EFISIENSI PERSEDIAAN DAN DISTRIBUSI MELALUI INTEGRASI *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*

Mohamad Ridwan[1], Mohammad Rizal Gaffar[2]

[1,2]*Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012*
Email: *mohamad.ridwan.abs418@polban.ac.id, [2]mohammad.rizal@polban*

ABSTRAK

Transformasi digital menuntut perusahaan agar mampu memenuhi permintaan konsumen dengan responsif. Pemenuhan kepuasan konsumen dapat dicapai apabila perusahaan mampu menyediakan produk yang sesuai ketika terdapat permintaan. Dari sini dapat dilihat bahwa persediaan dan distribusi memegang peran penting dalam perusahaan, terlebih perusahaan manufaktur. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memastikan persediaan dan distribusi yang dilakukan perusahaan optimal, atau dengan kata lain perusahaan harus dapat memastikan persediaan tidak kekurangan ataupun berlebihan, serta memastikan produk sampai ditangan konsumen dengan lokasi, biaya, dan waktu yang tepat. Agar dapat mendapatkan persediaan serta distribusi berjalan optimal, perusahaan perlu melakukan pengelolaan aliran produk dari hulu yakni produsen bahan mentah hingga ke hilir yakni pengguna akhir. Pengelolaan produk dapat dimaksimalkan dengan pengintegrasian *supply chain management*. Dengan mengitegrasikan *supply chain management*, perusahaan akan mampu melihat, menghitung dan mengawasi persediaan yang ada dalam gudang. Manfaat yang akan diperoleh perusahaan melalui integrasi *supply chain management* diantaranya perusahaan dapat mengoptimalkan jumlah persediaan, pengiriman, memangkas biaya, dan meningkatkan pelayanan sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Melalui artikel ini, peneliti berusaha melihat bagaimana integrasi *supply chain management* dapat meningkatkan efisiensi persediaan dan distribusi produk dari suatu perusahaan. Dalam artikel ini peneliti akan menggunakan pendekatan studi literatur untuk meninjau efisiensi integrasi *supply chain management* dalam suatu perusahaan.

Key Words
Supply chain, supply chain management, persediaan, distribusi, efisiensi, kualitas, produk

ABSTRACT

Digital transformation requires companies to be able to meet consumer demands responsively. Customer satisfaction can be achieved if the company can provide appropriate products when there is demand. From this, it can be seen that inventory and distribution play an important role in the company, especially manufacturing companies. Therefore, the company must be able to ensure that the inventory and distribution carried out by the company is optimal, or in other words, the company must be able to ensure that there is no shortage or excess inventory and ensure that the product reaches the consumer at the right location, cost, and time. To get stock and distribution run optimally, companies need to manage product flow from upstream, namely the producers of raw materials to downstream, namely end users. Product management can be maximized by integrating supply chain management. By integrating supply chain management, companies will be able to view, calculate and monitor inventory in the warehouse. The benefits that will be obtained by the company through the integration of supply chain management include the company being able to optimize the amount of inventory, delivery, cut costs, and improve services so that customer satisfaction can be met. Through this article, the researcher seeks to see how the integration of supply chain management can improve the efficiency of inventory and product distribution of a company. In this article, the researcher will

use a literature study approach to review the efficiency of supply chain management integration in a company.

Key Words
Supply chain, supply chain management, inventory, distribution, efficiency, quality, product

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia yang bertransformasi dengan cepat diiringi perkembangan teknologi yang signifikan, permintaan akan suatu produk terus mengalami peningkatan. Pemenuhan permintaan yang responsif merupakan suatu peluang sekaligus tantangan bagi perusahaan agar dapat mengambil perhatian dan membangun hubungan baik dengan konsumen. Sehingga banyak perusahaan saling berkompetisi untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan maksimal. Pasalnya, agar perusahaan mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan suatu produk, perusahaan harus mampu untuk mengelola produk mulai dari pembuatan hingga pendistribusian dengan optimal, dalam artian dibutuhkan pengelolaan produk dengan baik agar mampu didapatkan konsumen dengan biaya, kualitas, dan waktu yang tepat (Mejza & Wisner, 2001).

