



DOI:.....

<https://journal.journeydigitaledutama.com>

STRATEGI PENGELOLAAN PERSEDIAAN UMKM (MCREPES DI SURABAYA) AGAR TETAP KOMPETITIF DI PASAR

Lea Berliana Jeni Salih¹, Sri Rahayuningsih²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas 17 Agustus 1945

Email: 1222200046@surel.untag-sby.ac.id¹ , sriahayuningsih@untag-sby.ac.id²

Abstrak. Salah satu komponen penting dalam keberhasilan bisnis kecil dan menengah (UMKM), termasuk bisnis crepes, adalah pengelolaan persediaan. Dalam artikel ini, kami berbicara tentang strategi pengelolaan persediaan yang efektif untuk meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan daya saing UMKM crepes di pasar. Beberapa metode yang dibahas termasuk metode Just in Time (JIT) untuk mengurangi pemborosan bahan baku, menggunakan peramalan permintaan berdasarkan data penjualan, dan menggunakan teknologi digital seperti aplikasi inventori untuk memantau stok secara real-time. Strategi lain yang dibahas adalah metode klasifikasi ABC untuk mengelompokkan bahan baku berdasarkan nilai dan tingkat prioritas, menentukan stok keamanan untuk mengantisipasi ketidakpastian, dan Untuk memastikan ketersediaan bahan baku berkualitas tinggi, kolaborasi dengan pemasok sangat penting. Dengan menerapkan strategi ini, crepes UMKM diharapkan dapat mengelola persediaan dengan lebih efisien, mengurangi risiko kekurangan atau kelebihan stok, dan tetap kompetitif di pasar yang semakin kompetitif.

Kata kunci : persediaan, Metode ABC , daya saing, teknologi digital

Abstract. One of the key components of success for small and medium enterprises (SMEs), including crepes businesses, is inventory management. This article discusses effective inventory management strategies to enhance operational efficiency and competitiveness of crepes SMEs in the market. Some of the methods discussed include the Just in Time (JIT) method to minimize raw material waste, demand forecasting based on sales data, and leveraging digital technology such as inventory applications to monitor stock in real time. Another strategy highlighted is the ABC classification method to categorize raw materials based on value and priority levels, establishing safety stock to anticipate uncertainties, and fostering collaboration with suppliers to ensure the availability of high-quality raw materials. By implementing these strategies, crepes SMEs are expected to manage their inventory more efficiently, reduce the risk of stock shortages or overstocking, and remain competitive in an increasingly challenging market.

Kata Kunci : Inventory, ABC Method, Competitiveness, Digital Technology

1. PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM harus diberi perhatian serius karena membantu pertumbuhan ekonomi dan menyerap tenaga kerja. Namun, UMKM sering mengalami kesulitan untuk tetap kompetitif di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif karena masalah pengelolaan operasional, khususnya pengelolaan persediaan.

Pengelolaan persediaan yang tidak efektif dapat menyebabkan masalah seperti kelebihan stok, kekurangan barang, atau pemborosan biaya operasional. Kondisi ini dapat berdampak langsung pada kemampuan UMKM untuk memenuhi permintaan pelanggan, mempertahankan kualitas layanan, dan mempertahankan profitabilitas. Sebaliknya, kemajuan teknologi dan kemampuan untuk mengakses data memungkinkan UMKM untuk menggunakan strategi yang lebih terencana dan berbasis data untuk mengelola persediaan dengan lebih efisien. Dalam pasar yang kompetitif, UMKM harus memperhatikan kebutuhan dan tren konsumen yang terus berubah. Strategi pengelolaan persediaan yang diterapkan sangat memengaruhi kemampuan untuk merespons perubahan ini dengan cepat dan tepat. Oleh karena itu, UMKM harus mengembangkan pendekatan pengelolaan persediaan yang inovatif dan fleksibel untuk memaksimalkan potensi usaha mereka sekaligus mempertahankan daya saing mereka.

Dengan latar belakang ini, penelitian atau kajian tentang "Strategi Pengelolaan Persediaan UMKM (sebutkan nama UMKM atau sektor spesifiknya) Agar Tetap Kompetitif di Pasar" sangat relevan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi para pelaku UMKM dalam mengembangkan strategi pengelolaan persediaan yang efektif, efisien, dan berkelanjutan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Strategi penelitian kualitatif-deskriptif digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang strategi pengelolaan persediaan di MCREPES.

Sumber Data

- Data Primer: Wawancara dengan pemilik MCREPES.
- Data Sekunder: Artikel dan laporan UMKM.

