

ANALISIS MODEL *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* TERHADAP PRODUKTIVITAS PADA UMKM TEMPE DI KECAMATAN SINTANG

Ardiansyah

Universitas Muhammadiyah Pontianak

ardiansyah16gv@gmail.com

Informasi artikel

Diterima :

19 Juli 2023

Direvisi :

11 September 2023

Disetujui :

26 September 2023

ABSTRACT

The aims of this study were 1) to analyze the supply chain model for tempe production SMEs, 2) to analyze the relationship between supply chain management and the productivity of tempe production SMEs. The type of research used is descriptive. The population in this study were tempe entrepreneurs, with a sample of 20 people. The sampling technique used is judgment sampling. Data analysis used stepwise regression analysis, forward selection, backward elimination.

The results of the study show that the supply chain model in tempe production SMEs consists of several members, including: suppliers, inventories, producers, collectors, retailers and consumers. The results of the analysis of the relationship between supply chain management (suppliers, supplies, production, distributors, retailers, cooperation and labor) with productivity show that only one variable has a significant relationship, namely the cooperation variable.

Keywords :*Supply Chain Management, Productivity, Tempe*

PENDAHULUAN

Sektor industri merupakan salah satu penyangga dalam perekonomian Indonesia. Salah satunya adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mempunyai peranan strategis baik secara ekonomi, sosial maupun politik. Peranan dan kontribusi UMKM yang cukup besar, memberikan tanda bahwa UMKM harus dapat ditingkatkan sehingga memiliki daya saing.

Agar perusahaan unggul dalam bersaing, harus memiliki konsep ataupun misi dan strategi yang tepat. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah *Supply Chain Management*

(SCM). Konsep tersebut mampu mengatur aliran barang atau produk dalam suatu rantai pasokan sehingga memiliki keunggulan bersaing.

UMKM tempe adalah salah satu UMKM yang cukup berkembang dan menjadi salah satu produk unggulan di Kabupaten Sintang. Pemenuhan kebutuhan konsumen berhubungan dengan aliran rantai pasokan barang di UMKM. Pengaturan aliran rantai pasokan barang tidak hanya dilakukan dalam satu UMKM, tetapi diperlukan adanya hubungan kerjasama dengan perusahaan lain. Untuk itu, pengaturan aliran rantai pasokan yang baik akan mendorong peningkatan produktivitas di setiap anggota rantai pasokan.

Selama ini, para pelaku UMKM hanya fokus kepada aspek produksinya saja tanpa memperhatikan hubungan dalam rantai pasokan. Oleh karena itu, penelitian mengenai *supply chain management* di UMKM tempe perlu dilakukan untuk melihat penerapan *supply chain management* di UMKM dan seberapa besar pengaruhnya terhadap produktivitas.

KAJIAN LITERATUR

1. Manajemen Rantai Pasokan

a. Definisi Manajemen Rantai Pasokan

Heizer dan Render (2004) mendefinisikan manajemen rantai pasokan sebagai pengintegrasian aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, perubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan. Seluruh aktivitas ini mencakup aktivitas pembelian dan *outsourcing*, ditambah fungsi lain yang penting bagi hubungan antara pemasok dan distributor. Russel dan Taylor (2004) menambahkan bahwa manajemen rantai pasokan mengatur aliran informasi yang diteruskan ke rantai pasokan di dalam pemesanan untuk mencapai tingkat sinkronisasi dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan menurunkan biaya.

Chopra dan Meindl (2004) menyatakan bahwa rantai pasokan melibatkan seluruh bagian, baik secara langsung atau tidak langsung, untuk memenuhi permintaan konsumen. Rantai pasokan tidak hanya berkaitan dengan manufaktur dan pemasok, tetapi juga melibatkan transportasi, gudang, *retailer*, dan pelanggan itu sendiri. Tujuan dari rantai pasokan adalah memaksimalkan keseluruhan nilai. Keseluruhan nilai rantai pasokan merupakan perbedaan diantara nilai dari produk akhir terhadap pelanggan dan upaya rantai pasokan di dalam memenuhi permintaan pelanggan.

Miranda dan Tunggal (2005) menyebutkan elemen-elemen dalam manajemen rantai pasokan adalah:

1. Struktur jaringan rantai pasokan
Jaringan kerja anggota dan hubungan dengan rantai pasokan lainnya.
2. Proses bisnis rantai pasokan
Aktivitas-aktivitas yang menghasilkan nilai keluaran tertentu bagi pelanggan.
3. Komponen manajemen rantai pasokan
Variabel-variabel pembelian dimana proses bisnis disatukan dan disusun sepanjang rantai pasokan

