



Analisis Supply Chain Management Pada UMKM Lalapan Tanamo Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM

Farah Wahyu Ardianti¹, Sisca Widyaningrum², Mohamad Bastomi³

^{1,2,3}Universitas Islam Malang

*E-mail: farahwahyuardianti@gmail.com

Abstrak

Pada masa sekarang dunia bisnis dalam bidang kuliner mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan ini para UMKM diharapkan dapat mengantisipasi permintaan konsumen secara cepat. Hal ini dilakukan oleh UMKM lalapan tanamo dalam hal menghadapi permasalahan terkait pada *Supply Chain Management*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis *Supply Chain Management* pada UMKM lalapan tanamo dan pemasok bahan baku dari UMKM lalapan tanamo. Metode penelitian yang digunakan yaitu Penelitian menggunakan data primer dan sekunder yang dihasilkan dari proses wawancara terhadap owner lalapan tanamo untuk mendapatkan faktor internal dan eksternal serta melakukan pembobotan untuk metode QSPM. Penelitian menggunakan metode SWOT dan QSPM. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa penerapan *Supply Chain Management* pada lalapan tanamo sangat efektif dan membantu dalam mengelola rantai pasokannya.

Kata Kunci : *Supply Chain Management, SWOT, QSPM*

Abstract

Currently, the business world in the culinary sector is experiencing very rapid development. With this, MSMEs are expected to be able to anticipate consumer demand quickly. This is done by MSMEs lalapan tanamo in terms of facing problems related to Supply Chain Management. This research was carried out with the aim of analyzing Supply Chain Management in Lalapan Tano MSMEs and raw material suppliers from Lalapan Tano MSMEs. The research method used is research using primary and secondary data resulting from the interview process with the owner of Lalapan Tanamo to obtain internal and external factors as well as weighting for the QSPM method. The research uses the SWOT and QSPM methods. Based on the results of the research and discussion, it can be concluded that the application of supply chain management to Tanomo fresh vegetables is very effective and helps in managing the supply chain.

Keyword : *Supply Chain Management , SWOT, QSPM*

Pendahuluan

Pada masa sekarang dunia bisnis dalam bidang kuliner mengalami perkembangan yang sangat pesat. Seiring banyaknya usaha kuliner yang ada dan munculnya jenis usaha yang sama menyebabkan munculnya persaingan yang ketat antar usaha. Menurut Khairun Anisah (2022) Untuk memahami minat konsumen para pengusaha harus dapat menghadapi kebutuhan konsumsi untuk menghadapi persaingan. Maka para UMKM harus dapat mengantisipasi permintaan konsumen dengan cepat dan mempertahankan pelanggan. Keterbatasan kemampuan menjadi hambatan bagi UMKM untuk berkembang pesat. Kurangnya informasi menjadi faktor yang mendasari ketidakpahaman ini akan pentingnya peran pengelolaan stok bahan baku (Ridah, 2023).

Lalapan Tanamo adalah tempat makan yang menjual nasi lalapan dengan hidangan lauk seperti ayam, bebek, lele, tahu, tempe, terong dan pelengkap sambal dan sayur lalap yang terdiri

dari mentimun, selada, kubis, dan kemangi. Lalapan tanamo terletak di Jalan Raya Asrikaton Kecamatan Pakis Kabupaten Malang beroperasi dari jam 16.00- 21.00 dengan total karyawan sebanyak 1 orang. Proses produksi di UMKM lalapan tanamo melibatkan berbagai pihak salah satunya *supplier*. Untuk memastikan operasional lancar lalapan tanamo perlu membutuhkan strategi dalam pengelolaan *supplier*.

Hambatan yang dihadapi dalam menjalankan rantai pasokan adalah ketidakpastian dalam menyusun *Forecasting* dan *Inventory Management* (prasmul.eli, 2022). Ketidakpastian dalam menyusun *Forecasting* yang terjadi pada lalapan tanamo terkait permintaan konsumen yang berubah setiap saat menjadi tantangan bagi sebuah usaha untuk menyusun perkiraan permintaan. Lalapan tanamo kesulitan dalam memperkirakan jumlah lalapan yang terjual dalam sehari, dikarenakan usaha lalapan ini hasil makanan yang terjual tidak pasti yang bisa disebabkan beberapa faktor seperti penjualan disaat sepi, penjualan disaat hujan.

Permasalahan yang kedua yaitu pada manajemen *inventory*, tantangan dalam inventory management adalah menyeimbangkan jumlah stok barang agar sesuai dengan permintaan konsumen (Prasmul.eli, 2022). ketidaktepatan pasokan bahan baku dimana jumlah permintaan lalapan tergantung pada hari, waktu, dan acara tertentu. Hal ini membuat UMKM lalapan sulit untuk memperkirakan jumlah produksi. (Niswah, 2023) setiap pengusaha pasti membutuhkan persediaan. Persediaan penting bagi pengusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kualitas bahan baku juga menjadi faktor yang mempengaruhi dalam penyimpanan bahan baku, karena bahan baku dari UMKM ini menggunakan ikan dan ayam yang dimana apabila disimpan terlalu lama akan mengalami pembusukan dan tidak dapat diolah. Penelitian ini berfokus pada menganalisis permasalahan tentang seberapa efektif penerapan *SCM* pada UMKM lalapan tanamo dapat mengatasi permasalahan tersebut . Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses pemilihan pemasok pada Lalapan Tanamo dan pengolahan persediaan. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan terkait efektivitas *SCM* pada UMKM Lalapan Tanamo.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang dilakukan dengan cara menganalisis, mendeskripsikan, dan memaparkan gambaran umum (Benu et al, 2020) . Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan sekunder yang dihasilkan dari proses wawancara terhadap owner lalapan tanamo untuk mendapatkan faktor internal dan eksternal serta melakukan pembobotan untuk metode QSPM (Nafira, 2022). Penelitian menggunakan metode SWOT dan QSPM . Metode SWOT membantu mengidentifikasi faktor yang harus dipertimbangkan dalam pengambilan Keputusan.