Dapat dibayangkan apabila konsumen menginginkan atau sedang membutuhkan suatu produk namun perusahaan tidak dapat memenuhi kebutuhannya, yang dapat berakibat pada penurunan kepuasan konsumen. Ataupun sebaliknya, apabila produk yang disediakan oleh perusahaan terlalu banyak melampaui permintaan konsumen, yang pada akhirnya dapat menimbulkan beberapa kerugian diantaranya seperti kualitas barang menurun, resiko kerusakan barang, biaya penyimpanan yang besar karena membutuhkan ruang yang lebih banyak untuk menampung barang, dan kendala dalam pelunasan barang dari *supplier* akibat persediaan yang belum terjual.

Selain persediaan, hal yang menjadi perhatian selanjutnya adalah bagaimana perusahaan mampu mendistribusikan produknya dengan efisien. Efisiensi dalam distribusi produk mencakup hal diantaranya adalah penekanan biaya, ketepatan waktu, dan lokasi yang baik dalam aktivitas pendistribusiannya. Terkadang perusahaan masih menemukan kendala-kendala distribusi diantaranya pengetahuan yang tidak memadai mengenai bagian atau fungsi lainnya, kurangnya komunikasi, hubungan kerja yang buruk, tujuan yang saling bertentangan, dan kurangnya arahan dari manajemen senior (Changa & Franke, 2016).

Berikutnya, produk yang ditawarkan pun harus dapat terjamin kualitasnya. Terkadang masih ditemukan ketidaksesuaian kualitas produk yang ditawarkan dengan yang diharapkan konsumen. Ketidaksesuaian ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam aliran *supply chain*, dan disinilah perusahaan perlu mengidentifikasi faktor serta solusi dari permasalahan tersebut. Kepuasan konsumen akan tercipta apabila pemenuhan kebutuhan diserta kualitas produk yang baik.

Semua hal di atas merupakan contoh akibat dari tidak optimalnya suatu perusahaan dalam mengelola persediaan dan distribusi barangnya. Agar mampu menangani permasalahan tersebut, banyak dari perusahaan yang melakukan pengintegrasian *supply chain management* dengan tujuan agar persediaan yang dimiliki perusahaan serta distribusi yang dilakukan perusahaan dapat berjalan dengan optimal. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, tujuan yang ingin dicapai pada pembahasan kali ini yakni untuk mengetahui bagaimana integrasi *supply chain management* dalam meningkatkan efisiensi persediaan serta distribusi produk yang dilakukan oleh perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi supply chain

Terdapat berbagai macam pandangan yang mendefinisikan *supply chain. Supply chain* sendiri dapat didefinisikan sebagai sebuah integrasi dari alur bisnis dari yang dimulai dari permintaan pengguna akhir hingga *supplier* awal yang menyediakan produk, servis dan informasi yang menambah value untuk *customers* dan stakeholder lainnya. (Lambert *et* al., 1998).

Menurut Lee dan Corey (1995) mendefinisikan *supply chain* sebagai suatu aktivitas integrasi yang terjadi di antara jaringan-jaringan yang meyediakan bahan baku, selanjutnya mengubahnya menjadi barang setengah jadi dan kemudian menjadi produk akhir, & mengirimkan produk ke pelanggan melalui sistem distribusi.

Dalam literatur lain, *Supply chain* diartikan sebagai aktivitas yang terkait dengan proses transformasi dan distribusi barang mulai dari bahan baku paling awal dari alam hingga produk jadi hingga ke pengguna akhir atau dengan kata lain proses yang terjadi antara jaringan fisik suatu produk diproses (Ariharti et al., 2017). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *supply chain* merupakan suatu hubungan jaringan-jaringan yang ada diantara *supplier* hingga pengguna akhir.

2.2 Definisi Supply Chain Management

Supply chain management atau yang biasa disingkat SCM merupakan pengelolaan produk mulai dari *supplier* hingga ke pengguna akhir, yang mana dari pengelolaan ini diperoleh pola distribusi produk mulai dari jumlah, lokasi, hingga waktu yang tepat dalam mengalokasikan persediaan. Dengan kata lain, *supply chain management* ini merupakan pengelolaan proses untuk meningkatkan efisiensi distribusi produk melalui integrasi antara *supplier* hingga pengguna akhir

Pendapat lainnya mengemukakan bahwa *supply chain management* adalah serangkaian proses untuk mengintegrasikan *supplier*, produsen, pusat distribusi, distributor, dan pengecer secara efektif dan efisien sehingga produk diproduksi dan didistribusikan pada jumlah yang tepat, ke lokasi yang tepat, dan pada waktu yang tepat untuk meminimalkan sistem- biaya sampingan sambil mencapai proposisi nilai yang diinginkan konsumen (Bowersox et al., 2019).

