



Pengaruh Persediaan dan Distribusi terhadap Efisiensi *Supply Chain Management* pada Produk IWF NON-PRIME di PT Krakatau Baja Konstruksi

Muqoyyimah^{1*}, Siti Fatimah², Ibnu Falekh³, Rizky Romadona⁴

^{1,2,3,4}Universitas Primagraha, Indonesia

E-mail: muqoyyimahaja@gmail.com¹, sf02062003@gmail.com², benufalekh@gmail.com³,
rizkyromadona0123@gmail.com⁴

Alamat: Jl.Trip Jamaksari, Komplek Griya Gemilang Sakti Blok A1 No. 1A Cinanggung Kota
Serang-Banten, 42111

*Korespondensi penulis: muqoyyimahaja@gmail.com

Abstract. *This research aims to determine the influence of inventory and distribution on supply chain management for IWF products at PT Krakatau Baja Kontruksi (KBK). In this research, researchers used descriptive research using a qualitative approach. The data obtained comes from internal data from the KBK company for the period September to October 2024. From the data obtained, data on the number of stock items in the warehouse in September was 46,339 units with the total number of deliveries amounting to 40,090 items, while in October the number of stock items in the warehouse is 43,538 cigarettes with the number of deliveries being 39,115 cigarettes with a total inventory of 89,877 stems and the total number of shipments was 79,205 stems in the period from September to October. Based on the data obtained, it can be concluded that the inventory and distribution of IWF products has an influence on the efficiency of Supply Chain Management at PT Krakatau Baja Kontruksi. Because inventory and distribution are increasingly optimal, the main goal of Supply Chain Management has been achieved.*

Keywords: *Inventory, Distribution, Supply Chain.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persediaan dan distribusi terhadap supply chain management pada produk IWF di PT Krakatau Baja Kontruksi (KBK). Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh berasal dari data internal perusahaan KBK pada periode September sampai Oktober 2024. Dari data yang diperoleh di dapat data jumlah stok barang di gudang pada bulan september adalah sebesar 46.339 Batang dengan jumlah jumlah deliverynya adalah sebesar 40.090 batang, sedangkan pada bulan oktober jumlah stokbarang di gudang adalah sebesar 43. 538 batang dengan jumlah deliverynya adalah sebesar 39.115 batang dengan jumlah total persediaan sebesar 89.877 batang dan jumlah total deliverynya sebesar 79.205 batang dalam periode bulan september sampai bulan oktober. Berdasarkan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa Persediaan dan distribusi pada produk IWF memiliki pengaruh terhadap efisiensi Supply Chain Management di PT Krakatau Baja Kontruksi. Karena semakin optimal persediaan dan distribusi maka tujuan utama Supply Chain Management telah tercapai.

Kata Kunci: Persediaan, Distribusi, Rantai Pasok.

1. LATAR BELAKANG

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 memenuhinya, 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).

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 disertai kualitas produk yang baik.

Agar mampu menangani permasalahan tersebut, banyak dari perusahaan yang melakukan pengoptimalan pada supply chain management dengan tujuan agar persediaan yang dimiliki perusahaan serta distribusi yang dilakukan perusahaan dapat berjalan dengan optimal.

Supply Chain Management (SCM) berperan penting dalam menentukan keberhasilan operasional perusahaan, khususnya pada proses persediaan dan distribusi. SCM juga mengelola alur barang, informasi, dan uang dari hulu ke hilir, serta mencakup keseluruhan tahapan mulai dari pengadaan bahan baku (raw material) hingga pengiriman produk jadi (finished good) ke konsumen akhir. Pada proses pelayanan produk, SCM berfungsi untuk memastikan bahwa perusahaan mampu memenuhinya kebutuhan konsumen dengan kualitas produk yang terpelihara, waktu pengiriman yang tepat, dan harga terbaik. Pengelolaan rantai pasok yang efisien dapat

meningkatkan permintaan pasar, meminimalisir cacat produk, dan mengurangi potensi keterlambatan pengiriman.

Adapun dalam konteks distribusi, SCM menjadi peran utama dalam menentukan strategi logistik yang optimal. Dengan sistem SCM yang baik, perusahaan dapat memilih jalur distribusi yang paling efisien, menekan biaya transportasi, serta mengurangi risiko kerusakan produk selama proses pengiriman. Sementara itu, pengelolaan inventaris yang efektif juga membantu menghindari overstock maupun stockout karena bukan hanya kekurangan stok yang berdampak buruk terhadap kepuasan pelanggan, tetapi kelebihan stok juga akan berdampak serupa.

