



---

## IMPLEMENTASI MANAJEMEN RANTAI PASOKAN PADA UMKM KOPERASI GARUDAYAKSA NUSANTARA, JAKARTA

Oleh

Abdulah Rakhman<sup>1</sup>, Liaw Bun Fa<sup>2</sup>, M. Fuad<sup>3</sup>, Bernadine<sup>4</sup>, Hafizah Rifiyanti<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Ilmu Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

<sup>5</sup>Program Studi Teknik Informatika, Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957

E-mail: [1abdullah.rakhman@kwikkiangie.ac.id](mailto:1abdullah.rakhman@kwikkiangie.ac.id)

---

### Article History:

Received: 04-02-2022

Revised: 19-02-2022

Accepted: 26-03-2022

### Keywords:

MSMEs, Supply Chain

Management, MSME

Performance, MSME Model

**Abstract:** *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) must be recognized as a strategic and important force to accelerate regional development, because the growth of Micro, Small, and Medium Enterprises is increasing every year, where the number of MSMEs in Indonesia in 2020 is 64.2 million units, and proven contributes 61 percent to GDP (Gross Domestic Income) (Airangga, 2021). MSME problems include financial and non-financial problems. To overcome these MSME problems, supply chain management can be implemented by implementing several activities, namely (1) management of managerial aspects aimed at increasing productivity, marketing capabilities, and human resource development, (2) capital aspects by collaborating with banks, and (3) partnership program to increase cooperation with suppliers and consumers. MSMEs who are members of the Garudayaksa Nusantara Cooperative in dealing with MSME problems apply the concept of supply chain management by choosing a few suppliers and an efficient distribution channel model, namely supplier-UMKM-consumer.*

---

## PENDAHULUAN

Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM) harus diakui sebagai kekuatan strategis dan penting untuk mempercepat pembangunan daerah, oleh karena pertumbuhan Usaha Mikro kecil dan Menengah setiap tahun mengalami peningkatan, dimana jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2016 sebanyak 48,9 Juta unit, dan terbukti memberikan kontribusi 53,28% terhadap PDB (Pendapatan Domestik Bruto) dan 96,18% terhadap penyerapan tenaga kerja. Selain itu, selama 2014-2017, laju pertumbuhan PDB UMKM dengan minyak dan gas (Migas) dan tanpa migas ternyata tidak berbeda jauh, hanya pada PDB tanpa migas agak tertarik ke atas. Dan pada tahun 2020, jumlah UMKM sebanyak 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07 persen (Airlangga, 2021).

Usaha berskala mikro, kecil dan menengah dalam arti yang sempit seringkali dipahami sebagai suatu kegiatan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja dan atau assets yang relatif kecil. Bila hanya komponen ini dijadikan sebagai patokan dalam



menentukan besar kecilnya skala usaha maka banyak bias yang terjadi, sebagai contoh sebuah perusahaan yang memperkejakan 50 orang karyawan di Amerika Serikat di kategorikan sebagai perusahaan kecil (relatif terhadap ukuran ekonomi Amerika Serikat). Sementara itu untuk ukuran yang sama, sebuah perusahaan di Bolivia tidak lagi masuk dalam kategori usaha kecil. Dengan demikian, diperlukan komponen atau karakteristik lain dalam melakukan penilaian ukuran usaha, misalnya dengan melihat tingkat informalitas usaha dengan berdasarkan kepada dokumen-dokumen usaha yang dimiliki, tingkat kerumitan teknologi yang digunakan, padat karya dan lain sebagainya.