Supply chain management (SCM) mengacu pada semua proses, teknologi, dan strategi yang bersama-sama membentuk dasar untuk bekerja dengan sumber *supplier internal* maupun eksternal (Madhani, 2012). Dengan demikian perbedaan *supply chain* dengan *supply chain management* yaitu *supply chain* merupakan sebuah jaringan yang melibatkan perusahaan-perusahaan yang memasok bahan baku, memproduksi barang, hingga mendistribusikannya kepada pengguna akhir. Sementara *supply chain management* merupakan pendekatan, alat dan juga metode pengelolaanya (Sucahyowati, 2011).

2.3 Tujuan Supply Chain Management

Sesuai penjelasan yang telah dijabarkan sebelumya, *supply chain management* dilakukan untuk berbagai tujuan, diantaranya yakni untuk mengoptimalkan persediaan dan pendistribusian. Menurut Pujawan (2005), tujuan utama SCM adalah untuk mendistribusikan produk dengan segera untuk memenuhi permintaan dan memuaskan konsumen, mengurangi biaya, mengurangi waktu, dan memusatkan kegiatan perencanaan.

Integrasi *supply chain management* dapat memastikan bahwa pengiriman yang dilakukan oleh perusahaan terhadap suatu produk sesuai dengan yang dibutuhkan, dalam artian pengiriman produk tidak berlebihan dan tidak kekurangan. Kemudian tujuan selanjutnya yakni untuk memangkas biaya yang dikeluarkan. Integrasi *supply chain management* dapat memangkas biaya yang tidak diperlukan, sebagaimana contoh apabila persediaan dan distribusi suatu produk sudah optimal, maka biaya yang dikeluarkan tidak akan berlebihan.

Sebagaimana yang telah dijelaskan juga sebelumnya, dampak pemenuhan kebutuhan melalui efisiensi persediaan dan distribusi disertai dengan kualitas yang baik dapat memberikan kepuasan konsumen. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan utama SCM yakni memastikan kepuasan pengguna akhir serta semua pihak yang ada dalam *supply chain* dengan memberikan produk yang tepat, di tempat yang tepat, pada waktu dan harga yang tepat, dan dengan biaya yang tepat (Muflikh & Suprehatin, 2009).

2.4 Komponen Supply Chain Management

Tindakan pengelolaan *supply chain* harus selalu selaras dengan strategi bisnis perusahaan dan mencakup atas tiga aliran utama yang harus dikelola, diantaranya adalah *upstream*, *internal*, dan *downstream* (Sahay & Mohan, 2003)

Upstream Supply chain

Upstream supply chain merupakan aliran yang mencakup dan menghubungkan perusahaan dengan *supplier* yang menyediakan bahan mentah. Aktivitas dalam aliran ini meliputi hal-hal yang berkaitan dengan proses pengadaan barang atau jasa yang dimulai dari penyedia bahan mentah atau *supplier*.

Internal Supply chain

Internal supply chain adalah proses pengolahan bahan mentah yang diperoleh dari *supplier* yang sehingga menjadi bahan jadi. Dalam aliran ini meliputi semua aktivitas diantaranya yakni penerimaan barang mentah, pengolahannya hingga menjadi barang jadi, pengendalian mutu, dan pengendalian persediaan (Azizah & Pramandari, 2021)

Downstream Supply chain

Downstream supply chain merupakan aliran dimana perusahaan mendistribusikan produk-produknya ke pengguna akhir. Aktivitas yang terdapat didalam aliran ini mencakup transportasi, distribusi, hingga penerimaan produk oleh pengguna akhir.

Dengan menganalisis komponen SCM di atas, perusahaan diharapkan mampu untuk mengelola aliran utama dalam pembuatan dan distribusi suatu produk, diantaranya adalah aliran bahan baku hingga menjadi produk jadi, aliran perputaran uang, dan aliran informasi diantara kelompok-kelompok dalam *supply chain*.

