

ANALISIS *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* SEBAGAI FAKTOR KEBERHASILAN UMKM ERA DIGITAL

(Studi Kasus pada Kopi Oyi Kota Batu)

SKRIPSI

Diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

KHARISMA TIARA MAHARANI

NPM 22101092012



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
MALANG**

2025

RINGKASAN

Kharisma Tiara Maharani, **Analisis *Supply Chain Management* sebagai Faktor Keberhasilan UMKM Era Digital (Studi Kasus pada Kopi Oyi Kota Batu)**, Dosen Pembimbing I Dr. Siti Saroh, M.Si., Dosen Pembimbing II Rio Era Deka, S.Pd., MM.,

Di era digital, pengelolaan rantai pasok memiliki peluang besar untuk ditingkatkan melalui penerapan teknologi informasi, seperti penggunaan aplikasi pencatatan stok, sistem pemesanan digital, dan komunikasi daring dengan pemasok. Pemanfaatan teknologi digital dapat membantu UMKM mempertahankan ketersediaan bahan baku yang sulit diperoleh di pasaran, menghindari pembelian dengan harga tinggi, serta meningkatkan efisiensi operasional.

Selain itu, penerapan manajemen rantai pasok dengan pemanfaatan teknologi digital juga berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen, karena ketersediaan produk dapat terjaga. Secara keseluruhan, manajemen rantai pasok dengan memanfaatkan teknologi digital dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja operasional, efisiensi biaya, dan peningkatan pendapatan, sehingga berkontribusi pada keberhasilan usaha di era digital.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta diuji menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok pada UMKM ini masih dilakukan secara sederhana dan kurang memadai, sehingga menimbulkan beberapa permasalahan pada ketersediaan bahan baku yang dapat menghambat proses produksi. Tantangan tersebut berisiko mengurangi pendapatan usaha, sehingga diperlukan perbaikan dalam sistem pengelolaan pasokan bahan baku.

Kata kunci: *Supply Chain*, Era Digital, UMKM, Keberhasilan Usaha

SUMMARY

Kharisma Tiara Maharani, *Analysis of Supply Chain Management as a Success Factor for MSMEs in the Digital Era (Case Study on Kopi Oyi, Batu City)*, Supervisor I Dr. Siti Saroh, M.Si. Supervisor II Rio Era Deka, S.Pd., MM.

In the digital era, supply chain management offers significant potential for improvement through the application of information technology, such as stock tracking applications, digital ordering systems, and online communication with suppliers. Utilizing digital technology can help MSMEs maintain the availability of raw materials that are difficult to obtain on the market, avoid high-priced purchases, and improve operational efficiency.

Furthermore, implementing supply chain management using digital technology also increases customer satisfaction by ensuring product availability. Overall, supply chain management utilizing digital technology can positively impact operational performance, cost efficiency, and increase revenue, thus contributing to business success in the digital era.

This study employed a descriptive qualitative method, collecting data through interviews, observation, and documentation, and tested using triangulation techniques.

The results indicate that supply chain management in this MSME is still rudimentary and inadequate, leading to several issues with raw material availability that can hamper production. These challenges risk reducing business revenue, necessitating improvements in the raw material supply management system.

Keywords: Supply Chain, Digital Era, MSMEs, Business Success

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UMKM berperan penting dalam perekonomian karena kemampuannya menyerap tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal maupun nasional. Selain itu, UMKM menjadi sarana pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan potensi daerah dan pengembangan usaha berbasis kearifan lokal. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi pada peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), namun juga berperan penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi tingkat pengangguran, serta mendukung pemerataan ekonomi di lingkungan masyarakat. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023, UMKM menyumbang kurang lebih 61% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja Indonesia. Presentase ini menunjukkan seberapa besar peran UMKM dalam menopang ketahanan ekonomi nasional, terutama di tengah kondisi ekonomi global yang fluktuatif.