Namun, tantangan seperti permintaan pasar yang cepat dan berubah-ubah, ketidakpastian pasokan bahan baku, menuntut perusahaan untuk memiliki sistem persediaan yang baik agar SCM dapat berjalan secara efektif dan efisien, juga terintegrasi dan adaptif. Kemajuan teknologi tentunya ikut andil dalam pengambilan keputusan berbasis data dalam SCM, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kecepatan, fleksibilitas, dan keakuratan dalam proses produk dan distribusi.

Keberhasilan dalam SCM tidak hanya berpengaruh pada efisiensi operasional perusahaan, tetapi juga berdampak langsung pada kepuasan pelanggan dan daya saing perusahaan. Oleh karena itu, implementasi SCM yang strategis dan inovatif menjadi kebutuhan utama bagi perusahaan di era persaingan global.

Dari uraian di atas penulis ingin mengetahui seberapa besar Pengaruh Persediaan Dan Distribusi Terhadap Efisiensi Supply Chain Management Di PT Krakatau Baja Konstruksi, maka tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk menjawab masalah tersebut.

2. KAJIAN TEORITIS

Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan)

1) Pengertian Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan)

Menurut Li, Suhong et al., (2006) Supply Chain Management atau manajemen rantai pasokan adalah integrasi proses bisnis antara jaringan yang saling berhubungan dengan pemasok, produsen, pusat distribusi, dan pengecer untuk meningkatkan aliran barang, jasa, dan informasi dari pemasok untuk pelanggan akhir, dengan tujuan mengurangi biaya seluruh sistem dan tetap menjaga tingkat layanan.

Menurut Heizer dan Rander dalam Lukman (2021), Supply Chain Management adalah suatu kegiatan pengelolaan berbagai kegiatan atau aktivitas dalam rangka

mendapatkan barang mentah menjadi barang setengah jadi serta juga barang jadi, setelah itu mengirimkan produk tersebut ke konsumen melalui sistem distribusi.

Menurut Robert, Gail, dan Lund dalam Lukman (2021), pengertian Supply Chain Management (SCM) adalah seluruh kegiatan atau aktivitas yang terlibat didalam menghantarkan produk dari bahan baku dengan melalui pelanggan termasuk sumber bahan baku serta suku cadang, manufaktur dan juga perakitan, pergudangan serta pelacakan inventaris, pesanan yang masuk dan juga manajemen pesanan, distribusi di seluruh saluran, pengiriman ke pelanggan, dan juga sistem informasi yang diperlukan untuk memantau seluruh kegiatan.

Menurut Lukman (2021), Pengertian manajemen rantai pasokan atau Supply chain Management adalah suatu rangkaian pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan pemasok, produsen, gudang serta juga toko dengan secara efektif supaya persediaan barang itu dapat diproduksi serta juga didistribusi pada jumlah yang tepat, ke lokasi yang tepat, dan pada waktu yang tepat sehingga biaya keseluruhan sistem itu dapat diminimalisir selagi berusaha dapat memuaskan kebutuhan serta layanan.

Kemudian Lukman (2021) juga menyatakan bahwa Manajemen Rantai Suplai (Supply chain management) adalah sebuah 'proses payung' di mana produk diciptakan dan disampaikan kepada konsumen dari sudut struktural. Sebuah supply chain (rantai suplai) merujuk kepada jaringan yang rumit dari hubungan yang mempertahankan organisasi dengan rekan bisnisnya untuk mendapatkan sumber produksi dalam menyampaikan kepada konsumen.

2) Fungsi Supply Chain Management (SCM)

Menurut Purwaningtyas dkk (2022) Ada dua fungsi utama manajemen SCM yaitu :

- a) SCM secara fisik mengkonversi bahan baku menjadi produk jadi dan menghantarknya ke pemakai akhir.
- b) SCM sebagai mediasi pasar, yakni memastikan bahwa apa yang disuplai oleh rantai supply mencerminkan aspirasi pelanggan atau pemakai akhir tersebut.

3) Ruang Lingkup Supply Chain Management (SCM)

Menurut Lukman (2021) Supply Chain Management (SCM) melaksanakan kegiatan aliran barang yang meliputi perencanaan, pengadaan, produksi, penyimpanan, transportasi, dan distribusi, mulai dari titik awal bahan baku (hulu) sampai ke titik akhir pemakaian (hilir).