Analisis SWOT berisi tentang peluang, ancaman, kekuatan, kelemahan dari sebuah usaha tersebut.. Matriks ini menghasilkan empat strategi yaitu ST, WT, WO, SO. Metode QSPM digunakan mengevaluasi strategi berdasarkan faktor internal dan eksternal dari sebuah usaha. Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) merupakan tahap akhir dari perumusan strategi. Secara konseptual, QSPM menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi berdasarkan kunci faktor internal serta eksternal (Muhammad Jihad, 2022).

Hasil dan Pembahasan

Lalapan Tanamo

Gambar 1. Lalapan Tanamo



Lalapan Tanamo adalah sebuah tempat makan yang menjual aneka jenis nasi lalapan dengan pilihan menu lauk diantaranya ada ayam, bebek, lele, belut dan aneka seafood. Lalapan ini beralamat di Jalan Raya Asrikaton No 75, Boko, Asrikaton, Kec. Pakis, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Penerapan SCM pada Lalapan Tanamo

Analisis lebih mendalam terkait *SCM* pada UMKM Lalapan Tanamo perlu dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai jaringan berbagai pihak yang berkerjasama dari awal sampai ke konsumen melalui proses berikut :

Procurement, Purchasing atau Supply (Supply Bahan Baku)

Menurut Cahyo dan Solikhin (2020) pembelian atau *purchasing* adalah proses penemuan sumber dan pemesanan bahan, jasa, dan perlengkapan. Kegiatan tersebut biasanya disebut pengadaan barang. Pada dasarnya peran pembelian adalah perusahaan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Bahan Baku yang di gunakan dalam penjualan Lalapan Tanamo ini sebagian besar adalah hewan darat dan juga hewan laut, ada juga tambahan lainnya seperti perbumbu – bumbu dan sayuran sebagai pelengkap. Bahan tersebut diperoleh dengan cara membeli di pasar dan di supllier yang sudah menjadi langganan. Supplier bahan baku yang bekerja sama dengan UMKM ini tidak hanya satu supplier melainkan 3 *supplier* . Bahan baku yang dibutuhkan diantaranya beras, ayam, bebek, belut, lele, ikan mujaer, ikan nila, cumi cumi, udang, dan juga kerang berserta bumbu dan sayuran yang didapatkan dari pasar yang berlokasi tidak jauh dari rumah sang pengusaha.

Berikut dibawah ini merupakan data data *supplier* dari lalapan tanamo:

Tabel 1. Data Supplier Lalapan Tanamo

NO	JENIS	TEMPAT SUPPLIER	JUMLAH BAHAN
1.	Ayam	Pasar Gandongan	4 kg
2.	Bebek	Pasar Among Tani	2 ekor
3.	Lele	Pasar Gandongan	2 kg
4.	Belut	Pasar kepanjen	4 kg
5.	Udang, Cumi, kerang	Pasar Gandongan	1 kg, 1kg, 4kg
6.	Ikan Mujair dan Nila	Pasar Gandongan	2 kg, 2 kg
7.	Sayur	Pasar Gandongan	-



Pembelian bahan baku di pasar dilakukan secara berkala dengan melihat apa saja stock yang habis pada hari itu untuk meminimalisir adanya kebusukan pada bahan baku, dan menjaga agar bahan baku tetap fresh dan segar, dan untuk pembelian pada supplier dengan pengiriman dilakukan secara terjadwan ole pihak UMKM.

Biaya yang dikeluarkan pada saat pembelian bahan baku Lalapan Tanamo untuk penjualan selama 3- 5 hari yaitu sebesar Rp 1.010.000 .

Planning and Control (Perencanaan dan Pengawasan Produksi)

Planning and Control menurut Jain, dkk (2019) merupakan kunci utama kesuksesan dalam semua jenis organisasi manufaktur. Kurangnya pengawasan tentunya akan berdampak pada hasil produksi, jumlah produk yang dihasilkan akan menjadi tidak sesuai.

Pada lalapan tanamo ini dalam merencanakan jumlah proses produksi masih bersifat tidak pasti. ada beberapa hal yang mempengaruhi proses produksi UMKM ini yaitu diantaranya Bahan baku, bahan baku juga dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi proses produksi. Mengingat harga bahan baku seperti ayam dan segala jenis ikan laut mahal. Kenaikan harga bahan baku ini menjadi masalah bagi para UMKM Lalapan. Selain harga kualitas bahan baku yang rendah pada sayuran juga dapat menghasilkan produk yang tidak sesuai. Kondisi pasar, kondisi pasar juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi proses produksi. Kondisi pasar yang dimasud yaitu jumlah permintaan para konsumen atau disaat kondisi warung yang sedang sepi yang mengakibatkan target produksi yang ditentukan tidak tercapai. Cuaca, Kondisi cuaca juga mempengaruhi pada proses bahan baku karena jika saat hujan maka para nelayan kesulitan mencari ikan yang mengakibatkan stok ikan pada pedagang sedikit. Hal ini dapat mempengaruhi proses produksi.