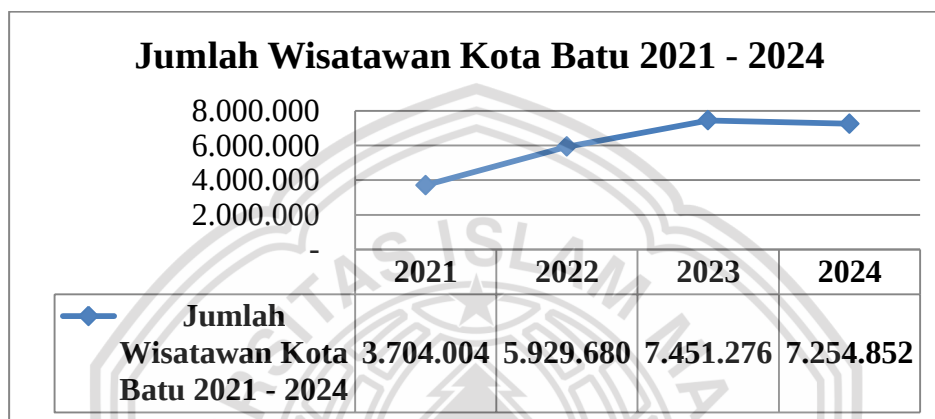
Selain kontribusinya secara makro, UMKM juga memiliki peranan sosial yang penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di tingkat lokal. Dengan modal yang kecil dan kemampuan adaptasi yang tinggi, UMKM menjadi sarana bagi masyarakat untuk meningkatkan kemandirian ekonomi serta menciptakan inovasi produk dengan mengembangkan potensi lokal. Meskipun memiliki peran strategis, UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan usaha. Permasalahan yang umum terjadi meliputi

keterbatasan modal, rendahnya kemampuan manajerial, serta sistem operasional yang belum tertata dengan baik. Kondisi tersebut berpotensi menghambat efisiensi dan keberlanjutan usaha.

Kota Batu sebagai daerah tujuan wisata memiliki potensi besar bagi perkembangan UMKM, khususnya pada sektor kuliner. Peningkatan kunjungan wisatawan berdampak pada meningkatnya permintaan produk makanan dan minuman, sehingga menuntut kesiapan UMKM dalam menjaga kualitas produk dan ketersediaan bahan baku. Berdasarkan data Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan, dan Perindustrian Kota Batu, terdapat 357 unit UMKM di bidang makanan dan minuman yang berada di bawah program pembinaan pemerintah daerah. Melalui program tersebut, pelaku usaha mendapatkan pelatihan di bidang manajemen pemasaran, pengelolaan keuangan, digital marketing, serta penguatan branding produk. Upaya pembinaan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing pelaku UMKM agar mampu bersaing tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga menjangkau konsumen yang lebih luas melalui *platform* digital.

Sebagai kota wisata, sektor pariwisata Kota Batu juga menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi daerah. Keberadaan berbagai destinasi wisata alam dan buatan menarik kunjungan wisatawan dari berbagai daerah, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Batu kunjungan wisatawan dari tahun 2021 hingga 2024, terdapat peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Peningkatan jumlah wisatawan ini berdampak langsung terhadap meningkatnya

permintaan produk dan jasa, khususnya di sektor kuliner. Kondisi tersebut membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha, juga menuntut kesiapan operasional yang lebih baik. Oleh karena itu, UMKM di Kota Batu perlu memiliki sistem pengelolaan usaha yang mampu menyesuaikan diri dengan permintaan konsumen di pasaran.



Gambar 1. Data Wisatawan Kota Batu 2021-2024

Sumber: Data diolah (2025)

Peningkatan jumlah wisatawan ini menjadi peluang besar bagi pelaku UMKM kuliner untuk memperluas pasar. Produk makanan dan minuman khas daerah dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, baik sebagai konsumsi langsung maupun sebagai oleh-oleh. Namun demikian, peningkatan permintaan juga menuntut kesiapan pelaku usaha dalam mengelola ketersediaan bahan baku, menjaga kualitas produk, serta memastikan pelayanan yang cepat dan konsisten. Di sinilah pentingnya penerapan *Supply Chain Management* yang efektif dalam mendukung keberlangsungan usaha.

Menurut Render dan Heizer (2017;444), *Supply Chain Management* merupakan integrasi aktivitas pengadaan bahan dan jasa, pengolahan menjadi barang setengah jadi atau produk akhir, serta distribusi kepada pelanggan

dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan kepuasan konsumen. Dalam konteks UMKM, penerapan *Supply Chain Management* tidak hanya mencakup proses produksi, tetapi juga mencakup perencanaan kebutuhan bahan baku, pengendalian stok, pemilihan pemasok, serta distribusi produk. *Supply Chain Management* yang baik dapat membantu pelaku UMKM menekan biaya operasional, menghindari kekurangan bahan baku, dan meningkatkan kecepatan pelayanan kepada pelanggan.

Sayangnya, dalam praktiknya, banyak UMKM di Indonesia belum menerapkan konsep *Supply Chain Management* secara optimal. Keterbatasan modal, kurangnya pemahaman terhadap teknologi informasi, serta pola kerja yang masih tradisional menjadi hambatan utama. Pengadaan bahan baku sering dilakukan tanpa perencanaan jangka panjang dan tidak disertai sistem pencatatan yang baik, sehingga ketika terjadi gangguan distribusi, proses produksi ikut terhenti. Kondisi ini mengindikasikan masih lemahnya integrasi rantai pasok di tingkat UMKM, yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya kinerja usaha dan kepuasan pelanggan.

Permasalahan tersebut juga dialami oleh Kopi Oyi, salah satu UMKM kuliner yang berdiri sejak November 2021 di Desa Oro-Oro Ombo, Kota Batu. Kopi Oyi merupakan kedai kopi dengan konsep sederhana yang menawarkan berbagai menu makanan dan minuman dengan harga terjangkau. Strategi pemasaran Kopi Oyi memanfaatkan media digital seperti WhatsApp, GoFood, GrabFood, ShopeeFood, serta promosi dari mulut ke mulut. Kopi Oyi sebagai salah satu UMKM kuliner di Kota Batu masih menghadapi kendala dalam

pengelolaan rantai pasok. Proses pengadaan bahan baku yang belum terencana dengan baik serta ketergantungan pada pemasok tertentu menyebabkan ketidakstabilan persediaan dan berpotensi mengganggu kelancaran produksi. Pengadaan bahan baku dilakukan berdasarkan intuisi dan ketersediaan dana tanpa adanya perencanaan stok yang sistematis.

Pemilik usaha sering mengalami kendala seperti keterlambatan pasokan bahan baku, perubahan harga mendadak, dan ketidakstabilan kualitas bahan. Beberapa kali, menu tertentu harus dihentikan sementara karena stok bahan tidak tersedia. Kondisi ini memperlihatkan adanya ketidakseimbangan antara pasokan dan permintaan sebagaimana dijelaskan oleh Chopra dan Meindl (2016), bahwa kurangnya koordinasi dalam rantai pasok dapat menimbulkan fluktuasi persediaan, peningkatan biaya penyimpanan, dan penurunan efisiensi operasional.

Selain itu, perkembangan teknologi digital seharusnya dapat menjadi solusi bagi permasalahan tersebut. Digitalisasi memungkinkan pelaku UMKM untuk mengadopsi sistem pencatatan stok otomatis, pemesanan daring, serta pengawasan distribusi secara real-time. Namun, tingkat adopsi teknologi di kalangan UMKM masih rendah karena keterbatasan pengetahuan dan kebiasaan kerja manual. Padahal, penerapan teknologi digital dalam *Supply Chain Management* tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga mendukung transparansi dan pengambilan keputusan yang lebih cepat.

