

**PENGARUH STRATEGI RANTAI PASOK TERHADAP
PERFORMANSI BISNIS UMKM DI INDONESIA
(STUDI KASUS *FOOD TRUCK* BANDUNG)**

TESIS



Oleh:

Robby Hartono

2016881002

Pembimbing Tunggal:

Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D.

PROGRAM MAGISTER TEKNIK INDUSTRI

SEKOLAH PASCASARJANA

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

BANDUNG

JULI 2018

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH STRATEGI RANTAI PASOK TERHADAP
PERFORMANSI BISNIS UMKM DI INDONESIA
(STUDI KASUS *FOOD TRUCK BANDUNG*)**



Oleh:

Robby Hartono

2016881002

Disetujui Untuk Diajukan Ujian Sidang pada Hari/Tanggal:

Senin, 30 Juli 2018

Pembimbing Tunggal:



Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D

**PROGRAM MAGISTER TEKNIK INDUSTRI
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
JULI 2018**

Pernyataan

Yang bertandatangan di bawah ini, saya dengan data diri sebagai berikut:

Nama : Robby Hartono
Nomor Pokok Mahasiswa : 2016881002
Program Studi : Magister Teknik Industri
Sekolah Pascasarjana
Universitas Katolik Parahyangan

Menyatakan bahwa Tesis dengan judul:

**Pengaruh Strategi Rantai Pasok Terhadap Performansi Bisnis
UMKM di Indonesia (Studi Kasus *Food Truck Bandung*)**

adalah benar-benar karya saya sendiri di bawah bimbingan Pembimbing, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya, atau jika ada tuntutan formal atau non formal dari pihak lain berkaitan dengan keaslian karya saya ini, saya siap menanggung segala resiko, akibat, dan/atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya, termasuk pembatalan gelar akademik yang saya peroleh dari Universitas Katolik Parahyangan.

Dinyatakan : di Bandung

Tanggal : 20 Juli 2018



Robby Hartono

**PENGARUH STRATEGI RANTAI PASOK TERHADAP
PERFORMANSI BISNIS UMKM DI INDONESIA
(STUDI KASUS *FOOD TRUCK* BANDUNG)**

**Robby Hartono (NPM: 2016881002)
Pembimbing Tunggal: Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D
Magister Teknik Industri
Bandung
Juli 2018**

ABSTRAK

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia terus meningkat secara signifikan. Perkembangan ini perlu didukung oleh beberapa faktor agar pertumbuhan ini dapat mendukung penguatan UMKM tersebut. Dalam faktor internal, pemilik UMKM harus dapat menentukan strategi rantai pasok yang tepat sehingga usahanya dapat terus tumbuh dan berkembang. Sedangkan untuk faktor eksternal, adanya dukungan dari bisnis lain, pemerintah, dan akademisi (*Triple Helix*) dapat mempengaruhi performansi UMKM tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pemilihan strategi rantai pasok yang tepat terhadap performansi bisnis UMKM di Indonesia dengan adanya dukungan dari *Triple Helix*. Strategi rantai pasok yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penjualan, sedangkan performansi bisnis UMKM dapat dilihat dari ekspektasi penambahan jumlah pekerja dalam 5 tahun. Selain itu dalam penelitian ini juga dilakukan eksplanatori terhadap *food truck* di Kota Bandung untuk mengetahui pengaruh metode penjualan secara lebih rinci.

Berdasarkan hasil penelitian, pemilihan strategi rantai pasok mempengaruhi performansi bisnis UMKM di Indonesia secara signifikan dengan adanya dukungan dari *Triple Helix*. Adanya dukungan dari komunitas dapat meningkatkan performansi bisnis *food truck* di Kota Bandung.

Kata Kunci: Strategi rantai pasok, Performansi bisnis, *Triple Helix*, *Food Truck*

***THE INFLUENCE OF SUPPLY CHAIN STRATEGY ON
BUSINESS PERFORMANCE OF MSMEs IN INDONESIA
(CASE STUDY OF BANDUNG FOOD TRUCK)***

Robby Hartono (NPM: 2016881002)
Advisor: Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D
Magister of Industrial Engineering
Bandung
July 2018

ABSTRACT

The development of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia continues to increase significantly. The trend should be anticipated with some strategies to strengthen the business of those MSMEs. From the internal consideration, MSMEs owners should be able to determine the appropriate supply chain strategy so that their business can continue to grow and develop. As for external factors, the support of other businesses, governments, and academics (Triple Helix) can affect the performance of the MSMEs.

This research was conducted to determine the effect of appropriate supply chain strategy to the business performance of MSMEs in Indonesia with the support from Triple Helix. Supply chain strategy used in this research is the channel of sales, while the business performance of MSMEs is the growth expectation of additional workers hired within 5 years. In addition, this study also conducted explanatory research about food trucks in Bandung to determine the effect of sales channel in more detailed manner.

The study showed that the selection of supply chain strategy significantly influences the business performance of MSMEs in Indonesia with support from Triple Helix. The existence of support from the community can improve the performance of food truck business in Bandung.

Keywords: *supply chain strategy, business performance, Triple Helix, food truck*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih sayang dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Tesis yang berjudul “Pengaruh Strategi Rantai Pasok Terhadap Performansi Bisnis UMKM di Indonesia (Studi Kasus *Food Truck* Bandung)” ini disusun sebagai salah satu syarat mata kuliah yang wajib ditempuh dalam Program Studi Magister Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan.

Seiring dengan diselesaikannya tesis ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara material maupun moral yang sangat berarti bagi penulis, antara lain:

1. Ibu Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk penulis selama penyusunan tesis. Terima kasih atas waktu, kesabaran, masukan, dan dukungan yang luar biasa kepada penulis.
2. Bapak Gandhi Pawitan, Ph.D selaku dosen penguji dan komite tesis yang telah memberikan masukan berupa saran dan kritik kepada penulis dalam pengerjaan tesis ini
3. *Bapak Dr. Sugih Sudharma* selaku dosen penguji dan komite tesis yang telah memberikan masukan berupa saran dan kritik kepada penulis dalam pengerjaan tesis ini.
4. Keluarga penulis yang selalu memberikan doa, perhatian dan dukungan serta memberikan masukan dan semangat kepada penulis selama melakukan penyusunan laporan.

5. Pihak Komunitas Bandung Food Truck yang telah meluangkan waktunya untuk dapat berdiskusi mengenai *food truck* di Kota Bandung dan bersedia dalam mengisi kuesioner penelitian.
6. Untuk teman-teman penulis yang telah mendukung serta membantu dalam penyusunan tesis ini antara lain Halton Novanta, Jefvie Lois, dan Felix Silalahi.
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu dalam mendukung pelaksanaan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam pembuatan tesis ini akibat keterbatasan penulis dalam pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dengan adanya kritik dan saran dari pembaca untuk perbaikan lebih lanjut. Akhir kata penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terkait dan untuk penelitian selanjutnya.

Bandung, 20 Juli 2018

Penulis

Robby Hartono

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| ABSTRAK | |
| ABSTRACT | |
| KATA PENGANTAR | i |
| DAFTAR ISI | iii |
| DAFTAR GAMBAR | vii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Permasalahan | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian | 9 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 11 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA | 13 |
| 2.1 Konsep Rantai Pasok | 13 |
| 2.1.1 Pengertian Manajemen Rantai Pasok | 13 |
| 2.1.2 Komponen Manajemen Rantai Pasok | 15 |
| 2.1.3 Strategi Rantai Pasok | 15 |
| 2.1.4 Tujuan Manajemen Rantai Pasok | 18 |
| 2.2 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) | 19 |

| | | |
|--------------|---|-----------|
| 2.2.1 | Pengertian UMKM | 21 |
| 2.2.2 | Peran UMKM | 23 |
| 2.2.3 | Karakteristik UMKM | 24 |
| 2.2.4 | Perkembangan UMKM | 25 |
| 2.2.5 | Kondisi UMKM di Indoensia | 27 |
| 2.2.6 | Konsep Pengembangan UMKM | 29 |
| 2.3 | <i>Triple Helix</i> | 30 |
| 2.4 | <i>Food Truck</i> | 32 |
| 2.4.1 | Sejarah <i>Food Truck</i> | 33 |
| 2.1.2 | <i>Food Truck</i> di Indonesia | 34 |
| BAB 3 | METODE PENELITIAN | 37 |
| 3.1 | Sintesa Penelitian | 37 |
| 3.2 | Model Penelitian | 47 |
| 3.3 | Metodologi Penelitian | 48 |
| BAB 4 | PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA | 53 |
| 4.1 | Pembuatan Hipotesis Penelitian | 53 |
| 4.2 | Pengumpulan dan Pengolahan Data Awal | 54 |
| 4.3 | Operasional Variabel | 59 |
| 4.4 | Uji Pengaruh dengan Metode Regresi Linear | 61 |
| 4.4.1 | Uji Pengaruh Hipotesis Pertama | 61 |
| 4.4.2 | Uji Pengaruh Hipotesis Kedua | 63 |
| 4.5 | Penelitian Eksplanatori untuk Studi Kasus <i>Food Truck</i> | 66 |
| 4.5.1 | <i>Food Truck</i> Bandung | 67 |
| 4.5.2 | Komunitas Bandung <i>Food Truck</i> | 68 |

| | | |
|-----------------------|--|-----------|
| 4.5.3 | Kuesioner kepada Pemilik <i>Food Truck</i> | 71 |
| 4.5.4 | Hasil Kuesioner | 72 |
| 4.5.5 | Pengolahan Data Kuesioner | 74 |
| 4.5.6 | Uji Pengaruh <i>Food Truck</i> | 82 |
| BAB 5 | ANALISIS DAN REKOMENDASI | 89 |
| 5.1 | Analisis Pengaruh Strategi Rantai Pasok Terhadap Performansi Bisnis UMKM di Indonesia | 89 |
| 5.2 | Analisis Dampak <i>Triple Helix</i> | 90 |
| 5.3 | Analisis Penelitian Eksplanatori untuk Studi Kasus <i>Food Truck</i> | 91 |
| 5.5 | Rekomendasi <i>Food Truck</i> di Kota Bandung | 95 |
| BAB 6 | KESIMPULAN DAN SARAN | 99 |
| 6.1 | Kesimpulan | 99 |
| 6.2 | Saran | 100 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 3.1 Sintesa Penelitian | 46 |
| Gambar 3.2 Model Penelitian | 48 |
| Gambar 3.3 Metodologi Penelitian | 50 |
| Gambar 4.1 Deskripsi Performansi Bisnis | 56 |
| Gambar 4.2 Deskripsi Strategi Rantai Pasok | 57 |
| Gambar 4.3 Deskripsi Dukungan <i>Triple Helix</i> | 57 |
| Gambar 4.4 Deskripsi Interaksi Strategi Rantai Pasok dengan Triple Helix | 59 |
| Gambar 4.5 Logo Komunitas Bandung Food Truck | 69 |
| Gambar 4.6 Anggota Komunitas Bandung Food Truck | 70 |
| Gambar 4.7 Event yang Diikuti Komunitas Bandung Food Truck | 70 |
| Gambar 4.8 Jenis Produk | 74 |
| Gambar 4.9 Usaha Makanan Sebelumnya (Yang Bukan <i>Food Truck</i>) | 75 |
| Gambar 4.10 Jumlah Kendaraan <i>Food Truck</i> | 76 |
| Gambar 4.11 Bergabung Dengan Komunitas <i>Food Truck</i> | 77 |
| Gambar 4.12 Dukungan <i>Triple Helix</i> | 78 |
| Gambar 4.13 Bisnis atau Pekerjaan Lain | 78 |
| Gambar 4.14 Alasan Penggunaan <i>Food Truck</i> | 79 |
| Gambar 4.15 Alasan Bergabung dengan Komunitas <i>Food Truck</i> | 80 |
| Gambar 4.16 Saran Terhadap <i>Triple Helix</i> | 81 |
| Gambar 4.17 Deskripsi Performansi Bisnis | 83 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Cakupan Manajemen Rantai Pasok | 14 |
| Tabel 2.2 Klasifikasi UMKM berdasarkan UU No. 20/2008 | 22 |
| Tabel 3.1 Studi Literatur Strategi Rantai Pasok | 37 |
| Tabel 3.2 Studi Literatur Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) | 40 |
| Tabel 3.3 Studi Literatur <i>Triple Helix</i> | 43 |
| Tabel 4.1 Pengukuran variabel | 55 |
| Tabel 4.2 Operasionalisasi Variabel | 59 |
| Tabel 4.3 Perhitungan ANOVA untuk Model Regresi Dasar | 62 |
| Tabel 4.4 Koefisien untuk Model Regresi Dasar | 62 |
| Tabel 4.5 Perhitungan ANOVA untuk Model Regresi Interaksi | 64 |
| Tabel 4.6 Koefisien untuk Model Regresi Interaksi | 64 |
| Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Pemilik <i>Food Truck</i> | 73 |
| Tabel 4.8 Perhitungan ANOVA untuk Model Regresi <i>Food Truck</i> | 85 |
| Tabel 4.9 Koefisien untuk Model Regresi <i>Food Truck</i> | 85 |
| Tabel 4.10 Perhitungan ANOVA untuk Model Regresi Komunitas | 87 |
| Tabel 4.11 Koefisien untuk Model Regresi Komunitas | 88 |

DAFTAR LAMPIRAN

L 1 KUESIONER PENELITIAN FOOD TRUCK BANDUNG

105

BAB 1

PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini akan dibahas mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, asumsi dan batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terus meningkat secara signifikan. Di Indonesia, keberadaan UMKM ini sudah diakui sejak dahulu sebagai sektor usaha yang berperan penting dalam perekonomian negara. Menurut Kamar Dagang dan Industri (Kadin, 2016), UMKM di Indonesia menyumbangkan sekitar 63,58% dari PDB negara, mampu menyerap tenaga kerja sebesar 99,45%, dan melibatkan jumlah unit usaha sekitar 99,84% dari seluruh unit usaha yang ada di Indonesia. UMKM juga mampu memberikan jumlah nilai ekspor yang cukup signifikan yaitu mencapai 18,72%

Keberadaan UMKM pada awalnya tidak begitu diperhatikan hingga terjadi krisis ekonomi pada tahun 1997. Ketika krisis ekonomi menimpa Indonesia, hanya sektor UMKM yang mampu bertahan dan tetap menjalankan usahanya. Menurut data Badan Pusat Statistik, pasca terjadinya krisis ekonomi Indonesia jumlah UMKM tidak mengalami penurunan, bahkan cenderung meningkat. Saat itu UMKM mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja hingga tahun 2012. Menurut Pramiyanti (2008), faktor utama yang menjadi kekuatan UMKM saat terjadi krisis adalah struktur permodalannya yang lebih banyak tergantung pada

modal sendiri sekitar 73% dibandingkan dengan modal luar seperti bank swasta 4%, bank pemerintahan 11%, dan lainnya 22%. Sejak kejadian tersebut, mulai banyak pihak yang menyadari pentingnya UMKM dan memberikan porsi yang lebih besar terhadap bisnis skala mikro, kecil, dan menengah.

Pertumbuhan UMKM yang semakin pesat memberikan efek positif dan perhatian yang semakin besar dari para pengambil kebijakan. Persoalan permodalan yang pada awalnya menjadi masalah utama dari UMKM mulai teratasi karena dibuat peraturan mengenai perluasan pendanaan dan fasilitasi oleh perbankan dan lembaga jasa keuangan non-bank (LPPI & BI, 2015). Menurut Pawitan (2012), UMKM di Indonesia terutama di bidang industri manufaktur telah menarik perhatian serius berbagai pihak terutama oleh pemerintah. Lembaga pemerintah yang bertanggung jawab atas perkembangan UMKM yaitu Kantor Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kementrian Negara KUKM) bekerja sama dengan Departemen Keuangan dan Bank Indonesia untuk menyusun Rencana Induk Pengembangan Industri Kecil Menengah. Departemen Keuangan mewajibkan BUMN untuk menyisihkan 1-5% laba perusahaan untuk pembinaan usaha kecil dan koperasi (PUKK), dan Bank Indonesia mengeluarkan peraturan khusus mengenai kredit bank untuk UMKM.

Meskipun UMKM sudah mendapatkan perhatian dan bantuan yang cukup banyak, pada kenyataannya tantangan dan permasalahan dalam UMKM masih sangat banyak dan kompleks. Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah tidak dilaksanakan secara maksimal hingga sekarang. Selain itu tugas pengembangan UMKM yang dilimpahkan kepada lembaga-lembaga tersebut diwarnai dengan isu negatif misalnya politisasi terhadap KUKM, pemberian dana subsidi oleh BUMN

yang tidak dikelola dan dilaksanakan dengan baik, hingga kredit perbankan yang sulit diakses oleh UMKM karena prosedurnya yang rumit.

Permasalahan yang dihadapi oleh para pemilik UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti pemerintah atau bank, namun juga dipengaruhi oleh faktor internal UMKM tersebut seperti kemampuan pemilik mengolah usahanya. Menurut Rahmini (2017), terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi UMKM dalam meningkatkan usahanya antara lain: permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kemampuan manajerial dan keterampilan pemilik dalam beroperasi, keterbatasan pemasaran, persaingan yang kurang sehat, dan desakan ekonomi yang mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi sempit dan terbatas.

Seorang pemilik UMKM harus memiliki kemampuan manajerial yang baik seperti mengatur keuangan, administrasi, pembelian bahan baku, dan penjualan barang. Selain itu pemilik UMKM juga harus memiliki kemampuan mengembangkan dan mengimplementasikan rencana perusahaan, baik jangka pendek maupun panjang. Pemilik UMKM harus dapat membuat rencana atau strategi yang dapat membuat usahanya terus bertumbuh dan berkembang. Strategi yang diperlukan para pemilik UMKM biasanya berupa strategi rantai pasok yang menyangkut keseluruhan aspek dari bisnisnya.

Strategi rantai pasok merupakan keputusan-keputusan yang harus diambil oleh pemilik UMKM dalam hal pengembangan produk, pengadaan barang, perencanaan produksi, operasi, dan pengiriman. Menurut Stevenson (2009), masalah-masalah utama dalam strategi rantai pasok antara lain: menentukan tingkat *outsourcing* yang tepat, mengelola pembelian/ pengadaan suatu barang, mengelola

pemasok, mengelola hubungan terhadap pelanggan, mengidentifikasi masalah dan merespon masalah dengan cepat.

Sedangkan menurut Pujawan (2005), rantai pasok memiliki tujuan strategis yang perlu dicapai untuk membuat usaha tersebut menang atau setidaknya bertahan dalam persaingan. Untuk bisa memenangkan persaingan pasar maka rantai pasok harus bisa menyediakan produk yang murah, berkualitas, tepat waktu, dan bervariasi. Menurut Hitt, Ireland dan Hoskisson (2011), semua tindakan yang diambil oleh perusahaan ini dimaksudkan untuk membantu perusahaan mencapai daya saing strategisnya dan menghasilkan laba di atas rata-rata. Daya saing strategis dicapai ketika sebuah perusahaan berhasil memformulasikan dan menerapkan strategi penciptaan nilai. Ketika perusahaan mengimplementasikan suatu strategi yang tidak dapat ditiru oleh perusahaan lain atau terlalu mahal untuk menirunya, perusahaan ini memiliki keunggulan persaingan bertahan atau dapat bertahan (*sustained* atau *sustainable competitive advantage*, selanjutnya disebut sebagai keunggulan persaingan). Setelah perusahaan mendapatkan daya saing strategis dan sukses mengeksploitasi keunggulannya, suatu perusahaan mampu mencapai tujuan utamanya: mendapatkan laba di atas rata-rata, yaitu kelebihan penghasilan yang diharapkan oleh seorang investor dari investasi.

Berdasarkan pengertian di atas, strategi rantai pasok memiliki peranan yang penting dalam perkembangan usaha yang masih baru dan sederhana seperti UMKM. Oleh karena itu pemilik UMKM harus dapat menjalankan strategi rantai pasok tersebut dengan baik dan penuh pertimbangan. Strategi rantai pasok yang dijalankan dengan baik akan menghasilkan performansi bisnis yang tinggi.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut Sidarto (2008), mengelola *supply chain* sebenarnya tidaklah mudah karena akan melibatkan banyak pihak di dalam maupun diluar perusahaan ditambah lagi dengan berbagai ketidakpastian yang terjadi disepanjang *supply chain* itu sendiri, serta semakin tingginya persaingan di pasar. Untuk menanggulangi beberapa ketidakpastian tersebut, maka perlu adanya suatu strategi dalam *supply chain management* sehingga efisiensi perusahaan dapat tercapai. Strategi rantai pasok terdiri dari berbagai macam keputusan yang harus diambil oleh pemilik bisnis, dan keputusan-keputusan tersebut saling berpengaruh satu dengan lainnya.

Salah satu keputusan yang harus diambil oleh pemilik bisnis adalah menentukan metode penjualan yang digunakan. Terdapat beberapa metode penjualan yang dapat digunakan saat ini yaitu: penjualan di toko tetap (*offline permanent*), penjualan dengan berkeliling atau di acara tertentu (*offline non-permanent*), dan penjualan dengan menggunakan media sosial atau website (*online*). Pemilihan satu dari ketiga metode tersebut merupakan strategi rantai pasok yang dapat mempengaruhi performansi bisnis UMKM di Indonesia. Menurut Faultrier, Boulay, dan Feenstra (2014), pemilihan metode penjualan berhubungan dengan cara perusahaan menawarkan produk yang tersedia kepada konsumen. Pilihan metode penjualan tersebut memberikan tantangan kepada perusahaan agar dapat mengembangkan keunggulan produk dan bisnisnya lebih lagi.

Suatu bisnis memiliki ukuran performansi yang berbeda-beda tergantung dari sudut pandang yang diinginkan. Performansi suatu bisnis dapat diukur dari jumlah omset yang didapat setiap bulannya, jumlah aset yang dimiliki, total keuntungan yang didapat, ataupun jumlah pasar yang menjadi targetnya. Performansi bisnis

yang paling sering digunakan adalah yang berhubungan dengan keuangan seperti omset dan keuntungan, namun terkadang jumlah aset yang dimiliki suatu bisnis menjadi poin yang cukup penting. Hal ini dikarenakan jumlah aset dapat mempengaruhi suatu bisnis tergolong ke dalam bisnis mikro, kecil, menengah, ataupun besar. Aset yang menjadi tolak ukur dari penggolongan suatu bisnis adalah jumlah pekerja yang dimiliki. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro merupakan usaha yang memiliki jumlah pekerja kurang dari 5 orang, usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah pekerja 5 hingga 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah pekerja 20 hingga 99 orang. Penggolongan bisnis tersebut memberikan pengaruh yang cukup penting untuk suatu UMKM seperti perbedaan biaya pajak yang harus dibayarkan dan perbedaan jenis kepemilikan usaha. Oleh karena itu dalam penelitian ini performansi bisnis yang digunakan adalah jumlah pekerja yang dimiliki.

Selain dipengaruhi oleh faktor internal seperti strategi rantai pasok, perkembangan suatu bisnis juga dipengaruhi oleh faktor eksternal atau lingkungannya. Beberapa faktor eksternal yang dapat mempengaruhi performansi suatu bisnis adalah relasi bisnis (pemasok, distributor, bank, dan komunitas), pemerintahan (Kementrian Negara KUKM, Departemen Keuangan), dan akademisi (lembaga pendidikan). Kerja sama antara ketiga kalangan ini disebut dengan istilah *Triple Helix*. Menurut Etzkowitz dan Leydesdorff (2000), gagasan utama dari *Triple Helix* adalah sinergi kekuatan antara akademisi, bisnis, dan pemerintah. Kalangan akademisi dengan sumber daya, ilmu pengetahuan, dan teknologinya memfokuskan diri untuk menghasilkan berbagai temuan dan inovasi yang aplikatif. Kalangan bisnis melakukan kapitalisasi yang memberikan keuntungan ekonomi

dan kemanfaatan bagi masyarakat. Sedangkan pemerintah menjamin dan menjaga stabilitas hubungan keduanya dengan regulasi yang kondusif. Konsep *Triple Helix* ini sangat relevan dengan UMKM di Indonesia karena saat ini kondisi ekonomi Indonesia sangat menjanjikan dan sektor UMKM terus bertumbuh dengan cepat, namun memerlukan bantuan dari pemerintah dan akademisi untuk tetap berkembang.

Menurut Rizkiawan dan Eddy (2014), dalam upaya memberdayakan industri kecil dan kerajinan, pemerintah menyusun kebijakan-kebijakan guna menunjang kegiatan pemberdayaan tersebut. Adapun bantuan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang diberikan kepada para UMKM meliputi: pembinaan sumber daya manusia, pemasaran dan promosi produk, pembinaan dalam manajerial, dan pemberian bantuan alat. Bantuan dari pemerintah tersebut sangat diperlukan bagi para pelaku UMKM karena perdagangan dalam negeri terus berkembang pesat seiring dengan pesatnya arus informasi dan media perdagangan.

Menurut Murniati (2009), pihak perguruan tinggi sebagai kaum intelektual memegang peran penting dalam perkembangan industri di Indonesia. Akademisi dalam hal ini berperan untuk memberikan kontribusi transfer ilmu pengetahuannya, hasil-hasil penelitiannya yang mengandung penggunaan teknologi baru, inovasi, dan kreativitas. Lebih jauh, pihak akademisi perlu memberikan edukasi dan pendampingan berkelanjutan untuk pengembangan industri di Indonesia.

Salah satu jenis UMKM yang sedang berkembang saat ini adalah *food truck*. *Food truck* merupakan konsep bisnis kuliner yang mulai diminati oleh masyarakat Indonesia, terutama kalangan anak muda. Konsep bisnis makanan yang diadopsi dari Amerika Serikat ini memiliki keunikan dalam hal penyajian produknya. Hal

ini dikarenakan seluruh proses pengolahan dan penyajian makanan dilakukan di dalam sebuah mobil. Menurut Wijayanto, Haryatiningsih, dan Frida (2016), *food truck* merupakan truk yang membawa makanan dan telah dimodifikasi secara unik dilengkapi juga oleh peralatan masak dan sarana untuk menjual, sehingga penjual menjual dagangannya di atas kendaraan. *Food truck* ini memiliki beberapa keunggulan seperti konsep menjemput bola sehingga sebuah *food truck* dapat dengan mudah berpindah-pindah tempat sesuai dengan kebutuhan dan dapat memiliki pangsa pasar yang lebih luas. Strategi rantai pasok yang digunakan oleh *food truck* adalah menggunakan metode penjualan berkeliling atau berada dalam suatu acara tertentu (*offline non-permanent*).

Untuk dapat mengembangkan usahanya, pemilik *food truck* biasanya bergabung dalam sebuah komunitas *food truck*. Komunitas ini merupakan salah satu bagian dari *Triple Helix* yaitu rekan bisnis. Menurut Lee (2011), komunitas bisnis yang baik dapat membantu para pemilik bisnis untuk memperoleh dukungan dan mengembangkan bisnisnya masing-masing. Beberapa keuntungan dari komunitas bisnis antara lain: mendapatkan keunggulan kompetitif, membangun kepercayaan di masyarakat, meningkatkan reputasi perusahaan, meningkatkan hubungan pemangku kepentingan, dan memperoleh kemudahan dalam bisnis.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dilihat bahwa strategi rantai pasok memiliki peran yang penting dalam performansi bisnis UMKM di Indonesia. Selain itu adanya dukungan dari *Triple Helix* juga dapat mempengaruhi suatu perusahaan. Metode penjualan *offline non-permanent* khususnya *food truck* akan menjadi studi kasus dalam penelitian ini. Oleh karena itu, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pemilihan strategi rantai pasok khususnya metode penjualan mempengaruhi performansi bisnis UMKM di Indonesia dengan adanya dukungan dari *Triple Helix*?
2. Bagaimana pengaruh metode penjualan *offline non-permanent* khususnya *food truck* terhadap performansi bisnis dengan adanya dukungan dari komunitas?
3. Apa rekomendasi yang dapat diberikan untuk *food truck* di Indonesia dalam meningkatkan performansi bisnisnya?