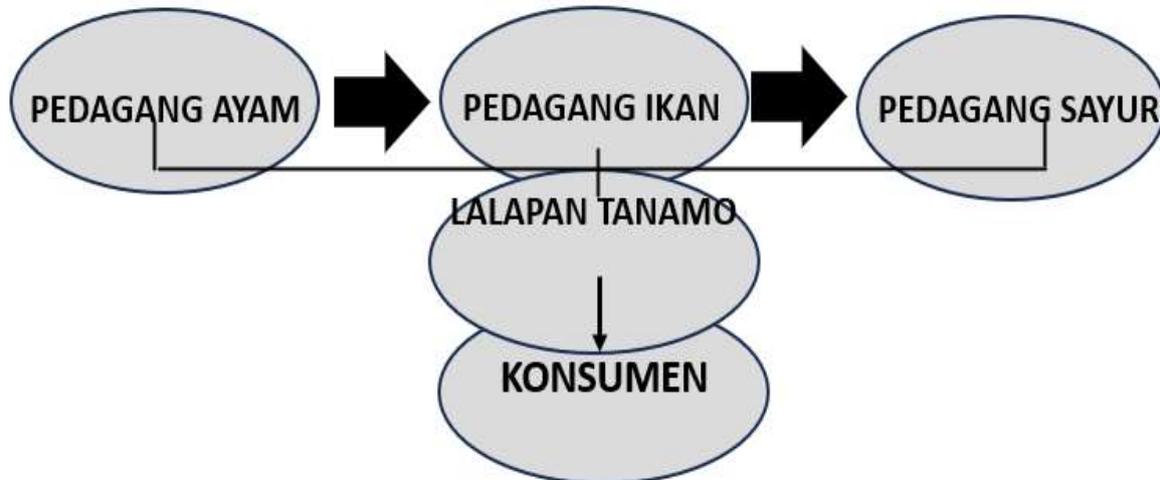
Sedangkan untuk persediaan pada UMKM Lalapan Tanamo dibagi menjadi 2 yaitu pengendalian persediaan bahan baku, Menurut Rizkya (2021) Pengendalian persediaan memiliki peran untuk menjaga keberlangsungan proses produksi sehingga perusahaan tidak mengalami kekosongan persediaan yang dapat menyebabkan terhentinya proses produksi. Persediaan bahan baku pada UMKM lalapan tanamo dilakukan pembelian bahan baku selama 5 hari sekali dalam sekali pembelian 20 kg yang meliputi ayam (2kg), lele (2kg), belut (4kg), udang (1kg), cumi (1kg), kerang (4kg), ikan mujair (2kg), ikan nila (2kg). Dengan adanya pengendalian persediaan dapat menjamin dan tersedianya persediaan yang tepat dalam kualitas dan waktu yang tepat. Oleh karena itu persediaan harus seimbang dengan kebutuhan, karena persediaan yang terlalu banyak akan mengakibatkan kerusakan dan biaya penyimpanan yang tinggi (Niswah itsna, 2023). Penyimpanan bahan baku. Pada penyimpanan bahan baku ini lalapan tanamo menggunakan mesin freezer ikan yang berfungsi untuk menjaga kualitas ayam dan ikan, memperpanjang masa simpan, mempertahankan kesegaran agar kualitas produk yang dijual masih terjaga.

Distribusi (Pengiriman)

Menurut Desilia purnama dewi, dkk (2020) Pengiriman adalah upaya pengiriman barang dari satu bagian ke bagian lain yang dapat memudahkan konsumen. Untuk pemesanan secara online dapat melalui Whatsapp atau aplikasi seperti Gofood, Grabfood dan Shopefood yang dimana tentunya membutuhkan jasa pengiriman makanan.

Supply Chain

Gambar 2. Alur Supply Chain Management Lalapan Tanamo



Alur SCM pada UMKM Lalapan Tanamo dimulai dari pemasok atau supplier yang menyediakan bahan baku utama. Lalapan Tanamo bekerja sama dengan tiga supplier, yaitu supplier ayam dan bebek di pasar Godangan yang selalu dipilih berdasarkan kualitas stok mereka, supplier ikan yang juga berasal dari pasar Godangan dan menyediakan ikan mujair, nila, lele, belut, serta hewan laut seperti udang, cumi, dan kerang, yang harus segar langsung dari laut mengingat sifatnya yang mudah busuk, dan supplier sayuran yang menyediakan berbagai jenis sayuran dan bumbu dapur seperti kubis, tomat, selada, terong, cabai, serta tempe dan tahu. Pada tahap produksi, terdapat satu karyawan yang mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi, mulai dari membersihkan daging dan ikan, memotong sayuran, memasak daging dan ikan, hingga menyajikannya. Proses SCM ini berakhir pada konsumen yang membeli produk langsung melalui proses transaksi terakhir, yaitu penyerahan produk kepada konsumen atau pembeli.

Manfaat penerapan manajemen rantai pasokan yaitu sistem ini dapat membantu perusahaan mengantisipasi permintaan dan memastikan bahwa memiliki stok yang cukup. Persediaan suatu produk harus dapat dikendalikan, pengendalian dilakukan untuk mengendalikan persediaan dari kekurangan atau kelebihan barang. Kekurangan produk atau bahan baku akan menimbulkan komplain dari para pembeli (Pradana, 2019).

Manfaat selanjutnya yaitu memenuhi kebutuhan pelanggan terhadap pilihan menu lalapan sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan. Setiap konsumen berbeda dalam hal pembelian, ada yang melakukan setiap hari, atau melakukan pembelian secara tiba-tiba dalam jumlah yang besar hal ini perlu menjadi perhatian dalam menentukan persediaan (Pradana, 2019).

