

Analisis Manajemen Rantai Pasok Terhadap Kinerja UMKM Dimsum Oriental Menggunakan Metode SWOT

Nanda Novianto Alfah Rizky^{*1}, Azzahra Maharani Setya A², Faradha Atmariyani³,
Muhammad Romy Dhiya Ulhaq⁴, M. Yoka Fathoni⁵

*Program Studi Sistem Informasi, Universitas Telkom
Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja, Purwokerto 53147 Indonesia*

¹nandarizky@student.telkomuniversity.ac.id

²azmhrseta@student.telkomuniversity.ac.id

³faradhaatr@student.telkomuniversity.ac.id

⁴mromydu@student.telkomuniversity.ac.id

⁵myokafathoni@telkomuniversity.ac.id

Diterima pada dd-mm-yyyy, direvisi pada dd-mm-yyyy, diterima pada dd-mm-yyyy

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Manajemen rantai pasok yang efektif merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen rantai pasok terhadap kinerja UMKM Dimsum Oriental di Kota Purwokerto. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara kepada pemilik Dimsum Oriental. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara manajemen rantai pasok yang baik dengan peningkatan kinerja UMKM, yang ditunjukkan melalui efisiensi operasional, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor utama dalam manajemen rantai pasok yang memberikan kontribusi terbesar terhadap kinerja UMKM, seperti hubungan dengan pemasok, pengelolaan inventori, dan distribusi produk. Temuan ini menekankan pentingnya penerapan teknologi digital dan inovasi dalam rantai pasok untuk meningkatkan integrasi dan efisiensi proses bisnis. Dengan penerapan strategi manajemen rantai pasok yang optimal, UMKM seperti Dimsum Oriental dapat lebih adaptif terhadap dinamika pasar, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing di tingkat lokal maupun nasional. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi UMKM lain dalam mengembangkan strategi manajemen rantai pasok untuk mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Manajemen Rantai Pasok, Kinerja UMKM, Dimsum Oriental, Purwokerto

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](#).



Penulis Koresponden:

Nanda Novianto Alfah Rizky

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Telkom Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja, Purwokerto 53147 Indonesia

Email: nandarizky@student.telkomuniversity.ac.id

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan [1]. Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2015) menyatakan bahwa presentase UMKM di Indonesia mencapai 90% dan hanya 10% nya adalah usaha besar[2]. Walaupun UMKM bukan merupakan usaha besar,

namun peran UMKM dalam menggerakkan sektor perekonomian negara tidak dapat diragukan. UMKM telah berperan besar dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dimana 60% nya merupakan kontribusi UMKM. Pengelolaan rantai pasok mencakup koordinasi arus barang, informasi, dan finansial mulai dari supplier hingga konsumen. Keberhasilan dalam mengelola rantai pasok ini dapat berdampak signifikan pada performa operasional dan keuangan bisnis, termasuk UMKM.

Salah satu daerah yang memiliki potensi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah kota Purwokerto, Jawa Tengah, di mana terdapat UMKM yang berkembang di bidang kuliner, seperti Dimsum Oriental. Dimsum Oriental memiliki kelebihan berupa keunikan cita rasa, kualitas bahan baku lokal yang terjaga, serta inovasi menu yang beragam, sehingga berpotensi tidak hanya meningkatkan perekonomian daerah melalui usaha kecil dan menengah yang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat setempat, tetapi juga memperkuat daya tarik kuliner lokal dan membentuk citra unggul bagi destinasi kuliner di wilayah tersebut. Sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing dan merespon kebutuhan pelanggan secara efektif, UMKM di Purwokerto, termasuk Dimsum Oriental, perlu meningkatkan kinerja dalam memenuhi permintaan, mendistribusikan produk ke berbagai daerah, serta beradaptasi terhadap perubahan permintaan pasar. Salah satu cara untuk memperkuat daya saing tersebut adalah melalui pengembangan manajemen rantai pasok yang terstruktur dan berkelanjutan.[3]

