyedia bahan baku dengan UMKM Nealma Food.

4. Kesimpulan

Manajemen rantai pasok di UMKM Nealma food meliputi penyediaan bahan baku dengan membangun kerjasama dengan pemasok diantaranya peternak sebagai penyedia susu kuda liar dan pemasok bahan rempah yang berasal dari luar daerah, proses produksi yang dikerjakan oleh dua tenaga kerja diantaranya bagian pengolahan bahan baku menjadi produk dan bagian pengemasan produk, dan untuk bagian pemasaran produk dilakukan oleh pemilik UMKM dengan melakukan penjualan produk secara langsung dan online. Pola manajemen rantai pasok di UMKM Nealma food yaitu penyediaan bahan baku, pengolahan bahan baku menjadi produk, dan pemasaran produk.

5. Deklarasi

5.1. Pernyataan Kepentingan Bersaing

Artikel ini dan isinya belum pernah dipublikasikan sebelumnya oleh salah satu penulis, juga tidak sedang dipertimbangkan untuk dipublikasikan di jurnal lain saat ini. Semua penulis telah melihat dan menyetujui naskah yang direvisi untuk diserahkan.

5.2. Taksonomi Peran Kontributor

Sukri: Penulisan – draft asli. **Mega Trishuta Pathiassana:** Penulisan – draft asli. Semua penulis menulis naskah dan menyetujui versi finalnya.

Daftar Pustaka

- Ariani, Desi., B.M Dwiyanto. 2013. Analisis pengaruh SCM terhadap kinerja perusahaan (Studi pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas padang Sumatra Barat). *Diponegoro Journal of Management*. vol 2 (3).
- Banerjee, M., & Mishra, M. 2015. Retail Supply Chain Management Practices in India: A Business Intelligence Perspective. *Journal of Retailing and Customer Services*.
- Heizer, J., & Render, B. 2005. *Management Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chopra, S. dan Meindl, P. 2013. *Supply Chain Management Strategy, Planning, And Operation*. 2nd Ed. Person Education Inc, New, Jersey.
- Indrajit R dan Djokopranoto R.. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain: Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang*.
- Lee, C. W., G. Kwon, I.-W., & Severance, D. 2007. Relationship between supply chain performance and degree of linkage among supplier, internal integration, and customer. 10.
- Loekito, D. R. 2018. *Manajemen Rantai Pasok Buah Segar Pada Pt Sewu Segar Nusantara Dengan Pendekatan Relationship Marketing: Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor Bogor*.
- Patel, C., Gunasekaran, A., & Tirtiroglu, E. 2001. *Performance measures*.
- Pujawan, I Nyoman. 2005. *Supply Chain Manajemen*, Edisi Pertama, Guna Widya, Surabaya.
- Rahmat, H. 2013. *Statistika Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2008). *Designing and Managing the Supply Chain*. New York: The McGraw-Hill.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: ALFABET