Strenght, Weakness, Oppourtunity, and Threat (SWOT)

Faktor- faktor internal yang dianalisis dalam matriks IFE berbagai sumber internal. Faktor kekuatan dan kelemahan diberikan rating dari masing-masing faktor dengan nilai 1 (lemah), 2 (sedang), 3 (kuat), dan 4 (sangat kuat). Kemudian menghitung nilai bobot yaitu dengan menilai masing-masing jumlah rating (nilai hasil pembobotan tidak boleh lebih atau kurang dari 1) (Muhammad Jihad, 2022).

Matriks IFE

Tabel 2. Matriks IFE

<i>Internal Factor</i>	<i>Weight</i>	<i>rating</i>	<i>Weight score</i>
KEKUATAN (<i>STRANGTHS</i>)			
S1 : Menyediakan pelayanan pada pelanggan dengan baik	0.3	3	0.9
S2 : Bahan baku yang digunakan segar	0.5	4	1.4
S3 : Dapat menyediakan banyak pilihan menu	0.2	2	0.75
TOTAL	1		3.05
KEKURANGAN (<i>WEAKNESSES</i>)			
W1 : Ketergantungan pada ketersediaan bahan segar	0.35	4	1.4
W2 : Keawetan pada produk yang singkat	0.2	2	0.4
W3 : Ketergantungan pada sambal yang berkualitas	0.3	3	0.9
W4 : Pengukuran permintaan konsumen	0.15	1	0.15
TOTAL	1		2.85
SUBTOTAL			5.9

Analisis dari hasil IFE Matriks terlihat dari banyaknya jumlah faktor-faktor yang dimasukkan dalam faktor kekuatan (strenght) dan kelemahan (weakness). Pada hasil matriks IFE diatas diperoleh nilai 3.05 pada kekuatan dan 2.85 pada kelemahan. Hal ini menunjukkan bahwa lalapan tanamo telah memaksimalkan kekuatan yang ada dan menghindari atau mengatasi kelemahan yang dihadapi. Hal ini dapat terlihat dari selisih total bobot yaitu sebesar 2.85.

Matriks EFE

Tabel 3. Matriks EFE

<i>Internal Factor</i>	<i>Weight</i>	<i>rating</i>	<i>Weight score</i>
PELUANG (<i>Oppoturnities</i>)			
O1 : Penambahan menu	0.25	3	0.75
O2 : Bekerjasama dengan layanan pesan makanan online	0.25	3	0.75
O3 : Menawarkan paket hemat	0.2	2	0.4
O4 : Menawarkan layanan catering untuk acara	0.3	4	1.2
TOTAL	1		3.1
ANCAMAN (<i>Threat</i>)			
T1 : Kenaikan bahan baku	0.4	4	1.6
T2 : Perubahan minat konsumen	0.2	3	0.6
T3 : Persaingan dengan pedagang lain	0.25	3	0.75
T4 : Persaingan harga	0.15	1	0.15
TOTAL	1		3.1
SUBTOTAL			6.2

Analisis dan pembahasan dari EFE Matriks berisi banyaknya jumlah faktor-faktor yang dimasukkan dalam faktor peluang (oppourtunity) dan ancaman (threats). Pada hasil matriks EFE diperoleh nilai yang sama antara peluang dan ancaman yaitu sebesar 3.1. dari tabel EFE dijelaskan bahwa lalapan tanamo dalam hal memanfaatkan peluang untuk mencegah atau mengatasi berbagai ancaman sangatlah seimbang.



Tabel 4. Matriks SWOT

IFAS (Internal Factor Analysis Strategic) EFAS (External Factor Analysis Strategic)	<u>STRENGTH</u> S1 : Menyediakan pelayanan pada pelanggan dengan baik S2 : Bahan baku yang digunakan segar S3 ; Dapat menyediakan banyak pilihan menu	<u>WEAKNESSES</u> W1 : Ketergantungan pada ketersediaan bahan segar W2 : Keawetan pada produk yang singkat W3 ; ketergantungan pada sambal yang berkualitas W4 : pengukuran permintaan konsumen
	<u>OPPORTUNITIES</u> O1 : penambahan menu O2 : Bekerjasama dengan layanan pesan makanan online O3 : Menawarkan paket hemat O4 : Menawarkan layanan catering untuk acara	<u>SO</u> <ul style="list-style-type: none"> • Menawarkan layanan takeaway yang cepat dan efisien. (S1, O2) • Memanfaatkan media sosial untuk promosi (S1, O3, 04) • Menawarkan promo (S1, S2, 03) • Menawarkan layanan custom order (S3, 04)
<u>THREATS</u> T1 : Kenaikan bahan baku T2 : Perubahan minat konsumen T3 : Persaingan dengan usaha lain T4 : Persaingan harga	<u>ST</u> <ul style="list-style-type: none"> • Menjalin kerjasama dengan nelayan dan peternak lokal (S2, T1) • Meningkatkan promosi (S3, T3, T4) • Menjaga kualitas bahan baku dan rasa makanan (S1, S2, T1, T2) 	<u>WT</u> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kualitas sambal dan varian sambal (W3, T3) • Menawarkan paket hemat (W3, T4) • Menjaga kebersihan tempat (W2, T2) • Mencari alternatif pemasok bahan baku yang murah dan berkualitas (W1, T1)



Faktor-faktor SWOT yang telah dianalisis kemudian diolah untuk merumuskan strategi yang dapat dipakai untuk mengatasi ancaman eksternal yang ada dan mengatasi ancaman internal. Adapun rangkaian strategi-strategi yang disarankan pada lalapan tanamo :

