

**Analisis Supply Chain Management pada Kinerja Perusahaan  
(Studi Pada IKM Makanan Olahan Khas Medan)**

<sup>1</sup>Nurul hayati Panjaitan <sup>2</sup>Syakyamaulida <sup>3</sup>Siti Aisyah

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara <sup>2</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

<sup>3</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Surel : [1nurulpanjaitan433@gmail.com](mailto:nurulpanjaitan433@gmail.com) [2syakyamaulida@gmail.com](mailto:syakyamaulida@gmail.com)  
[3siti.aisyah@uinsu.ac.id](mailto:siti.aisyah@uinsu.ac.id)

**Abstracts**

*This study aims to describe supply chain management on the company's performance (study on IKM Typical Processed Foods of Medan). The research method used is qualitative research (case studies). A case study is a research with problem characteristics related to the background and current condition of the object being studied in the form of individuals, groups, institutions or certain communities. The object of this research is the IKM business actor. Analysis of the research data used is the study of school documents, and interviews.*

*The results the study show that companies that manage Medan's typical processed food IKM products will increase their competitiveness in the era of increasingly fierce industrial competition, this must pay attention to the supply chain. Supply chain management is the integration of all SCM components starting from procurement of goods, produced and sent to customers through the distribution process by utilizing information technology. The main goal of SCM is delivery or delivery in a timely and efficient manner. This study aims to determine the positive effect of SCM on business sustainability as well as the smoothness and availability of products as an indicator of company performance, namely operational performance in Medan typical processed food SMEs.*

*Keywords : SCM, Performance, Enterprise*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *supply chain management* pada kinerja Perusahaan (studi pada IKM Makanan Olahan Khas Medan). Metode penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian Kualitatif (studi kasus). Studi kasus merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari objek yang diteliti berupa individu, kelompok, lembaga atau komunitas tertentu objek dari penelitian ini adalah pelaku usaha IKM. Analisis data penelitian yang digunakan yaitu Studi dokumen sekolah, dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan Perusahaan yang mengelola produk IKM makanan olahan khas Medan akan meningkatkan daya saing di era persaingan industry yang semakin ketat, ini harus memperhatikan rantai pasokan (*supply chain*). *Supply chain manajemen* adalah integrasi seluruh komponen SCM mulai dari pengadaan barang, diproduksi dan dikirim ke pelanggan melalui proses distribusi dengan memanfaatkan teknologi informasi. Tujuan utama SCM adalah penyerahan atau pengiriman secara tepat waktu dan efisiensi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif SCM terhadap keberlanjutan usaha serta kelancaran dan ketersediaan produk sebagai indikator kinerja perusahaan yaitu kinerja operasional pada IKM makanan olahan khas Medan.

Kata Kunci : SCM, Kinerja, Perusahaan

## **Pendahuluan**

Dunia bisnis sekarang ini terus bersaing untuk menciptakan berbagai kebutuhan konsumen yang semakin tinggi, dan semakin cerdas dalam memilih kebutuhannya. Mulai dari kalangan menengah sampai kalangan atas selalu menuntut kualitas yang terbaik dan harga yang ekonomis. Perekonomian mengalami perubahan yang cukup signifikan, apalagi di negara yang sedang berkembang seperti di Indonesia, yang semakin hari mengalami peningkatan baik dibidang ekonomi maupun pembangunan.

Perkembangan pesat teknologi informasi, komunikasi, maupun proses pabrikan mengakibatkan pendeknya siklus hidup produk. Oleh karena itu setiap perusahaan akan berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, pelayanan yang cepat, mudah, dan terus menciptakan berbagai inovasi-inovasi baru untuk tetap dapat unggul dan bertahan di pasar. Selain produktivitas dan efisiensi yang perlu ditingkatkan, perusahaan juga harus memahami dan mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen.

Pujawan dan Mahendrawati (2010) menjelaskan bahwa pentingnya peran semua pihak mulai dari supplier, manufacturer, distributor, retailer dan customer dalam menciptakan produk yang murah, berkualitas, dan cepat inilah yang kemudian melahirkan konsep baru yaitu Supply Chain Management.

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2005) istilah supply chain pertama kali digunakan oleh beberapa konsultan logistik sekitar tahun 1980-an, kemudian oleh para akademisi dianalisis lebih lanjut pada tahun 1990-an, maka lahirlah konsep supply chain management. Lebih lanjut Indrajit dan Djokopranoto (2005) menjelaskan, pada hakikatnya Manajemen supply chain adalah perluasan dan pengembangan konsep dan arti dari manajemen logistik, manajemen logistik berperan dalam mengatur arus barang dan supply chain juga demikian namun meliputi antar perusahaan dan semakin berkembang menyangkut kepada hal-hal yang diperlukan oleh pelanggan.

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Industri pengolahan adalah suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi atau barang setengah jadi dan atau dari barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dan sifatnya lebih dekat dengan pemakai akhir (BPS dalam Triajie, 2006). Pembangunan sektor industri pengolahan menjadi sangat penting dapat dilihat dari tahun 2018-2022, industri pengolahan (migas dan non-migas) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB, dimana pada tahun 2018 mencapai 28,07% dan pada tahun 2022 sebesar 40,98%. Meskipun mengalami penurunan, peranan sektor industri pengolahan terhadap PDB tetap yang paling besar karena sektor industri mampu berperan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi karena kemampuannya dalam peningkatan nilai tambah yang tinggi (Kementerian Perindustrian, 2022).

