

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

(Studi Kasus pada Kopi Oyi Kota Batu)

Kharisma Tiara Maharani¹, Siti Saroh², Rio Era Deka³

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang

Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

E-mail : 22101092012@unisma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *Supply Chain Management* (SCM) sebagai faktor keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital dengan studi kasus pada Kopi Oyi Kota Batu. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan SCM pada Kopi Oyi masih bersifat sederhana namun fleksibel, mencakup pengelolaan pemasok bahan baku, proses produksi, distribusi, dan pelayanan pelanggan. Pemanfaatan teknologi digital, seperti media sosial dan aplikasi pesan instan, turut membantu memperlancar koordinasi rantai pasok dan pemasaran produk. Implementasi SCM memberikan dampak positif terhadap efisiensi operasional, ketersediaan bahan baku, kualitas produk, serta kepuasan pelanggan. Namun demikian, Kopi Oyi masih menghadapi kendala berupa keterbatasan sumber daya manusia, pencatatan yang belum terintegrasi, dan ketergantungan pada pemasok tertentu. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa SCM berperan penting dalam mendukung keberhasilan UMKM di era digital, meskipun diperlukan penguatan sistem dan pemanfaatan teknologi yang lebih optimal.

Kata kunci: *Supply Chain Management*, UMKM, era digital, keberhasilan usaha.

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of Supply Chain Management (SCM) as a success factor for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the digital era, using Kopi Oyi Kota Batu as a case study. The research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through interviews, observations, and documentation. The findings indicate that SCM implementation at Kopi Oyi remains relatively simple yet flexible, covering supplier management, production processes, distribution, and customer service. The

use of digital technology, such as social media and instant messaging applications, supports supply chain coordination and product marketing. SCM implementation positively impacts operational efficiency, raw material availability, product quality, and customer satisfaction. However, several challenges persist, including limited human resources, non-integrated record-keeping systems, and dependence on specific suppliers. Overall, the study concludes that SCM plays a significant role in supporting MSME success in the digital era, although further system strengthening and technological optimization are required.

Keywords: Supply Chain Management, MSMEs, digital era, business success.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi nasional serta menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. UMKM berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja, sehingga berperan penting dalam menjaga stabilitas ekonomi, khususnya pada kondisi ekonomi global yang fluktuatif. Selain berkontribusi secara makro, UMKM juga berfungsi sebagai penggerak ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, penguatan potensi daerah, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kota Batu sebagai salah satu kota wisata di Jawa Timur memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, khususnya di sektor kuliner. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun berdampak langsung pada meningkatnya permintaan produk makanan dan minuman. Kondisi ini membuka peluang

sekaligus tantangan bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi, menjaga kualitas produk, serta memastikan ketersediaan bahan baku secara berkelanjutan. Oleh karena itu, UMKM di Kota Batu dituntut memiliki sistem pengelolaan usaha yang adaptif terhadap dinamika permintaan pasar.

Dalam konteks tersebut, penerapan *Supply Chain Management* (SCM) menjadi aspek penting dalam mendukung keberhasilan operasional UMKM. *Supply Chain Management* merupakan integrasi aktivitas pengadaan bahan baku, proses produksi, hingga distribusi produk kepada konsumen secara efisien. Penerapan SCM yang baik dapat membantu UMKM menekan biaya operasional, menjaga kontinuitas produksi, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun, pada praktiknya, banyak UMKM masih menghadapi kendala dalam pengelolaan rantai pasok akibat keterbatasan modal, rendahnya literasi manajerial, serta pola kerja yang masih konvensional.

