

**ANALISIS PENERAPAN MANAJEMEN RANTAI PASOKAN PADA USAHA MIE  
SINAR SULAWESI CAP ANGSA DUA  
KOTA SAMARINDA**

**SKRIPSI**  
**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh**  
**Gelar Sarjana Strata 1**

**Oleh**  
**Ulfha Mariama**  
**NIM. 1402095013**



**ADMINISTRASI BISNIS**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MULAWARMAN**  
**SAMARINDA**  
**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Analisis Penerapan Manajemen Rantai Pasokan Pada Usaha  
Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua Kota Samarinda

Nama : Ulfha Mariama

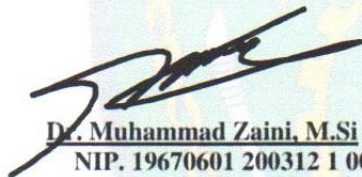
NIM : 1402095013

Program Studi : Administrasi Bisnis

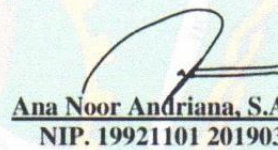
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Menyetujui:**

**Pembimbing I**

  
**Dr. Muhammad Zaini, M.Si**  
NIP. 19670601 200312 1 001

**Pembimbing II**


  
**Ana Noor Andriana, S.AB, M.AB**  
NIP. 19921101 201903 2 019

**Mengesahkan:**

**Dekan**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas Mulawarman**



  
**Dr. Muhammad Noor, M.Si**  
NIP. 19600817 198601 1 001

Lulus Tanggal: **30 JUN 2021**

**HALAMAN PENGUJI**  
**SKRIPSI INI TELAH DI UJI DAN DINYATAKAN LULUS PADA:**

Hari : Rabu

Tanggal : 30 Juni 2021

Judul Skripsi : Analisis Penerapan Manajemen Rantai Pasokan Pada Usaha Mie  
Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua Kota Samarinda

Nama : Ulfha Mariama

NIM : 1402095013

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tim Penguji :

1. **Dr. Muhammad Zaini, M.Si**  
NIP. 19670601 200312 1 001

1. ....

2. **Ana Noor Andriana, S.AB., M.AB**  
NIP. 19921 101 201903 2 019

2. ....

3. **Adietya Arie Hetami, S.AB., M.AB**  
NIP. 19810430 200501 1 002

3. ....

4. **Wira Bharata, S.AB., M.AB**  
NIP. 19861117 201903 1 008

4. ....

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI


Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya buat adalah orisinal, merupakan hasil karya saya sendiri, tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi manapun, dan tidak terdapat kara atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam skripsi ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustakanya.

Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur-unsur plagiaris, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 30 Juni 2021

Penulis,



  
Ulfha Mariama  
1402095013

**ANALISIS PENERAPAN MANAJEMEN RANTAI PASOKAN PADA USAHA MIE  
SINAR SULAWESI CAP ANGSA DUA KOTA SAMARINDA**

**ULFHA MARIAMA**

**NIM. 1402095013**

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,  
Universitas Mulawarman

**ABSTRAK**

Setiap perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, pelayanan yang mudah, cepat dan terus mengembangkan produknya supaya tetap unggul dan bertahan di pasar. Perusahaan perlu mempertimbangkan permasalahan rantai pasok yang berfungsi sebagai pemasti bahwa *supply chain management* atau manajemen rantai pasokan mendukung strategi perusahaan. Jika fungsi manajemen operasi untuk mendukung strategi perusahaan secara keseluruhan, maka *supply chain management* bisa digunakan untuk mendukung strategi manajemen operasi. Dalam memenuhi permintaan mie yang cukup banyak, Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua membutuhkan persediaan bahan baku dalam proses produksi dan harus selalu tersedia untuk kelancaran proses produksinya. Dengan demikian penting untuk usaha ini melakukan pengendalian persediaan bahan baku yang optimal. Untuk membangun daya saing, banyak perusahaan ataupun UMKM menerapkan Manajemen Rantai Pasokan untuk mencapai tujuan perusahaan, meningkatkan efektivitas sebagai bagian perbaikan kepada pelanggan, pemanfaatan sumber daya yang lebih baik, dan meningkatkan profitabilitas.

Kata Kunci : Manajemen Rantai Pasokan

**ANALYSIS APPLICATION OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT ON  
PRODUCTS MIE SINAR SULAWESI CAP ANGSA DUA IN SAMARINDA  
CITY**

**ULFHA MARIAMA**  
**NIM. 1402095013**

*Program Study Business Administration, Faculty of Social Science and Political  
Science, Mulawarman University*

**ABSTRACT**

*Each company will make every effort to improve productivity, efficiency, easy, fast service and continue to develop its products in order to remain superior and survive in the market. Companies need to consider supply chain issues that serve as ensuring that supply chain management supports the company's strategy. If the operations management function is to support the company's overall strategy, then supply chain management can be used to support the operations management strategy. In meeting the demand for noodles, Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua requires a supply of raw materials in the production process and must always be available for a smooth production process. Thus, it is important for this business to carry out optimal inventory control of raw materials. To build competitiveness, many companies implement Supply Chain Management to achieve company goals, increase effectiveness as part of improving customer service, better use of resources, and increase profitability.*

*Keywords: Supply Chain Management*

## RIWAYAT HIDUP



**Ulfha Mariama**, dilahirkan pada tanggal 24 Juli 1996 di Ujung Pandang, Sulawesi Selatan. Merupakan anak pertama dari empat bersaudara yang dilahirkan dari pasangan Bapak Mansur dan Ibu Majirah. Pendidikan penulis dimulai dari Taman Kanak-kanak (TK) Nurul Ihsan Sangata pada tahun 2002. Selanjutnya, pendidikan penulis dilanjutkan pada tingkat Sekolah Dasar (SD) Negeri 004 Sangata pada tahun 2002 dan lulus pada tahun 2008. Penulis melanjutkan pendidikan selanjutnya pada tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 005 Samarinda dan lulus pada tahun 2011. Kemudian, penulis menempuh pendidikan selanjutnya di tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Samarinda dan lulus pada tahun 2014.

Memulai pendidikan Perguruan Tinggi Negeri pada tahun 2014 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman melalui jalur SNMPTN jurusan Ilmu Administrasi, program studi Administrasi Bisnis. Selanjutnya pada tahun 2017 mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Reguler Mandiri Tematik angkatan 43 di POLRESTA Samarinda Kalimantan Timur. Dilanjutkan dengan tugas akhir yang berjudul “Analisis Penerapan Manajemen Rantai Pasokan Pada Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua Kota Samarinda”.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan segala karunia dan limpahan rahmatnya dan junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai panutan kita sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Analisis Penerapan Manajemen Rantai Pasokan Pada Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua Kota Samarinda”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Program Studi Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

Dalam penelitian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak yang telah memberikan dukungan dan masukan baik secara moril maupun materil. Dan tidak berlebihan kiranya bila penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Masjaya, M.Si, selaku Rektor Universitas Mulawarman Samarinda yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam melanjutkan pendidikan pada tingkat perguruan tinggi.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Noor, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda yang telah memberikan fasilitas pendidikan.
3. Bapak Dr. Muhammad Zaini, M.Si selaku Ketua Program Studi Administaris Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda yang telah memberikan kesempatan dan



kemudahan dalam tiap penyusunan skripsi.

4. Bapak Dr. Muhammad Zaini, M.Si dan Ibu Ana Noor Andriana, S.AB, M.AB selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran, bimbingan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan pengetahuan dan ilmu kepada penulis selama perkuliahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda dan tak lupa kepada staf Tata Usaha Akademik dan Bagian Kemahasiswaan yang telah memberikan kemudahan dalam kegiatan administrasi.
6. Pemilik usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian di tempat tersebut.
7. Kedua orang tua saya yang selalu senantiasa mendoakan, mendukung, dan membantu dalam penyusunan skripsi ini baik dalam dukungan secara moril maupun materil.
8. Mba Dilla, Lisa, Desi, Tante Ena, Kak Marwa, Kak Hendri yang selalu senantiasa membantu dan memberikan dukungan dalam mengerjakan skripsi saya.
9. Serta terima kasih kepada semua rekan-rekan Prodi Administrasi Bisnis angkatan 2014 dan pihak-pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari banyaknya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh sebab itu dalam penyusunan skripsi ini penulis mengharapkan kritik dan

saran yang sifatnya membangun dan dapat menunjang kesempurnaan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap pembaca dan pengembangan Ilmu Administrasi Bisnis.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Samarinda, 30 Juni 2021

Ulfha Mariama

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI</b> .....	
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PENGUJI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KERANGKA DASAR TEORI</b> .....	<b>11</b>
2.1 Teori Manajemen Operasional.....	12
2.2. Manajemen Rantai Pasokan .....	12
2.2.1. Jenis Manajemen Rantai Pasokan.....	15
2.2.2. Ruang Lingkup Manajemen Rantai Pasokan.....	16
2.2.3. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Rantai Pasokan .....	17
2.2.4. Faktor Pendorong Manajemen Rantai Pasokan.....	19
2.2.5. Faktor Penentu Keberhasilan Manajemen Rantai Pasokan .....	21
2.2.6. Fungsi Manajemen Rantai Pasokan.....	23
2.2.7. Manfaat Manajemen Rantai Pasokan .....	23
2.2.8. Tujuan Strategis Rantai Pasok.....	25

2.2.9. Permasalahan Manajemen Rantai Pasokan .....	26
2.2.10. Tantangan Mengelola Manajemen Rantai Pasokan.....	27
2.2.11. Strategi Manajemen Rantai Pasokan .....	27
2.2.12. Tahapan Manajemen Rantai Pasokan .....	30
2.2.13. Mengukur Kinerja Manajemen Rantai Pasokan .....	31
2.3. Kajian Empiris .....	32
2.4 Definisi Konseptual .....	34
2.5. Kerangka Pikir Penelitian .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	37
3.2. Fokus Penelitian.....	37
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5. Teknik Analisis Data.....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1. Gambaran Umum Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua .....	43
4.1.1. Sejarah Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua .....	43
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua....	43
4.1.3. Struktur Organisasi .....	45
4.1.4. Produk Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua .....	45
4.2. Penerapan Manajemen Rantai Pasokan Pada Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua .....	46
4.3. Manajemen Rantai Pasokan Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua di Samarinda .....	48
<b>BAB V.....</b>	<b>55</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>55</b>
5.1. Kesimpulan .....	55

5.2. Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Hlm
1.1	Hasil Produksi dan Cacat Produksi dari Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua Periode Juli-September 2020	8
2.1	Penelitian Terdahulu	34
4.1	Rincian Data Hasil Produksi Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua Pada Bulan Januari-Maret 2021	54
4.1	Rincian Pendistribusian Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua Bulan Maret 2021	56

## **DAFTAR GAMBAR**

Nomor Tabel	Judul Tabel	Hlm
1.1	Aliran Produk Manajemen Rantai Pasokan	2
2.1	Kerangka Pikir	37
3.1	Hubungan Pengumpulan Data dan Analisis Data	43
4.1	Struktur Organisasi	46
4.2	Praktik Manajemen Rantai Pasokan Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua	50
4.3	Diagram Alur Pembuatan Mie Basah	52

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Semakin pesatnya kemajuan teknologi menyebabkan para pengusaha harus semakin maju pula dalam mengembangkan bisnis yang dijalaninya. Saat ini makin kreatif ide-ide pengusaha dalam memasarkan produknya hingga dilirik konsumen sehingga bisa mendapatkan keuntungan yang tinggi. Perusahaan dituntut untuk mengikuti perkembangan dengan selalu melakukan inovasi dan pelayanan yang cepat supaya tetap unggul di pasar. Dalam menghadapi kondisi seperti ini dibutuhkan keunggulan yang dapat diandalkan agar tetap bertahan dalam persaingan usaha.

Menurut I Nyoman dan Mahendrawati (2010) Setiap kegiatan suatu perusahaan atau perorangan mempunyai *supply chain* (rantai pasok), rantai pasok menjangkau jejaring produksi mulai dari bahan baku, proses pembuatan bahkan sampai distribusi. *Supply chain* mencakup semua aktivitas mulai dari *supplier* yang kemudian diolah menjadi produk yang akan dipasarkan ke konsumen akhir.

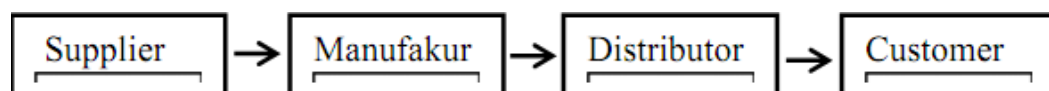
Setiap perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, pelayanan yang mudah, cepat dan terus mengembangkan produknya supaya tetap unggul dan bertahan di pasar. Perusahaan perlu mempertimbangkan permasalahan rantai pasok yang berfungsi sebagai pemasti bahwa *supply chain management* atau manajemen rantai pasokan mendukung strategi perusahaan. Jika fungsi manajemen operasi untuk mendukung strategi perusahaan secara keseluruhan, maka *supply chain management* bisa digunakan untuk mendukung strategi manajemen operasi.



Menurut Pujawan dan Mahendrawati (2010) menjelaskan bahwa pentingnya peran semua pihak mulai dari *supplier*, *manufacturer*, *distributor*, *retailer*, dan *customer* dalam menciptakan produk yang murah, berkualitas dan cepat inilah yang kemudian melahirkan konsep baru yaitu *Supply Chain Management* atau disebut Manajemen Rantai Pasokan.