Supply Chain Management (SCM) Link terdiri dari 7 (tujuh) mata rantai yang merupakan pelangi SCM yaitu Supplier, Manufacturer, Warehouse, Transportation, Distributor, Retailer, dan Customer. Elemen pendukung SCM terdiri dari 9 (sembilan) elemen manajemen yang sangat berperan dalam keberhasilan kegiatan aliran barang yaitu elemen yang meliputi procurement, logistik (transportasi, pergudangan, distribusi), inventory (persediaan), Demand Forecasting, Supplier, Production, Information, Quality, dan Customer.

4) Komponen Supply Chain Management

Adapun Komponen Supply Chain Management menurut Lukman (2021) antara lain adalah :

a) Upstream Supply Chain

Upstream supply chain manajemen mengurus hubungan antara perusahaan dengan vendor atau pihak lain dalam hal transfer barang. Jadi barang-barang yang diproduksi oleh perusahaan tidak langsung sampai ketangan konsumen tapi disalurkan ke Perusahaan penyalur lainnya.

b) Downstream Supply Chain

Downstream supply chain mangement adalah manajemen yang mengurus transfer barang dari perusahaan langsung ke konsumen.

c) Internal Supply Chain

Internal supply chain management berkaitan dengan aktifitas pemasukan barang. Dalam hal ini yang kerap diperhatikan yaitu manajemen produksi, pabrikasi, dan juga kontrol ketersediaan bahan baku.

5) Tujuan Utama Supply Chain Management

Menurut pendapat Stevenson dalam Lukman (2021) Tujuan Utama Supply Chain Management adalah menyelaraskan antara permintaan dan penawaran secara efektif dan efisien. Beberapa masalah utama yang ada di dalam rantai pasokan berhubungan dengan penentuan tingkat outsourcing yang tepat, Manajemen pengadaan barang, Manajemen pemasok, mengelola hubungan dengan pelanggan, identifikasi masalah dan merespon masalah tersebut, Manajemen risiko Menurut pendapat I Nyoman Pujawan.

Menurut Samuel Y. Warella dkk 2021, Tujuan dari manajemen rantai pasok adalah mencapai biaya yang minimum dan tingkat yang berpengaruh terhadap produk yang dihasilkan dan biaya yang diperlukan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Aktivitas-aktivitas tersebut meliputi pembelian dan outsourcing activities serta

hubungan antara pemasok dan distributor. Sedangkan tujuan strategis dari rantai pasokan adalah untuk memenangkan persaingan pasar atau setidaknya bertahan.

Menurut I Nyoman Pujawan dalam Lukman (2021), untuk menjadi pemenang dalam persaingan pasar maka rantai pasokan harus bisa menyediakan produk yang murah, berkualitas, tepat waktu, dan bervariasi.

Pengertian Distribusi

Menurut Gugup Kismono (2001 : 364), Distribusi adalah perpindahan barang dan jasa dari produsen ke pemakai industri dan konsumen.

Menurut Sofyan Assauri (2004 : 83) distribusi merupakan suatu lembaga yang memasarkan produk, yang berupa barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Menurut Fandi Tjiptono (2002 : 73), distribusi diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen atau pemakai.

Sedangkan menurut Keegan (2003 : 136) distribusi adalah sistem yang menghubungkan manufaktur kepada pelanggan, saluran konsumen dirancang untuk menempatkan produk tersebut ditangan orang-orang untuk digunakan sendiri, sedangkan saluran barang industri menyampaikan produk ke manufaktur atau organisasi yang menggunakan produk tersebut dalam proses produksi atau dalam operasi sehari-hari.

Pengertian Persediaan

Menurut Kieso, et al (2018:499) persediaan (inventories) merupakan item aset yang dimiliki perusahaan untuk dijual dalam kegiatan bisnis normal, atau barang yang akan digunakan atau dikonsumsi dalam produksi barang yang akan dijual.

Warren, et al (2017:343) menjelaskan bahwa persediaan (inventory) adalah barang dagang yang diindikasikan dapat disimpan untuk kemudian dijual kembali dalam kegiatan operasi bisnis perusahaan dan dapat digunakan dalam proses produksi atau dapat digunakan untuk tujuan tertentu.

Selanjutnya menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2018 : PSAK No.14) Persediaan adalah aset :

- a) Tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha biasa,
- b) Dalam proses produksi untuk penjualan tersebut atau,
- c) Dalam bentuk bahan atau perlengkapan untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa

Kaitan Persediaan dan Distribusi Dengan Supply Chain Management

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).