Permasalahan tersebut juga dialami oleh Kopi Oyi, salah satu UMKM kuliner yang berlokasi di Kota Batu. Meskipun telah memanfaatkan platform digital dalam kegiatan pemasaran, pengelolaan rantai pasok Kopi Oyi masih dilakukan secara sederhana tanpa perencanaan stok yang sistematis. Akibatnya, usaha ini sering mengalami keterlambatan pasokan bahan baku, ketidakstabilan harga, serta gangguan produksi yang berdampak pada pelayanan kepada konsumen. Kondisi ini menunjukkan lemahnya integrasi rantai pasok dalam mendukung keberlangsungan usaha.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital sebenarnya memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efektivitas *Supply Chain Management* melalui sistem pencatatan stok digital, pemesanan bahan baku daring, serta pengawasan distribusi secara real-time. Namun, tingkat adopsi teknologi digital dalam pengelolaan rantai pasok UMKM masih relatif rendah. Penelitian terdahulu umumnya lebih menitikberatkan pada aspek pemasaran digital, sementara kajian mengenai peran *Supply Chain Management* berbasis digital terhadap keberhasilan UMKM, khususnya di sektor kuliner, masih terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *Supply Chain Management* sebagai faktor keberhasilan UMKM di era digital melalui studi kasus pada Kopi Oyi Kota Batu.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian *Supply Chain Management* pada UMKM, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dan pemerintah daerah dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui pengelolaan rantai pasok yang efektif dan adaptif.

Rumusan Masalah

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?

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

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

Manfaat Teoritis

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.

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.

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.

TINJAUAN PUSTAKA

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan *Supply Chain Management* (SCM) memiliki peran penting dalam

mendukung keberlangsungan dan kinerja UMKM, khususnya di sektor kuliner.

Penelitian Lucky Mahesa Yahya dkk. (2023) pada UMKM Galamai Tek Tam di Kota Payakumbuh menemukan bahwa meskipun belum menerapkan sistem manajemen modern, prinsip SCM telah dijalankan secara konvensional mulai dari pengadaan bahan baku hingga distribusi.

Namun, keterbatasan bahan baku dan minimnya pemanfaatan pemasaran digital menjadi kendala utama dalam meningkatkan daya saing usaha.

Penelitian Muhammad Al-Farabi Tsani dkk. (2024) pada UKM Tahu Baso Miwiti menunjukkan bahwa pengelolaan rantai pasok yang mencakup tahapan upstream, internal, dan downstream supply chain telah berjalan dengan cukup baik. Aliran produk, uang, dan informasi antara pemasok dan UKM berlangsung efektif, sehingga mampu mendukung kelancaran produksi dan pelayanan konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi rantai pasok yang terstruktur dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM.

Sementara itu, Rifqi Wahyu Ichwannudin dkk. (2024) menemukan bahwa penerapan SCM pada UMKM Gethuk Lindri masih menghadapi berbagai kendala, seperti perencanaan pengadaan bahan baku yang kurang sistematis, pengelolaan persediaan yang belum optimal, serta strategi pemasaran yang belum terintegrasi. Penelitian ini

menekankan pentingnya peningkatan manajemen stok, kerja sama dengan pemasok, serta pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan kinerja usaha.

Penelitian Indah Ramadhani dkk. (2023) pada UMKM Tahu di Desa Pandau Jaya menunjukkan bahwa penerapan metode Economic Order Quantity (EOQ) dalam manajemen rantai pasok mampu meningkatkan efisiensi pengadaan bahan baku dan menekan biaya persediaan.

Meskipun demikian, kendala keterlambatan distribusi bahan baku masih menjadi tantangan yang perlu diatasi agar keberlangsungan produksi tetap terjaga.

Selanjutnya, penelitian Nanda Novianto Alfah Rizky dkk. (2024) menegaskan bahwa *Supply Chain Management* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner. Melalui analisis SWOT, penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan dengan pemasok, manajemen inventori, dan sistem distribusi merupakan faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Supply Chain Management* memiliki peran strategis dalam mendukung keberhasilan UMKM. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pengelolaan rantai pasok secara konvensional atau parsial, serta belum mengkaji secara mendalam integrasi SCM dengan pemanfaatan teknologi digital,

khususnya pada UMKM kuliner di kawasan wisata. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menganalisis penerapan *Supply Chain Management* sebagai faktor keberhasilan UMKM di era digital melalui studi kasus Kopi Oyi Kota Batu.