Strategi kekuatan (*Strength*) atau Peluang (*Opportunity*) (S-O Strategy)

Lalapan Tanamo dapat menawarkan layanan takeaway yang cepat dan efisien (S1, O2) sebagai bagian dari pelayanan yang baik, sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan dengan memanfaatkan meningkatnya permintaan layanan takeaway. Selain itu, memanfaatkan media sosial untuk promosi (S1, O3, O4) dengan berbagi konten menarik mengenai pelayanan yang baik dan bahan baku segar dapat membantu menjangkau lebih banyak konsumen. Promo juga bisa menjadi strategi yang efektif (S1, S2, O3), di mana pelayanan yang baik dan bahan baku segar menjadi nilai tambah bagi pelanggan yang mendapatkan promo, menarik konsumen yang mencari harga lebih murah dengan diskon atau promo yang ditawarkan. Lalapan Tanamo juga bisa menawarkan layanan custom order (S3, O4) untuk konsumen yang ingin mencoba menu lalapan yang berbeda, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan lebih baik.

Strategi kelemahan (*Weakness*) atau Peluang (*Opportunity*) (W-O Strategy)

Menjalin kerjasama dengan pemasok daging dan ikan yang terpercaya (W1, O1) dapat membantu mengatasi ketergantungan pada ketersediaan bahan baku segar dengan memastikan ketersediaan bahan baku yang berkualitas dan memungkinkan penambahan menu menggunakan bahan baku yang beragam. Lalapan Tanamo juga dapat membuat sambal dengan resep andalan (W3, O3) untuk mengatasi ketergantungan pada sambal berkualitas, menawarkan paket hemat dengan menyertakan sambal andalan pada salah satu menu paket. Melakukan riset pasar dan analisis data penjualan (W4, O4) bisa menjadi solusi untuk mengukur permintaan konsumen, mengetahui jenis lalapan dan sambal yang diminati, serta menyesuaikan menu atau paket catering dengan permintaan konsumen yang telah dilakukan riset pasar. Selain itu, mengembangkan menu lalapan beku (W2, O2) dapat mengatasi keawetan produk yang singkat dengan menyediakan lalapan beku yang bisa disimpan lebih lama atau menggunakan bahan baku yang di-frozen.

Strategi kekuatan (*Strength*) atau Ancaman (*Threat*) (S-T Strategy)

Menjalin kerjasama dengan nelayan dan peternak lokal (S2-T1) dapat membantu Lalapan Tanamo mendapatkan bahan baku segar dan berkualitas dengan harga lebih menguntungkan di tengah kenaikan bahan baku. Meningkatkan promosi (S3, T3, T1) dapat menjadi cara untuk menghadapi persaingan dengan usaha lain dan persaingan harga dengan menyediakan varian menu baru dan sering melakukan promosi tentang menu baru kepada konsumen. Menjaga kualitas bahan baku dan rasa makanan (S1, S2, T1, T2) menjadi nilai jual utama yang dapat menarik dan mempertahankan minat konsumen terhadap lalapan, serta mencari harga bahan baku yang murah namun tetap berkualitas untuk mengatasi kenaikan harga bahan baku. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan utama perusahaan karena dengan adanya kepuasan pelanggan akan menimbulkan minat beli terhadap barang yang ditawarkan.

Strategi kelemahan (*Weakness*) atau Ancaman (*Threat*) (W-T Strategy)

Lalapan Tanamo dapat meningkatkan kualitas sambal dan varian sambal (W3, T3) untuk menarik lebih banyak konsumen dan membedakan dengan usaha lalapan lain.

Menawarkan paket hemat (W3, T4) dapat mengatasi ketergantungan pada sambal berkualitas dan persaingan harga dengan memberikan harga yang lebih murah pada pembeli. Menjaga kebersihan tempat (W2, T2) sangat penting untuk membangun citra usaha lalapan yang bersih dan sehat, mengatasi keawetan bahan baku dan perubahan minat konsumen. Mencari alternatif pemasok bahan baku (W1, T1) dapat membantu mengurangi ketergantungan pada ketersediaan bahan baku segar dan mengatasi kenaikan harga bahan baku, serta mengurangi risiko kekurangan bahan baku dengan menawarkan harga yang lebih murah.

Strategic Position and Action Evaluation (SPACE Matrix)

Hasil analisis SPACE yang telah dilakukan pada Lalapan Tanamo dapat disusun ke dalam SPACE Matrix yang dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. SPACE Matriks

Description	Rata- Rata
Financial Strenght (FS)	
Ratio Lancar	4
Pendapatan	5
Penjualan Bersih	4
TOTAL	4,3
Industry Strenght (IS)	
Rata- Rata	
Menyediakan pelayanan kepada pelanggan dengan baik	5
Bahan baku yang mudah didapatkan	5
Jumlah permintaan yang banyak	4
TOTAL	4,6
Competitive Advantage (CA)	
Rata- Rata	
Varian menu yang beragam	3
Modal awal yang relatif rendah	2
Banyaknya usaha lalapan yang tersedia	-2
TOTAL	1,5
Environment Stability (ES)	
Rata- Rata	
Persaingan yang ketat	4
Ketergantungan pada pasokan bahan baku segar	4
Kondisi cuaca	-2
TOTAL	2
TOTAL	6