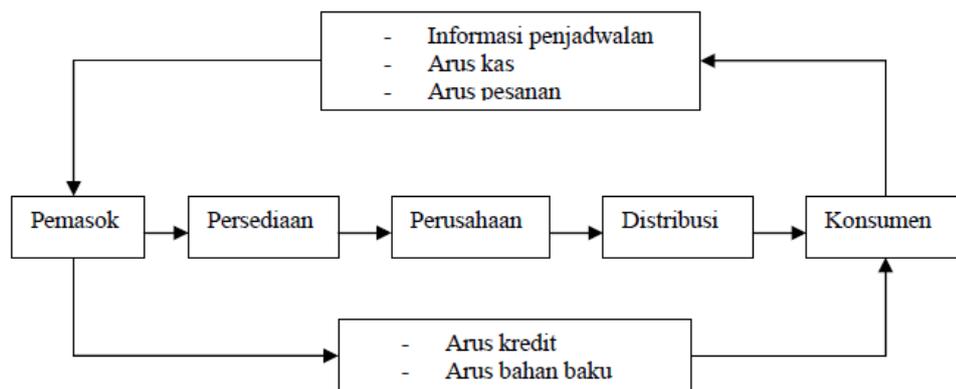
b. Identifikasi Anggota Rantai Pasokan

Menurut Miranda dan Tunggal (2005), anggota rantai pasokan meliputi semua perusahaan dan organisasi yang berhubungan dengan perusahaan inti baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pemasok atau pelanggannya dari *point of origin* hingga *point of consumption*, yaitu terdiri dari :

- a. Anggota primer adalah semua perusahaan/unit bisnis strategik yang benar-benar

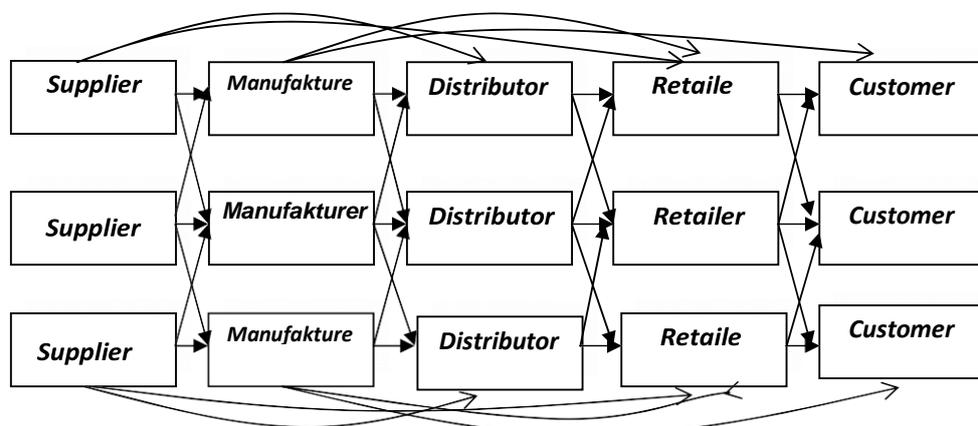
- menjalankan aktivitas operasional dan manajerial dalam proses bisnis yang dirancang untuk menghasilkan keluaran tertentu bagi pelanggan atau konsumen.
- b. Anggota sekunder adalah perusahaan-perusahaan yang menyediakan sumber daya, pengetahuan, utilitas atau aset-aset bagi anggota primer di rantai pasokan.

Siagian (2005) menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan berkaitan langsung dengan siklus bahan baku dari pemasok ke produksi, gudang, dan distribusi kemudian sampai ke konsumen. Perusahaan meningkatkan kemampuan bersaing melalui penyesuaian produk, kualitas yang tinggi, pengurangan biaya, dan kecepatan meraih pasar dengan penekanan pada rantai pasokan. Rantai pasokan mencakup keseluruhan interaksi antara pemasok, perusahaan manufaktur, distributor dan konsumen. Interaksi ini juga berkaitan dengan transportasi, informasi, penjadwalan, transfer kredit maupun tunai, serta transfer bahan baku antara pihak-pihak yang terlibat. Rantai pasokan menurut Siagian (2005) digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Rantai pasokan (Siagian, 2005)

Menurut Chopra dan Meindl (2004), tahapan dalam rantai pasokan ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan rantai pasokan (Chopra dan Meindl, 2004)

- c. Strategi Manajemen Rantai Pasokan

Menurut Sisilian dan Satir dalam Siagian (2005), unsur-unsur pembuat strategi manajemen rantai pasokan terdiri dari: 1) Faktor Primer, yaitu keunggulan bersaing, fleksibilitas permintaan dan 2) Faktor Sekunder, yaitu kapabilitas proses, batas waktu proses, dan risiko strategi.