2.5 Elemen Supply Chain Management

Terdapat beberapa elemen yang melandasi alur dari *supply chain*, yakni produksi, persediaan, lokasi transportasi dan informasi. Perusahaan harus mempertimbangkan kelima elemen tersebut

dalam perencanaan strategi dan pengambilan keputusan sebagaimana penjabarannya sebagai berikut (Hugos, 2011).

a. Produksi

   Elemen produksi merupakan elemen yang menjelaskan apa produk yang dihasilkan, bagaimana cara memproduksinya, dan kapan waktu yang tepat untuk memproduksinya. Elemen ini merupakan elemen dasar

b. Persediaan

   Elemen persediaan berbicara tentang bagaimana perusahaan mengambil langkah dalam menentukan seberapa banyak produk yang ingin dihasilkan dan seberapa banyak produk yang harus disediakan secara optimal agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan mengurangi ketidakpastian ketersediaan. Persediaan yang terlalu berlebihan ataupun yang terlalu lama tersimpan di gudang akan memberikan biaya yang jauh lebih mahal.

c. Lokasi

   Elemen lokasi menentukan dimana perusahaan akan mendistribusikan produk yang dihasilkannya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Selain pendistribusian kepada pelanggan, penentuan lokasi juga dapat berpengaruh kepada proses pendistribusian produk dari *supplier*.

d. Transportasi

   Elemen transportasi mempengaruhi efisiensi distribusi suatu produk. Efisiensi dapat ditekankan apabila perusahaan mengangkut produk dalam jumlah yang optimal, dalam artian jumlah produk yang diangkut tidak berlebihan ataupun kekurangan, sehingga pengangkutan produk yang optimal akan menekan biaya transportasi.

e. Informasi

   Elemen informasi merupakan elemen yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan perusahaan. Dengan pengelolaan informasi dari data yang didapatkan secara lengkap, perusahaan dapat mengambil langkah yang efektif dalam elemen-elemen yang telah dijabarkan di atas.

2.6 Kualitas Produk

Kepuasan konsumen erat kaitannya dengan kualitas produk. Produk dengan kualitas baik didapati melalui penilaian subjektif yang didasari oleh perspektif dan pemenuhan harapan dari produk tersebut (Morgan dalam Rifqi, 2020). Menurut Heize dan Render (2009), kualitas merupakan keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas juga merupakan pertimbangan yang kuat bagi konsumen dalam menentukan pembelian suatu produk, dengan terpenuhinya kualitas produk yang diharapkan, maka kepuasan dapat terpenuhi.

2.7 Efisiensi Persediaan dan Distribusi

Efisiensi

Efisien dapat dijabarkan sebagai mengoptimalkan dan memaksimalkan suatu aktivitas atau kegiatan dengan tepat dan sesuai sehingga dapat menghemat atau meminimalisir biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan. Menurut Kurniasari dan Poerwono (2011) mendefinisikan bahwa efisiensi merupakan kegiatan menghasilkan produk baik barang dan jasa dengan mengelola biaya yang serendah mungkin untuk mendapatkan hasil yang optimal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa efisiensi berkaitan dengan jumlah upaya yang diusahaakan dengan hasil yang didapatkan, apabila upaya lebih besar dari hasil yang didapatkan, maka dapat dikatakan bahwa suatu kegiatan tersebut tidak efisien.

Persediaan

Persediaan merupakan hal yang memegang peranan penting dalam perusahaan untuk mencegah ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pelanggan yang dapat berakibat hilangnya keuntungan. Selain itu, perusahaan juga berupaya untuk mencegah penambahan biaya akibat dari kelebihan persediaan (Widodo & Eriyathi, 2007). Persediaan yang optimal dapat dikelola oleh perusahaan dengan pengelolaan elemen-elemen *supply chain* yang baik.

Distribusi

Distribusi adalah merupakan bagian dari aliran *downstream supply chain* meliputi produsen, perantara, dan pengguna akhir, yang melakukan pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk memenuhi kebutuhan pasar tertentu. Distribusi yang optimal akan memangkas biaya serta meningkatkan respon terhadap permintaan pelanggan (Padmantyo & Saputra, 2015).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), distribusi merupakan penyaluran, pengiriman barang-barang kepada orang banyak atau ke beberapa tempat. Sementara itu, yang disebut saluran distribusi merupakan suatu aliran yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen melalui perantara dan dan berlanjut sampai pada pengguna akhir (Juwanto, 2012).