LANDASAN TEORI

Manajemen Operasional dan Logistik

Manajemen operasional menurut Heizer dan Render (2017) adalah serangkaian aktivitas yang mengubah input menjadi output berupa barang dan jasa yang memiliki nilai tambah secara efisien. Ariani (2017) memandang operasional sebagai proses transformasi yang menambahkan nilai pada input. Manajemen logistik, menurut Christopher (2011), merupakan proses strategis dalam mengelola pergerakan dan penyimpanan barang beserta aliran informasinya dari titik asal hingga konsumen. Ballou (2004) menekankan bahwa logistik bertujuan mengendalikan aliran barang secara efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management*)

Lambert dan Cooper (2000) mendefinisikan rantai pasok sebagai integrasi proses bisnis utama dari pemasok hingga pengguna akhir untuk menciptakan nilai. Heizer dan Render (2017) menyatakan bahwa *Supply Chain Management* adalah integrasi aktivitas pengadaan, produksi, dan distribusi kepada

pelanggan. Chopra dan Meindl (2019) menegaskan bahwa manajemen rantai pasok mencakup seluruh pihak yang terlibat dalam pemenuhan permintaan pelanggan dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan nilai pelanggan.

UMKM dan Era Digital

Tapscott (1997) menyatakan bahwa era digital merupakan periode ketika teknologi informasi dan internet menjadi dasar aktivitas bisnis. Nasrullah (2017) menekankan bahwa era digital memungkinkan akses informasi secara cepat dan tanpa batas. Riyanti (2016) menyebutkan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh modal, tetapi juga oleh kemampuan manajerial, sumber daya manusia, dan pemanfaatan teknologi.

Kerangka Konseptual

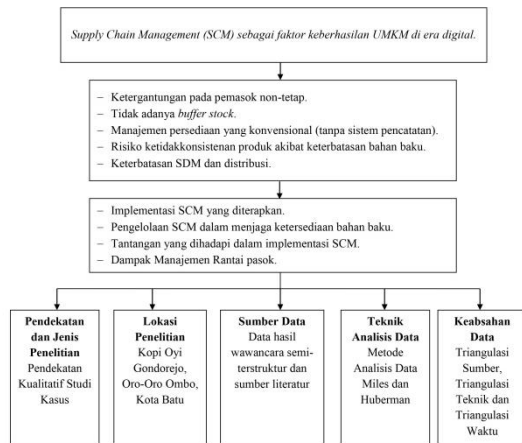
Penelitian ini berangkat dari permasalahan rendahnya penerapan manajemen rantai pasok yang terstruktur pada UMKM kuliner, khususnya Kopi Oyi. Dalam konteks UMKM, Supply Chain Management (SCM) tidak hanya dipahami sebagai alur distribusi bahan baku, tetapi juga sebagai sistem yang mengintegrasikan proses pengadaan, pengelolaan persediaan, produksi, dan distribusi produk kepada konsumen.

Kerangka konseptual penelitian ini menempatkan manajemen rantai pasok sebagai variabel utama yang memengaruhi ketersediaan bahan baku, kelancaran operasional, dan pada akhirnya keberlangsungan usaha UMKM.

Implementasi SCM pada Kopi Oyi dianalisis melalui beberapa komponen utama, yaitu pengadaan bahan baku, manajemen persediaan, proses produksi, dan distribusi produk.

Pengadaan bahan baku dipengaruhi oleh hubungan dengan pemasok tetap dan tidak tetap, baik pemasok lokal maupun marketplace daring. Manajemen persediaan mencakup sistem pencatatan stok, keberadaan buffer stock, serta perencanaan kebutuhan bahan baku. Proses produksi di Kopi Oyi menggunakan sistem *made to order*, yang berdampak pada efisiensi bahan baku namun sangat bergantung pada ketersediaan pasokan. Distribusi produk dilakukan melalui layanan langsung dan platform digital, yang memengaruhi jangkauan pasar dan kepuasan pelanggan.