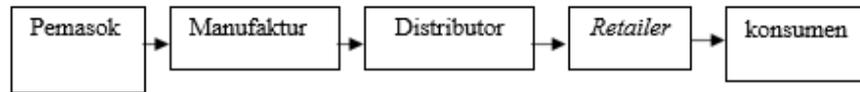
1. Faktor Primer
 - a. Keunggulan bersaing
Porter dalam Miranda (2005) menyatakan secara umum keunggulan bersaing dapat diperoleh melalui diferensiasi produk, kepeloporan biaya (berusaha meminimalisasi biaya tanpa mengurangi nilai dan kualitas produk), respon yang cepat dimana ditandai dengan sifat fleksibel, reliabel, cepat tanggap terhadap perubahan-perubahan.
 - b. Fleksibilitas permintaan
Menurut Slack dalam Miranda (2005), fleksibilitas permintaan dipengaruhi oleh produk itu sendiri, campuran produk, volume, dan tipe pengantaran.
2. Faktor Sekunder
 - a. Kapabilitas proses
Berkaitan dengan sejauh mana perusahaan dapat menjalankan aktivitas-aktivitas yang dibutuhkan.
 - b. Kematangan proses
Berkaitan dengan tingkat kinerja proses, bagaimana proses ini dapat tanggap dan memenuhi tawaran pasar.
 - c. Risiko strategi
Risiko strategi mencakup penyebaran risiko, yaitu risiko yang diterima perusahaan akibat adanya kebocoran informasi tentang produk dan layanannya, baik itu yang diterima atau diberikan pemasok, sehingga pesaing dapat mengetahui strategi-strategi perusahaan.

Proses strategi manajemen rantai pasokan memiliki tiga tujuan, yaitu :

1. Menurunkan biaya, strategi manajemen rantai pasokan yang diberikan harus dapat meminimalkan biaya logistik yang terjadi.
2. Menurunkan modal, strategi yang ditujukan untuk meminimalisasi tingkat investasi di dalam strategi logistik.
3. Meningkatkan pelayanan, pelayanan harus selalu diperbaiki.

Menurut Siagian (2005), beberapa strategi yang digunakan dalam manajemen rantai pasokan:

- a. *Postponement* yaitu strategi untuk menunda modifikasi atau penyesuaian terhadap produk selama mungkin. Bantuan rancangan dan bantuan pemasok dapat mempertahankan karakteristik *generic* dari produk suatu perusahaan manufaktur selama mungkin. *Postponement* dapat dilakukan berkaitan dengan teknologi dan karakteristik proses, karakteristik produk dan karakteristik pasar.
- b. *Drop ship* merupakan strategi yang sering digunakan distributor. Pada awalnya tahapan produk dari pemasok untuk sampai ke tangan konsumen cukup panjang, seperti yang digambarkan pada Gambar 3. Akan tetapi pada strategi *drop ship*, pemasok akan langsung mengirimkan ke konsumen pemakai dan bukan kepada penjual agar menghemat waktu dan biaya pengangkutan ulang seperti yang terlihat di Gambar 4. Hal lain yang dapat menghemat biaya mencakup penggunaan kemasan khusus, label khusus, dan lokasi tertentu dari label atau kode barang (barcode).



Gambar 3. Aliran produk dari pemasok ke tangan konsumen akhir
(Siagian, 2005)



Gambar 4. Strategi drop ship (Siagian, 2005)

- c. Pembentukan lini kredit bagi pemasok.
- d. Penurunan *float bank* ketika uangnya sedang dalam transit.
- e. Pengkoordinasian produksi dan jadwal pengiriman dengan pemasok dan distributor.
- f. Pemanfaatan yang optimal atas ruangan di gudang penyimpanan.

2. Produktivitas

Handoko (2000) mendefinisikan produktivitas sebagai hubungan antara masukan-masukan dan keluaran keluaran suatu sistem produktif. Produktivitas mengukur hubungan ini sebagai rasio keluaran dibagi masukan. Bila lebih banyak keluaran diproduksi dengan jumlah masukan sama, produktivitas naik. Begitu juga, bila lebih sedikit masukan digunakan untuk sejumlah keluaran sama, produktivitas juga akan naik.

Rivanto (1986) menyebutkan bahwa daya produksi (*production force*) adalah kekuatan yang meningkat dari setiap elemen produksi. Produktivitas mempunyai arti ukuran relatif (efisiensi), nilai atau ukuran yang ditampilkan oleh daya produksi.

Produktivitas dapat diartikan sebagai campuran (*compound*) dari produksi dan aktivitas, dimana daya produksi menjadi penyebabnya dan produktivitas mengukur hasil dari daya produktivitas itu.

Menurut Mundel (1983), produktivitas merupakan rasio dari output yang diproduksi untuk dimanfaatkan oleh pihak luar organisasi yang meliputi semua jenis produk. Produktivitas ditentukan oleh sumber daya yang digunakan dan ditentukan dengan rasio yang sama periode dasarnya. Sedangkan efektivitas mengukur seberapa baik kinerja sumber daya yang dipakai dalam mencapai tujuan produksi. Menurut Syamsu (1978), produktivitas sebagai perbandingan diantara output yang dihasilkan suatu organisasi dan input yang dimasukkan kedalamnya.