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2005) istilah *supply chain* atau rantai pasokan ini pertama kali digunakan oleh beberapa konsultan logistik sekitar tahun 1980-an, kemudian oleh para akademisi dianalisis lebih lanjut pada tahun 1990-an, maka lahirlah konsep *supply chain management* atau manajemen rantai pasokan.

Manajemen rantai pasokan adalah suatu sistem yang digunakan organisasi atau perusahaan yang fungsinya untuk menyalurkan barang produksi maupun berupa jasa dari pemasok ke pelanggan. Aliran produk pada manajemen rantai pasok dapat dilihat dari gambar berikut:



Gambar 1.1 Aliran Produk Manajemen Rantai Pasokan  
Sumber : [Kajianpustaka.com/2017/08/supply-chain-management-scm.html](http://Kajianpustaka.com/2017/08/supply-chain-management-scm.html)

Dalam gambar tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa aliran yang dilewati dari produk, mulai dari memasok bahan baku ke manufaktur untuk diubah bahan mentahnya menjadi menjadi siap dikonsumsi kemudian didistribusikan ke distributor hingga sampai ke konsumen akhir.

Menurut Hertz (2007) Semakin tinggi praktek manajemen rantai pasokan dalam suatu perusahaan maka semakin tinggi pula kinerja dan kapabilitas bersaing

perusahaan sehingga ini berdampak positif dan sangat menguntungkan bagi perusahaan. Kinerja atau *performance* merupakan hasil *output* dan sesuatu yang dihasilkan dari proses produk dan jasa yang bisa dievaluasi dan dibandingkan secara relatif dengan tujuan standar, hasil-hasil yang lalu, dan organisasi lain.

Dalam praktek manajemen rantai pasokan tidak bisa mencapai hasil yang efisien jika dilakukan secara individual, karena efisiensi dapat dicapai melalui interaksi berbagai rantai pasok, salah satunya yaitu integrasi rantai pasokan. Menurut Said (2006) Integrasi rantai pasokan memiliki arti bahwa semua elemen yang terlibat dalam manajemen rantai pasokan berada dalam satu kesatuan kompak dan menyadari adanya saling ketergantungan. Apabila suatu perusahaan sudah menerapkan praktek manajemen rantai pasokan, pasti akan sangat menguntungkan bagi perusahaan tersebut dan akan berdampak positif, karena elemen-elemen yang terlibat dalam perusahaan tersebut akan saling berhubungan satu sama lain dari hulu sampai hilir dan saling ketergantungan. Hubungan ini tidak dapat terputus dan akan selalu berkelanjutan, sehingga akan meningkatkan kapabilitas dan kinerja perusahaan tersebut.

Perusahaan yang menggunakan rantai pasokan yang baik akan memberikan dampak yang baik bagi aliran suatu barang atau jasa. Dampak tersebut adalah perusahaan akan lebih terstruktur, terkoordinasi, terjadwal dan terpadu yang menjadikan keseluruhan proses akan berjalan dengan efektif dan efisien. Kemudian perusahaan juga melakukan usaha-usaha untuk menawarkan produk yang terbaik bagi konsumen.

Dengan semakin banyaknya keinginan konsumen yang beraneka ragam, perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin dalam menggunakan aset dan keahlian yang dimiliki sebagai nilai tambah kepada konsumen. Selain itu

perusahaan juga membutuhkan hubungan kemitraan dengan *supplier* dan distributor untuk bekerjasama dengan baik.

Pada saat ini persaingan semakin ketat antara pelaku usaha. Hal itu menjadikan mereka berada di kondisi keunggulan bersaing yang tidak dapat dituju dengan perbaikan internal perusahaan saja. Hal tersebut menjadikan peran terhadap seluruh pihak dari produsen yang memproduksi bahan mentah hingga bahan jadi, kemudian jaringan distribusi yang akan menyampaikan produk ke tangan pelanggan sehingga terdapat hubungan antar penyedia produk dengan para pelanggan atau konsumen akhir.

Maka dari itu sangat penting untuk membina kerjasama yang baik antara *supplier* dengan pelaku usaha, tidak hanya untuk jangka pendek tetapi untuk seterusnya. Keuntungan yang didapatkan adalah jika kebutuhan bahan baku diperlukan secara mendesak karena permintaan konsumen yang meningkat, maka *supplier* dengan sigap dapat memenuhi kebutuhan tersebut sesegera mungkin.

Sebelum mendapat hasil yang ingin dicapai, mula-mula harus memastikan *supply* barang harus tersedia. Dalam mencapai targetnya perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan konsumen, memproduksi barang tepat waktu, mengeluarkan biaya rendah dalam proses penerimaan dan penyerahan produk serta mengelola usaha dengan bijak.

Dengan adanya kualitas produk yang baik inilah akan membuat konsumen selalu setia menggunakan suatu produk yang diproduksi. Kepuasan konsumen menjadi hal penting yang harus diperhatikan. Tetapi terkadang hasil yang diharapkan tidak sesuai, dimana hasil produksi yang tidak sesuai standar atau dapat dikatakan produk cacat/gagal. Agar hal tersebut dapat dihindari maka perusahaan harus menerapkan sistem pengendalian kualitas yang tepat,

mempunyai tujuan dan tahapan yang jelas, serta selalu melakukan inovasi dalam melakukan pencegahan dan penyelesaian agar tidak terjadinya kegagalan produksi.

Begitu juga yang harus dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Samarinda seperti Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua. Dalam menghadapi lingkungan yang semakin kompetitif, kinerja *supply chain* atau rantai pasokan sangat vital bagi kelangsungan hidup perusahaan. UMKM Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua merintis usahanya sejak tahun 2007, yaitu dengan usaha pembuatan mie basah dengan jumlah karyawan sebanyak 8 orang. UMKM ini dikelola oleh keluarga besar, untuk menjadi karyawan dalam mengembangkan usaha. Hal tersebut dilakukan karena lebih percaya dengan keluarga untuk menjalankan dan mengembangkan usaha yang mereka lakukan.

Kemudian, Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua menggunakan tepung terigu sebagai bahan baku utama dalam pembuatan mie basahnya. Tidak lupa juga menggunakan bahan pendukung lainnya. Bahan baku utama mie basah didapatkan melalui *supplier* di Samarinda. Jenis mie basah yang dihasilkan oleh mereka adalah mie ukuran kecil dan ukuran besar. Mie ukuran kecil difokuskan untuk pedagang bakso sedangkan mie ukuran besar untuk penjualan makanan mie goreng. Produk mie basah ini tersebar di beberapa pasar yang ada di Samarinda, diantaranya adalah Pasar Ijabah, Pasar Harapan Baru, Loa Janan, Palaran, Segiri, Pasar Kedondong, Pasar Pagi, Pasar Kemuning dan juga sempat dipasarkan ke pasar di Kabupaten Tenggarong. Namun, karena jarak yang cukup jauh kini hanya distribusi ke pasar yang ada di wilayah Samarinda.

Strategi manajemen rantai pasokan menjadi satu solusi terbaik untuk memperbaiki tingkat produktivitas, baik untuk perusahaan, distributor besar,

maupun UMKM. Sehingga akan tetap bertahan di tengah daya saing yang tinggi, konsumen yang kritis, dan mesti menghasilkan produk yang berkualitas.

UMKM Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua ini, belum sepenuhnya menjalankan manajemen rantai pasokan dengan baik. Sementara, hal tersebut perlu dilakukan karena melihat banyaknya pabrik mie yang ada di Samarinda, sehingga pesaing yang dihadapi oleh Mie Sinar Sulawesi ini cukup tinggi. Mie Sinar Sulawesi diakui oleh owner/kepala pengelola merupakan pabrik terbesar ke-8 di Samarinda. Kemudian, mereka bergabung dengan paguyuban yang terdiri dari para pengusaha pabrik mie di Samarinda. UMKM tersebut sudah bertahan kurang lebih sekitar 10 tahun, yang awalnya hanya dikelola oleh keluarga, dan kini telah memiliki karyawan kurang lebih hingga 8 orang. UMKM ini mengalami pasang surut, bahkan pernah mengalami tidak tersedianya bahan baku, sementara permintaan pelanggan terus ada tiap harinya. Dalam sehari UMKM ini bisa memproduksi 10 karung tepung terigu, dan dikerjakan selama  $\frac{1}{2}$  hari, dan  $\frac{1}{2}$  harinya melakukan pengemasan produk.

Dalam periode 5 tahun terakhir, usaha Mie Cap Angsa selalu mengalami peningkatan produksi karena bertambahnya permintaan dari konsumen. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, pemakaian bahan baku rata-rata perbulannya sebanyak 3.750 kg pada awalnya. Hingga saat ini pada tahun 2021 pemakaian bahan baku rata-rata perbulan meningkat menjadi 4.890 kg. Namun, dalam waktu tersebut UMKM ini tidak terus berjalan lancar, ada masalah yang pernah dialami dikarenakan keterbatasan alat produksi untuk mengolah produk yang ingin disuplai kepada pemasok, sehingga terjadi keterlambatan dan kekecewaan beberapa *supplier* yang menerima produk dari Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua tersebut.

Semakin banyaknya permintaan mie setiap harinya, maka bahan baku yang dibutuhkan dalam proses produksi harus selalu tersedia didalam gudang penyimpanan. Maka sangat penting dilakukannya pengendalian mutu dan kualitas bahan baku yang baik agar hasil produksi yang diinginkan dapat tercapai. Untuk membangun daya saing, banyak perusahaan ataupun UMKM menerapkan manajemen rantai pasokan untuk mencapai tujuan perusahaan/UKM, meningkatkan efektivitas sebagai bagian perbaikan kepada pelanggan, pemanfaatan sumber daya yang lebih baik, dan meningkatkan profitabilitas.

Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua melakukan beberapa metode, untuk bisa membuat usaha produksinya terus bertahan, di tengah persaingan yang cukup banyak. Salah satunya dengan melakukan pembelian bahan baku dalam jumlah yang besar untuk mengantisipasi jika terjadi kehabisan persediaan dan permintaan pasar yang meningkat sewaktu-waktu, namun demikian pembelian yang dilakukan secara besar-besaran dan tidak disertai manajemen persediaan yang baik, terkadang mengalami adanya penumpukan sisa bahan baku, dikarenakan keterbatasan alat produksi yang mereka miliki.

Masalah lain yang dihadapi oleh Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua yaitu adanya sisa stok mie yang tidak laku terjual di warung-warung tempat penitipan mie tersebut karena produk sudah kadaluarsa atau berjamur. Juga dirasa kurangnya tenaga kerja untuk melakukan masing-masing tugasnya dengan baik. Akibatnya, para pekerja harus bekerja *multitasking* yang menyebabkan terkadang terjadinya hambatan dalam melakukan proses produksi, misalnya seperti penurunan kualitas mie, cacat produksi, terlambatnya menyediakan stok mie yang diperlukan konsumen dan sebagainya. Sehingga keuntungan yang diharapkan

tidak maksimal.

Selain itu, perlu diperhitungkan pula persediaan bahan baku jika terjadi peningkatan permintaan, untuk bisa terus tersedia agar tidak kehilangan pelanggan yang sudah dijaga selama beberapa tahun. Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua ini, sangat perlu menerapkan MRP meskipun hanya setingkat UMKM. Karena, jika hal tersebut dilakukan maka akan bisa terus semakin berkembang, ditunjang dengan alat produksi yang modern, maka akan bisa memperluas pasar di Samarinda, bahkan hingga di luar Samarinda.

Berikut data tabel jumlah produksi dan cacat produksi dari Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua periode Juli 2020 s/d September 2020:

**Tabel 1.1**  
**Hasil Produksi dan Cacat Produksi dari Usaha Mie Sinar Sulawesi**  
**Cap Angsa Dua Periode Juli-September 2020**

Periode	Jumlah Produksi	Jumlah Produk Cacat/Rusak	Persentase	Harga Per Pcs	Kerugian
<b>Juli 2020</b>	<b>22.380</b>	<b>397</b>	<b>1,77%</b>	<b>Rp 6.000,00</b>	<b>Rp 2.382.000,00</b>
I	5.220	99	1,89%	Rp 6.000,00	Rp 594.000,00
II	5.820	96	1,65%	Rp 6.000,00	Rp 576.000,00
III	5.820	96	1,65%	Rp 6.000,00	Rp 576.000,00
IV	5,520	106	1,92%	Rp 6.000,00	Rp 636.000,00
<b>Agustus 2020</b>	<b>24.450</b>	<b>418</b>	<b>1,71%</b>	<b>Rp 6.000,00</b>	<b>Rp 2.508.000,00</b>
I	6.670	103	1,54%	Rp 6.000,00	Rp 618.000,00
II	5.230	92	1,76%	Rp 6.000,00	Rp 552.000,00
III	5.690	100	1,77%	Rp 6.000,00	Rp 569.000,00
IV	6.860	123	1,79%	Rp 6.000,00	Rp 738.000,00
<b>September 2020</b>	<b>24.120</b>	<b>382</b>	<b>1,58%</b>	<b>Rp 6.000,00</b>	<b>Rp 2.292.000,00</b>
I	6.430	105	1,63%	Rp 6.000,00	Rp 630.000,00
II	6.570	88	1,34%	Rp 6.000,00	Rp 528.000,00
III	5.400	102	1,89%	Rp 6.000,00	Rp 612.000,00
IV	5.720	87	1,52%	Rp 6.000,00	Rp 522.000,00

Sumber : Data yang telah diolah

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap bulannya hasil produksi mie selalu dibarengi dengan adanya kecacatan produk yang bervariasi jumlahnya.