3. METODE PENELITIAN

Pada Penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Mencari informasi gambaran umum terkait jenis barang yang diproduksi dan mengumpulkan informasi-informasi lain dalam menganalisis lebih lanjut. Penelitian ini memerlukan data kualitatif yang bersifat deskriptif, yaitu informasi yang berbentuk verbal atau tertulis mengenai perilaku manusia yang bisa diobservasi (Taylor & Bogdan, 1984).

Data primer mencakup informasi tentang profil perusahaan PT. Krakatau Baja Konstruksi, struktur dan kinerja rantai pasok. Informasi ini dikumpulkan melalui pengumpulan data dengan mencari sumber melalui wawancara dan dokumen tertulis dari PT. Krakatau Baja Konstruksi. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan masalah penelitian, supply chain manajemen rantai pasok pada perusahaan, serta interpretasi persediaan dan distribusi di PT. Krakatau Baja Konstruksi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

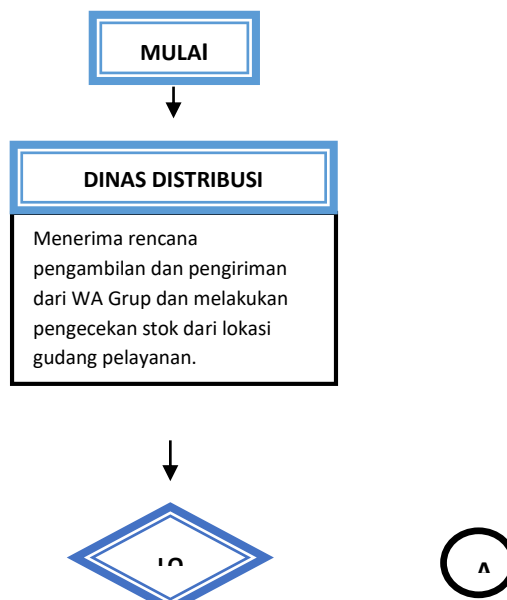
PT. Krakatau Baja Konstruksi adalah perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang industri manufaktur besi baja yang sudah banyak menghasilkan produk seperti baja profil, maupun besi beton. PT. Krakatau Baja Konstruksi ini menjual sebagian besar produknya di Indonesia terutama pada pelanggan perseroan di Jakarta dan sekitarnya, dan Surabaya, Jawa Timur. Perusahaan ini bertempat di Cilegon, Provinsi Banten. Kegiatan produksi baja perseroan meliputi produksi baja mentah, produksi dan penjualan baja setengah jadi, dan produk baja jadi termasuk Plain Bar, Deformed Bar, U Channel, Equal Angles, WF Beam, H Beam, dan I Beam. Untuk produksi baja jadi perusahaan dapat menyesuaikan produksi baja sesuai dengan spesifikasi dan kebutuhan konsumen. Bahan baku yang digunakan mengimpor bijih besi dalam bentuk billet dari luar dan dalam negeri. Kegiatan usaha produk baja didukung oleh berbagai infrastruktur pendukung dan utilitas yang disediakan oleh anak usaha perusahaan, yaitu : kegiatan engineering, pengadaan konstruksi, pembangkit tenaga listrik, jasa kepelabuhan, fasilitas pengelolaan air bersih dan layanan teknologi informasi.