Faktor-Faktor Produktivitas

Siagian (2005) mengemukakan faktor-faktor produktivitas yang dianggap sebagai kekuatan dan mempengaruhi dinamika produktivitas secara langsung maupun tak langsung dengan perubahan unsur-unsur pemasukan dan hasil hubungan satu sama lain. Faktor-faktor produktivitas ini terdiri dari delapan faktor produktivitas yang umum, antara lain: manusia, modal, metode/proses, lingkungan organisasi (internal), produksi, lingkungan negara, lingkungan internasional maupun regional dan umpan balik. Semua faktor-faktor ini dipandang sebagai sub-sistem untuk menunjukkan dimana potensi produktivitas dan cadangannya disimpan. Di bawah ini dijelaskan mengenai sub-sistem yang perlu dipertimbangkan:

1. Manusia
Kuantitas, tingkat keahlian, latar belakang kebudayaan dan pendidikan, kemampuan dan sikap, minat, struktur pekerjaan, keahlian umur dan jenis kelamin dari angkatan kerja.
2. Modal
Modal tetap (mesin, gedung, alat-alat, volume dan strukturnya), teknologi penelitian dan pengembangan, bahan baku (volume dan standar)
3. Metode/Proses
Tata ruang tugas, penanganan bahan baku penolong dan mesin, perencanaan dan pengawasan produksi, pemeliharaan melalui pencegahan, teknologi yang memakai cara alternatif.
4. Lingkungan organisasi (internal)
Organisasi dan perencanaan, sistem manajemen, kondisi kerja (fisik), iklim kerja (sosial), tujuan perusahaan dan hubungannya dengan tujuan lingkungan, sistem insentif, kebijaksanaan personalia, gaya kepemimpinan, ukuran perusahaan (ekonomi skala).
5. Produksi
Kuantitas, kualitas, ruangan produksi, struktur campuran, Spesialisasi produksi.
6. Lingkungan negara
Kondisi ekonomi dan perdagangan, struktur sosial dan politik, struktur industri, tujuan pengembangan jangka panjang, pengakuan/pengesahan kebijakan ekonomi pemerintah (perpajakan dan lain-lain), kebijakan tenaga kerja, kebijakan penelitian dan pengembangan, kebijakan energi kebijakan pendidikan dan latihan, kondisi iklim dan geografis, kebijakan perlindungan lingkungan.
7. Lingkungan internasional maupun regional
Kondisi perdagangan dunia, masalah perdagangan internasional, investasi dan usaha bersama, spesialisasi internasional, kebijakan migrasi tenaga kerja, fasilitas latihan internasional, bantuan internasional, standar tenaga kerja dan teknik internasional.
8. Umpan balik
Dalam pengertian umum, umpan balik adalah informasi yang ada pada hubungan timbal balik masukan (input) dan hasil (output) dalam perusahaan, antara perusahaan dengan ruang lingkup negara (internasional). Umpan balik menunjukkan bagaimana masyarakat menilai kuantitas dan kualitas produksi (hasil) berapa banyaknya uang yang harus dibayarkan dari sudut lain berapa banyak yang mau dibayarkan untuk masukan-masukan utamanya (tenaga kerja dan modal) dimana masyarakat menawarkan pada perusahaan.

3. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Menurut UU No. 9 Tahun 1995, kriteria usaha kecil dilihat dari segi keuangan dan modal yang dimilikinya ialah:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
 2. Memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 1 milyar per tahun.
- Untuk kriteria usaha menengah:
1. Untuk sektor industri, memiliki total aset paling banyak Rp. 5 milyar.
 2. Untuk sektor non industri, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.600 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 3 milyar.

Menurut Departemen Keuangan yang tercantum dalam keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No 40/KMK.06/2003, menyebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp100.000.000 per tahun. Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Deperindag (2019) memberikan batasan jumlah tenaga kerja dalam menentukan skala usaha terutama di sektor industri, yaitu industri kerajinan rumah tangga (IKRT) dengan 1-4 pekerja, dan industri kecil (IK) dengan 5-19 pekerja dengan pemilikinya, industri berskala sedang dengan jumlah pekerja 20-49 orang, dan industri berskala besar dengan jumlah pekerja lebih dari 50 orang.

Departemen Perindustrian dan Perdagangan (2019) memberikan kriteria skala usaha berdasarkan jumlah pekerja dan jumlah penjualan per tahun. Berdasarkan jumlah pekerja, skala usaha dibagi menjadi industri dagang mikro (1-4 pekerja), industri dagang kecil (5-19 pekerja), dan industri dagang menengah (20-99 pekerja). Sedangkan dari jumlah penjualan per tahun, industri dan dagang kecil (termasuk mikro) adalah industri yang memiliki jumlah penjualan per tahun kurang dari satu milyar.

Pengertian usaha mikro menurut lembaga-lembaga internasional adalah usaha non pertanian dengan jumlah pekerja maksimal 10 orang (termasuk wirausaha, pekerja magang, pekerja upahan dan pekerja yang tidak dibayar, karena termasuk anggota keluarga), menggunakan teknologi sederhana atau tradisional, memiliki keterbatasan akses dalam kredit, mempunyai kemampuan manajerial rendah dan beroperasi disektor informal.