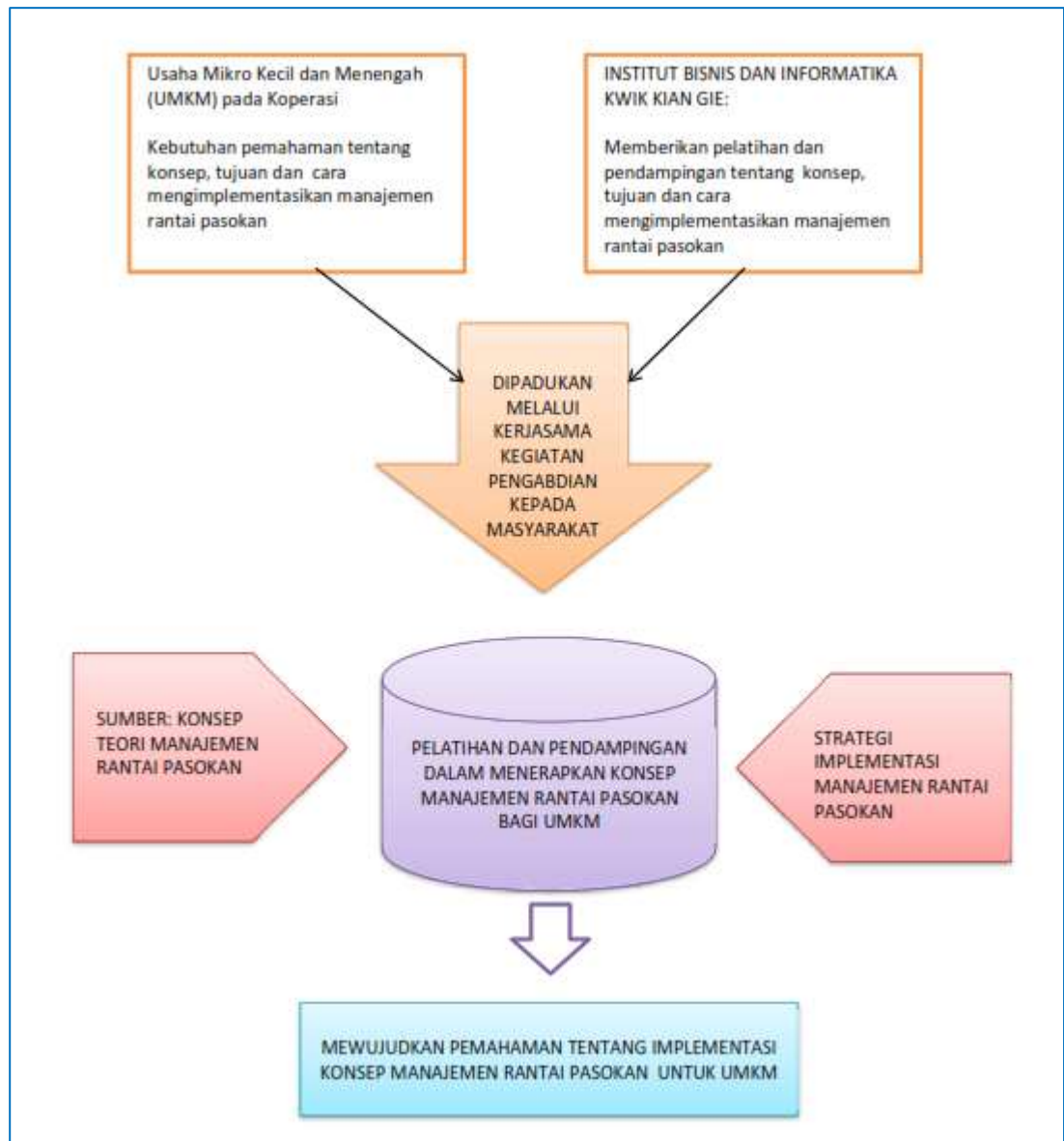
Perbedaan beberapa kriteria tersebut dapat dimengerti karena alasan kepentingan pembinaan yang spesifik dari masing-masing sektor/kegiatan yang bersangkutan. Namun disadari pula bahwa dalam beberapa hal perbedaan tersebut dapat menimbulkan kesulitan bagi suatu lembaga peneliti terutama dalam pengambilan sample penelitian, sehingga hasilnya dapat menimbulkan persepsi berbeda. Sehubungan dengan kesulitan yang ditimbulkan di atas, maka sejak tahun 1995 telah diadakan kesepakatan bersama antar instansi BUMN dan perbankan untuk menciptakan suatu kriteria usaha kecil, yaitu suatu badan atau perorangan yang mempunyai total assets maksimal Rp. 600 juta tidak termasuk rumah dan tanah yang ditempati.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM adalah dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu masalah keuangan dan non keuangan. Permasalahan keuangan adalah permasalahan UMKM dalam mendapat modal kerja untuk mengembangkan usahanya sering mengalami kesulitan untuk dapat Kerjasama dengan pihak perbankan. Hal ini disebabkan karena pelaku UMKM masih banyak yang belum mempunyai pemahaman yang baik tentang kriteria atau prosedur yang harus dipenuhi pada saat mengajukan peminjaman modal ke bank. Permasalahan non keuangan meliputi aspek pengelolaan manajemen UMKM, rendahnya pengelolaan sumber daya manusia, rendahnya tingkat produktivitas, tingginya biaya transaksi atau usaha, dan rendahnya daya saing.