Manajemen Rantai Pasok adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian yang efisien dari *supplier, manufacturer, distributor, retailer, dan customer*. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat, dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai biaya dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai tingkat pelayanan yang diinginkan [4]. Dalam sebuah rantai pasok yang sederhana, biasanya akan terdapat beberapa komponen-komponen utama yang terdiri dari pemasok (*supplier*), manufaktur, gudang dan pusat distribusi (*warehouse and distribution center*), pedagang besar (*wholesaler*), pedagang eceran (*retail*) dengan tujuan akhirnya adalah memenuhi permintaan dari konsumen akhir.[5] Dalam implementasi manajemen rantai pasok, praktek-praktek manajemen rantai pasok memainkan peran yang penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Praktek-praktek tersebut adalah serangkaian kegiatan dari organisasi yang bertujuan meningkatkan efisiensi dari manajemen rantai pasok.[6]

Untuk meningkatkan peran UMKM dalam perekonomian nasional, diperlukan pendekatan yang menyeluruh dan terintegrasi dalam pengelolaan bisnis, salah satunya adalah melalui penerapan manajemen rantai pasok yang efektif dan efisien. Dalam konteks UMKM di Indonesia, manajemen rantai pasok tidak hanya berfungsi sebagai instrumen untuk meningkatkan efisiensi operasional semata, tetapi juga menjadi kunci dalam memperluas pangsa pasar, menguatkan daya saing, serta menghadirkan nilai tambah bagi pelanggan. Melalui pengelolaan rantai pasok yang tepat, UMKM dapat membangun jejaring kerjasama yang sinergis dengan para pemasok, distributor, dan pelanggan, sehingga menciptakan ekosistem bisnis yang lebih solid dan tangguh. Inovasi dalam manajemen rantai pasok, termasuk pemanfaatan teknologi digital, membantu mempermudah proses integrasi, meningkatkan transparansi, serta mempersingkat waktu respons terhadap perubahan pasar. Dengan memanfaatkan data secara optimal, UMKM mampu melakukan perencanaan produksi yang lebih akurat, mengendalikan biaya distribusi, dan memastikan bahwa produk mencapai konsumen dalam kondisi prima. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membuka peluang bagi UMKM untuk bersaing di pasar domestik maupun internasional, bahkan menembus pasar ekspor dengan skala yang lebih luas.

Lebih dari itu, penerapan praktik manajemen rantai pasok yang berkelanjutan juga membawa dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat. Optimalisasi penggunaan sumber daya, pengurangan limbah, serta perbaikan sistem transportasi dan logistik menjadi lebih efisien dan ramah lingkungan. Praktik bisnis yang bertanggung jawab ini menciptakan reputasi yang baik bagi UMKM, sehingga dapat membangun loyalitas pelanggan dan mengokohkan posisi mereka dalam perekonomian yang semakin sensitif terhadap isu keberlanjutan.

Secara makro, peran UMKM dalam struktur perekonomian Indonesia sangatlah fundamental. UMKM bukan hanya sebagai penopang ekonomi rumah tangga, tetapi juga menjadi roda penggerak dalam mendukung pemerataan ekonomi, meningkatkan tingkat kesejahteraan sosial, dan menciptakan lapangan kerja. Dalam menghadapi era globalisasi dan persaingan yang semakin tajam, UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan cepat terhadap dinamika pasar, perubahan preferensi konsumen, serta kemajuan teknologi. Salah satu aspek krusial dalam adaptasi ini adalah kemampuan UMKM untuk mengintegrasikan proses bisnis mereka melalui manajemen rantai pasok yang efektif dan efisien.

Melalui manajemen rantai pasok yang mumpuni, UMKM dapat mengantisipasi tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku, variabilitas permintaan, dan kompleksitas distribusi. Dengan perencanaan pengadaan bahan baku yang terukur, sistem produksi yang responsif, serta distribusi produk yang terkoordinasi, UMKM mampu mengoptimalkan biaya operasional dan mempertahankan kualitas produk sesuai dengan standar yang diharapkan konsumen. Hal ini sangat relevan dalam konteks pasar modern yang menuntut fleksibilitas, inovasi, serta kecepatan waktu respon.

Sebagai contoh nyata, UMKM kuliner seperti Dimsum Oriental di Purwokerto memperlihatkan bagaimana pengelolaan rantai pasok yang tepat dapat menunjang keberhasilan usaha. Dengan memprioritaskan kualitas bahan baku lokal, inovasi produk yang berkesinambungan, serta sistem distribusi yang andal, Dimsum Oriental tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam, tetapi juga membangun reputasi yang unggul dalam segmen kuliner. Kesuksesan ini menjadi bukti bahwa pendekatan manajemen rantai pasok yang terencana dan berkelanjutan mampu membantu UMKM menghadapi dinamika pasar, memperluas pasar, serta meningkatkan daya saing.

Pada akhirnya, langkah-langkah strategis dalam manajemen rantai pasok memberikan fondasi yang kuat bagi UMKM untuk tumbuh, berkembang, dan bertahan di tengah persaingan global. Dengan memperhatikan aspek efisiensi, inovasi, kualitas, keberlanjutan, serta pemanfaatan teknologi digital, UMKM dapat membangun posisi kompetitif yang kokoh. Usaha mikro dan kecil yang mampu melakukan transformasi ini tidak hanya akan mengangkat kinerja bisnis mereka sendiri, tetapi juga memberi dampak luas terhadap perekonomian nasional, mendukung cita-cita pemerataan ekonomi, serta memajukan kesejahteraan sosial masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Observasi dan Studi Lapangan

Tahap awal penelitian ini dilaksanakan melalui observasi langsung dan studi lapangan di UMKM Dimsum Oriental yang berlokasi di Purwokerto. Observasi dilakukan dengan pendekatan partisipatif-pasif, di mana peneliti mengamati secara saksama seluruh proses bisnis tanpa melakukan intervensi langsung. Aktivitas yang diamati meliputi tahapan pengadaan bahan baku, proses produksi, pengemasan, manajemen stok, hingga distribusi akhir kepada konsumen. Dalam proses ini, peneliti memperhatikan dengan detail sumber bahan baku, kualitas bahan yang digunakan, alur kerja di dapur, metode penyimpanan, serta strategi distribusi yang diterapkan.

Studi lapangan juga mencakup pengamatan kondisi infrastruktur pendukung, seperti ketersediaan dan kualitas sarana produksi (dapur, peralatan masak, ruang penyimpanan), serta sistem pendukung operasional lainnya (transportasi, pengantaran pesanan, dan interaksi dengan platform layanan pengiriman online). Melalui tahapan ini, peneliti mendapatkan gambaran konkret mengenai pola aktivitas sehari-hari, tantangan yang dihadapi, serta potensi area perbaikan dalam rantai pasok. Observasi dan studi lapangan ini memberikan landasan empiris yang kuat untuk memahami konteks bisnis Dimsum Oriental secara komprehensif, sehingga analisis berikutnya dapat lebih tepat sasaran.

2.2. Identifikasi Masalah dan Tujuan Penelitian

Setelah mendapatkan pemahaman awal melalui observasi, peneliti melanjutkan dengan tahapan identifikasi masalah. Tahapan ini melibatkan interaksi langsung dengan pemilik dan karyawan Dimsum Oriental melalui wawancara informal, diskusi mendalam, serta tanya jawab terbuka. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk mengklarifikasi isu-isu yang muncul selama proses observasi, menggali sudut pandang internal mengenai kendala operasional, serta mengeksplorasi kebutuhan dan harapan pihak manajemen.

Beberapa isu krusial yang diidentifikasi antara lain adalah fluktuasi harga bahan baku yang memengaruhi stabilitas biaya produksi, keterbatasan variasi produk yang berpotensi membatasi segmen pasar, serta tantangan dalam memenuhi permintaan yang semakin beragam di tengah dinamika preferensi konsumen. Melalui proses identifikasi masalah ini, peneliti tidak hanya menginventarisasi kendala yang sudah jelas terlihat, tetapi juga mencoba menemukan akar permasalahan yang bersifat laten atau belum terdefinisi dengan baik.

Berdasarkan masalah-masalah tersebut, tujuan penelitian ditetapkan dengan spesifik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh manajemen rantai pasok terhadap kinerja UMKM Dimsum Oriental, baik dalam aspek efisiensi operasional, kepuasan konsumen, maupun potensi ekspansi pasar. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk merumuskan strategi perbaikan yang berbasis pada temuan empiris dan analisis konseptual, sehingga dapat memberikan rekomendasi terarah bagi Dimsum Oriental dalam mengembangkan manajemen rantai pasok yang lebih efektif, adaptif, dan berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian diharapkan dapat menjadi acuan praktis bagi UMKM lain yang menghadapi tantangan serupa, sekaligus memperkaya literatur akademis di bidang manajemen rantai pasok untuk skala usaha mikro dan kecil..

2.3. Pengumpulan Data

Tahap ketiga adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui:

1. Wawancara Mendalam: Dilakukan dengan pemilik dan karyawan Dimsum Oriental untuk mendapatkan informasi detail mengenai manajemen rantai pasok, kendala yang dihadapi, serta pandangan mereka tentang kekuatan dan kelemahan internal usaha.
2. Kuesioner Terstruktur: Disebarkan kepada karyawan untuk mengumpulkan data mengenai operasional sehari-hari dan interaksi dengan pemasok serta pelanggan.[7]
3. Studi Literatur: Mengumpulkan data sekunder dari jurnal, buku, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik manajemen rantai pasok dan analisis SWOT.[8]

2.4. Pemrosesan dan Analisis Data

Tahap keempat melibatkan pemrosesan data yang telah dikumpulkan, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Analisis SWOT: Mengidentifikasi faktor internal (Strengths dan Weaknesses) serta faktor eksternal (Opportunities dan Threats) yang mempengaruhi manajemen rantai pasok Dimsum Oriental.
2. Penyusunan Tabel SWOT: Menyusun hasil analisis ke dalam tabel untuk mempermudah visualisasi dan interpretasi data.
3. Interpretasi Data: Menjelaskan secara naratif temuan dari analisis SWOT, termasuk bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi kinerja UMKM.[9]

2.5. Penyusunan Strategi dan Kesimpulan

Tahap kelima adalah penyusunan strategi berdasarkan hasil analisis, dengan fokus pada:

1. Pengembangan Strategi SO (Strengths-Opportunities): Memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal.
2. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities): Mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
3. Strategi ST (Strengths-Threats): Menggunakan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal.

4. Strategi WT (Weaknesses-Threats): Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. [10]

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pengolahan Data

A. Tahap input Data

Pada tahap ini, dilakukan identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi Dimsum Oriental berdasarkan hasil wawancara dan observasi. Faktor-faktor tersebut disusun dalam Tabel 1 Analisis Strength dan Weakness Sisi Internal dan Tabel 2 Analisis Strength dan Weakness Sisi Eksternal sebagai berikut:

Analisis SWOT Dimsum Oriental

Table 1. Analisis Strength dan Weakness Sisi Internal

Sisi Internal	
Strength	Weakness
1. Memiliki tiga jenis saus yang beragam	1. Harga ayam tidak stabil, memengaruhi biaya produksi.
2. Tekstur unik pada dimsum	2. Sambal chili oil dianggap kurang pedas.
3. Konsisten mendapatkan bahan dari pemasok yang sama	3. Pengemasan saus kurang praktis dan aman.
4. Rasa dimsum disukai pelanggan	4. Varian terbatas, belum ada dimsum ayam tanpa udang.

Table 2. Analisis Strength dan Weakness Sisi Eksternal

Sisi Eksternal	
Strength	Weakness
1. Promosi melalui Instagram.	1. Banyak penjual dimsum lain yang menawarkan produk serupa.
2. Bergabung dengan aplikasi delivery seperti GoFood dan GrabFood.	2. Harga ayam yang sering berubah, memengaruhi biaya produksi.
3. Penambahan menu seperti mentai, hakao, dan dimsum ayam tanpa udang.	3. Pelanggan dapat beralih ke tren kuliner baru yang berbeda.

4. Produksi frozen food untuk memperluas pasar.
4. Tantangan dalam memenuhi permintaan besar tanpa mengorbankan kualitas.
5. Membuka cabang baru di luar kota untuk meningkatkan jangkauan pasar.
6. Meningkatnya minat masyarakat pada produk dimsum berkualitas.

B. Tahap Analisis Data

Berdasarkan tabel SWOT di atas, dilakukan analisis lebih lanjut untuk merumuskan strategi pengembangan yang sesuai. Langkah-langkah analisis meliputi:

1. Menyusun Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk mengkombinasikan faktor-faktor internal dan eksternal sehingga dapat dirumuskan strategi-strategi yang relevan. Berikut adalah matriks SWOT untuk Dimsum Oriental seperti terlihat pada Tabel 3 berikut:

Table 3. Matriks SWOT

	Opportunities	Threats
Strength	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan promosi melalui Instagram untuk menonjolkan keunikan produk (S2, O1). 2. Bergabung dengan platform delivery untuk memperluas jangkauan pasar (S3, O2). 3. Menambah varian menu baru sesuai tren pasar (S1, O3). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas dan inovasi produk untuk bersaing dengan kompetitor (S4, T1). 2. Menjaga konsistensi rasa dan kualitas meski permintaan meningkat (S3, T4). 3. Mengembangkan produk frozen food untuk menghadapi persaingan (S1, T1).
Weakness	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengatasi harga bahan baku dengan mencari pemasok alternatif (W1, O4). 2. Mengembangkan varian sambal baru yang lebih pedas sesuai selera pasar (W2, O3). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan efisiensi biaya produksi untuk menghadapi fluktuasi harga bahan baku (W1, T2). 2. Memperbaiki pengemasan saus untuk meningkatkan keamanan dan kepraktisan (W3, T3).

-
- | | |
|---|---|
| 3. Menambah varian dimsum ayam tanpa udang untuk menarik lebih banyak pelanggan (W4, O6). | 3. Melakukan riset pasar untuk mengikuti tren kuliner terkini (W4, T3). |
|---|---|
-

3.2. Pembahasan

A. Strategi S-O (Strengths - Opportunities)

- 1) Memanfaatkan Promosi melalui Instagram untuk Menonjolkan Keunikan Produk (S2, O1):
Dengan tekstur unik pada dimsum (S2) dan promosi melalui Instagram (O1), Dimsum Oriental dapat menampilkan keunggulan produknya secara visual. Konten menarik dan interaktif di media sosial dapat meningkatkan brand awareness dan menarik pelanggan baru.
- 2) Bergabung dengan Platform Delivery untuk Memperluas Jangkauan Pasar (S3, O2):
Konsistensi dalam mendapatkan bahan baku dari pemasok yang sama (S3) memastikan ketersediaan produk saat bergabung dengan aplikasi delivery seperti GoFood dan GrabFood (O2). Hal ini memudahkan pelanggan untuk mengakses produk dan meningkatkan penjualan.
- 3) Menambah Varian Menu Baru Sesuai Tren Pasar (S1, O3):
Memiliki tiga jenis saus yang beragam (S1) dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan menu seperti mentai, hakao, dan dimsum ayam tanpa udang (O3). Ini akan memenuhi kebutuhan pelanggan yang mencari variasi dan mengikuti tren kuliner.

B. Strategi W-O (Weaknesses - Opportunities)

- 1) Mengatasi Harga Bahan Baku dengan Mencari Pemasok Alternatif (W1, O4):
Fluktuasi harga ayam (W1) dapat diatasi dengan mencari pemasok alternatif atau melakukan pembelian dalam jumlah besar untuk produksi frozen food (O4), yang juga membuka peluang pasar baru.
- 2) Mengembangkan Varian Sambal Baru yang Lebih Pedas Sesuai Selera Pasar (W2, O3):
Sambal chili oil yang dianggap kurang pedas (W2) dapat diperbaiki dengan menambah tingkat kepedasan atau menciptakan varian sambal baru, sejalan dengan penambahan menu baru (O3).
- 3) Menambah Varian Dimsum Ayam Tanpa Udang untuk Menarik Lebih Banyak Pelanggan (W4, O6):
Keterbatasan varian menu (W4) dapat diatasi dengan menambahkan dimsum ayam tanpa udang, memanfaatkan meningkatnya minat masyarakat pada produk dimsum berkualitas (O6).

C. Strategi S-T (Strengths - Threats)

- 1) Meningkatkan Kualitas dan Inovasi Produk untuk Bersaing dengan Kompetitor (S4, T1):
Dengan rasa dimsum yang disukai pelanggan (S4), Dimsum Oriental harus terus berinovasi untuk menghadapi banyaknya penjual dimsum lain (T1).
- 2) Menjaga Konsistensi Rasa dan Kualitas Meski Permintaan Meningkat (S3, T4):
Strategi W-T (Weakness Konsistensi bahan baku dari pemasok yang sama (S3) penting untuk memenuhi permintaan besar tanpa mengorbankan kualitas (T4).
- 3) Mengembangkan Produk Frozen Food untuk Menghadapi Persaingan (S1, T1):
Dengan memanfaatkan keunggulan produk seperti variasi saus (S1), pengembangan produk frozen food dapat menjadi strategi untuk tetap kompetitif di pasar yang ramai (T1).

D. Strategi W-T (Weaknesses - Threats)

- 1) Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi untuk Menghadapi Fluktuasi Harga Bahan Baku (W1, T2):
Untuk menghadapi harga ayam yang sering berubah (T2), perlu dilakukan efisiensi biaya produksi dan mencari solusi alternatif untuk bahan baku (W1).
- 2) Memperbaiki Pengemasan Saus untuk Meningkatkan Keamanan dan Kepraktisan (W3, T3):

Pengemasan saus yang kurang praktis dan aman (W3) dapat menyebabkan pelanggan beralih ke tren kuliner baru (T3). Dengan memperbaiki pengemasan, Dimsum Oriental dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

- 3) Melakukan Riset Pasar untuk Mengikuti Tren Kuliner Terkini (W4, T3):

Keterbatasan varian menu (W4) dapat menyebabkan kehilangan pelanggan ke tren kuliner baru (T3). Riset pasar diperlukan untuk terus berinovasi sesuai preferensi konsumen.

IV. KESIMPULAN

Manajemen rantai pasok memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Dimsum Oriental di Purwokerto. Kekuatan internal seperti variasi tiga jenis saus, tekstur dimsum yang unik, konsistensi bahan baku, dan rasa yang disukai pelanggan merupakan aset berharga yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing di pasar kuliner. Namun, kelemahan seperti fluktuasi harga ayam, keterbatasan varian produk, dan pengemasan saus yang kurang praktis harus segera diatasi melalui strategi yang inovatif dan berkelanjutan.

Peluang eksternal berupa promosi melalui Instagram, bergabung dengan platform pengiriman makanan, dan meningkatnya minat masyarakat terhadap dimsum berkualitas adalah modal penting yang dapat dioptimalkan untuk memperluas pasar. Di sisi lain, ancaman dari kompetitor dan perubahan tren kuliner menjadi tantangan yang harus dihadapi dengan pendekatan yang adaptif, termasuk pengembangan produk baru dan peningkatan kualitas layanan.

Implementasi strategi yang tepat seperti diversifikasi menu untuk menjawab kebutuhan konsumen, peningkatan efisiensi biaya produksi guna menghadapi fluktuasi harga bahan baku, serta inovasi dalam pengemasan untuk meningkatkan daya tarik produk dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap operasional UMKM. Penambahan dimsum ayam tanpa udang, pengembangan produk frozen food, serta kolaborasi dengan mitra strategis juga berpotensi meningkatkan penetrasi pasar dan kepuasan pelanggan.

Dengan menerapkan manajemen rantai pasok yang terstruktur, Dimsum Oriental tidak hanya mampu meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat citra merek sebagai salah satu pelopor kuliner lokal berkualitas. Strategi ini akan membantu UMKM ini untuk tetap kompetitif dalam industri kuliner yang dinamis, sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Purwokerto. Sebagai tindak lanjut, perlu dilakukan evaluasi secara berkala terhadap penerapan strategi manajemen rantai pasok agar dapat disesuaikan dengan dinamika pasar dan kebutuhan konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh rekan-rekan yang telah memberikan dukungan moral dan teknis selama proses penelitian ini berlangsung. Kerja sama dan solidaritas di antara teman-teman kelompok menjadi faktor penting dalam keberhasilan penyusunan jurnal ini. Terlebih lagi, semangat yang saling membangkitkan di antara kami memberikan kontribusi besar dalam menyelesaikan tugas ini dengan penuh dedikasi. Kami juga tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih kepada keluarga dan orang-orang terdekat yang senantiasa memberikan dukungan, doa, serta motivasi yang tidak terhingga. Kehadiran mereka memberikan semangat lebih dalam setiap langkah yang kami ambil dalam menyelesaikan jurnal ini. Dengan penuh rasa hormat, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam terwujudnya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bank Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)* h. 12-15, 2015
- [2] T. I. Vaaland and M. Heide, "Can the SME survive the supply chain challenges?," *Supply Chain Management*, vol. 12, no. 1, pp. 20–31, 2007

- [3] Edwin Hidayat, I Gede Wiyasa, and Harsono Teguh, "Peran Purchasing Departemen Dalam Pengadaan Barang Pada PT. Jawa Metalindo Prima Industri," *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 1, pp. 129–145, Mar. 2024
- [4] J. Haryanto And G. Lunarindiah, "Pengaruh Strategi Manajemen Rantai Pasok Terhadap Kinerja Operasional Dengan Mediasi Kompetensi Organisasi Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah," *Jurnal Ekonomi Trisakti*, Vol. 3, No. 1, Pp. 1187–1196, Feb. 2023
- [5] Beniah Ndraha, A., Zebua, D., Zega, A., Zebua, K., Manajemen,), & Ekonomi, F. (N.D.). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Umkm Di Era Industri 4.0. Vol 01, No. 01, Okt. 2024
- [6] Hadiguna, R. A. (n.d.). Model Penilaian Risiko Berbasis Kinerja untuk Rantai Pasok Kelapa Sawit Berkelanjutan di Indonesia. vol. 14, No. 1, 13-24, Juni 2012
- [7] D. C. Supriatna, T. Perdana, and T. I. Noor, "Struktur Rantai Pasok pada Klaster Sayuran untuk Tujuan Pasar Terstruktur," *Agrikultura*, vol. 27, no. 2, Aug. 2016
- [8] B.-R. Suyadi, ; Syahdanur, and S. Suryani, "Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)," *Jurnal Ekonomi KIAT*, vol. 29, no. 1, 2018
- [9] S. Sukri and M. T. Pathiassana, "Analisis Manajemen Rantai Pasok Produk Sumbawa Golden Milk di UMKM Nealma Food Dengan Menggunakan Metode Deskriptif," *Jurnal Teknologi dan Mutu Pangan*, vol. 1, no. 1, pp. 21–26, Jul. 2022
- [10] F. Cuandra, J. Maytanius, D. Tino Sembiring, And R. Lim, "Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Berbasis Erp Dalam Meningkatkan Kinerja Pt. Furnitur Batam Bina Perkasa", Vol. 2, No. 4, Jul 2022