Partomo dan Soejoedono (2004) mendefinisikan UKM mencakup sedikitnya dua aspek yaitu aspek penyerapan tenaga kerja dan aspek pengelompokan perusahaan, ditinjau dari jumlah tenaga kerja yang diserap dalam gugusan atau kelompok perusahaan tersebut (range of the member of employes). Kriteria umum UKM dilihat dari ciri-cirinya adalah :

1. Struktur organisasi yang sangat sederhana.
2. Tanpa staf yang berlebihan.
3. Pembagian kerja yang "kendur".
4. Memiliki hirarki manajerial yang pendek.
5. Aktifitas sedikit yang formal dan sedikit menggunakan proses perencanaan.
6. Kurang membedakan aset pribadi dari aset perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Menurut Ardiansyah&Sutarmin dalam Sugiyono (2016:13) : Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai model *suplly chain management* terhadap produktivitas.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer secara khusus dikumpulkan peneliti untuk menjawab pertanyaan atau riset penelitian. Data primer lebih mencerminkan kebenaran yang dilihat. Sedangkan data sekunder dimaksud adalah data yang diperoleh secara tertulis dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha tempe di kecamatan Sintang. Sedangkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 20 orang dengan teknik *judgement sampling*.

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

ditarik kesimpulannya”. Penelitian ini menggunakan delapan variabel variabel, yaitu: Pemasok (X1), Persediaan (X2), Produksi (X3), Distributor (X4), Konsumen (X5), Kerjasama (X6), Sumber Daya Manusia (X7) dan Produktivitas (X8).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), analisis regresi *stepwise*, *forward selection*, *backward elimination*. Dengan menggunakan *software SPSS*

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor setiap pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dengan skor total pernyataan.

Hasil uji validitas setiap pernyataan dalam variabel persepsi dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

No.	Item Pernyataan	Hasil Korelasi (r hitung)	r tabel	Keterangan
1.	P1	0.855	0,444	Valid
2.	P2	0.850	0,444	Valid
3.	P3	0.908	0,444	Valid
4.	P4	0.959	0,444	Valid
5.	P5	0.855	0,444	Valid
6.	P6	0.934	0,444	Valid
7.	P7	0.934	0,444	Valid
8.	P8	0.898	0,444	Valid
9.	P9	0.879	0,444	Valid
10.	P10	0.964	0,444	Valid
11.	P11	0.604	0,444	Valid
12.	P12	0.924	0,444	Valid
13.	P13	0.730	0,444	Valid
14.	P14	0.827	0,444	Valid
15.	P15	0.779	0,444	Valid
16.	P16	0.938	0,444	Valid
17.	P17	0.887	0,444	Valid
18.	P18	0.767	0,444	Valid
19.	P19	0.893	0,444	Valid
20.	P20	0.871	0,444	Valid
21.	P21	0.812	0,444	Valid
22.	P22	0.939	0,444	Valid
23.	P23	0.661	0,444	Valid
24.	P24	0.919	0,444	Valid
25.	P25	0.893	0,444	Valid
26.	P26	0.849	0,444	Valid
27.	P27	0.883	0,444	Valid

No.	Item Pernyataan	Hasil Korelasi (r hitung)	r tabel	Keterangan
28.	P28	0.924	0,444	Valid
29.	P29	0.931	0,444	Valid
30.	P30	0.895	0,444	Valid
31.	P31	0.953	0,444	Valid
32.	P32	0.741	0,444	Valid
33.	P33	0.945	0,444	Valid
34.	P34	0.909	0,444	Valid
35.	P35	0.886	0,444	Valid
36.	P36	0.767	0,444	Valid
37.	P37	0.793	0,444	Valid
38.	P38	0.823	0,444	Valid

Sumber: Data Diolah, 2021

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai r hitung semua pernyataan lebih besar dari r tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi atau stabilitas hasil pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Instrumen atau item pengukuran dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$.

Hasil uji reliabilitas variabel persepsi dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 2.

Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,989	38

Sumber: Data Diolah, 2021

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,989 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pengukur dalam kuesioner adalah reliabel.

3. Tanggapan Responden terhadap Pernyataan-Pernyataan dalam Kuesioner

3.1. Tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai produktivitas

Tabel 3. Faktor-faktor penentu produktivitas

Tanggapan responden (bobot)	Keahlian tenaga menentukan tingkat produktivitas		Penggunaan teknologi lebih mampu meningkatkan produktivitas dibandingkan volume dan standar bahan baku		Perencanaan dan pengawasan produksi lebih mampu meningkatkan produktivitas dibanding penanganan bahan baku dan mesin		Semakin besar ukuran perusahaan semakin tinggi tingkat produktivitas		Kerjasama dengan perusahaan sejenis meningkatkan produktivitas		Kebijakan pendidikan dan pelatihan oleh pemerintah daerah berdampak pada peningkatan mutu pegawai		Kualitas produk dan pelayanan sebagai faktor utama peningkatan produktivitas	
	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)
1	1	5	0	0	0	0	1	5	0	0	0	0	0	0
2	0	0	1	5	4	20	3	15	0	0	1	5	1	5
3	0	0	1	5	3	15	3	15	4	20	3	15	3	15
4	7	35	15	75	12	60	11	55	14	70	11	55	11	55
5	12	60	3	15	1	5	2	10	2	10	5	25	5	25
TOTAL	20	100	20	100	20	100	20	100	20	100	20	100	20	100