Dengan rata-rata kerugian yang diatas 2 juta rupiah perbulannya merupakan jumlah yang cukup besar. Seharusnya apabila produksi yang dihasilkan keseluruhannya tanpa cacat produk maka keuntungan yang bisa diperoleh Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua bisa maksimal.

Berdasarkan fenomena tersebut, tentu diperlukan manajemen rantai pasokan dengan baik dalam mengembangkan usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua, agar tidak terjadi penumpukan di gudang yang berakibat pada besarnya biaya yang tertanam. Dari keterbatasan alat produksi, namun adanya peningkatan permintaan produk, dan membeli bahan baku dalam jumlah banyak, sehingga kualitas bahan baku juga ikut menurun yang mengakibatkan adanya beberapa hasil produksi yang cacat. Diperlukan manajemen yang baik agar Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua tidak mengalami kerugian. Penerapan MRP akan terlihat jika beberapa elemen dari persediaan, hubungan dengan pelanggan, sistem pendistribusian, hingga mengontrol sistem dalam UKM tersebut berjalan dengan baik.

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Penerapan Manajemen Rantai Pasokan Pada Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua Kota Samarinda**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti :

1. Apakah penerapan manajemen rantai pasokan pada Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua sudah efektif dan efisien?
2. Bagaimana manajemen rantai pasokan pada Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua di Samarinda?



### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan penerapan Manajemen Rantai Pasokan pada usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua sudah efektif dan efisien.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan Manajemen Rantai Pasokan pada usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua di Samarinda.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek akademis
  - a. Hasil penelitian ini akan bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan agar dapat menerapkan dan mengaplikasikannya dalam bidang yang sesuai.
  - b. Dapat menjadi sumber referensi atau tambahan informasi bagi peneliti lain dengan kajian yang sama, khususnya di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi S1 Administrasi Bisnis.
2. Aspek Praktis
  - a. Dapat menjadi bahan masukan bagi pihak perusahaan dalam mengambil keputusan dan kebijakan dimasa yang akan datang.
  - b. Sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan.
  - c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan sumber tambahan bagi peneliti lain.

## BAB II

### KERANGKA DASAR TEORI

#### 2.1. Teori Manajemen Operasional

Menurut pendapat Heizer & Render (2006) manajemen operasional adalah serangkaian kegiatan yang membuat barang dan jasa melalui perubahan dari masukan (input) menjadi keluaran (output), dimana kegiatan tersebut terjadi di semua sektor organisasi. Manajemen operasional merupakan studi tentang pengambilan keputusan dalam fungsi operasi dan juga manajemen operasional bertanggung jawab untuk memproduksi barang dan jasa dalam organisasi.

Menurut pendapat Haming & Nurnajamuddin (2011) manajemen operasional merupakan kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan, pengkoordinasian, pergerakan, dan pengendalian aktivitas organisasi, perusahaan bisnis, atau jasa yang berhubungan dengan proses pengolahan masukan menjadi keluaran dengan nilai tambah yang lebih besar.

Menurut Robbins & Coulter (2012), manajemen juga meliputi koordinasi dan mengawasi pekerjaan seseorang sehingga aktifitasnya dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

Manajemen mempunyai 4 fungsi yang dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya, yaitu :

1. *Planning* merupakan perencanaan mencakup proses mendefinisikan tujuan organisasi, menetapkan strategi keseluruhan untuk mencapai tujuan tersebut, dan mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi. Tujuan dari dilakukannya perencanaan adalah menentukan tujuan perusahaan, mengurangi ketidakpastian, meminimalkan *waste* dan *redundancy*, dan menetapkan standar pengendalian.

2. *Organizing* atau pengkoordinasian merupakan proses menetapkan tugas yang harus dilakukan oleh setiap anggota perusahaan, bentuk pekerjaan dan tipe organisasi. Tujuannya adalah agar pekerjaan lebih teratur serta sistematis seperti menentukan hal yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.
3. *Leading* atau memimpin merupakan bagaimana cara atau mendapatkan para karyawan melakukan apa yang diinginkan dan harus mereka lakukan. Caranya dapat dengan memotivasi bawahan, membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi karyawan, dan membuat jalur komunikasi antar atasan dan bawahan.
4. *Controlling* merupakan fungsi terakhir dalam manajemen yaitu mengawasi segala sesuatunya untuk memastikan segala sesuatunya berjalan sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan seperti dengan memonitor aktivitas-aktivitas yang terjadi.

Dari beberapa uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen operasi adalah sebuah perencanaan, pengkoordinasian, mengontrol/mengawasi segala aktivitas produksi secara keseluruhan perusahaan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan agar tidak mengalami hal yang tidak diinginkan, seperti lebih besar pengeluaran dibandingkan pemasukan.

## **2.2. Manajemen Rantai Pasokan**

Menurut pendapat Ling Li (2007) manajemen rantai pasokan adalah proses perencanaan, penerapan dan pengendalian operasi dari rantai pasokan dengan tujuan untuk mencakupi kebutuhan pelanggan seefisien mungkin. Manajemen rantai pasokan mencakup semua bagian dan tempat penyimpanan dari bahan baku,

persediaan barang dalam pengolahan, dan barang jadi, mulai dari titik produksi ke titik konsumsi.

Menurut pendapat Simichi-Levi dan David (2000) manajemen rantai pasok adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk menyatukan pemasok, pengusaha, gudang, dan tempat penyimpanan lainnya (*distributor* dan *retailer*) secara efisien, sehingga produk dapat dihasilkan dan didistribusikan dengan jumlah yang tepat, lokasi yang tepat dan waktu yang tepat untuk menurunkan biaya dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Pujawan dan Mahendrawati (2010) menjelaskan bahwa pentingnya peran semua pihak mulai dari *supplier*, *manufacturer*, *distributor*, *retailer*, dan *customer* dalam menciptakan produk yang murah, berkualitas, dan cepat inilah yang kemudian melahirkan konsep baru yaitu *supply chain management*. Dapat disimpulkan manajemen rantai pasokan adalah sebagai pendekatan yang dibuat untuk menyatukan *supplier*, produsen, *distributor* dan *retailer* sehingga produk yang sudah diolah dapat didistribusikan dengan jumlah yang tepat.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen rantai pasokan adalah suatu aktivitas terpadu yang berorientasi pada proses untuk mengadakan, memproduksi, mengirim produk-produk dan jasa kepada pengguna. Definisi tersebut didasarkan atas beberapa hal :

1. Manajemen rantai pasokan perlu mempertimbangkan seluruh aktifitas produksi yang dikerjakan mulai dari *supplier*, *manufaktur*, *distributor* hingga *retailer* sangat berpengaruh pada biaya barang yang diproduksi.
2. Manajemen rantai pasokan bertujuan agar keseluruhan biaya untuk keperluan produksi mulai dari transportasi, pengiriman bahan baku, proses

pembuatan bahan, dan barang yang telah jadi menjadi efektif dan efisien sehingga biaya yang dikeluarkan lebih terkendali.

3. Manajemen rantai pasokan berputar pada integrasi yang efisien dari pemasok, manufaktur, gudang, distributor, *retailer*, dan pengecer yang mencakup semua aktivitas perusahaan, mulai dari tingkat strategis sampai tingkat taktik operasional.
4. Pada rantai pasok biasanya ada tiga macam aliran yang harus dikelola adalah aliran barang/material yang mengalir dari hulu ke hilir, aliran uang/financial yang mengalir dari hilir ke hulu, aliran informasi yang mengalir dari hulu ke hilir atau sebaliknya.

Manajemen rantai pasokan akan efektif dengan cara mengembangkan pelayanan konsumen dengan baik, juga dari perusahaan yang bekerjasama didalam rantai pasokannya,

Beberapa hal yang harus diperhatikan dari tingkat layanan konsumen adalah tingkat pemenuhan pesanan (*order fill rates*), ketepatan waktu pengiriman (*on-time delivery*), dan tingkat pengembalian produk oleh konsumen dengan berbagai alasan (*rate of products returned by customer for whatever reason*). Sementara dari sisi internal *efficiencies*, dalam sebuah rantai pasok memperoleh hasil yang baik dari investasi atas persediaan dan aset lainnya dan menemukan cara untuk mengurangi pengeluaran operasional dan penjualan atau dengan perkataan lain bagaimana mengelola rantai pasok agar dapat responsif sekaligus.

### 2.2.1. Jenis Manajemen Rantai Pasokan

Menurut Indrajit dan Djokopranoto dalam Ariani (2013), bahwa dalam *supply chain* ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan-perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama yaitu :

#### 1. Chain 1

*Supplier* adalah sumber yang menyediakan bahan pertama. Bahan pertama ini biasa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, bahan dagangan, *subassemblies*, suku cadang, dan sebagainya.

#### 2. Chain 1-2

*Supplier–Manufacturer* adalah sebuah bagian yang melakukan pekerjaan membuat, memproduksi, mengasembling, merakit, dan mengkonversikan atau pun menyelesaikan barang (*finishing*). Hubungan kedua rantai tersebut sudah mempunyai potensi untuk melakukan penghematan. Penghematan dapat diperoleh dari inventoris bahan baku, bahan setengah jadi, dan bahan jadi yang berada di pihak *supplier*, *manufacturer*, dan tempat transit merupakan target untuk penghematan ini.

#### 3. Chain 1-2-3

*Supplier–Manufacturer–Distribution* adalah barang sudah jadi yang dihasilkan oleh *manufacturer* sudah mulai harus disalurkan kepada pelanggan. Penyaluran barang dilakukan melalui distributor.

#### 4. *Chain 1-2-3-4*

*Supplier-Manufacturer-Distribution-Retail Outlet* adalah pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gudang sendiri yang digunakan untuk menimbun barang sebelum disalurkan lagi ke pihak pengecer. Walaupun ada beberapa pihak yang langsung menjual barang hasil produksinya kepada customer, namun secara *relative* jumlahnya tidak banyak.

#### 5. *Chain 1-2-3-4-5*

*Supplier-Manufacturer-Distribution-Retail Outlet-Customer* adalah rantai terakhir yang dilalui dalam *supply chain*. Para pengecer atau *retailer* ini menawarkan barangnya langsung kepada para pelanggan atau pembeli atau pengguna barang tersebut.

Perusahaan yang ada dalam rantai pasokan pada dasarnya menginginkan kepuasan pelanggan dengan melakukan kerjasama dalam membuat suatu produk yang murah, berkualitas, dan dengan pengiriman yang tepat waktu. Dengan melakukan ukuran performansi *supply chain management* yaitu:

1. Kualitas (tingkat kepuasan pelanggan, loyalitas pelayanan, ketepatan pengiriman),
2. Waktu (*total replenishment time, business cycle time*),
3. Biaya (*total delivered cost*, efisiensi nilai tambah), dan
4. Fleksibilitas (jumlah dan spesifikasi).

### **2.2.2. Ruang Lingkup Manajemen Rantai Pasokan**

Manajemen rantai pasokan harus mempertimbangkan bahwa semua kegiatan mulai dari pemasok, manufaktur, gudang, distributor, sampai ke pengecer, mulai dari titik awal bahan baku hingga sampai ke

titik pemakaian. Manajemen rantai pasokan meliputi kegiatan mengelola aliran material dan informasi (yang terkait dengan aliran material).

Menurut Pujawan dan Mahendrawati (2017), apabila mengacu pada sebuah perusahaan manufaktur, kegiatan-kegiatan utama yang masuk dalam klarifikasi *supply chain management* adalah:

1. Kegiatan merancang produk baru (*product development*),
2. Kegiatan mendapatkan bahan baku (*procurement, purchasing, atau supply*),
3. Kegiatan merencanakan produksi dan persediaan (*planning & control*),
4. Kegiatan melakukan produksi (*production*),
5. Kegiatan melakukan pengiriman/distribusi (*distribution*), dan
6. Kegiatan pengelolaan pengembalian produk/barang (*return*).

### **2.2.3 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Rantai Pasokan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen rantai pasokan adalah:

1. Faktor strategi: sebuah strategi bersaing perusahaan memiliki dampak signifikan pada keputusan jaringan desain dalam rantai pasokan. Perusahaan yang berfokus pada *cost leadership* akan berusaha untuk menemukan atau menciptakan biaya yang paling rendah untuk fasilitas-fasilitas manufakturingnya. Perusahaan yang berfokus pada tingkat kecepatan merespon cenderung untuk menempatkan fasilitas yang tertutup pada pasar dan mungkin memilih lokasi yang berbiaya tinggi jika pilihan tersebut memenuhi perusahaan untuk memberi reaksi secara cepat pada perubahan pasar yang diperlukan.
2. Faktor teknologi: karakteristik yang terdapat pada teknologi



produksi memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan jaringan desain. Jika teknologi produksi menampilkan *economies of scale* yang signifikan, sedikit lokasi yang berkapasitas tinggi akan lebih efektif. Berbeda halnya dengan fasilitas yang berbiaya tetap yang lebih rendah, banyak fasilitas-fasilitas lokal yang dipersiapkan karena ini akan membantu biaya transportasi yang lebih rendah. Fleksibilitas dalam teknologi produksi berdampak pada tingkat konsolidasi yang dapat dicapai oleh jaringan.