Berikut adalah foto bersama pemilik umkm nya :



Gambar 2.1

Dokumentasi Mcrepes

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

- Observasi langsung di lokasi usaha.

Analisis dilakukan melalui triangulasi untuk memastikan validitas data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis pengelolaan persediaan di MCREPES menunjukkan bahwa meskipun upaya ini telah mengalami peningkatan yang signifikan, ada beberapa masalah dalam pengelolaan persediaan yang menghambat efisiensi operasional. Sistem pengelolaan persediaan masih beroperasi secara manual, memantau stok bahan baku menggunakan catatan tangan dan

spreadsheet. Hal ini menyebabkan masalah seperti kesulitan untuk mengontrol stok secara real-time, risiko kekurangan atau kelebihan stok, dan keterlambatan dalam proses pemesanan ulang.

Selain itu, metode Just in Time (JIT) masih belum sepenuhnya digunakan, meskipun gagasan ini sangat penting untuk mengurangi pemborosan bahan baku yang mudah rusak, seperti tepung dan susu. MCREPES sering menghadapi masalah pembelian bahan baku dalam jumlah yang lebih besar dari yang dibutuhkan, yang menyebabkan kelebihan stok yang akhirnya menyebabkan pemborosan atau penurunan kualitas bahan.

Tabel 3.1

Hasil Persediaan Dari Mcrepes

No	Bahan baku	Kategori	Jumlah Stok (kg)	Stok minimum (kg)	Satuan pembelian	Supliyer	Frekuensi pembelian	Tgl pembelian
1	Tepung terigu	utama	50	10	25	Supliyer a	bulanan	15 nov 2024
2	Susu cair	utama	20	5	liter	Supliyer b	mingguan	20 nov 2024
3	Telur ayam	utama	30	10	1 karton 30 butir	Supliyer c	mingguan	18 nov 2024
4	Coklat cair	pelengkap	15	3	1 kg	Supliyer d	bulanan	12 nov 2024
5	Keju parut	Pelengkap	10	3	500 gr	Supliyer e	bulanan	17 nov 2024
6	Pisang	Pelengkap	8	2	perbuah	Supliyer f	mingguan	22 nov 2024
7	Almond pangang	Pelengkap	5	1	500 gr	Supliyer g	bulanan	10 nov 2024
8	Gula pasir	Utama	25	5	10 kg	Supliyer h	bulanan	19 nov 2024
9	Saus karamel	Pelengkap	10	2	1 kg	Supliyer i	bulanan	14 nov 2024

Sumber : Data dari Mcrepes surabaya

Tabel 3.2

Hasil Laba / Rugi Pada Mcrepes Surabaya

No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
Pendapatan		



DOI:.....

<https://journal.journeydigitaledutama.com>

1	Pendapatan dari penjualan crepes dari (4 cabang)	50.000.000
2	Pendapatan dari catering (pemesanan khusus)	10.000.000
Total pendapatan	60.000.000	
Harga pokok penjualan (hpp)		
3	Bahan baku (tepung , susu, telur , dll)	15.000.000
4	Biaya tenaga kerja produksi	8.000.000
5	Biaya transportasi dan pengiriman	2.000.000
Total hpp	25.000.000	
Laba kotor	35.000.000	
Biaya operasional		
6	Gaji karyawan (admin dan kasir)	6.000.000
7	Biaya sewa tempat (gerai)	4.000.000
8	Biaya listrik dan air	1.500.000
9	Biaya pengemasan	2.000.000
10	Biaya iklan	1.000.000
Total biaya operasional	14.500.000	
Laba bersih sebelum pajak	20.500.000	
Pajak (10 %)	2.050.000	
Laba bersih setelah pajak	18.450.000	

Sumber : Data dari Mcrepes Surabaya

Inovasi Produk untuk Menjaga Daya Saing

Salah satu pilar utama daya saing MCREPES dalam menghadapi pesaing di pasar kuliner Surabaya adalah inovasi produk. MCREPES berhasil menarik perhatian pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan setia dengan berfokus pada pengembangan produk yang unik dan kreatif. Mengingat industri kuliner yang sangat berubah-ubah, MCREPES tidak hanya mengikuti tren pasar tetapi juga menciptakan tren baru yang akan membedakan mereka dari kompetitor. Salah satu bentuk inovasi produk yang diterapkan oleh MCREPES adalah dengan menawarkan

varian rasa yang berbeda dari crepes pada umumnya. Selain rasa klasik seperti cokelat dan vanilla, yang memberikan pengalaman kuliner yang lebih autentik dan menarik bagi pelanggan. Keunikan ini tidak hanya memperkaya pilihan bagi konsumen, tetapi juga memberikan kesan baru dan berbeda, yang membuat MCREPES menjadi pilihan utama bagi mereka yang mencari variasi rasa.