Keempat komponen tersebut saling berkaitan dan membentuk alur manajemen rantai pasok Kopi Oyi. Kelemahan pada salah satu komponen, seperti keterbatasan pemasok tetap atau ketiadaan buffer stock, dapat menimbulkan gangguan pada komponen lainnya dan berdampak pada kelancaran operasional usaha. Dengan demikian, penerapan manajemen rantai pasok yang lebih terstruktur diharapkan mampu meningkatkan ketersediaan bahan baku, efisiensi operasional, serta keberlanjutan usaha Kopi Oyi.



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam implementasi SCM pada Kopi Oyi Kota Batu. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive, dengan subjek penelitian meliputi pemilik usaha dan pihak yang terlibat dalam operasional Kopi Oyi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode.

GAMBARAN SETTING PENELITIAN

Kopi Oyi merupakan usaha mikro di bidang kuliner yang bergerak pada penyediaan minuman kopi, non-kopi, serta makanan ringan hingga makanan berat. Usaha ini berdiri sejak November 2021 dan berlokasi di kawasan wisata Kota Batu, Jawa Timur.

Lokasi yang strategis menjadikan Kopi Oyi memiliki peluang pasar yang besar dari wisatawan maupun masyarakat lokal.

Kopi Oyi dikelola langsung oleh pemilik dengan dibantu satu orang karyawan. Strategi harga yang terjangkau serta pemanfaatan platform digital seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood, dan WhatsApp menjadi faktor pendukung daya saing usaha. Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan distribusi menunjukkan kemampuan Kopi Oyi beradaptasi dengan dinamika persaingan UMKM di era digital.

Profil Usaha

Bagian ini menguraikan profil usaha Kopi Oyi secara rinci, meliputi identitas usaha, struktur organisasi, sarana dan fasilitas, produk yang ditawarkan, serta pasar yang menjadi fokus utama.



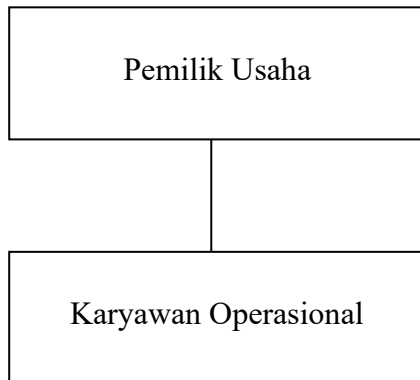
Gambar 1. Logo Kopi Oyi

Sumber: Data Perusahaan

Struktur Organisasi dan Pengelolaan

Struktur pengelolaan usaha Kopi Oyi masih sederhana. Pemilik usaha berperan langsung dalam mengatur jalannya operasional, mulai dari pengadaan bahan baku, penyajian

pesanan, hingga pelayanan kepada konsumen. Dalam operasional sehari-hari, pemilik dibantu oleh satu orang karyawan yang menangani bagian pelayanan dan produksi. Struktur sederhana ini memungkinkan komunikasi yang cepat, fleksibel, dan efisien.



Gambar 2. Struktur Organisasi Kopi Oyi

Sumber: Data Perusahaan

TEMUAN-TEMUAN PENELITIAN

Penyajian Data

Penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap kegiatan operasional Kopi Oyi. Wawancara melibatkan pemilik usaha, satu orang karyawan, pemasok bahan baku, distributor, mitra ojek daring, serta konsumen. Pemilihan informan tersebut bertujuan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai alur manajemen rantai pasok Kopi Oyi dari hulu hingga hilir.

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi terhadap proses produksi, sistem pelayanan, serta alur distribusi pesanan. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa identitas usaha, menu

produk, struktur organisasi sederhana, serta kondisi tempat usaha. Keabsahan data diperkuat melalui teknik triangulasi sumber, sehingga informasi yang diperoleh dapat saling melengkapi dan meminimalkan bias.