3. PEMBAHASAN

Konsep *supply chain management* merupakan konsep pengelolaan arus atau aliran suatu produk yang berawal dari *supplier*, manufaktur, wholeseller hingga pengguna akhir, yang bertujuan untuk melihat pola bagaimana suatu produk dapat terdistribusikan dengan baik. Pengelolaan aliran meliputi pengelolaan produk, biaya, dan informasi sebagaimana yang telah dijabarkan sebelumnya. Pola-pola yang didapatkan ditujukan agar perusahaan dapat mengetahui pola mana yang dapat mengoptimalkan persediaan serta pendistribusiaannya, sehingga perusahaan dapat membuat strategi serta keputusan dengan lebih efisien. Strategi dan penyelesaian masalah ini dimaksudkan untuk mengurangi ketidakpastian di seluruh aliran *supply chain* (Schroeder et al., 2021).

Sebagaimana yang telah disebutkan di atas, SCM dimaksudkan agar dapat memenuhi ekspektasi dari konsumen akan suatu produk. Pemenuhan ekspektasi yang diberikan akan memberikan dampak kepada kepuasan serta loyalitas konsumen, dan hal ini berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan sebuah perushaaan (Padmantyo & Saputra, 2015).

Kemudian bagaimana integrasi SCM dapat meningkatkan efisiensi dalam persediaan serta distribusinya dapat dilihat melalui aliran serta komponen SCM itu sendiri. Pada dasarnya, integrasi pengelolaan *supply chain* yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efisiensi diantaranya yakni mengelola kendala-kendala yang kerap terjadi terhadap komponen komponen yang terdapat dalam aliran *supply chain* mulai dari *supplier* hingga pengguna akhir sebagaimana yang disebutkan oleh Changa & Franke (2016). Apabila kita meninjau melalui aliran *upstream supply chain*, perusahaan dapat menentukan jumlah bahan baku yang dibutuhkan berdasarkan evaluasi-evaluasi permintaan pada periode sebelumnya. Kemudian perusahaan dapat berfokus pada sedikit *supplier* saja yang menyediakan bahan mentah berkualitas dengan tujuan agar hasil produk yang dihasilkan konsisten. Perusahaan juga dapat berupaya membangun hubungan baik dengan *supplier* dan menyelaraskan tujuan bersama.

Selanjutnya, kita dapat meninjau melalui aliran *internal supply chain* dan *downstream supply chain*. Untuk meningkatkan efisiensi, perusahaan harus dapat menghasilkan produk dengan kualitas yang sesuai baik secara konsisten dengan cara memperjelas standar kualitas, meningkatkan pengetahuan serta memperjelas alur produksi. Kemudian dilanjutkan dengan pengelolaan distribusi produk yang mempertimbangkan aspek-aspek biaya, lokasi dan waktu. Mempertimbangkan dan memilih saluran distribusi yang tepat untuk mendistribusikan produk dari produsen ke pengguna akhir juga cukup berpengaruh untuk dapat mencapai tingkat efisiensi yang tinggi. Serta memperkuat komunikasi agar tidak terjadi kesalahan informasi diantara bagian-bagian *supply chain*. Sehingga outputnya, dengan kebutuhan konsumen akan terpenuhi, kepuasan konsumen akan meningkat, dan loyalitas akan terbangun.

4. KESIMPULAN

Supply chain management merupakan pengelolaan produk mulai dari *supplier* hingga ke pengguna akhir sehingga menghasilkan pola distribusi produk mulai dari jumlah, lokasi, hingga waktu yang tepat. Tujuan dari SCM ini adalah untuk meningkatkan efisiesi proses mencakup proses pengadaan persediaan serta distribusinya. Dengan terciptanya proses yang efisien, diharapkan suatu perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan optimal, sehingga terciptanya kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Peningkatan efisiensi ini dapat dilakukan perusahaan diantaranya dengan mengelola kendala yang terdapat didalam aliran *supply chain* yang meliputi elemen-elemen yaitu produksi, persediaan, lokasi, transportasi, dan informasi, dengan cara peningkatan pengetahuan yang mengenai fungsi lainnya, membangun komunikasi, mengelola hubungan kerja dengan baik, menyelaraskan tujuan bersama, serta memberikan pedoman dan arahan yang jelas dalam alur produksi hingga distribusi di setiap lininya. Sehingga pada akhirnya tercapai tujuan dari integrasi SCM ini yakni memberikan produk yang tepat, di tempat yang tepat, pada waktu dan harga yang tepat, dan dengan biaya yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