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM tersebut dapat dilakukan beberapa kegiatan penerapan manajemen rantai pasokan yang meliputi pengelolaan sumber bahan baku dengan beberapa pemasok, memperhatikan model jalur distribusi yang efisien, dan membangun kemitraan baik dengan pemasok maupun konsumen.

### **Kerangka Pemecahan Masalah**

Kerangka pemecahan masalah pada UMKM yang merupakan anggota koperasi Garudayaksa Nusantara DKI Jakarta dengan mengimplementasikan beberapa kegiatan manajemen rantai pasokan agar dapat meningkatkan tingkat produktivitas dari UMKM tersebut. Adapun permasalahan dalam kegiatan pengabdian masyarakat dapat dirumuskan menjadi "Pelatihan dan pendampingan berkelanjutan untuk menerapkan manajemen rantai pasokan pada UMKM di Koperasi Garudayaksa Nusantara DKI Jakarta dengan skema sebagai berikut :



Gambar 1. Alur Pelatihan Implementasi Manajemen Rantai Pasokan pada UMKM

### Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan pada tanggal 2 Juni 2021 mengambil tema tentang "Implementasi manajemen rantai pasokan pada UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, DKI Jakarta. Pelatihan ini dirancang dan dilakukan dalam satu kali pertemuan dalam waktu 120 menit, dimulai pada pukul 13.30 WIB hingga 15.30 WIB. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di Gedung Koperasi Garudayaksa Nusantara di Jl. R.M. Harsono No. 54, Ragunan, Pasar Minggu, Jakarta Selatan dengan metode web seminar.

Instruktur terdiri dari lima orang, yang terdiri dari dosen-dosen dari program studi Ilmu Manajemen dan Teknik Informatika. Pertama, Pertemuan dilakukan untuk melakukan penyampaian materi mengenai Implementasi Manajemen Rantai Pasokan pada UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, DKI Jakarta secara Online. Kedua, dilanjutkan



dengan diskusi-diskusi, simulasi-simulasi serta konsultasi mengenai permasalahan yang dihadapi, dan Ketiga, membahas mengenai implementasi manajemen rantai pasokan yang tepat untuk mengatasi permasalahan UMKM.

## METODE

Adapun metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah presentasi, diskusi dan tanya jawab dengan anggota UMKM yang memiliki permasalahan di bidang pemenuhan bahan baku, modal, proses produksi, pola distribusi dan pemasaran produk. Adapun pembagian penyampaian materi pada program pelatihan adalah sebagai berikut;

**Tabel 1. Pembagian Materi Pelatihan**

No	Tema	Trainer/Instruktur
1	Pengenalan UMKM dan pertumbuhannya dalam kontribusi untuk PDB pada tahun 2020	Dra. Bernadine, M.Com.
2	Permasalahan dan kegiatan UMKM	M. Fuad, S.E, M.M.
3	Konsep Manajemen Rantai Pasokan untuk UMKM	Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.
4	Model-model manajemen rantai pasokan dan implementasinya pada UMKM	Dr. Abdulah Rakhman, Hafizah rifyanti, S.Pd, M.Pd

Penyampaian materi ini akan terbagi menjadi empat topik yang berbeda namun masih dalam tema yang sama. Setiap materi akan disampaikan oleh masing-masing empat orang instruktur yang berbeda-beda, sesuai dengan kompetensinya. Semua instruktur berlatar belakang pendidikan ilmu manajemen, namun memiliki kompetensi yang berbeda-beda. Dua instruktur pertama memiliki kompetensi di bidang bisnis dan keuangan. Sedangkan dua instruktur memiliki kompetensi di bidang Manajemen Operasional dan Manajemen Rantai Pasokan.