Metode ABC

1. Identifikasi dan Pengelompokan Bahan Baku MCREPES Dibagi menjadi: Tepung terigu, susu cair, telur ayam, gula pasir adalah bahan utama, dan cokelat cair, keju parut, pisang, almond panggang, dan saus karamel adalah bahan pelengkap.
2. Frekuensi pembelian dibagi dengan harga satuan dan jumlah pembelian, dan hasilnya adalah nilai ini.

Contoh tepung terigu: Pendapatan bulanan adalah lima puluh kilogram kali harga per kilogram. Nilai tahunan adalah $10.000 \times 50 \times 12 = 6.000.000$.

3. Untuk Klasifikasikan Berdasarkan Kontribusi Nilai, urutkan bahan baku dari nilai tahunan tertinggi hingga terendah, dan kemudian masukkan mereka ke dalam kelompok berikut,
 - Kategori A (70-80%): Tepung terigu, telur ayam, susu cair.
 - Kategori B (15-20%): Cokelat cair, keju parut.
 - Kategori C (<10%): Gula pasir, pisang, almond panggang, saus karamel.

Tabel 3.3

Klasifikasi Bahan Baku

Bahan baku	Nilai penggunaan	Kategori
Tepung terigu	Rp6.000.000	A
Telur ayam	Rp3.600.000	A
Susu cair	Rp2.400.000	A
Cokelat cair	Rp1.800.000	B
Keju parut	Rp1.200.000	B
Pisang	Rp960.000	C
Almond panggang	Rp720.000	C
Gula pasir	Rp600.000	C
Saus karamel	Rp480.000	C

Metode ABC untuk Efisiensi Operasional MCREPES Fokus pada manajemen bahan utama untuk meningkatkan produktivitas.

Pengurangan Biaya Jangan simpan bahan pelengkap yang jarang digunakan terlalu banyak.

Meningkatkan daya saing Menjaga kualitas produk dengan memastikan bahan utama selalu tersedia. Dengan menggunakan teknik ini, MCREPES dapat meningkatkan efisiensi operasional sekaligus mengurangi kemungkinan pemborosan bahan baku.



DOI:.....

<https://journal.journeydigitaledutama.com>

4. KESIMPULAN

Untuk mempertahankan daya saing di pasar kuliner yang semakin kompetitif, MCREPES Surabaya telah menerapkan berbagai strategi pengelolaan persediaan dan inovasi produk yang efektif. MCREPES dapat mengelola persediaan dengan lebih efisien, dan memastikan bahwa bahan yang tepat tersedia pada waktu yang tepat yang memantau stok secara real-time. Ini memungkinkan MCREPES untuk menjaga kelancaran operasional dan mengurangi risiko kekurangan atau kelebihan stok.

Inovasi produk juga sangat penting untuk menarik perhatian pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. MCREPES menawarkan berbagai rasa yang unik dan sesuai dengan selera pasar, seperti crepes dengan rasa khas Indonesia dan pilihan makanan sehat untuk konsumen yang mengutamakan gaya hidup sehat. Strategi ini memenuhi kebutuhan berbagai konsumen dan membedakan MCREPES dari pesaingnya. MCREPES adalah contoh UMKM yang fleksibel dan kompetitif di pasar kuliner Surabaya yang siap untuk berkembang dan bersaing dalam jangka panjang. Ini dimungkinkan oleh strategi pengelolaan persediaan yang efisien dan inovasi produk yang terus berkembang.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alexandri, M. B. (2009). **Manajemen Persediaan: Konsep dan Aplikasi**. Penerbit XYZ.
 - Heizer, J., & Render, B. (2010). **Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management** (10th Edition). Pearson Education.
 - Kusuma, I. (2009). **Strategi UMKM di Era Globalisasi**. Jakarta: Penerbit ABC.
 - Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Kelima). (2017). **Optimal**. Jakarta: Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan.
 - Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). **Service, Quality, and Satisfaction**. Yogyakarta: Andi.
 - Ristiyanto, H. (2015). **Teknologi Digital dan Inovasi dalam Manajemen Persediaan**. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 12(2), 45-60.
 - Suryani, T. (2013). **Perencanaan dan Pengendalian Produksi: Strategi JIT dan Manajemen Rantai Pasokan**. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Simatupang, T. M., & Sridharan, R. (2002). **The Collaborative Supply Chain**. *International Journal of Logistics Management*, 13(1), 15-30