Transformasi digital telah menciptakan perubahan mendasar dalam pengelolaan aktivitas bisnis, termasuk pada sistem rantai pasok. Pemanfaatan

teknologi digital memungkinkan proses rantai pasok dilakukan secara lebih terintegrasi, mulai dari pengadaan bahan baku, pengendalian persediaan, hingga distribusi produk kepada konsumen. Bagi UMKM di sektor kuliner, penggunaan sistem berbasis digital seperti pencatatan stok elektronik, akses pasar bahan baku secara daring, serta layanan distribusi digital dapat meningkatkan efektivitas kerja dan meminimalkan hambatan pasokan. Meskipun demikian, penerapan sistem tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh sebagian besar UMKM. Hambatan utama yang dihadapi meliputi rendahnya kemampuan penggunaan teknologi, keterbatasan pendampingan, serta keraguan pelaku usaha terhadap keandalan sistem digital.

Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi teknologi digital dan tingkat penerapannya di lapangan. Penelitian-penelitian terdahulu sebagian besar berfokus pada aspek pemasaran digital (*digital marketing*) sebagai penentu utama keberhasilan UMKM. Kajian mengenai bagaimana *Supply Chain Management* yang terintegrasi dengan teknologi digital mampu mendukung keberhasilan operasional UMKM masih belum banyak dilakukan, terutama di sektor kuliner yang memiliki ketergantungan tinggi pada bahan baku yang cepat rusak dan harus dikelola dengan cermat.

Lebih jauh lagi, sektor kuliner di kota wisata seperti Kota Batu memiliki tantangan yang unik dibandingkan dengan daerah lain. Fluktuasi jumlah wisatawan menyebabkan permintaan terhadap produk makanan dan minuman cenderung tidak stabil, terutama pada musim liburan dan akhir pekan. Hal ini menuntut pelaku usaha seperti Kopi Oyi untuk mampu menyesuaikan strategi

perencanaan stok yang bertujuan untuk menghindari kelebihan atau kekurangan bahan baku. Ketidakseimbangan antara pasokan dan permintaan dapat menyebabkan kerugian, baik dalam bentuk pemborosan bahan, penurunan kualitas produk, maupun kehilangan pelanggan. Sehingga, penerapan *Supply Chain Management* yang efektif dan adaptif menjadi kebutuhan yang mendesak bagi UMKM kuliner di kawasan wisata.

Selain itu, adanya perubahan perilaku konsumen di era digital juga turut memengaruhi sistem rantai pasok. Konsumen saat ini menuntut kecepatan pelayanan, kemudahan pemesanan, serta konsistensi kualitas produk. Dalam konteks bisnis kuliner seperti Kopi Oyi, pelanggan tidak hanya datang langsung ke tempat, tetapi juga memesan melalui platform daring seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki sistem pengelolaan stok yang akurat agar dapat memenuhi permintaan secara cepat tanpa mengorbankan kualitas layanan. Dengan kata lain, efektivitas *Supply Chain Management* berperan langsung dalam menjaga kepuasan pelanggan dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Lebih jauh, implementasi *Supply Chain Management* yang baik juga berkontribusi terhadap pengendalian biaya produksi. Misalnya, melalui perencanaan pengadaan bahan baku yang lebih tepat, pelaku usaha dapat mengurangi pemborosan dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya. Di sisi lain, hubungan yang baik dengan pemasok juga dapat menciptakan kolaborasi jangka panjang yang menguntungkan kedua belah pihak. Dalam

jangka yang panjang, hal ini akan menciptakan rantai pasok yang lebih stabil, efisien, dan berkelanjutan.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, penelitian ini tidak hanya penting untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM dalam manajemen rantai pasok, tetapi juga untuk menggali bagaimana strategi digital dapat digunakan untuk mengatasinya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas pengetahuan teoritis berupa pemahaman baru mengenai peran *Supply Chain Management* dalam keberhasilan UMKM di era digital, serta kontribusi praktis berupa rekomendasi bagi pelaku UMKM dan pemerintah daerah dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan rantai pasok melalui inovasi dan digitalisasi.

Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti melakukan kajian terhadap permasalahan yang diangkat melalui penelitian dengan judul “**Analisis Supply Chain Management sebagai Faktor Keberhasilan UMKM Era Digital (Studi Kasus pada Kopi Oyi Kota Batu)**”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana pengelolaan rantai pasok yang efektif mampu mendukung keberhasilan UMKM. Di samping itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi pelaku usaha dan pihak pemerintah dalam merumuskan strategi dalam peningkatan daya saing UMKM di tengah dinamika ekonomi digital yang semakin kompetitif.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi Manajemen Rantai Pasok pada Kopi Oyi?
2. Bagaimana pengelolaan Manajemen Rantai Pasok dalam menjaga ketersediaan bahan baku di Kopi Oyi?
3. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh Kopi Oyi dalam Manajemen Rantai Pasok?
4. Apa saja dampak yang ditimbulkan dalam Manajemen Rantai Pasok pada Kopi Oyi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran Manajemen Rantai Pasok pada Kopi Oyi
2. Mengetahui pengelolaan Manajemen Rantai Pasok dalam menjaga ketersediaan bahan baku di Kopi Oyi
3. Mengetahui tantangan dari pengelolaan Manajemen Rantai Pasok terhadap Kopi Oyi
4. Mengetahui dampak yang ditimbulkan dalam Manajemen Rantai Pasok pada Kopi Oyi

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

a. Manfaat Teoritis

1. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terkait dengan dinamika perkembangan UMKM di era digital, khususnya dalam manajemen rantai pasok. Selain itu, penelitian ini juga menjadi sarana pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.

2. Manfaat bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau sumber literatur tambahan dalam kajian ilmiah mengenai tantangan UMKM sektor kuliner di era digital dalam mempertahankan stok bahan baku. Selain itu, penelitian ini juga dapat memicu penelitian lanjutan yang lebih mendalam mengenai topik serupa.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku UMKM, khususnya Kopi Oyi dalam mempertahankan rantai pasok. Selain itu, hasil penelitian ini juga bisa menjadi bahan pertimbangan bagi pihak terkait dalam mendukung pengembangan UMKM di era digital.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, untuk memudahkan peneliti dan juga pembaca maka akan dibuat pembahasan yang sistematis dari awal hingga akhir bab yang saling berhubungan. Sebelum memasuki bab pertama, terdapat halaman sampul, halaman judul, halaman motto, formulir persetujuan skripsi, formulir persetujuan dewan ujian, halaman pernyataan orisinal, abstrak, sinopsis, kata

pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar isi gambar atau grafik, dan daftar file terlampir.

Uraian babnya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (baik teoritis maupun praktis), serta sistematika penulisan. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran awal tentang alasan dan arah penelitian yang dilakukan.

BAB II : TINJAUAN PUSAKA

Bab ini menjelaskan kajian literatur dan teori-teori yang relevan dengan penelitian, yakni *Supply Chain Management* pada UMKM. Di dalamnya juga terdapat kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu sebagai referensi untuk mendukung penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan pendekatan dan jenis penelitian, fokus penelitian, pemilihan lokasi dan situs penelitian, sumber data, pengumpulan data, instrumen penelitian dan metode analisis.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini memuat informasi mengenai kondisi geografis, demografis, dan sosial ekonomi lokasi penelitian, yaitu Desa Oro-Oro Ombo, Kota Batu, serta profil singkat UMKM Kopi Oyi yang menjadi objek kajian.

BAB V : TEMUAN-TEMUAN PENELITIAN DAN PENYAJIAN DATA

Bab ini menyajikan data-data yang diperoleh dari lapangan secara deskriptif, baik berupa hasil wawancara, observasi, dokumentasi, maupun data sekunder yang mendukung. Tujuannya adalah menampilkan informasi yang akan dianalisis di bab berikutnya.



BAB VI : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas dan menganalisis temuan data berdasarkan teori-teori yang telah diuraikan pada Bab II. Di sini akan dibahas *Supply Chain Management* pada Kopi Oyi untuk mempertahankan stok bahan baku pada usaha.

BAB VII : PENUTUP

Bab terakhir berisi simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat diberikan, baik untuk pihak Kopi Oyi, pelaku UMKM lainnya, maupun penelitian selanjutnya.



BAB VII

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis *Supply Chain Management* sebagai Faktor Keberhasilan UMKM Era Digital (Studi pada Kopi Oyi di Kota Batu), dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi Manajemen Rantai Pasok Kopi Oyi

Rantai pasok pada UMKM Kopi Oyi masih berjalan secara manual dan sederhana. Pemilik menjadi aktor utama dalam hampir seluruh aktivitas supply chain, mulai dari pengadaan bahan baku, pengelolaan persediaan, produksi, hingga distribusi. Sistem pencatatan dan perencanaan stok belum baku, sehingga keputusan lebih banyak didasarkan pada pengalaman dan perkiraan harian.

2. Pengelolaan *supply chain* dalam menjaga ketersediaan bahan baku

Kopi Oyi belum memiliki manajemen rantai pasok yang terstruktur. Sebagian besar bahan baku diperoleh dari *marketplace* daring (Shopee), sementara pemasok tetap hanya tersedia untuk bahan utama seperti ayam dan pisang. Ketiadaan *buffer stock* serta pengelolaan stok yang sederhana menimbulkan potensi keterlambatan pelayanan apabila terjadi kehabisan bahan atau keterlambatan pengiriman dari pemasok.

3. Tantangan *Supply Chain* pada Kopi Oyi

Terdapat beberapa tantangan utama, di antaranya:

- a. Ketergantungan pada pemasok tidak tetap, terutama dari *marketplace online*.
- b. Ketiadaan sistem pencatatan persediaan yang jelas.
- c. Risiko ketidakkonsistenan produk jika stok bahan tertentu habis.
- d. Keterbatasan SDM, karena seluruh operasional hanya ditangani oleh pemilik dan satu karyawan.
- e. Jangkauan distribusi masih terbatas di area Kota Batu.

Secara umum, kondisi ini menunjukkan bahwa Kopi Oyi telah mampu bertahan dan berkembang di era digital dengan memanfaatkan *platform* digital untuk distribusi. Namun, tantangan dalam pengelolaan rantai pasok masih menjadi faktor penting yang perlu dibenahi agar usaha dapat lebih efisien, konsisten, dan berkelanjutan.

B. Saran

1. Untuk Kopi Oyi
 - a. Kopi Oyi perlu memperluas jaringan pemasok dan menjalin kontrak sederhana dengan pemasok tetap, tidak hanya untuk ayam dan pisang, tetapi juga untuk bahan tambahan lain. Hal ini akan menjamin kontinuitas pasokan, mengurangi risiko keterlambatan pengiriman, serta membantu menjaga kualitas produk.
 - b. Disarankan mulai menggunakan sistem pencatatan sederhana seperti aplikasi kasir digital, spreadsheet, atau buku catatan terstruktur.

Pencatatan ini akan memudahkan pemilik untuk mengetahui kebutuhan bahan secara akurat, mengurangi risiko kehabisan stok, dan mendukung perencanaan pembelian yang lebih baik.

- c. Untuk bahan dengan daya simpan lebih lama (contohnya bubuk perasa, bahan kering, atau kemasan), Kopi Oyi perlu menyiapkan persediaan cadangan. *Buffer stock* ini penting untuk menghadapi lonjakan permintaan, terutama pada musim liburan dan akhir pekan.
 - d. Selama ini operasional masih ditangani oleh pemilik dan satu karyawan. Penambahan tenaga kerja akan membantu meringankan beban kerja, meningkatkan kecepatan pelayanan, serta menjaga kualitas layanan ketika jumlah pesanan meningkat.
 - e. Kopi Oyi dapat menjajaki kerja sama dengan jasa ekspedisi lokal atau memperluas jangkauan layanan pesan antar untuk menjangkau konsumen di luar wilayah Oro-Oro Ombo dan sekitar Kota Batu.
2. Untuk UMKM Lain ★★★★★★★★
- a. Fokus pada *supply chain*, bukan hanya pemasaran digital. Pengelolaan rantai pasok adalah fondasi keberlangsungan usaha. UMKM perlu memastikan ketersediaan bahan baku yang stabil, selain gencar melakukan promosi *online*.
 - b. Pemanfaatan teknologi sederhana seperti menggunakan aplikasi gratis atau murah untuk pencatatan persediaan, transaksi, hingga laporan keuangan. Hal ini akan meningkatkan efisiensi operasional dan membantu dalam pengambilan keputusan bisnis.