Setiap materi akan disampaikan masing-masing sekitar 20 menit dan 40 menit untuk diskusi dengan anggota UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, DKI Jakarta. Penyampaian materi dilakukan dengan bantuan lembar-lembar dari *power point* dan pengeras suara. Setiap peserta akan diberikan *hand-out* untuk memudahkan penerimaan materi dari instruktur. Adapun detail materi yang disampaikan adalah sebagai berikut :

### Penjelasan UMKM

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



Biro Pusat Statistik (BPS); Usaha rumah tangga mempunyai :

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

Sebagai perbandingan dikemukakan pula beberapa kriteria usaha kecil beberapa Negara berkembang seperti India, Thailand dan Philipina. India, Industri yang memiliki pabrik dan mesin-mesin beserta perlengkapannya dengan fixed assets maksimal Rupee 2.500.000 atau sekitar Rp. 496,4 juta. Thailand Industri yang memiliki fixed assets maksimal Bath

2.000.000 atau sekitar Rp. 438,1 juta. Philipina Usaha rumah tangga industri adalah yang nilai fixed assets kurang dari Pesos 100.000 atau sekitar Rp. 16 juta. Small industry adalah yang nilai fixed assetsnya antara Pesos 100.000 s/d 1.000.000 atau sekitar Rp. 160,8 juta.

Usaha berskala mikro, kecil dan menengah dalam arti yang sempit seringkali dipahami sebagai suatu kegiatan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja dan atau assets yang relatif kecil. Bila hanya komponen ini dijadikan sebagai patokan dalam menentukan besar kecilnya skala usaha maka banyak bias yang terjadi, sebagai contoh sebuah perusahaan yang memperkejakan 50 orang karyawan di Amerika Serikat di kategorikan sebagai perusahaan kecil (relatif terhadap ukuran ekonomi Amerika Serikat). Sementara itu untuk ukuran yang sama, sebuah perusahaan di Bolivia tidak lagi masuk dalam kategori usaha kecil. Dengan demikian, diperlukan komponen atau karakteristik lain dalam melakukan penilaian ukuran usaha, misalnya dengan melihat tingkat informalitas usaha dengan berdasarkan kepada dokumen-dokumen usaha yang dimiliki, tingkat kerumitan teknologi yang digunakan, padat karya dan lain sebagainya.

### **Manajemen Rantai Pasokan**

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

#### **1. Upstream Supply Chain**

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

#### **2. Internal Supply Chain**

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



pabrikasi dan pengendalian persediaan.

### 3. Downstream supply chain

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

## Strategi Rantai Pasokan

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

### 1. Banyak Pemasok (*Many Supplier*)

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

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

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

### 3. *Vertical Integration*

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

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

### 4. Kairetsu Network.

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



kualitas produksi yang stabil kepada perusahaan manufaktur. Para anggota kairetsu dapat beroperasi sebagai subkontraktor rantai dari pemasok yang lebih kecil.

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

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

#### **Tujuan Strategis Supply Chain Management**

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

1. Menentukan tingkat outsourcing yang tepat
2. Mengelola pembelian / pengadaan suatu barang
3. Mengelola pemasok
4. Mengelola hubungan terhadap pelanggan
5. Mengidentifikasi masalah dan merespon masalah dengan cepat
6. Mengelola risiko

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

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

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



competitive advantage, selanjutnya disebut sebagai keunggulan persaingan). Setelah perusahaan mendapatkan daya saing strategis dan sukses mengeksploitasi keunggulan persaingannya, suatu perusahaan mampu mencapai tujuan utamanya: mendapatkan laba diatas rata-rata, yaitu kelebihan penghasilan yang diharapkan oleh seorang investor dari investasi.

## HASIL

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

Hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan ini memberikan beberapa pemahaman tentang implementasi konsep manajemen rantai pasokan dalam dunia bisnis bagi UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta diantaranya adalah:

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

## DISKUSI

UMKM di Koperasi Garudayaksa Nusantara Jakarta banyak mengalami kendala dalam memperoleh sumber bahan baku, pendanaan, pola distribusi dan cara pemasaran. Untuk mengatasi permasalahan tersebut dapat diberikan usulan solusi diantaranya : 1) untuk mengatasi permasalahan sumber bahan baku, UMKM di Koperasi Garudayaksa Nusantara Jakarta, disarankan membangun kemitraan jangka Panjang dengan pemasok bahan baku yang sesuai dengan kebutuhan usahanya. Selain itu untuk menghindari tidak terkirimnya bahan baku dari pemasok, maka disarankan pihak UMKM menerapkan strategi manajemen rantai pasokan yaitu menggunakan sedikit pemasok berkisar antara 1-5 pemasok; 2) untuk mengatasi masalah sumber dana, UMKM di Koperasi Garudayaksa Nusantara Jakarta dapat menggunakan peminjaman dana dari pihak Koperasi Garudayaksa Nusantara pada bagian departemen kredit produsen. Selain itu, untuk mengantisipasi adanya keterbatasan dana yang disediakan oleh Koperasi Garudayaksa Nusantara, maka disarankan bekerja sama dengan pihak perbankan dengan membenahi system administrasi keuangan dari setiap UMKM agar dapat memenuhi kriteria peminjaman dana untuk UMKM dari pihak perbankan; 3) untuk mengatasi permasalahan pola distribusi produk yang dihasilkan, UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara disarankan untuk memilih model pola distribusi yang tepat dari keempat model pola distribusi yang terdapat manajemen rantai pasokan; dan 4) untuk mengatasi permasalahan pemasaran produk, UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara





disarankan untuk bekerja sama antar UMKM yang memiliki jenis usaha yang sama untuk melakukan riset pemasaran bersama dengan departemen pemasaran yang telah dibentuk oleh Koperasi Garudayaksa Nusantara Jakarta agar dapat menentukan segementasi, dan target pasar yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Dengan demikian diharapkan produk UMKM memiliki keunggulan bersaing dari segi kualitas produk, harga produk, fleksibilitas jumlah dan desain produk, dan kecepatan dalam pengiriman produk.

## **PENUTUPAN**

### **Kesimpulan**

Kegiatan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta dapat disimpulkan bahwa : (1) Peserta pelatihan dan pendampingan dapat memahami konsep manajemen rantai pasokan dalam dunia bisnis, (2) Peserta pelatihan dan pendampingan dapat memahami tujuan manajemen rantai pasokan dalam memaksimalkan keuntungan perusahaan dengan menyeimbangkan supply dan demand, (3) Peserta pelatihan dan pendampingan dapat memahami cara mengimplementasikan konsep manajemen rantai pasokan pada UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta, yaitu dengan menggunakan sedikit pemasok dan model manajemen rantai pasokan adalah pemasok-UMKM-konsumen.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Kami sampaikan terima kasih kepada LPPM Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dan Pengurus Koperasi Garudayaksa Nusantara atas kepercayaan yang diberikan kepada Tim Dosen Instruktur untuk melaksanakan program Pembinaan dan Pendampingan UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta telah terselenggara pada tanggal 2 Juni 2021, sehingga kewajiban kami untuk menunaikan dharma Pengabdian kepada Masyarakat dapat terwujud, dan amalan kami dapat memberi manfaat dalam membangun karakter positif pelaku UMKM sebagai calon pelaku bisnis masa depan.

## **DAFTAR REFERENSI**

- [1] Asmara, Anjal Anie. "Pola Pemasaran Yang Efektif Untuk UKM." Makalah disampaikan pada Seminar UKM Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global, Yogyakarta, 2004.
- [2] Chandra, Purdi E. "*Trik Bisnis Menuju Sukses.*" Yogyakarta, CV. Grafika Indah, 2004.
- [3] Endang, Sri Nuryani. "Peran Pemerintah Dalam Pengembangan UKM Menghadapi Pasar Global." Makalah disampaikan pada Seminar UKM Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global, Yogyakarta, 2004.
- [4] Iqbal, Mohammad. M Simanjuntak, Krisni. "*Solusi Jitu Bagi Pengusaha Kecil Dan Menengah.*" Jakarta, PT. Elex Media Komputindo, 2004.
- [5] Porter, M.E. "Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance Kindle Edition, The Free Press, New York, 2011.
- [6] Prawirosentono, Suryadi. "*Strategi Pengambilan Keputusan Bisnis.*" Jakarta, PT. Bumi Aksara, 2002.
- [7] Pujawan, I.N. "Supply Chain Management". Penerbit Guna Widya, Surabaya, 2005.



- 
- [8] Sarosa, Pietra. *“Kiat Praktis Membuka Usaha.”* Jakarta, PT. Gramedia, 2004.
- [9] Widodo, K.H., Kharies, P. dan Aang, A. *“Supply Chain Management Agroindustri yang Berkelanjutan”*. Lubuk Agung, Bandung, 2011.
- [10] Wisner, J D., Tan, K.C. dan Leong, G.K. *“ Principle of Supply Chain Management (A Balanced Approach)”*. Nevada: South Western Cengage Learning, 2005.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN