

**MENINGKATKAN SEKTOR LOGISTIK DALAM PENDISTRIBUSIAN
DAN PEMASARAN PRODUK DARI USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM)
(Improving The Logistics Sector In The Distribution And Marketing
Of Micro Small And Medium Enterprise (MSME) Products)**

**Annisa Hasanah^{1*}, Rafael Permana², Risandi Yusuf Fadanrangi³, Sheila Sulistiawati⁴,
dan Sonya Ritta Sitinjak⁵**

^{1,2,3,4,5}Universitas Pendidikan Indonesia

*e-mail: sheilasulistiawati13@upi.edu, sonyaritta24@upi.edu, risandiyusuf25@upi.edu,
annisahasanah2709@upi.edu, rafael1604@upi.edu

ABSTRACT

The importance of micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) in the economic development of Indonesia is significant. The primary focus is on enhancing the logistics sector in the marketing and distribution of MSME products. In the context of globalization, MSMEs have become a positive trend due to their substantial contribution to a country's Gross Domestic Product (GDP). Empowerment programs for MSMEs, including aspects of marketing and distribution logistics, have become crucial. These programs are based on principles such as increasing self-reliance, cohesion, developing entrepreneurship based on regional potential, and improving competitiveness. The goal of the MSME sector development program is to create a balanced economic structure, strengthen MSMEs, and enhance their role in regional development and poverty alleviation. It can be concluded that the lack of understanding of logistics in the distribution of MSME products highlights the need for the socialization and marketing of the logistics industry to expand the market. Innovation, creativity in marketing, and the utilization of technology are key factors. In the logistics industry, effective understanding and training are necessary to improve satisfaction and reach a broader market. In summary, the improvement of the logistics sector can facilitate the marketing of MSME products at the national and international levels, help MSMEs compete in the global market, and promote more equitable economic growth.

ABSTRAK

Pentingnya peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Fokus utamanya adalah meningkatkan sektor logistik dalam pemasaran dan distribusi produk UMKM. Dalam konteks globalisasi, UMKM telah menjadi tren positif karena mempunyai andil yang signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) suatu negara. Program pemberdayaan UMKM termasuk aspek logistik pemasaran dan distribusi menjadi penting. Program ini menerapkan prinsip-prinsip seperti peningkatan kemandirian, kekompakan, pengembangan kewirausahaan berbasis potensi daerah dan peningkatan daya saing. Tujuan program pengembangan sektor UMKM adalah untuk menciptakan struktur perekonomian yang seimbang, memperkuat

UMKM dan meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah dan pengentasan kemiskinan. Disimpulkan bahwa kurangnya pemahaman logistik distribusi produk UMKM menunjukkan perlunya sosialisasi dan pemasaran industri logistik untuk memperluas pasar. Inovasi, kreativitas dalam pemasaran dan pemanfaatan teknologi menjadi kunci penting. Dalam industri logistik, pemahaman dan pelatihan yang efektif diperlukan untuk meningkatkan kepuasan dan mencakup pasar yang lebih luas. Secara keseluruhan, perbaikan sektor logistik dapat memudahkan pemasaran produk UMKM secara nasional dan internasional, membantu UMKM bersaing di pasar global dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih adil.

Kata Kunci : Logistik, UMKM (Usaha Mikro kecil dan Menengah), Pemasaran.

PENDAHULUAN

Dalam pengembangan ekonomi saat ini pemerintah salah satu tindakan yang dilakukan adalah melakukan pengembangan usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM) salah satu bagian penting dalam memajukan perekonomian di suatu daerah. Namun, banyaknya hambatan dalam pemasaran dalam pendistribusian produknya. Hal tersebut berkaitan dengan logistik yang dapat mendukung distribusi dan pemasaran produk sebuah UMKM. Oleh karena itu, perlu danya perbaikan dalam sektor logistik dalam pemasaran dan distribusi produk UMKM.

UMKM mempunyai peluang pemasaran yang efisien dan efektif dalam menerapkan strategi pemasarannya yang memasarkan produknya kepada pelaku usaha. Produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM mempunyai wilayah pasar tersendiri untuk melayani kelompok pembeli tertentu, masyarakat umum bahkan ada yang sudah menjangkau pasar global. Produk yang dihasilkan berupa kerajinan tangan yang sederhana dan khas seperti patung, ukiran, perhiasan, furniture, dan lain-lain. UMKM juga memproduksi barang-barang konsumen seperti makanan dan minuman, pakaian dan barang-barang rumah tangga.

Sektor logistik berperan penting dalam mendukung pemasaran dan distribusi produk UMKM. Dalam hal ini, industri logistik harus mampu memberikan solusi untuk mengatasi kendala yang dihadapi UMKM dalam transmisi dan distribusi produk. Beberapa kendala yang sering dihadapi UMKM dalam pemasaran dan distribusi produk antara lain terbatasnya akses pasar, permodalan, teknologi dan sumber daya manusia. Untuk mengatasi kendala tersebut, sektor logistik dapat memberikan solusi berupa pengembangan jaringan distribusi, permodalan usaha, pelatihan dan pendampingan serta akses terhadap teknologi.

Dengan dukungan sektor logistik diharapkan UMKM dapat meningkatkan kualitas produk dan daya saing produk yang lebih baik untuk mewujudkan masyarakat mandiri dan sejahtera. Oleh karena itu, peningkatan sektor logistik dalam distribusi dan pemasaran produk UMKM sangat penting untuk menunjang kegiatan distribusi dan pemasaran produk UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif, yang melibatkan studi literatur serta wawancara langsung. Tujuannya adalah untuk memperkuat sektor logistik dalam upaya meningkatkan distribusi dan pemasaran produk dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain itu, dalam proses pengumpulan data penelitian ini, dilakukan juga wawancara langsung dengan pemilik UMKM. Penelitian ini menggunakan studi literatur dan mencari permasalahan sumber pada artikel dan jurnal. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2023 di Serang Banten. Dan melakukan wawancara langsung pada bulan Oktober 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan UMKM saat ini salah satu dampak positif globalisasi dalam pengembangan ekonomi masyarakat menengah kecil dengan adanya perbaikan dalam sektor logistik dalam

pendistribusian produk UMKM tersebut diharapkan memudahkan dalam pendistribusian secara nasional maupun internasional.

Saat ini UMKM menjadi salah satu tren positif yang terus meningkat dari tahun ke tahun sehingga membuat masyarakat Indonesia mampu bersaing dengan negara lain dalam sektor perekonomian. Berdasarkan informasi Kementerian Koperasi dan UMKM, pangsa UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 60,5%. Berdasarkan informasi tersebut, dapat ditunjukkan bahwa Indonesia dapat berkembang pesat dengan hadirnya UMKM tersebut di bidang perekonomian. Oleh karena itu, kini diperlukan program penguatan UMKM dengan memberikan penyuluhan logistik pemasaran dan distribusi, yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing masyarakat.

Berdasarkan tinjauan literatur, ada beberapa prinsip yang diperlukan dalam menjalankan program UMKM. Prinsip-prinsip tersebut mencakup: Mendorong kemandirian kolektif dan wirausaha untuk mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah yang berasal dari inisiatif sendiri; Implementasi kebijakan nasional yang transparan, bertanggung jawab, dan adil; Pengembangan usaha yang didasarkan pada potensi daerah dan berorientasi pada pasar, sejalan dengan kompetensi UMKM; Peningkatan daya saing UMK, Pelaksanaan perencanaan, implementasi, dan pemantauan yang terpadu.

Selain itu, program pengembangan sektor UMKM memiliki beberapa tujuan, seperti: (1). Menciptakan struktur perekonomian nasional yang seimbang, maju, dan adil. (2). Mendorong pertumbuhan dan perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi entitas yang kuat dan mandiri. (3). Meningkatkan peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, distribusi pendapatan yang lebih merata, pertumbuhan ekonomi, serta mengurangi kemiskinan di masyarakat. Hasil dari penelitian ini dapat kurangnya penguatan pemahaman dalam pendistribusian logistik produk UMKM yang karena itu perlu adanya sosialisasi dan pemasaran mengenai sektor logistik agar produk UMKM dapat membuat pasar yang lebih besar sesuai prinsip – prinsip dalam pengembangan UMKM agar produk dalam negeri kita dapat bersaing di pasar internasional.