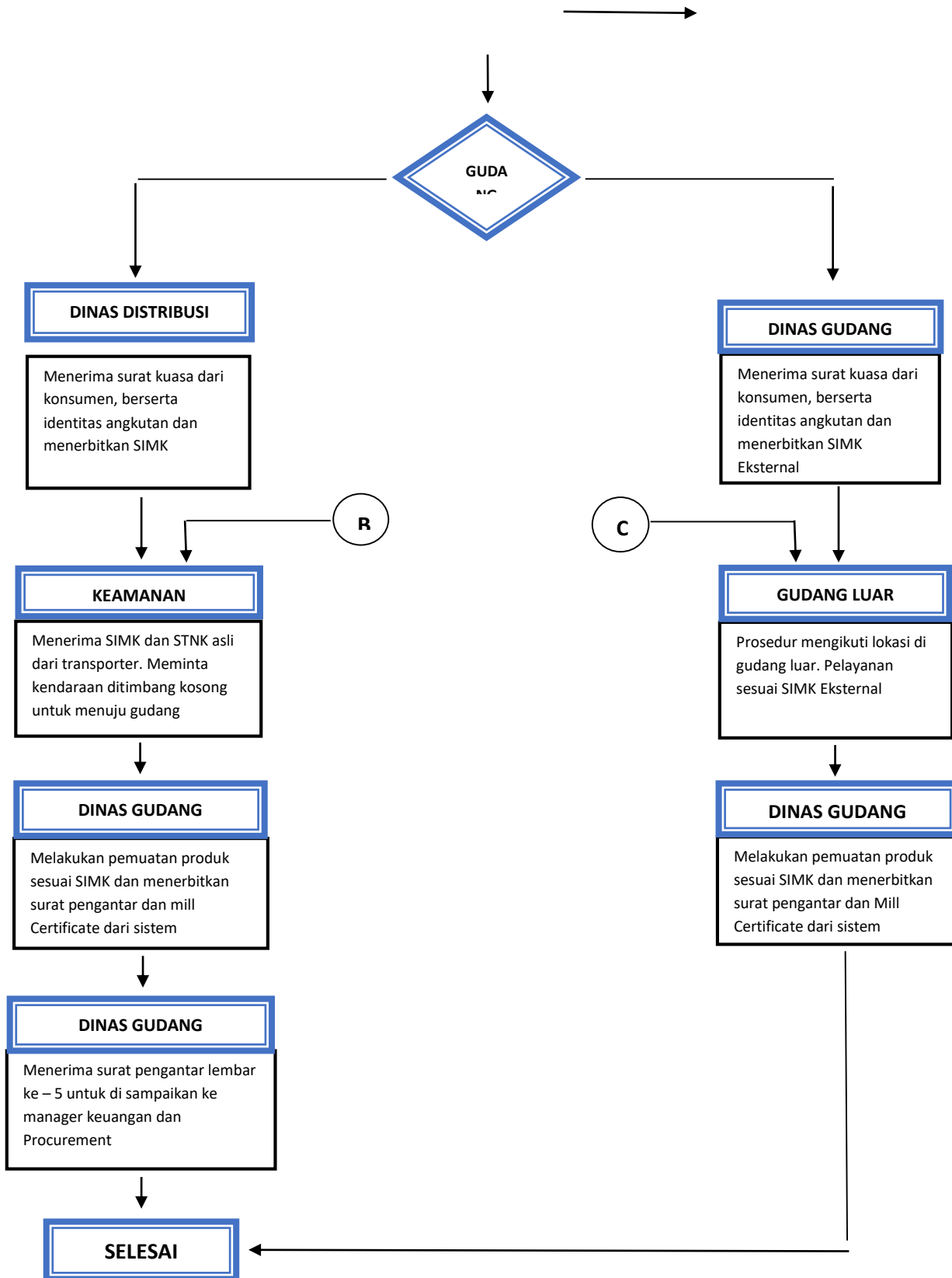
Persediaan Produk

Perusahaan dituntut untuk beradaptasi secara fleksibel terhadap perubahan-perubahan permintaan yang terjadi di PT. Krakatau Baja Konstruksi dan perusahaan harus melakukan peramalan produksi, hal ini menjadi penting karena tipe produk perusahaan adalah make to stock. Dengan dilakukannya peramalan produksi maka cara perusahaan dalam mengelola dan pengendalian inventory.

Distribusi Produk Ke Konsumen

a) Alur Distribusi





b) Konsumen Tetap PT. Krakatau Baja Konstruksi

Dari hasil data yang diperoleh didapat beberapa konsumen, diantaranya :

Tabel 1. Hasil Data

Customer PT. Krakatau Baja Kosnstuksi
AKBAR JAYA LOGAM
PT. BENTENGBARU ANURAH KENCANA
PT. BILAH BAJA MAKMUR ABADI
PT. BUKAKA TEKNIK UTAMA
PT. DUTA HITAJAYA
PT. GOSYEN REHOBOT
PT. HAMASA STEEL CENTRE
PT. IHI POWER SERVICE INDONESIA
PT. INTISUMBER BAJASAKTI
PT. KARYABANTENG BARU BERSAMA
PT. KARYABANTENG BARU SEMESTA
PT. KARYAWAJA EKAMULIA
PT. KOKOH SEMESTA
KSO ADHI PENTA
PT. MULTI BANGUN SEJAHTERA
PT. PERSADELA NUSANTARA STEEL
PT. ANDIKA KARYA SEJAHTERA
PT. AWECO INDOSTEEL PERKASA
PT. CANDI ANUGRAH STEEL
PT. ETRA SELKON INDONESIA
PT. USAHA BAKTI PERKASA
PT. BERKAT ALAM SUKSES
PT. JAYA PRIMA STEEL
PT. SAMPOERNA JAYA BAJA
PT. SUMBERMAS MEKARRAYA
PT. WIJAYA KARYA INDUSTRI & KONSTRUKSI

c) Hasil Data Penelitian

Berikut adalah tabel persediaan dan distribusi produk IWF Non Prime di PT. Krakatau Baja Konstruksi pada periode Bulan September-Oktober 2024:

Tabel 2. Tabel Persediaan dan Distribusi Produk IWF Non Prime

Data Persediaan Dan Distribusi					
Bulan	Minggu	Jumlah Stok Barang Di Gudang		Jumlah Delivery	
		Batang	Berat (kg)	Batang	Berat (kg)
September	1	11.627	2.092.860	9.876	1.777.680
	2	12.432	2.237.760	10.983	1.976.940
	3	10.568	1.902.240	8.731	1.571.580
	4	11.712	2.108.160	10.500	1.890.000
Oktober	1	9.839	1.771.021	10.430	1.877.400
	2	10.475	1.885.500	9.475	1.705.500
	3	11.379	2.048.220	10.567	1.902.060
	4	11.845	2.132.100	8.643	1.555.740
Jumlah		89.877	16.177.861	79.205	14.256.900

Berdasarkan tabel di atas, jumlah stok barang di gudang pada bulan september adalah sebesar 46.339 Batang dengan jumlah jumlah deliverynya adalah sebesar 40.090 batang, sedangkan pada bulan oktober jumlah stokbarang di gudang adalah sebesar 43.538 batang dengan jumlah deliverynya adalah sebesar 39.115 batang dengan jumlah total persediaan sebesar 89.877 batang dan jumlah total deliverynya sebesar 79.205 batang dalam periode bulan september sampai bulan oktober.

Dari Grafik di atas dapat disimpulkan bahwa persediaan dan distribusi produk IWF di PT Krakatau Baja Kontruksi memiliki tingkat penurunan dan peningkatan yang cukup stabil, artinya tidak terjadi penumpukan stok berlebih dengan dilihat dari data distribusi yang memiliki selisih tidak terlalu besar dengan data persediaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa Persediaan dan distribusi pada produk IWF memiliki pengaruh terhadap efisiensi Supply Chain Management di PT Krakatau Baja Kontruksi. Karena semakin optimal persediaan dan distribusi maka tujuan utama Supply Chain Management telah tercapai. Diharapkan pada penelitian berikutnya dapat dilakukan penelitsn lebih lanjut mengenai teori ini.

DAFTAR REFERENSI

Adha, W. M. (2017). Jurnal.

Assauri, S. (2004). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.

Bowersox, D. J. (2013). *Supply chain logistics management* (4th ed.). Singapore: McGraw-Hill Education.

Chang, W., & Franke, A. E. E. 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(3), 282–295.

Christopher, M. (2016). *Logistics and supply chain management* (5th ed.). Financial Times Publishing.

Ikatan Akuntan Indonesia. (2017). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta.

Jauhari, W. A., Pujawan, N., & Wiranto, S. E. (2009). Model joint economic lot size pada kasus pemasok-pembeli dengan permintaan probabilistik. *Jurnal Teknik Industri*, 11(1), 1–4.

Keegan, W. J. (2003). *Manajemen pemasaran global*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.

Kieso, D., Weygandt, J., & Warfield, T. (2018). *Akuntansi keuangan menengah* (Vol. 2). Jakarta: Salemba Empat.

- Kismono, G. (2001). *Bisnis pengantar*. Yogyakarta: BPFE.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Rao, S. S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107-124.
- Lukman, S. S. (2021). *Supply chain management*. Makassar: CV. Cahaya Bintang Cemerlang.
- 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.
- 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).
- Payne, A. (2000). *Pemasaran jasa: The essence of service marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Simchi-Levi, D., & Kaminsky, P. (2007). *Designing and managing the supply chain: Concepts, strategies, and case studies* (3rd ed.). McGraw-Hill Education.
- Suyatna, R. G. (2024). Meningkatkan kinerja pemasaran melalui ekuitas merek dan penciptaan nilai bersama (Studi pada UMKM kuliner khas lokal di Provinsi Banten). *Jurnal PRIN*, 2(4).
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.