3. Faktor makro ekonomi: faktor-faktor ini meliputi pajak, bea cukai, tingkat kurs, dan faktor ekonomi lainnya yang tidak ada dalam diri perusahaan tersebut. Faktor ini memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan atau kegagalan dari jaringan rantai pasokan.
4. Faktor politik: stabilitas politik dalam suatu negara merupakan hal yang sangat dipertimbangkan karena memiliki dampak yang signifikan terhadap peranan dalam pilihan lokasi. Perusahaan lebih memilih untuk menempatkan fasilitas pada lokasi atau negara yang memiliki tingkat stabilitas yang memberikan kejelasan dalam hal aturan-aturan perdagangan dan kepemilikan.
5. Faktor infrastruktur: keberadaan infrastruktur yang baik merupakan prasyarat yang penting dalam mengalokasikan fasilitas pada area tertentu. Infrastruktur yang jelek akan semakin menambah biaya bisnis.
6. Faktor kompetitif: perusahaan harus mempertimbangkan strategi, ukuran, dan lokasi pesaing saat merancang jaringan rantai pasokannya. Pembuatan keputusan penting perusahaan adalah saat

menetapkan fasilitas perusahaan tersebut agar tidak dapat diakses oleh pesaing atau dengan kata lain jauh dari pesaing.

7. Waktu respon pelanggan dan kehadiran lokal: perusahaan yang memiliki target pelanggan yang dapat merespon dalam waktu yang cepat harus menempatkan fasilitas yang tertutup bagi pelanggan tersebut. Jika perusahaan mengirimkan produknya kepada pelanggan, itu berarti bahwa transportasi haruslah sedikit dibangun dan tetap meningkatkan waktu respon yang singkat. Pilihan ini berakibat meningkatnya atau bertambahnya biaya transportasi.
8. Biaya logistik dan fasilitas: biaya logistik dan fasilitas yang terjadi dalam rantai pasokan dapat mengalami perubahan seperti jumlah fasilitas, lokasi, dan alokasi kapasitas. Perusahaan harus mempertimbangkan, persediaan, transportasi dan biaya fasilitas saat perusahaan tersebut merancang jaringan rantai pasokan. Jika jumlah fasilitas bertambah pada suatu titik dimana dalam perjalanan *economics of scale* hilang, maka biaya transportasi bertambah. Jumlah total logistik adalah seluruh persediaan, transportasi dan biaya fasilitas.

#### **2.2.4. Faktor Pendorong Manajemen Rantai Pasokan Driver Manajemen Rantai Pasokan**

Dalam perusahaan untuk mencapai sebuah kecocokan dan efisiensi pada *competitive strategy* perusahaannya dengan mitra *supply* itu sangat penting. Sebuah perusahaan dapat mengerti bagaimana cara meningkatkan kinerja dan efisiensi rantai pasokan harus memiliki 4 kunci *driver* dalam rantai pasokan, yaitu:

### 1. Fasilitas

Fasilitas dalam rantai pasokan merupakan tempat dimana adanya produk yang diproduksi, disimpan dan dikirim. Fasilitas pada rantai pasokan memiliki 2 tipe utama yaitu pada sisi produksi dan pada sisi penyimpanan. Adanya fasilitas yang baik sangat berpengaruh terhadap seluruh biaya, yaitu biaya pengiriman, jumlah bahan persediaan barang, karena dalam rantai pasokan membuahkan fasilitas yang memadai agar mempermudah melakukan transaksi dalam perusahaan.

### 2. *Inventory*/ Persediaan Barang

*Inventory* adalah bahan baku didalam manufaktur, proses pengerjaan dan barang jadi yang dimiliki oleh perusahaan. *Inventory* merupakan salah satu bagian terpenting dari *driver* rantai pasokan karena dengan adanya aturan pada *inventory* dapat mengubah efisiensi dan responsif dalam mengatur rantai pasokan karena dengan mengatur persediaan barang dalam perusahaan rantai pasokan dapat diatur dengan baik, tujuannya agar tidak ada pendataan yang terlewat. Pengaturan *inventory* yang baik itu jika *inventory* yang ada sama dengan yang didatakan oleh perusahaan.

### 3. Transportasi

Transportasi pada rantai pasokan digunakan untuk perpindahan tingkatan pada rantai pasokan yang ada. Transportasi juga penting dalam mengubah efisiensi dan responsif dalam rantai pasokan, agar barang yang diangkut ketempat tujuan bisa

sampai dengan mudah.

#### 4. Informasi

Informasi mengandung data dan menganalisis fasilitas, *inventory*, transportasi dan *customer* yang terkait dengan rantai pasokan. Informasi adalah hal terpenting yang merupakan hal paling utama dalam rantai pasokan, sebab segala hal yang berkaitan didalam rantai pasokan membutuhkan informasi terlebih dahulu sebelum dilakukannya seluruh kegiatan produksi.

### **2.2.5. Faktor Penentu Keberhasilan Manajemen Rantai Pasokan**

Konsep faktor penentu keberhasilan manajemen rantai pasokan berdasarkan Anatan dan Ellitan (2008) adalah:

#### 1. Proses Informasi

Aliran pembagian informasi pada rantai pasokan perlu diperhatikan agar dapat mengatasi masalah *Bullwhip Effect*. Perusahaan perlu mengaplikasikan teknologi informasi ke dalam infrastruktur organisasi untuk mendukung proses produksi, jaringan kerja dan penyimpanan data.

#### 2. Biaya Transaksi

Ketidaktentuan permintaan yang melonjak tinggi dapat menimbulkan biaya interaksi lebih tinggi. Hal tersebut terjadi karena kemungkinan dapat menimbulkan *rush order* atau *stock out* lebih besar. Berbeda apabila permintaan konsumen relatif stabil dan dapat diprediksi maka biaya transaksinya akan semakin rendah.

### 3. Integrasi Aliran Persediaan

Suatu rantai pasokan harus mampu mengintegrasikan aliran, baik itu diawal sampai akhir. Strategi aliran persediaan pada rantai pasokan yang terintegrasi bertujuan untuk mencegah timbulnya optimasi lokal. Tujuan utama dalam mengkoordinasikan aliran barang dalam manajemen rantai pasokan untuk mengurangi, persediaan, meminimalkan biaya dan menyamakan kedudukan antara penawaran dan permintaan.

### 4. *Information Sharing*

Dalam *information sharing* terbagi atas dua yaitu *upstream* dan *downstream*. Informasi *upstream* berisi mengenai pemesanan, peramalan dan informasi penjualan, dan matriks kinerja rantai pasokan. Informasi *downstream* berisi mengenai perubahan informasi mengenai kapasitas penyimpanan, jadwal pengiriman, dan informasi produk. Dibutuhkan koordinasi dan integrasi rantai pasokan dalam proses produksi yang bertujuan untuk merespon perubahan permintaan konsumen yang cepat.

Pada rantai pasokan ada 3 macam aliran yang harus dikelola, yaitu:

1. Aliran barang yang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Misalnya bahan baku yang dikirim dari *supplier* ke pabrik, setelah produk selesai diproduksi, dikirim ke distributor, lalu ke pengecer, kemudian ke pemakai akhir.
2. Aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu.
3. Aliran informasi yang bisa terjadi dari hilir ke hulu atau sebaliknya.

### 2.2.6. Fungsi Manajemen Rantai Pasokan

Ada dua fungsi manajemen rantai pasokan, yaitu:

- a. Manajemen Rantai Pasokan secara fisik mengubah bahan baku menjadi produk jadi dan menghantarkannya pada konsumen akhir. Fungsi pertama ini berkaitan dengan ongkos-ongkos fisik, yaitu ongkos material, ongkos penyimpanan, ongkos produksi, ongkos transportasi dan sebagainya.
- b. Manajemen rantai pasokan sebagai mediasi pasar, yakni memastikan bahwa apa yang disuplai oleh *supply chain* merupakan suatu hal yang dibutuhkan oleh konsumen. Fungsi kedua ini berkaitan dengan biaya-biaya survey pasar, perancangan produk, serta biaya-biaya akibat tidak terpenuhinya aspirasi konsumen oleh produk yang disediakan oleh sebuah rantai pasokan. Ongkos-ongkos ini bisa berupa ongkos *markdown*, yakni penurunan harga produk yang tidak laku dijual dengan harga normal, atau ongkos kekurangan suplai yang dinamakan dengan *stockout cos*.

### 2.2.7. Manfaat Manajemen Rantai Pasokan

Menurut Wiliem Sahaya (2013), manfaat manajemen rantai pasokan yaitu:

1. Meminimalkan inventori merupakan kegiatan manajemen rantai pasokan dapat menekan tingkat inventori, melalui pengendalian dan informasi intensif.
2. Mengurangi biaya merupakan pengintegrasian aliran produk dari pemasok sampai konsumen akhir yang dapat mengurangi biaya.

3. Mengurangi *lead time* merupakan koordinasi, sistem, data, dan informasi yang tepat dalam pelaksanaan aliran barang dapat mengurangi *lead time* pengadaan, produksi, dan distribusi.
4. Meningkatkan pendapatan dapat dihasilkan dari konsumen yang setia dan menjadi mitra perusahaan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.
5. Ketepatan waktu penyerahan merupakan koordinasi aliran barang yang terintegrasi dan terkontrol sehingga dapat menghasilkan barang yang tepat waktu untuk sampai ditangan konsumen.
6. Menjamin kelancaran aliran barang merupakan koordinasi dan pengintegrasian semua elemen manajemen rantai pasokan melalui sistem informasi yang dapat mempermudah dan mempercepat aliran barang.
7. Menjamin kualitas terutama kualitas bahan baku dan hasil produksi barang jadi yang akan terjamin karena sejak awal sudah dikendalikan.
8. Menghindari kehabisan persediaan (*stock out*) merupakan koordinasi hubungan kerjasama dengan supplier serta informasi intensif sehingga bisa mendapatkan jumlah persediaan yang optimal.
9. Meningkatkan akurasi peramalan kebutuhan adalah dengan melihat pengitegrasian dari data dan informasi yang ada secara lebih tepat sehingga akan mempengaruhi tingkat peramalan kebutuhan yang akan menjadi lebih tepat.
10. Kepuasan konsumen merupakan tingkat rasa kepercayaan atas

kualitas produk dan layanan yang baik sehingga menjadikan konsumen setia dan yakin terhadap produk.

11. Mengurangi jumlah pemasok merupakan tingkat hubungan kepada pemasok yang kompeten sehingga dapat mengurangi biaya, keragaman dan memudahkan pelacakan (*tracking*).
12. Mengembangkan kemitraan (*partnership*) merupakan hubungan kerjasama dalam jangka waktu panjang sehingga mempunyai tujuan yang sama dan saling memberi rasa kepercayaan hingga berbagi resiko yang dihadapi.
13. Peningkatan kompetensi sumber daya manusia merupakan kompetensi sumber daya manusia akan semakin meningkat baik pengetahuan maupun keterampilan dalam penggunaan teknologi tinggi.
14. Perusahaan semakin berkembang adalah perusahaan yang mendapatkan keuntungan akan menjadi besar dan berkembang.
15. Meningkatkan daya saing merupakan jaringan manajemen rantai pasokan yang berhasil dan nilai *supply chain* yang meningkat, secara otomatis akan meningkatkan daya saing perusahaan.

#### **2.2.8. Tujuan Strategis Rantai Pasok**

Pujawan dan Mahendrawathi (2017) mengatakan bahwa “manajemen rantai pasok tidak terlepas dari tujuan strategis pada *supply chain*, strategi tidak bisa dilepaskan dari tujuan jangka panjang dan tujuan inilah yang diharapkan akan tercapai”. Keputusan-keputusan jangka pendek di lingkungan lokal mestinya harus mendukung organisasi atau *supply chain* ke arah tujuan-tujuan strategis tersebut. Tercapainya tujuan strategis adalah



agar rantai pasok berhasil dan berjalan dengan baik pada persaingan pasar. Untuk unggul dalam persaingan pasar maka harus dapat menyediakan produk yang murah namun tetap memiliki kualitas yang baik, pengiriman tepat waktu dan memiliki variasi yang beragam.

Untuk mencapai tujuan tersebut maka *supply chain* harus bisa memahami tujuan-tujuan tersebut ke dalam kemampuan sumber daya yang dimiliki dan bisa terwujud apabila sebuah perusahaan memiliki kemampuan diantaranya untuk beroperasi secara efisien, menciptakan kualitas, cepat, fleksibel, dan inovatif.

### **2.2.9. Permasalahan Manajemen Rantai Pasokan**

Manajemen rantai pasokan harus memasukkan *problem* antara lain:

1. Distribusi Konfigurasi Jaringan: Jumlah dan lokasi *supplier*, fasilitas produksi, pusat distribusi, gudang dan pelanggan.
2. Strategi Distribusi: Sentralisasi dan desentralisasi, pengapalan langsung, berlabuh silang, strategi menarik atau mendorong, logistic orang ketiga.
3. Informasi: Sistem terintegrasi dan proses melalui rantai suplai untuk membagi informasi berharga, termasuk permintaan sinyal, perkiraan, inventaris dan transportasi.
4. Manajemen inventaris: Kuantitas dan lokasi inventaris termasuk barang mentah, proses kerja dan barang jadi.
5. Aliran dana: Mengatur syarat pembayaran dan metodologi untuk menukar dan melewati entitas di dalam rantai suplai.