Tabel 3 memperlihatkan tanggapan responden terhadap pentingnya faktor-faktor yang berpengaruh dalam produktivitas. Dua puluh persen responden menjawab tidak setuju terhadap pernyataan mengenai perencanaan dan pengawasan produksi lebih mampu meningkatkan produktivitas dibanding penanganan bahan baku dan mesin. Dua puluh persen responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan mengenai semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi tingkat produktivitas.

3.2. Tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai pemasok Tabel 4. Pentingnya pemasok dalam peningkatan produktivitas

Tanggapan responden (bobot)	Kerjasama dengan pemasok menurunkan biaya produksi		Menggunakan banyak pemasok memperlancar kegiatan produksi		Kerjasama dengan pemasok melalui sistem kontrak bermanfaat untuk efisiensi biaya		Kelancaran informasi dengan pemasok berpengaruh positif pada produktivitas		Kunci utama meningkatkan produktivitas adalah menjaga hubungan baik dengan pemasok	
	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)
1	0	0	0	0	1	5	0	0	0	0
2	6	30	6	30	4	20	0	0	3	15
3	3	15	2	10	4	20	0	0	2	10
4	9	45	11	55	8	40	16	80	12	60
5	2	10	1	5	3	15	4	20	3	15
TOTAL	20	100	20	100	20	100	20	100	20	100

Tabel 4 menunjukkan pentingnya pemasok sebagai bagian dari rantai pasokan terhadap peningkatan produktivitas. Responden merasa tidak setuju bahwa kerjasama dengan pemasok memberikan pengaruh terhadap produktivitas (45 persen). Dua puluh persen responden menyatakan tidak setuju bahwa kerjasama dengan pemasok melalui sistem kontrak bermanfaat untuk efisiensi biaya.

3.3. Tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai persediaan Tabel 5. Pentingnya Persediaan dalam Peningkatan Produktivitas

Tanggapan responden (bobot)	Jumlah persediaan yang kecil akan lebih menghemat biaya		Penyimpanan persediaan dalam jangka waktu pendek akan lebih memperkecil biaya penyimpanan		Kelancaran dengan pemasok berpengaruh pada efektifitas persediaan		Jumlah persediaan akan sulit ditentukan jika jumlah permintaan sangat bervariasi	
	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)
1	1	5	1	5	0	0	0	0
2	15	75	1	5	1	5	4	20
3	1	5	1	5	0	0	3	15
4	3	15	16	80	16	80	10	50
5	0	0	1	5	3	15	3	15
TOTAL	20	100	20	100	20	100	20	100

Tabel 5 menunjukkan tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai persediaan. Responden menganggap jumlah persediaan yang sedikit tidak menghemat biaya (85 persen). Responden menganggap penyimpanan persediaan dalam jangka waktu pendek akan lebih menghemat biaya penyimpanan (85 persen). Mayoritas responden menganggap bahwa kelancaran pemasok akan berpengaruh pada efektifitas persediaan (95 persen). Sebagian besar responden juga menganggap jumlah persediaan akan sulit dilakukan jika jumlah permintaan sangat bervariasi (65 persen).

3.4. Tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai produksi

Tabel 6. Pentingnya kegiatan produksi dalam peningkatan produktivitas

Tanggapan responden (bobot)	Mutu produk faktor utama peningkatan produktivitas		Pengawasan mutu secara langsung terhadap produk lebih efisien untuk menjaga kualitas produk		Jumlah produksi ditentukan berdasarkan jumlah permintaan per bulan		Pengembangan model produk dapat meningkatkan produktivitas produk		Informasi sangat diperlukan untuk mengembangkan kegiatan produksi	
	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)
1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5
2	0	0	0	0	2	10	0	0	0	0
3	1	5	0	0	2	10	1	5	0	0
4	8	40	10	50	14	70	9	45	13	65
5	11	55	10	50	2	10	10	50	6	30
TOTAL	20	100	20	100	20	100	20	100	20	100

Tabel 6 memperlihatkan tanggapan responden terhadap kegiatan produksi. Mayoritas responden menganggap bahwa dalam kegiatan produksi perlu diperhatikan hal-hal penting, seperti mutu produk (95 persen), pengawasan mutu secara langsung terhadap produk (100 persen), pengembangan desain produk (95 persen), informasi untuk mengembangkan kegiatan produksi (95 persen) dan penentuan jumlah produksi yang didasarkan pada jumlah permintaan per bulan (90 persen).