Implementasi Manajemen Rantai Pasok Kopi Oyi

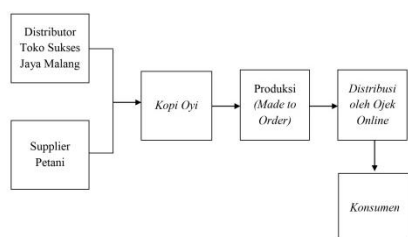
Berdasarkan hasil penelitian, implementasi manajemen rantai pasok pada Kopi Oyi masih dilakukan secara sederhana dan belum terstruktur. Seluruh proses utama, mulai dari perencanaan kebutuhan bahan baku, pengadaan, produksi, hingga distribusi produk, sebagian besar masih dikelola langsung oleh pemilik usaha. Hal ini disebabkan oleh skala usaha yang masih kecil serta keterbatasan jumlah tenaga kerja.

Pengadaan bahan baku utama seperti ayam dan pisang diperoleh dari pemasok lokal yang telah menjadi langganan tetap. Hubungan kerja sama ini bersifat informal tanpa perjanjian tertulis, namun cukup membantu dalam menjaga kontinuitas pasokan harian. Sementara itu, bahan tambahan seperti bubuk minuman, sirup, dan gula cair diperoleh melalui toko ritel serta marketplace daring. Pola pengadaan ini dipilih karena praktis, meskipun memiliki risiko keterlambatan pengiriman dan ketidakpastian ketersediaan bahan.

Dalam pengelolaan persediaan, Kopi Oyi belum memiliki sistem pencatatan stok yang baku. Pemantauan persediaan dilakukan secara manual berdasarkan pengamatan

langsung. Kondisi ini menyebabkan tidak adanya buffer stock, sehingga ketika terjadi peningkatan permintaan, beberapa menu tidak dapat disajikan karena keterbatasan bahan baku.

Proses produksi dilakukan dengan sistem made to order, di mana produk dibuat setelah pesanan diterima. Strategi ini membantu mengurangi pemborosan bahan, namun menuntut ketersediaan bahan baku yang stabil. Dari sisi distribusi, Kopi Oyi memanfaatkan layanan pesan antar digital serta pemesanan langsung, meskipun kapasitas pelayanan masih terbatas akibat keterbatasan sumber daya manusia.



Pengelolaan Manajemen Rantai Pasok dalam Menjaga Ketersediaan Bahan Baku

Pengelolaan bahan baku di Kopi Oyi dilakukan berdasarkan pengalaman dan kebutuhan operasional harian. Pembelian bahan dilakukan dalam jumlah terbatas untuk menjaga kesegaran dan menghindari kerugian akibat bahan yang rusak. Strategi ini efektif dalam menjaga kualitas produk, namun meningkatkan risiko kekurangan stok ketika permintaan meningkat secara tiba-tiba. Pemilik usaha juga mempertahankan penggunaan merek bahan tertentu guna

menjaga konsistensi rasa. Akibatnya, ketika bahan tersebut tidak tersedia di pasaran, menu terkait terpaksa dihentikan sementara. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan persediaan masih berorientasi pada kualitas produk, namun belum diimbangi dengan perencanaan pasokan yang memadai.

Tantangan yang Dihadapi Kopi Oyi dalam Manajemen Rantai Pasok

Hasil penelitian mengidentifikasi beberapa tantangan utama dalam manajemen rantai pasok Kopi Oyi. Tantangan tersebut meliputi ketergantungan pada pemasok tidak tetap untuk sebagian bahan baku, keterbatasan pemasok tetap, serta manajemen persediaan yang masih sederhana. Tidak adanya buffer stock membuat usaha sulit beradaptasi ketika terjadi lonjakan permintaan, khususnya pada akhir pekan dan musim liburan.

Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia menjadi kendala dalam proses produksi dan distribusi. Dengan jumlah karyawan yang terbatas, peningkatan volume pesanan sering kali berdampak pada keterlambatan pelayanan dan berkurangnya variasi menu yang dapat disediakan.

Dampak Manajemen Rantai Pasok pada Kopi Oyi

Manajemen rantai pasok yang diterapkan Kopi Oyi memberikan dampak langsung terhadap kelancaran operasional usaha. Sistem pengelolaan bahan baku yang masih manual menyebabkan ketidakstabilan ketersediaan menu dan memengaruhi

pengalaman pelanggan. Meskipun pembelian bahan secara harian membantu menekan pemborosan, fluktuasi harga dan keterlambatan pasokan tetap menjadi kendala.

Dari sisi pelayanan, keterbatasan tenaga kerja berdampak pada kecepatan pelayanan saat volume pesanan meningkat. Namun demikian, kualitas rasa dan hubungan baik dengan pemasok lokal menjadi faktor pendukung keberlangsungan usaha. Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok memiliki peran penting dalam menentukan kinerja operasional Kopi Oyi dan perlu dikembangkan secara lebih terstruktur untuk mendukung keberlanjutan usaha.

PEMBAHASAN

Analisis Implementasi Manajemen Rantai Pasok Kopi Oyi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi manajemen rantai pasok (*Supply Chain Management*) pada Kopi Oyi masih bersifat sederhana dan manual. Seluruh aktivitas utama, mulai dari perencanaan kebutuhan bahan baku, pengadaan, produksi, hingga distribusi, masih dikendalikan langsung oleh pemilik usaha. Sistem pencatatan persediaan belum terintegrasi secara digital dan masih mengandalkan pengalaman, perkiraan, serta pencatatan sederhana.

Menurut Chopra dan Meindl (2015), rantai pasok ideal menekankan koordinasi

terintegrasi antar pelaku, mulai dari pemasok hingga konsumen. Namun, kondisi Kopi Oyi menunjukkan adanya kesenjangan antara konsep teoritis dan praktik di lapangan, yang umum terjadi pada UMKM dengan keterbatasan sumber daya. Hal ini sejalan dengan penelitian Firdausya dan Ompusunggu (2023) yang menyatakan bahwa UMKM umumnya baru memanfaatkan digitalisasi pada aspek pemasaran, sementara pengelolaan rantai pasok masih bersifat konvensional.

Implementasi SCM di Kopi Oyi memiliki keunggulan berupa fleksibilitas pengambilan keputusan dan penerapan sistem *made to order* yang mampu menekan pemborosan bahan baku. Namun, tingginya ketergantungan pada pemilik dan ketiadaan sistem pencatatan stok meningkatkan risiko gangguan operasional, terutama saat terjadi lonjakan permintaan atau keterlambatan pasokan.

Pengelolaan Manajemen Rantai Pasok dalam Menjaga Ketersediaan Bahan Baku

Pengelolaan rantai pasok Kopi Oyi dapat dianalisis menggunakan pendekatan *Cycle View* (Chopra & Meindl, 2015), yang mencakup *Customer Order Cycle*, *Replenishment Cycle*, *Manufacturing Cycle*, dan *Procurement Cycle*. Berdasarkan pendekatan ini, aktivitas rantai pasok Kopi Oyi masih berjalan secara sederhana dan belum terdokumentasi secara sistematis.

Pada *Customer Order Cycle*, pemesanan dilakukan melalui platform digital dan layanan langsung, dengan sistem *made to order*. Pada *Replenishment Cycle*, bahan tambahan banyak diperoleh melalui marketplace daring, sehingga ketersediaannya tidak menentu. *Manufacturing Cycle* berjalan efisien karena tidak ada produk yang disimpan lama, namun sangat bergantung pada kesiapan bahan baku. Sementara itu, *Procurement Cycle* menunjukkan ketergantungan pada pemasok tetap hanya untuk bahan tertentu, sedangkan bahan lainnya tidak memiliki kepastian sumber.

Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan ketersediaan bahan baku di Kopi Oyi masih berorientasi pada kebutuhan jangka pendek dan belum didukung perencanaan persediaan yang matang.

Tantangan yang Dihadapi Kopi Oyi dalam Manajemen Rantai Pasok

Tantangan utama yang dihadapi Kopi Oyi dalam manajemen rantai pasok mencakup aspek internal dan eksternal. Secara eksternal, ketergantungan pada marketplace daring menyebabkan risiko keterlambatan pengiriman, fluktuasi harga, dan ketidakpastian pasokan (Chopra & Meindl, 2015). Selain itu, keterbatasan pemasok tetap membuat konsistensi kualitas bahan baku sulit dijaga, sebagaimana juga ditemukan oleh Umiyati dan Achmad (2020).

Secara internal, manajemen persediaan yang masih sederhana dan ketiadaan buffer stock menyebabkan usaha rentan kehabisan bahan baku saat permintaan meningkat. Keterbatasan sumber daya manusia juga membatasi kapasitas produksi dan pelayanan, sebagaimana dijelaskan oleh Maimuna dkk. (2022). Selain itu, jangkauan distribusi yang masih terbatas menghambat potensi perluasan pasar (Firdausya & Ompusunggu, 2023).

Dampak Manajemen Rantai Pasok Kopi Oyi

Manajemen rantai pasok yang belum optimal memberikan dampak langsung terhadap kinerja operasional Kopi Oyi. Ketidadaan buffer stock menyebabkan ketersediaan menu tidak selalu stabil, sehingga kepuasan pelanggan menjadi fluktuatif. Menurut Kotler dan Keller (2016), konsistensi produk merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan, yang dalam kasus Kopi Oyi masih menjadi tantangan.

Di sisi lain, penerapan sistem *made to order* membantu menekan pemborosan dan meningkatkan efisiensi bahan baku. Namun, biaya pengadaan relatif tidak stabil karena bergantung pada marketplace daring dengan harga dan ongkos kirim yang fluktuatif (Umiyati & Achmad, 2020). Tingginya ketergantungan pada pemilik usaha juga meningkatkan risiko keberlanjutan operasional (Robbins & Coulter, 2017).

Implikasi Penelitian

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat pandangan Chopra dan Meindl (2015) bahwa integrasi dalam manajemen rantai pasok sangat penting untuk mengurangi ketidakpastian operasional. Penelitian ini juga mendukung temuan Maimuna dkk. (2022) terkait keterbatasan SDM dan manajemen stok sebagai tantangan utama UMKM, serta menunjukkan relevansi pendekatan *Cycle View* dalam menganalisis UMKM skala kecil.

Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan Kopi Oyi untuk memperluas jaringan pemasok tetap, menerapkan pencatatan persediaan digital sederhana, serta menyediakan buffer stock untuk bahan baku utama. Selain itu, penambahan atau pembagian tugas karyawan serta perluasan distribusi melalui kolaborasi logistik dapat mendukung keberlanjutan usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa implementasi *Supply Chain Management* pada Kopi Oyi Kota Batu berperan penting dalam mendukung keberhasilan UMKM di era digital. Meskipun masih bersifat sederhana, penerapan SCM mampu meningkatkan efisiensi operasional, menjaga kualitas produk, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pemanfaatan teknologi digital

turut membantu memperlancar koordinasi dalam rantai pasok.

Namun demikian, Kopi Oyi masih menghadapi keterbatasan dalam hal integrasi sistem, sumber daya manusia, dan ketergantungan pada pemasok tertentu. Oleh karena itu, diperlukan penguatan sistem SCM dan pemanfaatan teknologi yang lebih optimal agar keberlanjutan usaha dapat terus terjaga.