### 2.2.10. Tantangan Mengelola Manajemen Rantai Pasokan

Menurut I Nyoman Pujawan (2005), terdapat tantangan yang harus dihadapi dalam mengelola rantai pasokan, yaitu:

1. Kompleksitas struktur rantai pasokan
  - Melibatkan banyak pilihan dengan kepentingan yang berbeda-beda.
  - Perbedaan bahasa, zona waktu dan budaya antar perusahaan.
2. Ketidakpastian

Ketidakpastian menimbulkan ketidakpercayaan diri terhadap rencana yang dibuat. Sebagai akibatnya, perusahaan sering menciptakan pengaman di sepanjang rantai pasokan. Pengaman ini bisa berupa *safety stock*, *safety time*, atau kepastian produksi maupun transportasi.

Sumber ketidakpastian yaitu :

- a. Ketidakpastian pembeli,
- b. Ketidakpastian dari *supplier* yaitu terkait dengan pengiriman, harga, kualitas maupun kuantitas,
- c. Ketidakpastian *internal* yang bisa didebabkan kerusakan mesin, kinerja mesin yang tidak sempurna, tenaga kerja, serta waktu maupun kualitas produksi.

### 2.2.11. Strategi Manajemen Rantai Pasokan

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

1. *Many Supplier* (Banyak Pemasok)

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 kepada pemasok untuk mempertahankan teknologi, keahlian, kemampuan ramalan, biaya, kualitas dan pengiriman.

### 2. *Few Supplier* (Sedikit Pemasok)

Dalam strategi ini, perusahaan mengadakan hubungan jangka panjang dengan para pemasok yang komit. Karena dengan cara ini, pemasok cenderung lebih memahami sasaran luas dari perusahaan dan konsumen akhir. Penggunaannya hanya beberapa pemasok dapat menciptakan nilai dengan memungkinkan pemasok mempunyai skala ekonomis dan kurva belajar yang menghasilkan biaya transaksi dan produksi yang lebih rendah.

Dengan sedikit pemasok maka biaya mengganti partner besar, sehingga pemasok dan pembeli menghadapi risiko akan menjadi tawanan yang lainnya. Kinerja pemasok yang buruk merupakan salah satu risiko yang dihadapi pembeli sehingga pembeli harus memperhatikan rahasia-rahasia dagang pemasok yang berbisnis diluar bisnis bersama.

### 3. *Vertical Intergration*

Artinya mengembangkan kemampuan memproduksi barang atau jasa sebelum dibeli, atau dengan benar-benar membeli pemasok atau

distributor.

*Vertical integration* dapat berupa:

Integrasi ke belakang (*backward integration*) berarti penguasaan kepada sumber daya, misalnya perusahaan mie mengakuisisi pabrik mie.

- Integrasi ke depan (*forward integration*) berarti penguasaan kepada konsumennya, misalnya perusahaan motor mengakuisisi dealer yang semula sebagai distributornya.

#### 4. *Karietsu Network*

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

#### 5. *Virtual Company* (Perusahaan Maya)

*Virtual company* 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, desain produk atau distribusinya. Hubungan ini 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.

#### **2.2.12. Tahapan Manajemen Rantai Pasokan**

##### **1. Strategi atau Desain Rantai Pasokan**

Penentuan struktur rantai pasokan yang akan dilakukan pada setiap *stage* dalam waktu jangka panjang. Struktur ini menjelaskan konfigurasi rantai pasokan untuk kedepannya dan bagaimana strategi/desain akan dialokasikan serta proses apa saja yang akan berjalan pada setiap *stage*. Keputusan strategis rantai pasokan mencakup:

- a. Lokasi dan kapasitas fasilitas
- b. Produk yang akan dibuat atau disimpan
- c. Modal transportasi
- d. Sistem informasi

##### **2. Perencanaan Rantai Pasokan**

Tujuannya adalah memaksimalkan surplus dari rantai pasokan dengan jangka waktu yang telah ditentukan (3 bulan, 4 bulan, atau 6 bulan) pada tahap strategi/desain rantai pasokan. Keputusan perencanaan mencakup:

- a. Pasar mana yang akan disuplai dan dari lokasi mana
- b. Rencana penambahan inventori
- c. Subkontrak, lokasi cadangan
- d. Kebijakan inventori
- e. Promosi

Harus mempertimbangkan ketidakpastian permintaan, nilai tukar, persaingan selama horizon waktu perencanaan.

### 3. Operasional Rantai Pasok

- a. Horizon waktu bersifat mingguan atau harian
- b. Keputusan diambil berdasar order tiap konsumen
- c. Menyusun kebijakan operasional
- d. Menerapkan kebijakan seefektif mungkin
- e. Alokasi order, menetapkan due date, control data gedung, mengatur jadwal pengiriman
- f. Faktor ketidakpastian makin sedikit.

#### **2.2.13. Mengukur Kinerja Manajemen Rantai Pasokan**

Menurut Wiliem Sahaya (2013), mengukur kinerja manajemen rantai pasokan berdasarkan:

1. Biaya merupakan biaya yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas aliran barang meliputi biaya bahan baku, produksi, tenaga kerja, penyimpanan, transportasi dan distribusi. Kinerja biaya diukur dan dibandingkan terhadap nilai (biaya) acuan.
2. Waktu merupakan waktu yang dimaksud mencakup pengadaan, pengembangan produk baru, produksi dan distribusi. Kinerja waktu dapat diukur dan dibandingkan terhadap standar waktu yang telah ditentukan.

3. Kapasitas merupakan ukuran seberapa besar volume pekerjaan yang bisa dilakukan oleh suatu sistem atau unit dari *supply chain* pada periode tertentu.
4. Kapabilitas merupakan kemampuan agregat untuk melaksanakan aktivitas aliran barang. Kinerja *kapabilitas supply chain* meliputi kehandalan mesin produksi, fleksibilitas, dan ketersediaan bahan baku dan barang jadi.
5. Produktivitas merupakan kinerja produktivitas diukur melalui ratio antara keluaran yang efektif terhadap keseluruhan input yang terdiri dari modal, tenaga kerja, bahan baku, dan energi.
6. Utilisasi merupakan tingkat pemakaian sumber daya alam dalam kegiatan *supply chain* terhadap kemampuan unit bersangkutan. Kinerja utilitas meliputi utilitas mesin pabrik dan gudang.
7. *Outcome* merupakan hasil dari proses atau aktivitas aliran barang. Pada proses produksi, *outcome* bisa berupa nilai tambah yang diberikan pada produk yang dihasilkan.

### **2.3. Kajian Empiris**

Penelitian ini sangat memerlukan data pendukung berupa dasar atau acuan yang berupa temuan-temuan atau teori-teori melalui hasil dari berbagai penelitian sebelumnya. Menurut peneliti salah satu data pendukung yang dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan, dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu dapat menjadi referensi bagi peneliti, melihat problematika yang diangkat, dan penganalisannya. Dalam hal ini, fokus penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah yang berkaitan dengan Manajemen Rantai Pasokan.

Selain itu, juga sebagai bahan untuk peneliti melihat referensi dari penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan. Sehingga peneliti memiliki acuan untuk melakukan penelitian ini, dan bisa membantu dalam menganalisa problematika objek penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian manajemen rantai pasokan diantaranya dikutip dari beberapa sumber yaitu :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Judul Peneliti	Masalah Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Dewinta Soeratno dan Arrazi Hasan Jan (2016) Analisis Model <i>Supply Chain</i> Ikan Cikalang di Kota Manado (Studi Kasus pada TPI PPP Tumumpa)	Untuk mengetahui model <i>supply chain</i> ikan cikalang di TPI PPP Tumumpa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis Penelitian</li> <li>• Teknik AnalisisData</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek Penelitian</li> </ul>
2	Francka Sakti (2016) Konsep <i>Supply Chain Management</i> Pada Proses Produksi Dalam Pengelolaan Persediaan Bahan baku	Untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen rantai pasokan yang baik berpengaruh pada hasil produksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis Penelitian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek Penelitian</li> <li>• Teknik Analisis Data</li> </ul>



Tabel Lanjutan 2.1

3	Cahya Prana W.U (2019) Kajian Rantai Pasokan Bahan Baku Di Usaha Mie Lethek Bendo Kabupaten Bantul Yogyakarta	Untuk mengetahui Kajian Rantai Pasokan Bahan Baku Di Usaha Mie Lethek Bendo Kabupaten Bantul Yogyakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teknik Pengumpulan Data</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek Penelitian</li> <li>• Teknik Analisis Data</li> </ul>
4	Angelia A.Sumangkut (2013) Kinerja Supply Chain Management dan Strategi Informasi pada PT. Multi Food Manado.	Untuk mengetahui kinerja <i>supply chain</i> management pada PT. Multi Food Manado dan untuk mengetahui strategi informasi pada PT. Multi Food Manado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis Penelitian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek Penelitian</li> <li>• Teknik Analisis Data</li> </ul>

Sumber: Soeratno (2016), Sakti (2016), Cahya (2019), Sumangkut (2013)

#### 2.4 Definisi Konsepsional

Suatu hal yang penting dalam melakukan penelitian tahapan memberi batasan yang akan dihimpun di lapangan. Hal ini dilakukan untuk menghindari pengertian berbeda-beda, sehingga memberikan gambaran yang tepat mengenai masalah yang diteliti. Definisi konsepsional adalah penjelasan dari peristiwa atau kejadian yang diamati, baik yang telah diungkapkan atau belum guna dapat menciptakan ide-ide abstrak yang umum sebagai landasan operasional dalam sebuah penelitian. Adapun yang menjadi definisi konsepsional dalam penelitian ini, yaitu:

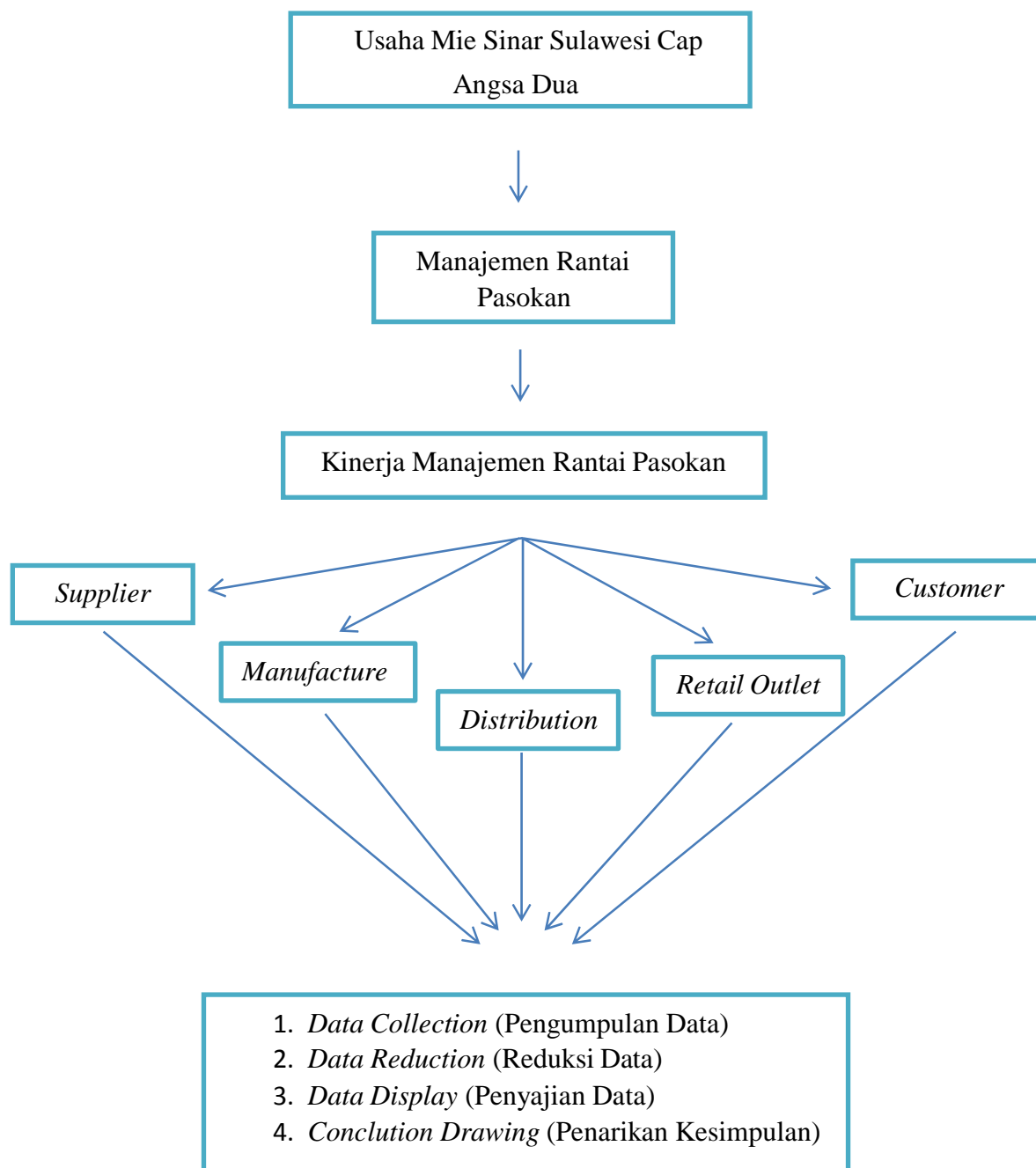
1. Manajemen operasional adalah sebuah perencanaan, pengkoordinasian, mengontrol/mengawasi segala aktivitas produksi secara keseluruhan perusahaan

agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan agar tidak mengalami hal yang tidak diinginkan, seperti lebih besar pengeluaran dibandingkan pemasukan.

2. Analisis adalah sebuah cara yang melihat proses/sebuah masalah dengan cara objektif, dan mencari solusi untuk memecahkan masalah tersebut.
3. Manajemen rantai pasokan adalah suatu aktivitas terpadu yang berorientasi pada proses untuk mengadakan, memproduksi, mengirim produk-produk dan jasa kepada pengguna.
4. Penerapan adalah sebuah implementasi yang dilaksanakan sesuai dengan perencanaan yang disepakati, untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

## 2.5. Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah teori dan definisi konseptual diatas yang mendukung penelitian ini, maka dapat diuraikan suatu kerangka berpikir seperti dibawah ini:



Gambar 2.1. Kerangka Pikir

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian yang digunakan oleh peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu prosedur pencatatan untuk menggambarkan atau melukiskan keadaan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2014) penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

#### **3.2. Fokus Penelitian**

Dalam penelitian ini dapat memfokuskan masalah terlebih dahulu supaya lebih memperjelas maksud dan tujuan dari penulisan ini dan tidak terjadi perluasan permasalahan yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan penelitian ini. Penelitian yang akan penulis bahas difokuskan pada rantai atau chain yang dilalui dalam *supply chain* yang termasuk dalam manajemen rantai pasokan.

Diantaranya yang akan difokuskan oleh peneliti adalah:

1. Menganalisa manajemen rantai pasokan pada Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua apakah sudah efektif dan efisien.
2. Menganalisa penerapan manajemen rantai pasokan pada Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua di Samarinda.

#### **3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penulisan penelitian ini, adalah sebagai berikut:

## 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui responden dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dan dipandu melalui pedoman wawancara sesuai dengan indikator-indikator yang penulis teliti. Diperoleh dari wawancara dan pengamatan langsung dari pihak-pihak perusahaan yang berhubungan dengan penelitian ini. Informasi dapat diperoleh dari :

- 1) Informan *key* (informan kunci), yaitu mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Di dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah kepala bagian produksi Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua.
- 2) Informan utama adalah orang yang menjadi narasumber tambahan yang terlibat langsung dalam objek penelitian. Di dalam penelitian ini yang menjadi informan utama yaitu:
  1. Supervisor; Dari informan ini diperoleh informasi mengenai proses distribusi dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan beserta kualitas barang dan kualitas pelayanan.
  2. Divisi pergudangan; Dari informan ini diperoleh informasi mengenai pergudangan, penyimpanan barang proses, pengiriman dan penerimaan barang, proses pemesanan, waktu pemesanan, dan komplain pelanggan.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dengan menggunakan metode observasi pra penelitian, melalui buku-buku, referensi dan dokumen-dokumen perusahaan yang ada

hubungannya dengan penelitian ini yang dikumpulkan oleh orang di luar dari peneliti sendiri. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini dengan mempelajari jurnal-jurnal, buku, internet, dan skripsi yang mendukung penelitian.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam suatu penelitian mempunyai kedudukan yang sangat penting, hal tersebut disebabkan karena alat yang menjadi patokan dalam melaksanakan analisis dalam suatu penelitian harus dipilih secara cermat sesuai dengan karakteristik data yang diperlukan. Dalam pengumpulan data yang akan mendukung penelitian ini, penulis akan menggunakan beberapa proses dan teknik pengumpulan data, yaitu:

#### **1. Penelitian Kepustakaan**

Pengumpulan data yang diperoleh melalui buku-buku atau literatur yang biasa digunakan sebagai bahan pendukung dalam penelitian. Hal ini dilakukan di Perpustakaan Universitas Mulawarman dan Perpustakaan Daerah Kalimantan Timur.

#### **2. Penelitian Lapangan**

Pengumpulan data secara langsung kepada subjek atau objek penelitian, dengan menggunakan teknik atau cara antara lain:

- 1) Observasi, yaitu pengamatan terhadap suatu objek yang akan diteliti secara langsung untuk memperoleh data yang dikumpulkan dalam penelitian guna memperoleh data yang akurat.
- 2) Wawancara, merupakan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan narasumber (Sugiyono, 2008). Wawancara digunakan sebagai teknik

pengumpulan data untuk mengetahui permasalahan yang harus diteliti dan hal-hal yang akan diteliti lebih mendalam. Wawancara dilakukan dengan pihak yang berwenang, dalam hal ini Kepala bagian Produksi Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat dan lengkap.

- 3) Dokumentasi didapatkan langsung dari proses observasi dan wawancara kepada narasumber pada Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua.

### **3.5. Teknik Analisis Data**

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menggunakan model analisis interaktif. Menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2013) aktifitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Alat analisis data model interaktif (*interactive model*) terdiri dari 4 komponen, antara lain :

- 1) *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Dalam model analisis kualitatif ini ada tiga komponen analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dilakukan dalam bentuk interaktif dengan proses pengumpulan data. Selama proses pengumpulan data berlangsung, penulis tetap bergerak diantara tiga komponennya itu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

- 2) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Dari lokasi penelitian, data di lapangan dituangkan dalam uraian laporan yang lengkap dan terperinci. Data dan laporan kemudian dirangkum, memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan

memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah penelitian berlangsung. Pada tahap ini setelah dapat dipilah kemudian disederhanakan. Data yang tidak diperlukan disortir agar memberikan mudahan dalam penampilan, penyajian, serta untuk menarik kesimpulan sementara.

### 3) *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data dimaksudkan agar lebih mempermudah bagi peneliti untuk dapat melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari data penelitian. Hal ini merupakan pengorganisasian data ke dalam suatu bentuk tertentu sehingga kelihatan jelas bentuknya lebih utuh. Data-data tersebut kemudian dipilah-pilah dan disisakan untuk disortir menurut kelompoknya dan disusun sesuai dengan kategori yang sejenis untuk ditampilkan agar selaras dengan permasalahan yang dihadapi, kesimpulan-kesimpulan sementara diperoleh pada waktu data direduksi.

### 4) *Conclusion Drawing/Verification* (Penerarikan Kesimpulan)

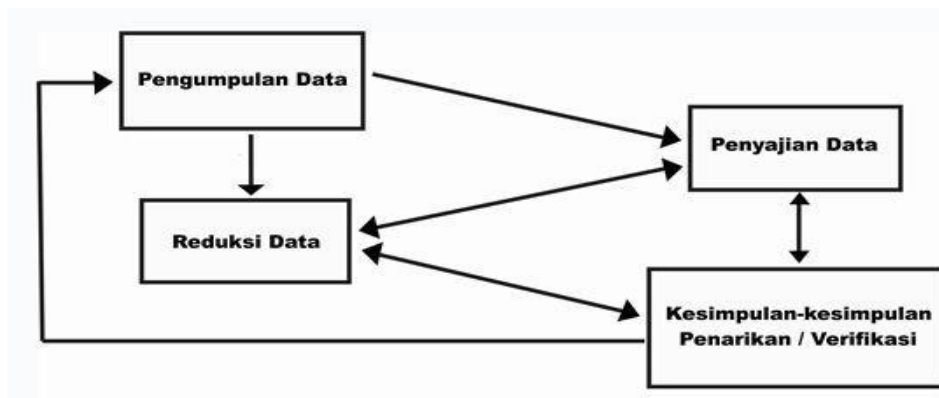
Pada penelitian kualitatif, verifikasi data dilakukan secara terus-menerus sepanjang proses penelitian dilakukan. Sejak pertama memasuki lapangan dan selama proses pengumpulan data, peneliti berusaha untuk mencari pola tema. Hubungan persamaan, hipotesis dan selanjutnya dituangkan dalam bentuk kesimpulan yang masih bersifat interaktif.

Ketiga komponen di atas berinteraksi sampai kesimpulan yang benar, dan apabila kesimpulannya tidak memadai maka perlu diadakan pengujian ulang, yaitu dengan cara beberapa data lagi di lapangan, dicoba untuk diinterpretasikan dan faktor yang lebih terarah. Dengan demikian, analisis



data model interaktif merupakan proses interaksi antara tiga komponen analisis dengan pengumpulan data dan merupakan suatu proses siklus sampai dengan penelitian selesai.

Kaitan antara pengumpulan data dengan analisis data disajikan oleh Miles dan Huberman dalam diagram berikut:



Gambar 3.1 Hubungan Pengumpulan Data dan Analisis Data  
Sumber: [dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data](http://dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data)

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua**

##### **4.1.1. Sejarah Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua**

Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua merupakan salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang didirikan oleh Bapak La Anjo yang berada di kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur. UMKM Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua ini merintis usahanya sejak tahun 2007, yaitu dengan usaha pembuatan mie basah dengan jumlah karyawan sebanyak 8 orang. Berawal dari berjualan di pasar malam hingga akhirnya pemilik usaha bersama keluarganya memutuskan untuk membuka lapangan usaha sendiri.

Awal mula, pemilik usaha membeli mesin pembuat mie dari kota Surabaya untuk kegiatan produksinya. Jenis mie basah yang dihasilkan oleh mereka adalah mie ukuran kecil dan ukuran besar. Mie ukuran kecil difokuskan untuk pedagang bakso sedangkan mie ukuran besar untuk penjualan makanan mie goreng. Produk Mie yang dibuat usaha ini tersebar di beberapa pasar yang ada di Samarinda dan juga dipasarkan di beberapa pasar di Kabupaten Tenggarong.

Meskipun usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua ini bukan usaha yang besar, namun mereka tetap berupaya bekerja dengan profesional. Dengan visi, misi dan tujuan usaha serta pembagian tugas masing-masing karyawan sebagai berikut:

##### **4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua**

1) Visi

Selaku pemilik usaha atau bisa disebut pemimpin perusahaan pasti sudah memiliki tujuan dan melihat kedepan bagaimanakah nanti usaha ini akan berkembang. Suatu impian yang ingin segera diwujudkan oleh seluruh anggota dengan melakukan kegiatan bisnis inilah yang disebut dengan visi.

Visi usaha ini adalah :

- a. Menjadi UMKM yang semakin berkembang yang mampu bertahan dan bersaing di pasar terutama daerah Samarinda.
- b. Dapat menguasai pemasaran dan penjualan mie basah di Kalimantan Timur
- c. Selalu menghasilkan mie basah yang berkualitas.
- d. Selalu dipercaya sebagai pemasok mie basah di Samarinda.

## 2) Misi

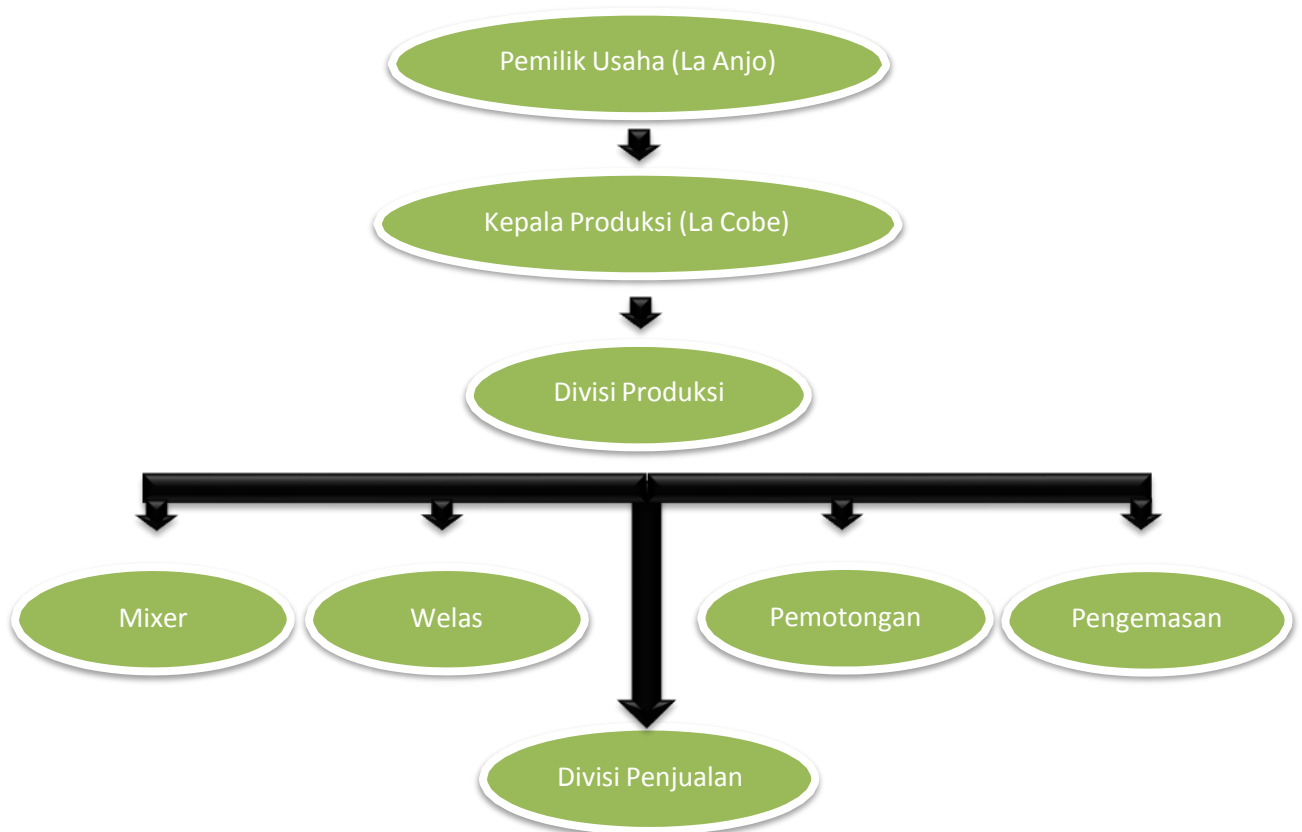
Misi merupakan upaya atau kegiatan yang dilakukan untuk mewujudkan apa yang menjadi visi dari perusahaan. Dengan adanya visi perusahaan, maka kegiatan yang dilakukan dalam perusahaan dapat terkontrol. Akan tetapi misi perusahaan harus dibuat jelas agar tidak membingungkan, selain itu misi perusahaan tidak boleh lepas dari visi perusahaan sehingga seluruh kegiatan bisa terpusat. Ada beberapa misi yang akan akan dilaksanakan usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua, yaitu:

- a. Menguasai pasar dalam kota Samarinda
- b. Meningkatkan kualitas dari mie basah
- c. Menjadikan pelanggan sebagai partner usaha
- d. Menjalin hubungan yang baik dengan *supplier* dan para konsumen yang membutuhkan mie basah sebagai bahan pokok usahanya seperti usaha bakso, mie ayam dan mie goreng.
- e. Melakukan promosi terus-menerus.