Selain itu inovasi dan kreatifitas dalam pemasaran perlu dilakukan setiap UMKM karena salah satu peran penting. Di Era Globalisasi ini hal yang mudah suatu produk dapat dipasarkan dengan memanfaatkan teknologi yang ada dapat mempermudah dalam mencakup pasar lebih efisien dan efektif. Metode pembayaran yang tersedia saat ini juga mempengaruhi pasar tidak mengharuskan konsumen atau customer untuk melakukan transaksi langsung bisa melalui mobile banking seperti Mbanking, Gopay, Ovo, Shoppe pay, dll yang lebih efisien.

Dalam sektor logistik banyaknya mode transportasi yang dapat dipilih dalam pendistribusian produk yang untuk mencakup pasar yang lebih besar UMKM melakukan pemahaman dan pengarahannya mengenai pendistribusian yang efektif dan efisien agar meningkatnya kepuasan karena masih banyak daerah yang masih sulit melakukan distribusi karena keterbatasan jasa logistik yang tersedia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Globalisasi berdampak positif pada perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan perbaikan sektor logistik yang diharapkan mempermudah distribusi produk UMKM secara nasional dan internasional. UMKM menjadi tren positif yang berkembang di Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%.

Program penguatan UMKM saat ini menjadi kebutuhan, termasuk dalam aspek pemasaran dan distribusi logistik. Prinsip-prinsip seperti penumbuhan kemandirian, kebersamaan, pengembangan usaha berbasis potensi daerah, dan peningkatan daya saing harus diterapkan dalam program-program ini.

Tujuan program pengembangan sektor UMKM adalah menciptakan struktur perekonomian yang seimbang, memperkuat UMKM, dan meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah dan pengentasan kemiskinan.

Kurangnya pemahaman dalam pendistribusi logistik produk UMKM menunjukkan perlunya sosialisasi dan pemasaran tentang sektor logistik untuk memperluas pasar. Inovasi dan kreativitas

dalam pemasaran, serta pemanfaatan teknologi, menjadi kunci penting. Dalam sektor logistik, pemahaman dan pengarahan yang efektif diperlukan untuk meningkatkan kepuasan dan mencakup pasar yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- (n.d.). ANALISIS PEMILIHAN STRATEGI DISTRIBUSI DITINJAU DARI KARAKTERISTIK PASAR PADA PERUSAHAAN MIE DI UKM MIE IKHLAS (DANUKUSUMAN SURA. Retrieved October 25, 2023, from <https://eprints.ums.ac.id/84103/1/Naskah%20Publikasi.pdf>
- Memahami Sistem Distribusi Langsung untuk UMKM.* (2021, April 13). ABCkotaraya.id. Retrieved October 25, 2023, from <https://abckotaraya.id/memahami-sistem-distribusi-langsung-untuk-umkm/>
- Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2019. (n.d.).
- Saluran Distribusi.* (2022, September 25). UKMINDONESIA.ID. Retrieved October 25, 2023, from <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/saluran-distribusi>
- Strategi Distribusi UMKM VERGETEN: Bisnis Cendol Susu dan Roti Bakar yang Didirikan oleh Mahasiswa USU - SUARA USU.* (2023, May 19). suara usu. Retrieved October 25, 2023, from <https://suaraususu.or.id/strategi-distribusi-umkm-vergeten-bisnis-cendol-susu-dan-roti-bakar-yang-didirikan-oleh-mahasiswa-usu/>
- Strategi Distribusi yang Fleksibel untuk UMKM – IDE Academy Blog.* (2022, December 28). IDE Academy Blog. Retrieved October 25, 2023, from <https://blog.academy.ide.ioh.co.id/2022/12/28/strategi-distribusi-yang-fleksibel-untuk-umkm/>
- Sukoco, J. B. (2019). Penguatan Sektor Logistik dalam Distribusi dan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Prosiding SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS Fakultas Ekonomi Universitas Tidar.