- c. Menjalिन hubungan baik dengan pemasok lokal dapat meningkatkan kepercayaan, kontinuitas pasokan, serta mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.
- d. UMKM dapat memanfaatkan lebih dari satu *platform* digital (misalnya GoFood, GrabFood, ShopeeFood) sekaligus, agar distribusi produk lebih luas dan risiko ketergantungan pada satu *platform* dapat diminimalkan.

3. Untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian ini hanya menggunakan satu UMKM sebagai objek penelitian, sehingga penelitian mendatang diharapkan dapat membandingkan beberapa UMKM dengan jenis usaha, skala, atau lokasi yang berbeda untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.
- b. Penelitian mendatang disarankan menggunakan metode kuantitatif agar kontribusi *Supply Chain Management* terhadap kinerja UMKM dapat diukur secara lebih objektif. Misalnya dengan indikator efisiensi biaya, tingkat pemenuhan pesanan, atau kepuasan pelanggan.
- c. Peneliti selanjutnya dapat mendalami sejauh mana teknologi digital (seperti *marketplace*, aplikasi *inventory*, atau *platform* logistik) berperan dalam memperkuat manajemen rantai pasok UMKM.
- d. *Supply Chain Management* dapat diteliti lebih lanjut dengan menghubungkannya pada aspek manajemen keuangan, inovasi

produk, atau strategi pemasaran digital untuk melihat keterkaitan antar faktor keberhasilan UMKM di era digital.



DAFTAR PUSTAKA

- Andy Prasetyo Wati dkk. (2019). *DIGITAL MARKETING*. Malang: Edulitera.
- Ariani, D. W. (2017). *Manajemen Operasi (Edisi 3)*. Tangerang: Universitas Terbuka.
- Badan Pusat Statistik Indones. (2025, February 05). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2024*. Retrieved June 09, 2025, from BPS Indonesia:
<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/02/05/2408/ekonomi-indonesia-tahun-2024-tumbuh-5-03-persen--c-to-c---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-5-02-persen--y-on-y---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-0-53-persen--q-to-q--.html>
- Badan Pusat Statistik Jawa Timur. (2024). *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten/Kota Tujuan di Jawa Timur*. Retrieved January 30, 2025, from Badan Pusat Statistik Jawa Timur:
<https://malangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjA3IzI=/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-kabupaten-kota-tujuan-di-jawa-timur.html>
- Ballou, R. H. (2004). *Business Logistics Management: Planning, Organizing, and Controlling the Supply Chain*. New Jersey: Pearson/Prentice Hall.
- Bella Nandita, Ma'mun Sarma, Mukhammad Najib. (2018). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keberhasilan UMKM Pengolahan Buah dan Pengolahan Susu. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 1-9.