Ariharti, M. A., Hubeis, M., & Suryahadi. (2017). SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES COMPETITIVENESS OF PROCESSED FOOD. *Journal of Applied Management (JAM)*, *15*(3). https://doi.org/http://dx.doi.org/ 10.21776/ ub.jam.2017.015.03.07

Azizah, N., & Pramandari, V. D. (2021). MPLEMENTASI SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PADA UMKM TENUN TROSO JEPARA. *NJCA*, *3*(1), 11–16. https://www.researchgate.net/publication/336365692_IMPLEMENTASI_SUPPLY_CHAIN_MANAGEMENT_PADA_UMKM_TENUN_TROSO_JEPARA

Bowersox, D., Closs, D., & Cooper, M. B. (2019). *ISE eBook Online Access for Supply Chain Logistics Management (5th Edition)*. McGraw-Hill Higher Education (International). https://online.vitalsource.com/books/9781260569285

Changa, W., & Franke, A. E. E. K. (Kate) K. G. R. (2016). Supply chain integration and firm financial performance: A meta-analysis of positional advantage mediation and moderating factors. *European Management Journal*, *34*, 282–295. https://doi.org/https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.1016%2Fj.emj.2015.11.008

Hugos, M. H. (2011). *Essentials of Supply Chain Management, Third Edition* (3th ed.). John Wiley & Sons Inc.

Juwanto, A. (2012). *ANALISIS EFISIENSI SALURAN DISTRIBUSI PADA PERUSAHAAN ABON KL NOERIA SURAKARTA*.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2016). https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/distribusi

Kurniasari, P., & Poerwono, D. (2011). *ANALISIS EFISIENSI DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUKSI INDUSTRI KECIL KABUPATEN KENDAL (Studi Kasus pada Industri Kecil Genteng Press di Desa Meteseh Kecamatan Boja)* [Universitas Diponegoro]. http://eprints.undip.ac.id/26754/1/jurnal_skripsi_2.pdf

Lee, H. L., & Billington, C. (1995). The Evolution of Supply-Chain-Management Models and Practice at Hewlett-Packard. *Interfaces*, *25*(5). https://www.jstor.org/stable/25062052

Madhani, P. M. (2012). Value Creation Through Integration of SupplyChain Management and Marketing Strategy. *The IUP Journal of Business Strategy*, *9*(4). https://www.researchgate.net/publication/49250754_Value_Creation_through_Integration_of_Supply_Chain_Management_and_Marketing_Strategy

Mejza, M. C., & Wisner, J. D. (2001). The Scope and Span of Supply Chain Management. *The International Journal of Logistics Management*, *12*(2), 37–55. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/09574090110806280

Muflikh, Y. N., & Suprehatin. (2009). A REVIEW OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT LITERATURE AND ITS IMPLICATION TO DEVELOP AGRIBUSINESS IN INDONESIA. *Jurnal Agribisnis Dan Ekonomi Pertanian*, *3*(2). https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalagribisnis/article/view/17087/12386

Padmantyo, S., & Saputra, A. (2015). PERANAN MANAJEMEN RANTAI PASOKAN TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN EFISIENSI DISTRIBUSI. *Seminar Nasional Dan The 4th Call for Syariah Paper*.

Rifqi, M. (2020). *Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kualitas Produk dan Dampaknya Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Gerabah Kasongan* [Universitas Islam Indonesia].

https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/28913/13311380 13311380 Muhammad Rifqi.pdf?sequence=1

Sahay, B. S., & Mohan, R. (2003). Supply chain management practices in Indian industry. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, *33*(7), 582–606. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/09600030310499277

Schroeder, R., Rungtusanatham, M. J., & Goldstein, S. (2021). *ISE eBook Online Access for Operations Management in the Supply Chain*. McGraw-Hill Higher Education (International). https://www.vitalsource.com/en-au/products/ise-ebook-online-access-for-operations-management-schroeder-v9781260590128

Sucahyowati, H. (2011). MANAJEMEN RANTAI PASOKAN (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT). *Gema Maritim*, *12*(1). https://media.neliti.com/media/publications/340270-manajemen-rantai-pasokan-supply-chain-ma-702df8fc.pdf

Widodo, K. H., & Eriyathi, N. I. (2007). Pengelolaan Supply Chain Untuk Mengoptimalkan Keseimbangan Antara Keuntungan Perusahaan Bakery Dengan Customer Service Level Berdasarkan Skenario Product-Retur. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, *27*(1).