## 3) Tujuan Usaha

- a. Terus maju dan bertahan ditengah persaingan pasar.
- b. Menguasai pasokan mie basah yang dikenal masyarakat luas dan dikenal sebagai penghasil mie basah yang berkualitas dan higienis.
- c. Selalu memberikan harga produk yang terjangkau bagi konsumen.

#### 4.1.3. Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa

Dua

#### 4.1.4. Produk Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua

Produk mie yang dibuat oleh Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua berjenis mie basah. Mie basah adalah mie yang belum dimasak dimana kandungan airnya cukup tinggi dan cepat basi, berdasarkan wawancara bersama pemilik usaha, mie jenis ini hanya bisa bertahan 3-4 hari saja. Adapun

komposisi bahannya adalah tepung terigu, air, telur, garam dapur, penyedap rasa, pengental dan pengawet makanan. Diproses melalui beberapa tahap pertama adalah tahap pencampuran. Kemudian bahan-bahan yang dicampur diadon, diuleni sampai terbentuk adonan yang kalis. Adonan yang kalis sudah bisa dibentuk dan dipotong sesuai ukuran jenis mie yang akan dibuat.

#### **4.2. Penerapan Manajemen Rantai Pasokan Pada Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua**

Berdasarkan hasil wawancara bersama pemilik usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua, dapat diketahui bahwa ternyata sistem rantai pasokan yang digunakan masih berupa kemitraan yang erat dengan para *supplier*. Hal ini karena sistem rantai pasok ini menggunakan biaya yang minim dan juga efisien untuk kategori usaha kecil-menengah.

Selain itu dengan metode kemitraan yang erat dengan *supplier* ini Mie Sinar Sulawesi cap Angsa Dua tetap bisa menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Terbukti dengan metode kemitraan yang erat dengan *supplier* ini Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua cukup berhasil dalam menjalankan bisnisnya hingga berkembang seperti sekarang. Dalam artian, di awal memulai usaha untuk mendirikan UMKM ini pemilik usaha masih kesulitan mencari pemasok yang sesuai dan tepat untuk bekerjasama menjalin kemitraan.

Sebelum mengidentifikasi metode manajemen rantai pasokan yang tepat dan cocok digunakan untuk usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua ini, penulis menjelaskan terlebih dahulu kepada pemilik usaha mengenai metode-metode manajemen rantai pasokan yang ada secara teoritis, yaitu kemitraan yang erat dengan para pemasok, kemitraan yang erat dengan konsumen, sistem produksi tepat waktu, pengadaan elektronik, pertukaran data elektronik, alih daya (*out*

*sourcing*), *subcontractor/subcontracting*, logistik pihak ketiga, perencanaan strategis, *supply chain benchmarking*, integrasi vertical, beberapa pemasok, banyak pemasok, cadangan pengaman (*holding safety stock*) dan penggunaan konsultan *eksternal*. Dari hasil diskusi dengan pemilik usaha, mereka lebih memilih menggunakan metode yang ada sekarang yaitu kemitraan yang erat dengan pemasok dan menggunakan beberapa pemasok. Tujuannya adalah untuk menghemat biaya seminim mungkin mengingat skala usaha yang tidak terlalu besar.

Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua tidak memiliki departemen logistik sendiri. Biasanya mereka mengantar sendiri produk yang mereka pasarkan ke pelanggan satu ke pelanggan lainnya. Usaha yang masih belum terbilang besar dan biaya yang terbatas adalah alasan yang umum bagi UMKM untuk memilih tidak memiliki departemen logistik sendiri. Tidak dipungkiri, salah satu hal terpenting dalam kesuksesan UMKM dalam menjalankan suatu bisnis adalah dengan adanya departemen logistik yang cepat dan biaya yang terjangkau. Sebenarnya jika UMKM memiliki kerjasama dengan penyedia jasa logistik yang efisien dan terpercaya, kemungkinan hambatan-hambatan logistik yang mungkin timbul dapat diminimalisir dan diharapkan dapat berkurang.

Secara teoritis, hubungan antara perusahaan dengan pemasok harus lebih bersinergi dengan menerapkan teknologi dalam bidang rantai pasok, contohnya dengan menerapkan *e-supply chain management*. Dari hasil diskusi dengan pemilik usaha, mereka belum menerapkan suatu bentuk *e-commerce* sebagai media informasi dari perusahaan untuk konsumen.

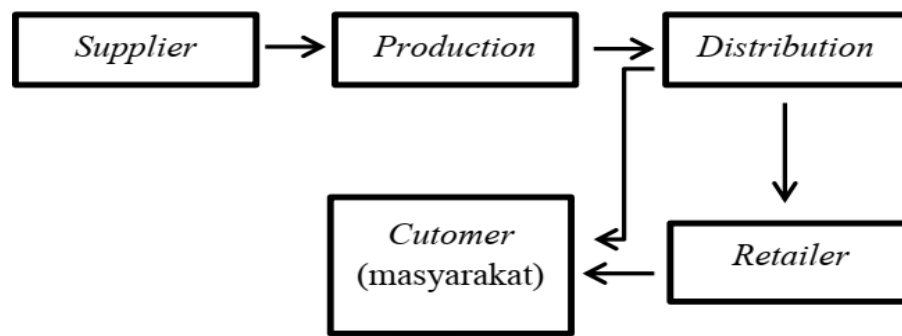
Tidak adanya sistem teknologi pendukung dalam usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua dikarenakan pada umumnya jenis UMKM yang seperti ini rata-

rata adalah unit usaha keluarga dan mempunyai pasar yang rendah, oleh karena itu produk yang dihasilkannya terbatas dan tingkat penasarannya juga terbatas pada konsumen tertentu. Berbeda dengan usaha yang telah berskala besar yang telah memiliki jaringan yang solid dan luas, mereka sudah dapat menjangkau pasar internasional dengan promosi yang baik. Sebaliknya, dengan kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan sarana dan prasarana yang dimiliki Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua menjadi lambat berkembang dan kurang dalam mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan.

Karakteristik dari usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua yang memiliki skala kecil-menengah dan sangat sensitif, tentunya tidak dapat mengaplikasikan keseluruhan rantai pasokan seperti yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar yang memiliki cakupan geografis yang cukup luas dan sumber daya yang besar. Maka dari itu metode manajemen rantai pasokan yang tepat sangatlah penting untuk semakin berkembangnya usaha UMKM ini.

#### **4.3. Manajemen Rantai Pasokan Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua di Samarinda**

Dengan melakukan pengamatan dan wawancara yang didapatkan, maka penulis dapat mengetahui bagaimana Manajemen rantai pasokan pada usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua. Untuk memenuhi permintaan produk mie, UMKM ini melakukan kegiatan produksi selama hampir setiap hari dari subuh hingga sore hari. Rantai pasokan Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua melibatkan setidaknya 5 pelaku utama, yaitu pemasok, produsen, *distributor* dan pengecer dan konsumen akhir. Singkatnya dapat dilihat dari gambar dibawah ini:



Gambar 4.2. Praktik Manajemen Rantai Pasokan Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua

Rantai pasokan yang dijalankan oleh usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Dua Angsa belum menerapkan sistem manajemen modern. Meskipun demikian, usaha ini secara tidak langsung telah mengimplementasikan manajemen rantai pasokan, serta pengiriman ke lapangan. Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua secara tidak langsung juga telah memenuhi tujuan dari rantai pasokan dengan kemampuannya dalam menghasilkan produk dengan harga yang murah dan relatif standar dengan kualitas yang baik dan selalu memenuhi permintaan konsumen dengan tepat waktu.

Berdasarkan gambar 4.2 diatas, berikut ini hasil yang diperoleh dari wawancara bersama pemilik usaha :

### 1. *Supplier*

Dalam rantai pasokan, memilih pemasok (*supplier*) untuk pemenuhan bahan baku dalam kegiatan produksi Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua sangatlah penting, agar menjaga bahan baku yang ada tidak *out of stock*. UMKM ini bermitra dengan pemasok berupa pemasok yang menyediakan tepung terigu, telur, garam, dan bahan-bahan lainnya. Tetapi mereka hanya bermitra masing-masing dengan satu penyalur saja sehingga untuk



mengetahui harga bahan baku yang relatif terjangkau itu tidak dapat dilakukan karena kurangnya survey ke *supplier* lainnya karena sudah percaya dan nyaman dengan *supplier* yang saat ini bekerja sama dengan usaha mie ini.

## 2. Production

Dalam aktivitas produksi mie, produsen mengubah barang mentah yang berasal dari pemasok menjadi barang jadi. Dalam prosesnya diawasi oleh kepala produksi dan dikerjakan oleh masing-masing divisi yang sudah ditugaskan. Bahan baku diproduksi dengan mesin yaitu mesin mixer dan walas, lalu ada juga mesin pemotong mie dan mesin untuk pengemasan mie. Dalam aktivitas produksi, karyawan mengubah berbagai faktor produksi menjadi barang yang dapat dikonsumsi. Berikut adalah proses produksi mie basah dari UKM Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua:



Gambar 4.3. Diagram Alur Pembuatan Mie Basah

Dari gambar diatas dapat dijabarkan bagaimana pembuatan mie basah secara lebih rinci.

- Pencampuran Bahan

Menurut Widyaningsih dan Murtini (2006) Bahan-bahan yang telah disiapkan, dicampur menjadi satu, kecuali minyak goreng. Pencampuran dapat digunakan dengan tangan atau dengan mixer sampai membentuk adonan yang homogen, yaitu menggumpal bila dikepal dengan tangan. Dengan proses pengadukan ini serat gluten tertarik tersusun berseling dan terbungkus dalam pati sehingga diperoleh adonan yang lunak dan elastis. Adonan yang baik dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya jumlah air yang ditambahkan tergantung dari jenis tepung terigunya, sekitar 30-38%. Semakin baik jenis terigu yang digunakan semakin sedikit air yang ditambahkan.

- Pengulenan Adonan

Adonan yang telah menjadi gumpalan kemudian diuleni. Terdapat alat berupa silinder yang terbuat dari kayu fungsinya sebagai pengukur, memiliki diameter 7 cm dan 1,75 m pengukuran ini dilakukan ke adonan terus-menerus selama kurang lebih 15 menit.

- Pembentukan Lembaran

Adonan yang sudah diuleni sampai kalis sebagian dimasukkan ke dalam mesin pembuat mie untuk dibuat bentuk-bentuk lembaran. Hal ini dilakukan berulang kali agar lembaran tadi menjadi tipis.

- Pembentukan Mie

Proses pembentukan mie dilakukan dengan mesin pencetak mie yang digerakkan tenaga listrik. Alat pembentuk mie ini memiliki 2 rol yang masing-masing memiliki fungsi menipiskan mie dan mencetak mie. Awal pembentukan mie yaitu adonan harus dimasukkan ke dalam rol

yang pertama kemudian ke dalam rol kedua. Mie yang telah keluar dari rol itu lalu dipotong menggunakan gunting.

- Perebusan

Perebusan dilakukan hanya dikhususkan pada pembuatan mie kuning. Air dimasak dalam wajan sampai mendidih. Mie dimasak selama 2 menit sambil diaduk-aduk secara perlahan. Api yang digunakan untuk merebus mie harus besar agar menyingkat waktu. Jika waktu perebusan lama, mie akan menjadi lembek karena ada kandungan air yang masuk ke dalam mie (Astawan,2006).

- Pendinginan

Mie hasil dari perebusan kemudian ditiriskan, didinginkan secara cepat dengan cara disiram air serta ditambahkan minyak agar tekstur mie lebih terlihat halus dan tidak lengket. Pada saat pengolahan bahan pangan mempunyai mutu yang terbaik, tetapi hal ini hanya berlangsung sementara. Beberapa bahan pangan dapat menurun mutunya dalam satu atau dua hari atau dalam beberapa jam. Efek kerusakan oleh pertumbuhan mikroba, keefektifan enzim, perkembangbiakan serangga, pengaruh pemanasan atau pendinginan, kadar air, oksigen dan sinar, semuanya dipengaruhi oleh waktu. Umumnya waktu yang lebih lama akan menyebabkan kerusakan bahan yang lebih besar pada mie tersebut.

Setelah mie jadi, kemudian dikemas dalam plastik ukuran 500 gram atau sesuai dengan permintaan pelanggan. Dari penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa bahan baku yang digunakan dalam pembuatan mie basah Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua menggunakan bahan baku yang baik dan halal, dengan

kata lain tidak ada bahan campuran yang berbahaya untuk dikonsumsi.

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis pada bulan Januari 2021-Maret 2021 terdapat perubahan yang terlihat pada hasil kualitas produksi yang dibuat, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Rincian data hasil produksi Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua pada bulan Januari-Maret 2021**

Periode	Jumlah Produksi	Jumlah Produk Cacat/Rusak	Persentase	Harga Per Pcs	Kerugian
<b>Januari 2021</b>	<b>23.110</b>	<b>248</b>	<b>1,07%</b>	<b>Rp 6.000,00</b>	<b>Rp 1.488.000,-</b>
I	5.240	67	1,27%	Rp 6.000,00	Rp 402.000,-
II	5.770	59	1,02%	Rp 6.000,00	Rp 354.000,-
III	6.030	48	0,8%	Rp 6.000,00	Rp 288.000,-
IV	6.070	74	1,21	Rp 6.000,00	Rp 444.000,-
<b>Februari 2021</b>	<b>23.780</b>	<b>232</b>	<b>0,97%</b>	<b>Rp 6.000,00</b>	<b>Rp 1.392.000,-</b>
I	6.300	55	0,87%	Rp 6.000,00	Rp 330.000,-
II	5.840	71	1,21%	Rp 6.000,00	Rp 426.000,-
III	5.920	62	1,05%	Rp 6.000,00	Rp 372.000,-
IV	5.720	44	0,77%	Rp 6.000,00	Rp 264.000,-
<b>Maret 2021</b>	<b>25.290</b>	<b>314</b>	<b>1,24%</b>	<b>Rp 6.000,00</b>	<b>Rp 1.884.000,-</b>
I	6.580	82	1,25%	Rp 6.000,00	Rp 492.000,-
II	6.120	83	1,36%	Rp 6.000,00	Rp 498.000,-
III	6.230	79	1,27%	Rp 6.000,00	Rp 474.000,-
IV	6.360	70	1,1%	Rp 6.000,00	Rp 420.000,-

Sumber : Data yang telah diolah

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan kualitas hasil produksi dari Usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua. Peningkatan signifikan terlihat pada bulan Februari 2021 dimana kecacatan produk hanya sebesar 0,97% dari hasil produksi dengan total 232 bungkus. Kerugian yang diperolehpun menjadi menurun, yang awalnya mencapai 2 juta-an menjadi kisaran 1 juta saja.

Langkah yang dilakukan karyawan demi meminimalisir adanya kecacatan produk dilakukan dengan cara lebih memperhatikan waktu pengukusan mie yang harus tepat waktu.

### 3. Distribusi

Barang yang sudah jadi yang dihasilkan oleh usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua kemudian harus segera langsung disalurkan ke pelanggan. Hal ini disebabkan karena produk mie basah hanya dapat bertahan selama 3-4 hari. Dalam menyalurkan produknya itu merupakan bagian dari tugas divisi penjualan. Mereka tidak menggunakan jasa pengiriman, tetapi hanya memanfaatkan karyawan yang bekerja di sana.

Berikut tabel pendistribusian produk Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua pada bulan Maret 2021:

**Tabel 4.2**  
**Rincian Pendistribusian Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua Bulan**  
**Maret 2021**

Daerah Distribusi	Jumlah Permintaan Pada Bulan Februari 2021 (pcs)	Harga Per Pcs	Total
Pasar Ijabah	3.200	Rp 6.000,-	Rp 19.200.000,-
Pasar Harapan Baru	3.400	Rp 6.000,-	Rp 20.400.000,-
Pasar Loa Janan	5.500	Rp 6.000,-	Rp 33.000.000,-
Pasar Palaran	3.800	Rp 6.000,-	Rp 22.800.000,-
Pasar Segiri	3.000	Rp 6.000,-	Rp 18.000.000,-
Pasar Kedondong	2.000	Rp 6.000,-	Rp 12.000.000,-
Pasar Pagi	1.496	Rp 6.000,-	Rp 8.976.000,-
Pasar Kemuning	1.200	Rp 6.000,-	Rp 7.200.000,-
Pasar Tenggarong	1.380	Rp 6.000,-	Rp 8.280.000,-
<b>Total</b>	<b>24.976</b>	<b>Rp 6.000,-</b>	Rp 149.856.000,-

Sumber : Data yang telah Diolah

### 4. Customer (Pelanggan)

Setelah produk sampai ditangan pengecer seperti penjual di pasar-pasar tradisional atau warung sembako, lalu mereka menjual kembali produk mie basah tersebut kepada masyarakat. Masyarakat disini adalah *end user* (konsumen akhir). Ini adalah tahap proses terakhir dalam manajemen rantai pasokan pada usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang manajemen rantai pasokan di dalam UKM Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sistem rantai pasokan belum dilakukan secara sempurna. Dalam hal ini rantai pasok masih menggunakan sistem konvensional dalam arti bermitra erat dengan para pemasoknya. Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua tidak memiliki departemen logistik sendiri. Biasanya mereka mengantar sendiri produk yang mereka pasarkan ke pelanggan satu ke pelanggan lainnya. Skala usaha dan kendala biaya adalah alasan yang umum bagi UMKM untuk memilih tidak memiliki departemen logistik sendiri. Untuk efisiensi yang ingin dicapai Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua masih belum dapat maksimal dikarenakan mereka tidak menerapkan manajemen rantai pasokan secara keseluruhan
2. Manajemen Rantai Pasokan yang dijalankan oleh usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua belum menerapkan sistem manajemen modern. Meskipun demikian, usaha ini secara tidak langsung telah mengimplementasikan manajemen rantai pasokan, serta pengiriman ke lapangan. Dengan metode kemitraan yang erat dengan *supplier* Mie Sinar Sulawesi cap Angsa Dua tetap bisa menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Terbukti dengan metode kemitraan yang erat dengan *supplier* ini Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua cukup berhasil dalam menjalankan bisnisnya hingga berkembang seperti sekarang.

## 5.2. Saran

1. Untuk mengatasi permasalahan sistem rantai pasokan yang belum maksimal dari usaha Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua, sebaiknya mereka harus mengevaluasi serta memberikan perbaikan pada manajemen rantai pasokannya. Dengan cara melakukan *feedback* dan mencari tahu apa keinginan konsumen, apakah mereka sudah puas dengan kualitas mie yang diproduksi. Kemudian dari distribusinya dapat diperhitungkan, seberapa banyak warung atau outlet yang penjualan miennya dirasa lebih membutuhkan stok yang banyak dan diperkirakan tidak menyisakan mie yang kadaluarsa 2-3 hari kedepan, tidak lupa memberikan masukan kepada warung-warung yang menjual mie basah ini bagaimana cara penyimpanan mie yang baik agar mie yang dijual tetap terjaga kualitasnya sampai ke tangan konsumen. Setelah diketahui jumlah rata-rata produk yang dibutuhkan untuk dijual, maka didapatkan hasil seberapa banyak bahan baku yang diperlukan untuk produksi mie ke *supplier*. Hal ini bertujuan agar tidak terjadinya kelebihan atau kekurangan stok bahan baku.
2. UMKM Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua sebaiknya melakukan pengembangan inovatif dari segi prosedur dan fasilitas produksi untuk meningkatkan kapasitas produksi sehingga dapat mengembangkan struktur rantai pasokan serta memperluas jaringan wilayah pasar yang potensial.
3. Memanfaatkan teknologi informasi yang semakin canggih, misalnya seperti media sosial untuk memasarkan produknya agar produk dapat terjual ke berbagai daerah, bukan hanya di Samarinda.
4. Menambah tenaga kerja agar pekerja dapat fokus mengerjakan tugas masing-masing untuk meminimalisir keterlambatan ataupun tersendatnya

kegiatan produksi Mie Sinar Sulawesi Cap Angsa Dua.

5. Menyediakan alarm yg berfungsi agar perebusan mie lebih tepat waktu dan membeli kipas angin baru untuk pendinginan mie yang sudah direbus tadi agar cepat dingin.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Abdul Wahab, Solichin, 1990, Pengantar Analisis Kebijakan Negara, Rineka Cipta, Jakarta.
- Ali, Lukman. 1995. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Balai Pustaka.
- Assauri, Sofyan, 2008. Manajemen Produksi dan Operasi. Edisi Revisi. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Astawan, M, 2006, “*Membuat Mie dan Bihun*”, Penebar Swadaya. Bogor.
- Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, Pengantar Manajemen Edisi Pertama, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 351-352.
- Haming, H.M., dan Nurnajammuddin, H.M. 2011. Manajemen Produksi Modern, Buku 1, Edisi Kedua.
- Ling Li, Pearson Internasional Edition Operation management, (Jakarta: penerbit Pearson Prentice, 2007)h.8.
- Mintzberg, Henry, James Brian Quinn, dan Jhon Voyer, 1995, “*The Strategy Process*”. London: Prentice Hall International, Inc.
- Pujawan, I Nyoman dan Mahendrawathi ER. 2010. Supply Chain Management. Edisi 2. Surabaya: Guna Widya.
- Pujawan, I.N., dan Mahendrawati E.R. 2017. Supply Chain Management. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Roger G Schroeder, Manajemen Operasi, (Jakarta: Erlangga, 2003 ), h. 23-25
- Salim, Peter dan Yenny Salim. 2002. Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer. Jakarta: Modern English Press.
- Setiawan Guntur. 2004. Implementasi dalam Birokrasi Pembangunan. Jakarta. Balai Pustaka.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Penerbit Alfa Beta, Bandung.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Penerbit Alfa Beta, Bandung.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Penerbit Alfa Beta, Bandung.

Simchi-Levi, David. 2003, *Designing and Managing the Supply Chain – Concepts, Strategies and Case Studies*, 2nd ed., International Edition. McGrawHill/Irwin. New York.

Turban, E., R.K Rainer Jr dan R.E. Porter. 2004. *Information technology for management* 4th edition. John Wiley & Sons, Inc.

Usman, Nurdin. 2002. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Grasindo: Jakarta.

Widyaningsih dan Martini. 2006. “*Alternatif Pengganti Formalin Pada Produk Pangan*”, Trubus Agrisaran, Surabaya.

Williem Sahaya, *Sukses Supply Chain Management Akses Demand Chain Management*, (Jakarta: Penerbit In Media, 2013), h.25.

Williem Sahaya, *Sukses Supply Chain Management Akses Demand Chain Management*, (Jakarta: Penerbit In Media, 2013), h.27.

### **Sumber Jurnal**

Chairul Furqon.2014. ANALISIS MANAJEMEN DAN KINERJA RANTAI PASOKAN AGRIBISNIS BUAH STROBERI DI KABUPATEN BANDUNG, Program Studi Manajemen Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.

Desi Ariani. 2013. Analisis Pengaruh Supply Chain Management terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada IKM Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat).

Kristina Paoki, Paulus Kindangen, Arrazi Hasan Jan .2016. Analisis Manajemen Rantai Pasokan Pada Ponsel Samsung Di Samsung Center Itc Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Volume 16 No. 04.

### **Sumber Skripsi**

Puput Tri Hamidah. 2019. Analisis supply chain management dalam upaya meningkatkan produksi pada PT. PP London Sumatra Indonesia, tbk.

# LAMPIRAN

### **Lampiran 1. Draft Pertanyaan:**

1. Sudah berapa lama UMKM ini berjalan dan mengapa bisa tercetus ide usaha mie ini ?
2. Berapa banyak karyawan yang ada dan bagaimana sistem pengupahannya ?
3. Bagaimana pembagian kerja karyawan dalam sistem produksi ?
4. Berapa banyak penggunaan bahan baku yang digunakan dalam sekali produksi ?
5. Berapa kali produksi dalam sehari atau seminggu ?
6. Berapa banyak pengeluaran modal untuk penggunaan bahan baku dalam sekali produksi ?
7. Apa ada perubahan harga selama UMKM ini terbentuk, baik dari harga pembelian bahan baku dan penjualan hasil produksi ?
8. Apa pernah mengalami kerugian selama UMKM ini berjalan, kalau iya apa faktor yang membuat kerugian itu terjadi ?
9. Berapa banyak agen atau supplier yang didistribusikan oleh produk mie ini ?
10. Apakah berkurang atau bertambah supplier yang berminat pada produk mie ini ?
11. Berapa kali mendistribusikan hasil produksi pada supplier ? Apakah setiap selesai produksi ?
12. Bagaimana sistem pendistribusian hasil produk kepada supplier ?
13. Bagaimana metode manajemen UMKM ini dalam mengatur produksi, para tenaga kerja dan dalam menghitung keuntungan dan kerugian selama ini ?
14. Bagaimana cara memasarkan produk sehingga mendapatkan supplier?
15. Bagaimana cara mengatasi persaingan dan bisa bertahan hingga saat ini ?

## Lampiran 2. Dokumentasi



1. Pencampuran bahan baku



2. Bahan baku yang sudah tercampur kemudian dipipihkan dimesin walas



**3. Mie yang pipih kemudian dibuat lebih tipis lagi di mesin penggilingan**



**4. Mie dipotong untuk dimasukkan ke dalam mesin pemotong mie**



**5. Proses pemotongan mie dengan mesin**



**6. Mie yang sudah dipotong dimasukkan ke dalam tempat untuk dikukus**



**7. Pengukusan mie yang masih menggunakan alat tradisional dan memakai arang**



**8. Proses pendinginan mie yang sudah dikukus**





9. Menyablon plastik kemasan mie untuk membungkus mie yang sudah ditimbang



10. Penyerahan bantuan alat tambahan berupa kipas angin agar proses pendinginan mie lebih cepat dari sebelumnya