- Christoper, M. (2011). *Logistics & Supply Chain Management*. London: Pearson Education Limited.
- Dariz Radyananda Barus dkk. (2023). Tantangan dan Strategi Pemasaran di Era Teknologi dan Digitalisasi. *Journal of Creative Student Research*, 357-365.
- Diharto, A. K. (2022). *Manajemen Inovasi dan Kreativitas*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Donald J. Bowersox, D. J. (1996). *Logistical Management: The Integrated Supply Chain Process*. McGraw-Hill: New York.
- Fajar Junaedi, E. S. (2022). *Digital Marketing untuk UMKM*. Yogyakarta: Dua Lima Grafika.
- Fajar Junaedi, Erwan Sudiwijaya. (2022). *Digital Marketing untuk UMKM*. Yogyakarta: Dua Lima Grafika.
- Harry Saptarianto, dkk. (2024). Menghadapi Tantangan Era Digital, Strategi Integrasi Media Sosial,. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 128-139.
- Heni Susilowati, S. d. (2022). *Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital*. Sukoharjo: CV. Eureka Media Aksara.
- Herjanto, E. (2003). *Manajemen Produksi Dan Operasi Edisi Ke 2*. Jakarta: Grasindo.
- Hezer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *OPERATIONS MANAGEMENT* . United States: Pearson Education, Inc.

- Ibnu Haris, Taryono, Mohammad Anwar Sani. (2023). Tantangan dan Peluang Manajemen Produksi dan Operasi di Era Digital. *JOURNAL OF ISLAMIC BUSINESS MANAGEMENT STUDIES*, 44-55.
- Indonesia.go.id. (2024, September 4). *UMKM Indonesia Makin Kuat: Program Level Up 2024 Siap Dorong Digitalisasi Bisnis*. Retrieved April 26, 2025, from [Indonesia.go.id: https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8587/umkm-indonesia-makin-kuat-program-level-up-2024-siap-dorong-digitalisasi-bisnis](https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8587/umkm-indonesia-makin-kuat-program-level-up-2024-siap-dorong-digitalisasi-bisnis)
- Indrajit, R. E., & Djokopranoto, R. (2002). *Konsep Manajemen Supply Chain*. Jakarta: PT Grasindo.
- Lambert, D. M., & Cooper, M. C. (2000). Issues in Supply Chain Management. *Industrial Marketing Management*, 65–83.
- Lucky Mahesa Yahya, Maulidini Adha, Dedi Firmansyah. (2023). ANALISIS RANTAI PASOK (SUPPLY CHAIN) UMKM GALAMAI TEK TAM DI KOTA PAYAKUMBUH. *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 88-96.
- Lukman. (2021). *Supply Chain Management*. Makassar: CV. CAHAYA BINTANG CEMERLANG.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2011). *Qualitative Data Analysis Edition 3*. California: SAGE Publications.
- Muhammad Al-Farabi Tsani dkk. (2024). Analisis rantai pasok bahan baku utama ayam pada rice bowl di UKM Tahu Baso Miwiti. *JUTIN : Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 2576-2581.

- Muhammad Dairobi, H. U. (2023). *Strategi UMKM Sukses dengan Digitalisasi dan Branding: Indonesia*. Banjarmasin: ULM Press.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, A. F. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Bandung: Harfa Creative.
- Nurul Daffa Naila, Hendra Riofita. (2024). TREN PEMASARAN DIGITAL: TANTANGAN, PELUANG, DAN STRATEGI INOVATIF DALAM MENGEMBANGKAN BISNIS DENGAN TEKNOLOGI DIGITAL. *Journal Pedia*, 282-296.
- Paramita, R. W., & dkk. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Lumajang: WIDYA GAMA PRESS.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *Management Marketing 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Putri, R. L. (2024). *Manajemen UMKM Terpadu*. Tangerang Banten: Minhaj Pustaka.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. A. (2017). *Management*. New York: Pearson Education.
- Rony Edward Utama, dkk. (2019). *MANAJEMEN OPERASI*. Tangerang: UM Jakarta Press.
- Rusdiana, H. (2014). *Manajemen Operasi*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.

- Schroeder, R. G. (2007). *Operations Management: Contemporary Concepts and Cases*. Singapore: McGraw-Hill.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Subagyo, P. (2000). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sunil Chopra, Peter Meindl. (2016). *Supply Chain Management Strategy, Planning, and Operation*. USA: Pearson Education, Inc.
- Tapscott, D. (1997). *Growing Up Digital*. New York: McGraw-Hill.
- Yamit, Z. (2003). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: Edinisia.