Koordinat vektor arah IS dan CA : Sumbu X = 4,6 + 1,5 = 6,1

Koordinat vektor arah FS dan ES : Sumbu Y = 4,3 + 2 = 6,3

Dengan menggunakan SPACE Matriks Lalapan Tanamo memasuki **kuadran Aggressive**. Lalapan Tanamo direkomendasikan untuk melakukan strategi agresif sebagaimana dilihat dalam profil strategi sumbu x dan y pada gambar dibawah ini :

Gambar 3. Profil sumbu x dan y Lalapan Tanamo

Conservative

- Dalam posisi untuk tetap mempertahankan kompetensi dasar dan tidak disarankan untuk mengambil risiko yang terlalu tinggi
- Market penetration
- Market development
- Product development
- Diversification (related/unrelated)

Aggressive

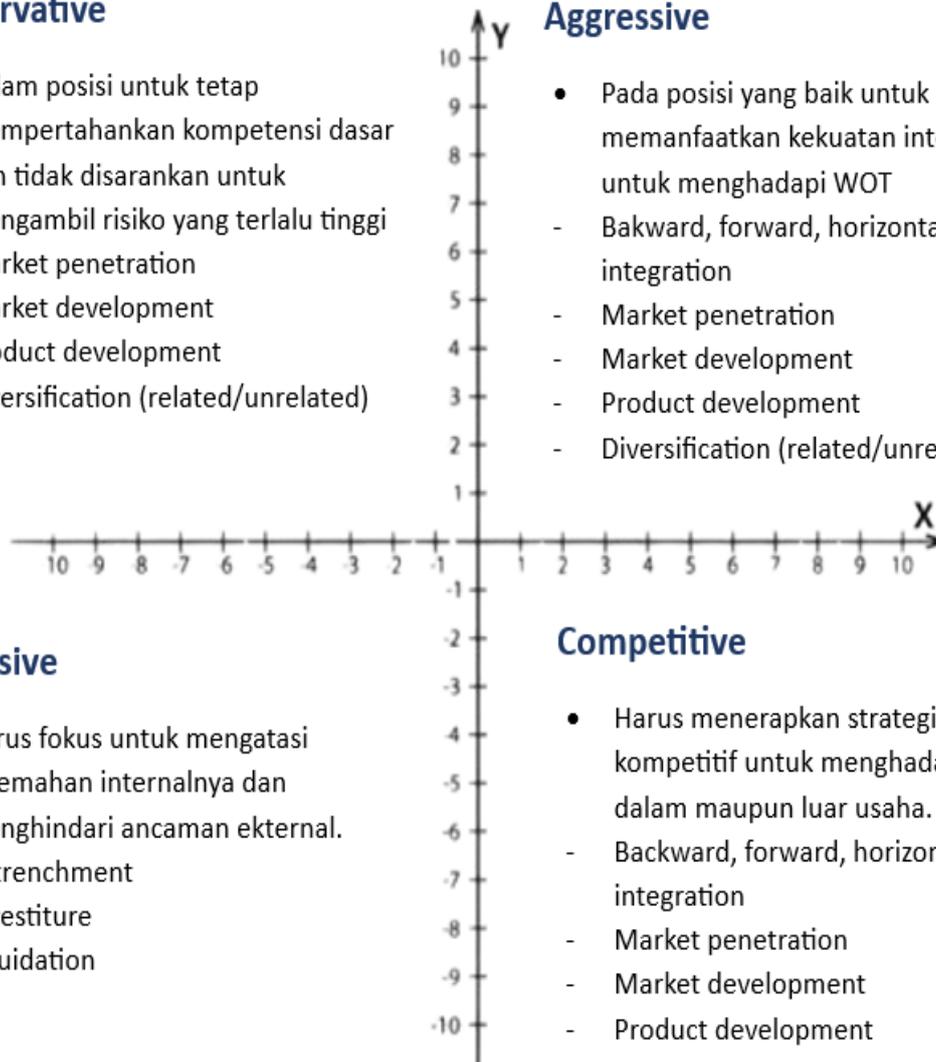
- Pada posisi yang baik untuk memanfaatkan kekuatan internal untuk menghadapi WOT
- Bakward, forward, horizontal integration
- Market penetration
- Market development
- Product development
- Diversification (related/unrelated)

Defensive

- Harus fokus untuk mengatasi kelemahan internalnya dan menghindari ancaman eksternal.
- Retrenchment
- Divestiture
- Liquidation

Competitive

- Harus menerapkan strategi yang kompetitif untuk menghadapi pesaing dalam maupun luar usaha.
- Backward, forward, horizontal integration
- Market penetration
- Market development
- Product development



Berdasarkan rekomendasi strategi agresif ini dinilai bahwa hal terpenting untuk UMKM Lalapan Tanamo adalah melakukan strategi integrasi ke belakang, depan dan horizontal, penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Tahap akhir dari perumusan strategi dilakukan bersama pihak internal perusahaan. Perusahaan strategi yang dimaksud adalah pemilihan strategi terbaik menggunakan QSPM berdasarkan hasil SWOT. Matriks QSPM dibuat berdasarkan faktor-faktor utama eksternal dan internal pada matriks EFE, IFE serta matriks SWOT. Di matriks QSPM terdapat nilai AS (*Attractiveness Score*) dan TAS (*Total Attractiveness Score*). Nilai AS didapat dari hasil wawancara, sedangkan nilai TAS merupakan hasil pembobotan dengan nilai AS dari setiap faktor strategi.

Tabel 6 Penilaian QSPM

No	Faktor Kunci	Bobot	Strategi 1 Mencari alternatif pemasok bahan baku yang lebih murah dan berkualitas		Strategi 2 Melakukan riset pasar dan analisis data	
			AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan (<i>Strenght</i>)						
1.	Menyediakan pelayanan pada pelanggan dengan baik	0.3	3	0.9	4	1.2
2.	Bahan baku yang digunakan segar	0.5	4	1.4	4	2
3.	Dapat menyediakan banyak pilihan menu	0.2	2	0.75	3	0.6
Kelemahan (<i>Weakness</i>)						
1.	Ketergantungan pada ketersediaan bahan baku yang segar	0.35	4	1.4	4	1.4
2.	Keawetan pada produk yang singkat	0.2	2	0.4	3	0.6
3.	Ketergantungan pada sambal yang berkualitas	0.3	3	0.9	3	0.9
4.	Pengukuran permintaan konsumen	0.15	1	0.15	3	0.45
Peluang (<i>Opportunity</i>)						
1.	Penambahan menu	0.25	3	0.75	3	0.75
2.	Bekerjasama dengan layanan pesan makanan online	0.25	3	0.75	4	1
3.	Menawarkan paket hemat	0.2	2	0.4	3	0.6
4.	Menawarkan layanan catering untuk acara	0.3	4	1.2	3	0.9
Ancaman (<i>Threats</i>)						
1.	Kenaikan bahan baku	0.4	4	1.6	3	1.2
2.	Perubahan minat konsumen	0.2	3	0.6	4	0.8
3.	Persaingan dengan pedagang lain	0.25	3	0.75	3	0.75
4.	Persaingan harga	0.15	1	0.15	3	0.45
Total		1	Total	12.1	Total	13,6

Berdasarkan perhitungan analisis QSPM diperoleh alternatif startegi yang paling sesuai diberikan adalah startegi Weakness – Opportunity. Strategi yang dipilih yaitu melakukan riset pasar dan analisis data . Pemilihan strategi ini karena nilai TAS pada strategi W-O menduduki nilai paling tinggi yaitu sebesar 13,6. Sedangkan strategi kedua yang dapat digunakan oleh lalapan tanamo yaitu mencari alternatif pemasok bahan baku yang lebih murah dan berkualitas memiliki nilai TAS lebih rendah dari sebelumnya yaitu sebesar 12,1.



Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Lalapan Tanamo, maka dapat diambil kesimpulan yaitu untuk mengantisipasi permasalahan dalam persediaan bahan baku supaya tidak terjadi kekosongan dan mempengaruhi proses produksi maka pihak UMKM dapat mencari alternatif pemasok bahan baku yang lain agar dapat dijadikan cadangan supplier. Untuk permasalahan selanjutnya yaitu mengenai jumlah permintaan konsumen, pihak UMKM dapat mengatasinya dengan melakukan riset pasar dan analisis data penjualan hari sebelumnya agar dapat memperkirakan jumlah permintaan konsumen saat ini. Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa penerapan supply chain management pada lalapan tanamo sangat efektif dan membantu dalam proses mengelola rantai pasokannya, dapat membantu memastikan bahwa produk yang dijual selalu dari bahan baku yang segar dan berkualitas. Selain itu juga dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menyediakan produk tepat waktu hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan akurasi perkiraan permintaan.

Daftar Pustaka

- Agape, T. Kurniawan, T (2021, Agustus). Pengembangan Sistem Manajemen Persediaan Bahan Baku berbasis Web (Studi Kasus RM Lalapan Ala Dewi). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5, 3563-3567. Retrieved from <http://j-ptiik.ub.ac.id/>
- Alam, N. (2022). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Pada Perusahaan Manufaktur. *YUME Journal of Management*, 5(3), 367-382. doi:10.37531/yume.vxix.324
- Amaruddin, H. Arini, I. S. Saptatmantya, K (2021). Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja UKM Pecel Lele di Cikarang. *MASTER Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 47-56. doi:<https://doi.org/10.37366/master.v1i1.153>
- Anisa, K. Farida, E. Bastomi, M (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang. *Jurnal Riset Manajemen*, 12, 2106-2118. Retrieved from <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Christian, N. Yunita, T. Mulyadi, B. Rafael, C. (2023). Penerapan Analisis SWOT pada Pemasaran Ayam Bakar Rembiga Lombok. *Indonesian Journal of Multidisciplinary, Volume 1*, 74-80.
- Ferawati. Fersiartha, K. D. Yuliana, I (2020, Juli). Analisis Pengaruh Persediaan Barang dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (STUDI KASUS CV DAVIN JAYA KARIMUN). *Jurnal Cafeteria*, 1, 33-44.
- Hijjatun Apriani, C. I. (2019, Oktober 14-15). Analisis Supply Chain Management (SCM) Udang Vaname Di Desa teupin Pukat Kabupaten Aceh Timur.
- Ikhwana, A. Maulana, D. A. Hayat, E. J.(2023). Strategi Perbaikan Kinerja UMKM Melalui Pendekatan Supply Chain Management. *Jurnal Kalibrasi, Volume 21*, 29-39. Retrieved from <https://jurnal.itg.ac.id/>
- Itsna, N. Nirwana , I. Widya, R. Bastomi, M (2023). Analysis of Economic Order Quantity, Safety, Stock, Reorder Point, and Cost of Inventory Methods in Optimizing Inventory Management for Spicy Bakso UMKM. *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, 2, 29-44. doi:<https://doi.org/10.55927/modern.v2i1.2750>



- Jannah, U. M. Rahmawati, Z. N (2020, September 2). Analisis Perencanaan Supply Chain Management (SCM) Pada Produksi Minuman Sari Buah UKM Larasati. *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 5, 173-184. doi:<https://doi.org/10.36636/dialektika.v5i2.451>
- Khadijah, D. S. Sari, Y. R. Aini, Q. (2020, Mei 2). Analisis Kinerja Rantai Pasok Menggunakan Metode Balance Scorecard Pada PT Sumber Alfaria Trijaya, TBK (ALFAMART). *Jurnal Sistem Informasi*, 9, 235-245.
- Kurniawati, R. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis dengan Metode Business Model Canvas (BMC) dan Quantitative Strategic Planning Matrik (QSPM). *Jurnal Kalibrasi*, 20, 93-101.
- Listiani, A. (2019, Januari 1). Analisis Pengelolaan Persediaan Barang Dagang Untuk Mengoptimalkan Laba. *Jurnal PETA*, 4, 95-103.
- Magdalena, M. (2023, Juni 5). Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22, 17-24.
- Mashitoh, R. (2019, Oktober). Strategi Rantai Pasok Pada UMKM Yang Melakukan Proses Produksi Berdasarkan Pesanan dan Reguler Di Samarinda. *Jurnal Riset Inossa*, 1, 98-110.
- Muhammad Jihad Akbar, d. Qurtubi. Maghfiroh, M. f. N (2022, Juni). Perancangan Startegi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Untuk Meningkatkan Penjualan Beras. *Jurnal INTECH*, Vol 8, 61-67. doi:<http://dx.doi.org/10.30656/intech.v8i1.4596>
- Muhfiatun. Nugroho, M. R (2018). Penerapan Konsep Supply Chain Management dalam Pengembangan Pola Distribusi dan Wilayah Pemasaran UMKM Desa Krambilawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat : Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*, 2, 371-396. doi:10.14421/jpm.2018.022-08
- Mulyani, S. Hayati, D. Sari, A. N (2021, Maret 1). Analisis Metode Peramalan (FORECASTING) Penjualan Sepeda Montor Honda Dalam Menyusun Anggaran Penjualan Pada PT Trio Motor Martadinata Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14, 178-188.
- Nevita, A. P. Santoso, R. Munawi, H. A (2024, Januari 1). Analisis Efektivitas Manajemen Rantai Pasok dalam UMKM Kerupuk Singkong Sadariyah di Desa Puhjajar. *Jurnal Teknologi Terapan*, 8, 146-154. doi:<https://doi.org/10.33379/gtech.v8i1.3307>
- Nurfalah. Maslina. Apiliani, I. W (2021, November). Analisis Pengelolaan Penyimpanan Bahan Baku Mentah Restoran The Korean Eatery Di Balikpapan. *Jurnal Keselamatan, Kesehatan Kerja dan Lingkungan Lingkungan*, Volume 7. Retrieved from <https://jurnal.d4k3.uniba-bpn.ac.id/index.php/identifikasi>
- pahlevi, R. Birowo, A. Rezeki, S (2021). Perancangan Sistem Pengelolaan Persediaan Barang Pada PT Prima Indostar Lubritama. *Jurnal Riset dan Aplikasi Mahasiswa Informatika (JRAMI)*, 02.
- Rahmantari, N. L. Utari, N. K. M. T. Putra, I.P.D.S.S(2023). Strategi Pengembangan UMKM dengan Metode SWOT dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) pada UMKM Freshy Salad. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Volume 7, 6203-6212.
- Ramadhani, I. Nahampun, R. S. Harmutika, D(2023). Analisis Manajemen Rantai Pasok pada UMKM Tahu Menggunakan Metode Economic Order Quantity (EOQ). *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 6(4), 1510-1516. doi:10.31004/jutin.v6i4.21029
- Santosa, P. W. (2018, Januari). Strategi Bisnis Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dengan Model Supply Chain Logistik Untuk Meningkatkan Penjualan Retail Pada PT XYZ. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Volume 02, 11-22.

- Sari, R. A. Oktaviani, A.R. Mukti, S.A.C Bastomi, M (2023, Agustus). Analisa Efektivitas Persediaan UMKM Bolen Malang Menggunakan Metode Economic Order Quantity (EOQ). *MANISE Jurnal Manajemen Bisnis dan Ekonomi*, 1, 58-67. doi:10.26798/manise.v1i2.821
- Sasmianingtias, R. (2023, Agustus 4). Upaya Peningkatan Penjualan Terhadap Produk UMKM "Mama Ni" Yang Tersedia di Transmart Rungkut. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 2, 69-77. doi:https://doi.org/10.55542/jppmi.v2i4.739
- Tanaka, D. Nurcaya, I. N (2018). Analisis Kinerja Supply Chain Management Berbasis Balanced Scorecard Pada PT Alove Bali IND. *Jurnal Manajemen Unud*, 7, 3709-3736. doi:https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i07.p10
- Trisninawati, d. Noviardy, A. Mellita, D (n.d.). Peningkatan Supply Chain Manajemen UMKM : Benchmarking UMKM Di Kota Palembang.
- Yahya, L. M. Adha, M. Firmansyah, D. (2023, Juli 2). Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) UMKM Galamai Tek Tam Di Kota Payakumbuh. *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 9, 88-96.
- Yulita, R. Abadi, S. Wulandari, Y. S(2023). Analisis Peramalan Penjualan dan Keuntungan Usaha Peternakan Kambing dan Domba di CV Amanah Saebur Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi. *Jurnal Agrimanex*, 4, 49-59.
- Zulher. (2019, Juli 8). Supply Chain Management Pengaruhnya Pada Kinerja UMKM Pada Sentra Pengolahan Hasil Perikanan Desa Koto mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar. *XIII*, 120-127.