3.5. Tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai distributor

Tabel 7. Pentingnya distributor dalam peningkatan produktivitas

Tanggapan responden (bobot)	Distribusi secara langsung akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan menggunakan jasa distributor independen		Sistem pengangkutan yang baik akan memperlancar kegiatan distribusi		Kegiatan distribusi dalam setiap bulan dapat meningkatkan efisiensi biaya		Tidak melakukan keterlambatan dalam pendistribusian dapat menjaga kepercayaan distributor	
	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)
1	0	0	0	0	0	0	1	5
2	2	10	0	0	3	15	0	0
3	3	15	0	0	4	20	1	5
4	10	50	14	70	12	60	8	40
5	5	25	6	30	1	5	10	50
TOTAL	20	100	20	100	20	100	20	100

Tabel 7 memperlihatkan pentingnya distributor dalam peningkatan produktivitas. Sebagian besar responden menganggap bahwa pendistribusian secara langsung akan lebih menguntungkan daripada menggunakan jasa distributor independen (75 persen).

3.6. Tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai konsumen

Tabel 8. Pentingnya Konsumen dalam Peningkatan Produktivitas

Tanggapan responden (bobot)	Peningkatan produktivitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan		Pelayanan jasa pengiriman barang kepada pelanggan akan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan		Kegiatan promosi seperti pameran adalah bentuk pelayanan kepada pelanggan		Pelayanan purna jual kepada konsumen dapat menjaga kepercayaan konsumen		Kualitas produk menjadi hal utama dalam memenuhi kebutuhan pelanggan	
	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	1	5	3	15	3	15	0	0
3	1	5	1	5	2	10	2	10	1	5
4	10	50	12	60	12	60	11	55	7	35
5	9	45	6	30	3	15	4	20	12	60
TOTAL	20	100	20	100	20	100	20	100	20	100

Tabel 8 menunjukkan pentingnya konsumen dalam peningkatan produktivitas. Responden menganggap bahwa untuk menciptakan kepuasan pelanggan dibutuhkan peningkatan produktivitas produk (95 persen), pelayanan jasa pengiriman barang (90 persen), kegiatan promosi (75 persen) dan pelayanan purna jual (75 persen). Mayoritas responden menganggap kualitas produk menjadi hal utama dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (95 persen).

3.7. Tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai kerjasama

Tabel 9. Pentingnya Kerjasama dalam Peningkatan Produktivitas

Tanggapan respon - den (bobot)	Kerjasama dengan lembaga atau perusahaan lain akan lebih menguntungkan		Kerjasama dengan pemasok akan memperlancar kegiatan produksi		Kerjasama dengan lembaga pendidikan dapat meningkatkan mutu produk		Kerjasama dengan lembaga teknologi dan informasi dapat memperlancar hubungan dengan pemasok dan distributor	
	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)
1	1	5	0	0	3	15	0	0
2	1	5	0	0	0	0	1	5
3	5	25	2	10	4	20	2	10
4	11	55	17	85	8	40	13	65
5	2	10	1	5	5	25	4	20
TOTAL	20	100	20	100	20	100	20	100

Tabel 9 menunjukkan pentingnya kerjasama dalam peningkatan produktivitas. Kerjasama yang baik diantara anggota rantai pasokan akan mampu meningkatkan kinerja rantai pasokan. Tabel 14 menunjukkan bahwa mayoritas responden menganggap bahwa kerjasama perlu dilakukan seperti kerjasama dengan lembaga atau perusahaan lain (65 persen), kerjasama dengan pemasok untuk memperlancar kegiatan produksi (90 persen), kerjasama dengan lembaga pendidikan untuk meningkatkan mutu produk (65 persen), dan kerjasama dengan lembaga informasi memperlancar hubungan dengan pemasok dan distributor (85 persen).

3.8. Tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai tenaga kerja

Tabel 10. Pentingnya Tenaga Kerja dalam Peningkatan Produktivitas

Tanggapan respon - den (bobot)	Tenaga kerja yang berkualitas dapat meningkatkan produktivitas tenaga kerja		Disiplin tenaga kerja yang tinggi akan berpengaruh terhadap kelancaran kegiatan produksi		Pendidikan dan pelatihan tenaga kerja dapat meningkatkan produktivitas tenaga kerja		Penggunaan tenaga ahli penting untuk meningkatkan kualitas produk	
	R	(%)	R	(%)	R	(%)	R	(%)
1	0	0	0	0	0	0	0	0
2	1	5	0	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0	0	0	0
4	7	35	10	50	9	45	7	35
5	12	60	10	50	11	55	13	65
TOTAL	20	100	20	100	20	100	20	100

Tabel 10 menunjukkan pentingnya tenaga kerja dalam peningkatan produktivitas. Tenaga kerja merupakan komponen dalam rantai pasokan yang berfungsi sebagai penggerak dalam kegiatan produksi. Responden menganggap peningkatan produktivitas dipengaruhi tenaga kerja yang berkualitas (95 persen) dan disiplin kerja yang tinggi (100 persen), pendidikan dan pelatihan diperlukan untuk meningkatkan produktivitas tenaga kerja (100 persen).

4. Analisis Hubungan Manajemen Rantai Pasokan terhadap Produktivitas

Data responden yang telah diambil diolah dengan menggunakan regresi *stepwise*, *forward selection*, *backward elimination* dengan program SPSS. Pengolahan dengan regresi *stepwise* menunjukkan bahwa variabel yang memiliki hubungan signifikan

dengan produktivitas adalah kerjasama (X6). Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,02 dan koefisien determinasi sebesar 0,268. Pengolahan dengan backward elimination dihasilkan urutan variabel manajemen rantai pasokan yang paling berpengaruh dengan produktivitas. Urutan dari tingkat variabel yang paling berpengaruh berdasarkan nilai signifikansi antara lain: kerjasama (X6), distributor (X4), persediaan (X2), tenaga kerja (X7), konsumen (X5), pemasok (X1) dan produksi (X3). Hasil pengolahan data menunjukkan variabel kerjasama yang memiliki hubungan secara signifikan dengan produktivitas, hal ini sangat sesuai dengan aktualisasi strategi dari pengusaha umkm pengolahan tempe yang selalu melakukan kerjasama kepada pemasok bahan baku (*supplier*) untuk menjaga ketersediaan bahan baku pembuatan tempe agar selalu tersedia sehingga menjamin proses produksi tetap berlanjut.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Model rantai pasokan di UMKM produksi tempe terdiri dari beberapa anggota yaitu pemasok, produksi, pengepul barang, *retailer* dan konsumen.
2. Hasil pengolahan dengan regresi *stepwise* menunjukkan hanya terdapat satu variabel yang berhubungan signifikan dengan produktivitas, yaitu variabel kerjasama.

B. Saran

1. Bagi pelaku UMKM produksi tempe untuk menjaga kerjasama karena variabel ini mampu meningkatkan produktivitas. Kerjasama bisa dilakukan dengan menjaga hubungan baik kepada banyak pemasok yang tujuannya untuk menurunkan biaya produksi dan memperlancar proses produksi karena ketersediaan bahan baku dapat dijaga dengan baik.
2. Kerjasama dengan pemasok bisa dilakukan melalui sistem kontrak jangka panjang untuk mengoptimalkan waktu dan biaya.

REFERENSI

- Ardiansyah, A., & Sutarmin, A. (2020). Analisis Pengelolaan Alokasi Dana Desa Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (Studi kasus pada desa Tanjung Hulu, Desa Tanjung Ria, desa Sungai Raya dan desa Nanga Sepauk Kecamatan Sepauk Kabupaten Sintang). *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 7(2).
- Ballou, R. H. 2004. *Business Logistic: Supply Chain Management*. Fifth Edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Chopra, S. dan P. Meindl. 2004. *Supply Chain Management (Strategy, Planning, and Operating)*. Second Edition. 2004. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM. Komoditas Andalan Kabupaten Sintang. 2004. Pemerintah Kabupaten Sintang.
- Handoko, T.H. 2000. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi Operasi*. BPFE- Jogjakarta, Jogjakarta.
- Hasan, I. 2003. *Pokok-Pokok Materi Statistika 2 (Statistik Inferensi)*. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Heizer, J dan B. Rander. 2004. *Manajemen Operasi*, Edisi 7. Jakarta.

- Heryadi. 2004. Pengembangan Usaha Mikro. <http://www.bni.co.id/Document/198%20Micro.pdf> [20 Desember 2005]
- Mentzer, J.T. 2004. Fundamentals of Supply Chain Management (Twelve Driver of Competitive Advantage). Response Books, New Delhi.
- Miranda dan A.W. Tunggal. 2005. Manajemen Logistik dan Supply Chain Management. Harvarindo, Jakarta.
- Mundel, M.E. 1983). Improve Productivity And Effectiveness. Prentice hall, United States of America.
- Partomo, T.K. dan A.B. Soejoedono.. 2004. Ekonomi Skala Kecil/Menengah. Penerbit Galia Indonesia, Bogor Selatan.
- Russel, R.S. dan B.W. Taylor. 2003. Operation Management. Prentice Hall, New Jersey.
- Siagian, Y.M. 2005. Aplikasi Supply Chain Management dalam Dunia Usaha.Grasindo, Jakarta.
- Sinungan, M. 2005. Produktivitas Apa dan Bagaimana. Bumi Aksara, Jakarta.
- Watanabe, R. 2001. Supply Chain Management Konsep dan Teknologi. Usahawan, 02: hlm.8-11.
- Zabidi, Y. 2001. Supply Chain Management: Teknik Terbaru Dalam Mengelola Aliran Material/Produk dan Informasi dalam Memenangkan Pesaing. Usahawan, 02: hlm.3-7