SARAN

Bagi Kopi Oyi, disarankan untuk mulai menerapkan sistem pencatatan rantai pasok yang lebih terintegrasi serta memperluas jaringan pemasok guna mengurangi risiko ketergantungan. Selain itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan manajemen dan teknologi digital juga perlu dilakukan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji implementasi SCM pada UMKM dengan pendekatan kuantitatif atau mixed methods agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh SCM terhadap kinerja usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ariani, D. W. (2017). Manajemen operasi (Edisi ke-3). Tangerang: Universitas Terbuka.
- Ballou, R. H. (2004). Business logistics management: Planning, organizing, and controlling the supply chain. New Jersey: Pearson/Prentice Hall.

- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (1996). *Logistical management: The integrated supply chain process*. New York: McGraw-Hill.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation*. USA: Pearson Education.
- Christopher, M. (2011). *Logistics and supply chain management*. London: Pearson Education Limited.
- Diharto, A. K. (2022). *Manajemen inovasi dan kreativitas*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Herjanto, E. (2003). *Manajemen produksi dan operasi (Edisi ke-2)*. Jakarta: Grasindo.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations management*. United States: Pearson Education, Inc.
- Indrajit, R. E., & Djokopranoto, R. (2002). *Konsep manajemen supply chain*. Jakarta: PT Grasindo.
- Junaedi, F., & Sudiwijaya, E. (2022). *Digital marketing untuk UMKM*. Yogyakarta: Dua Lima Grafika.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lukman. (2021). *Supply chain management*. Makassar: CV Cahaya Bintang Cemerlang.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis (3rd ed.)*. California: SAGE Publications.
- 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.
- Paramita, R. W., dkk. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Buku ajar perkuliahan metodologi penelitian bagi mahasiswa akuntansi dan manajemen*. Lumajang: Widya Gama Press.
- Putri, R. L. (2024). *Manajemen UMKM terpadu*. Tangerang Banten: Minhaj Pustaka.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. A. (2017). *Management*. New York: Pearson Education.
- 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). Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Tapscott, D. (1997). Growing up digital. New York: McGraw-Hill.

Wati, A. P., dkk. (2019). Digital marketing. Malang: Edulitera.

Yamit, Z. (2003). Manajemen produksi dan operasi. Yogyakarta: Ekonisia.

Jurnal Ilmiah

Barus, D. R., dkk. (2023). Tantangan dan strategi pemasaran di era teknologi dan digitalisasi. *Journal of Creative Student Research*, 357–365.

Bella Nandita, Sarma, M., & Najib, M. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan UMKM pengolahan buah dan pengolahan susu. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 1–9.

Haris, I., Taryono, & Sani, M. A. (2023). Tantangan dan peluang manajemen produksi dan operasi di era digital. *Journal of Islamic Business Management Studies*, 44–55.

Lambert, D. M., & Cooper, M. C. (2000). Issues in supply chain management. *Industrial Marketing Management*, 65–83.

Mahesa Yahya, L., Adha, M., & Firmansyah, D. (2023). Analisis rantai pasok (supply chain) UMKM Galamai Tek Tam di Kota Payakumbuh. *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 88–96.

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.

Naila, N. D., & Riofita, H. (2024). Tren pemasaran digital: Tantangan, peluang, dan strategi inovatif dalam mengembangkan bisnis dengan teknologi digital. *Journal Pedia*, 282–296.

Sumber Online / Laporan Resmi

Badan Pusat Statistik Indonesia. (2025, Februari 5). Pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan IV-2024. Diakses 9 Juni 2025 dari <https://www.bps.go.id>

Badan Pusat Statistik Jawa Timur. (2024). Jumlah perjalanan wisatawan nusantara menurut kabupaten/kota tujuan di Jawa Timur. Diakses 30 Januari 2025 dari <https://malangkota.bps.go.id>

Indonesia.go.id. (2024, September 4). UMKM Indonesia makin kuat: Program Level Up 2024 siap dorong digitalisasi bisnis. Diakses 26 April 2025 dari <https://indonesia.go.id>