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dibuat, ditentukan juga batasan dan asumsi penelitian sehingga penelitian lebih terfokus. Keterbatasan waktu penelitian menyebabkan adanya kebutuhan pembatasan masalah dalam penelitian ini. Batasan masalah yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. *Food Truck* yang menjadi objek penelitian adalah *Food Truck* di Kota Bandung
2. Komunitas yang dilibatkan hanya Komunitas Bandung *Food Truck*

Adapun karena keterbatasan sumber daya dan referensi yang tersedia, dibutuhkan asumsi penelitian. Asumsi dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Peraturan pemerintah terkait dengan *food truck* tidak mengalami perubahan selama penelitian berlangsung.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini akan menjawab rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya. Berikut ini adalah tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini.

1. Mengetahui pengaruh pemilihan strategi rantai pasok khususnya metode penjualan terhadap performansi bisnis UMKM di Indonesia dengan adanya dukungan dari *Triple Helix*.
2. Mengetahui pengaruh metode penjualan *offline non-permanent* khususnya *food truck* terhadap performansi bisnis dengan adanya dukungan dari komunitas.
3. Mengetahui rekomendasi yang dapat diberikan untuk *food truck* di Indonesia dalam meningkatkan performansi bisnisnya.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak peneliti, pembaca, ataupun untuk keperluan lainnya. Berikut ini adalah manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini.

1. Mendapatkan pengetahuan mengenai strategi rantai pasok yang mampu meningkatkan performansi bisnis UMKM di Indonesia.
2. Dapat mengetahui manfaat dari adanya komunitas *food truck*.
3. Dapat menerapkan rekomendasi untuk *food truck* di Indonesia.
4. Memperoleh referensi yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari 6 bagian. Berikut ini adalah sistematika penulisan penelitian Pengaruh Strategi Rantai Pasok Terhadap Performansi Bisnis UMKM di Indonesia (Studi Kasus *Food Truck* Bandung).

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dalam penelitian ini.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka ini berisikan dasar teori yang berhubungan atau bermanfaat untuk penyelesaian penelitian ini, seperti dasar penelitian, pengolahan data, analisis hasil penelitian, dan kesimpulan dari penelitian.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab metodologi penelitian ini berisikan langkah-langkah penelitian ini dilakukan. Pada bab ini juga terdapat sintesa penelitian yang digunakan untuk menggambarkan posisi penelitian yang dilakukan dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dan model penelitian yang menggambarkan model dari penelitian yang dilakukan.

BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab pengumpulan dan pengolahan data ini berisi data-data yang akan digunakan dalam penelitian dan cara memperoleh data-data tersebut. Selain itu, pada bab ini juga akan dilakukan pengolahan data yang sudah didapatkan untuk mendapatkan hasil penelitian.

BAB 5 ANALISIS DAN REKOMENDASI

Bab analisis ini akan berisi analisis pengaruh strategi rantai pasok terhadap performansi bisnis UMKM di Indonesia dengan adanya dukungan dari *Triple Helix*. Lalu akan dilakukan analisis tentang *food truck* dan hubungannya dengan komunitas serta pemberian rekomendasi untuk *food truck* di Indonesia.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kesimpulan dan saran ini akan berisi kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini, serta saran yang dapat diberikan untuk keperluan penelitian berikutnya.