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Meda mengelompokkan industri berdasarkan nilai investasi dan jumlah tenaga kerja sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Pengelompokkan Industri**

<b>Kriteria</b>	<b>Industri Mikro</b>	<b>Industri Kecil</b>	<b>Industri Menengah</b>	<b>Industri Besar</b>
Nilai Investasi (RP. 000)	>5.000	>5.000 s.d. 200.000	>200.000 s.d 1.000.000	>1.000.000
Jumlah Tenaga Kerja (org)	> 4	5-19	20-99	>100

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan, 2022

Sektor industri yang dikembangkan di kota Medan pada umumnya adalah industri kecil hasil olahan pertanian dan kehutanan, industri logam dan mesin elektro, industri kimia, dan aneka industri. Sektor industry aneka merupakan sektor yang paling besar baik dari segi penyerapan tenaga kerja maupun nilai investasi yang ditanamkan.

Masalah yang sering dihadapi IKM di kota Medan, pada umumnya sama dengan permasalahan yang biasa terjadi pada industri pengolahan makanan lainnya, sehingga sulit untuk berkembang diantaranya :

1. Kurangnya akses terhadap modal/keterbatasan modal
2. Kurangnya nilai tambah pada produk
3. Pemasaran/pendistribusian produk

4. Pengadaan bahan baku
5. Peranan teknologi yang masih kurang dioptimalkan
6. Tenaga kerja (sumber daya manusia)
7. Kurangnya keahlian dalam mengelola IKM
8. Masalah kemitraan
9. Ancaman pendatang baru

Hubungan antara pemasok dengan produsen harus sehat dan tetap dipelihara, karena tingkat ketergantungan perusahaan terhadap supplier (pemasok) sangat tinggi dan bersifat jangka panjang, karena baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil selalu melakukan kegiatan logistik. Untuk itu dibutuhkan supply chain yang terintegrasi dengan benar sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif terhadap produk yang dihasilkan.

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana menganalisis *supply chain management* pada kinerja perusahaan (studi kasus Kota Medan)?

### **Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui dan menjelaskan *supply chain management* pada kinerja perusahaan (studi kasus Kota Medan).

### **Kajian Teoritis Kinerja Perusahaan**

Menurut Mulyadi (2001, 37) Kinerja adalah keberhasilan personil, tim, atau unit dalam mewujudkan sasaran strategi yang telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang diharapkan.

Hawkins mengemukakan pengertian kinerja sebagai berikut: 1) *the process or manner of performing*. 2) *a notable action or achievement*. 3) *the performing of a play or other entertainment*.

Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empiric suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kinerja dan kemampuan, usaha, dan kesempatan personel, tim, atau unit organisasi dalam melaksanakan tugasnya untuk mewujudkan sasaran strategi yang telah ditetapkan keberhasilan pencapaian strategi yang menjadi basis pengukuran kinerja perlu ditentukan ukurannya, dan ditentukan inisiatif strategi untuk mewujudkan sasaran-sasaran tersebut. Sasaran strategi beserta ukurannya kemudian digunakan untuk menentukan target yang dijadikan basis penilaian kinerja. Oleh karena itu, pengukuran kinerja adalah tindakan

pengukuran yang dapat dilakukan terhadap aktivitas dari berbagai rantai nilai yang ada pada perusahaan. Hasil pengukuran tersebut kemudian digunakan sebagai umpan balik yang akan memberikan informasi tentang pelaksanaan suatu rencana dimana perusahaan memerlukan penyesuaian atas aktivitas perencanaan dan pengendalian tersebut.

### ***Pengertian Supply Chain Management***

Daft (2003) mendefinisikan supply chain management sebagai istilah bagi pengelolaan rantai pemasok dan pembeli, yang mencakup semua tahap pemrosesan dari pembelian bahan baku sampai pendistribusian barang jadi kepada konsumen akhir.

Supply chain management (manajemen rantai pasokan) adalah integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan (Heizer dan Render, 2008). Simichi-Levi et al dalam Irmawati (2007) menyatakan manajemen rantai pasokan sebagai sebuah pendekatan yang diterapkan untuk menyatukan pemasok, pengusaha, gudang, dan tempat penyimpanan lainnya (distributor, retailer, dan pengecer) secara efisien, sehingga produk dapat dihasilkan dan distribusikan dengan jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, dan waktu yang tepat untuk menurunkan biaya dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Definisi tersebut didasarkan atas beberapa hal :

1. Manajemen rantai pasokan perlu mempertimbangkan bahwa semua kegiatan mulai dari pemasok, manufaktur, gudang, distributor, retailer, sampai ke pengecer berdampak pada biaya produk yang diproduksi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
2. Tujuan dari manajemen rantai pasokan adalah agar total biaya dari semua bagian, mulai dari transportasi dan distribusi persediaan bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi menjadi lebih efektif dan efisien sehingga mengurangi biaya.
3. Manajemen rantai pasokan berputar pada integrasi yang efisien dari pemasok, manufaktur, gudang, distributor, retailer, dan pengecer yang mencakup semua aktivitas perusahaan, mulai dari tingkat strategis sampai tingkat taktik operasional.

Pada supply chain biasanya ada tiga macam aliran yang harus dikelola :

- a. Aliran barang/material yang mengalir dari hulu ke hilir
- b. Aliran uang/financial, yang mengalir dari hilir ke hulu.
- c. Aliran informasi, yang mengalir dari hulu ke hilir atau sebaliknya.

### ***Information Sharing (Pembagian informasi)***

Risnandar dan Wulandari (2010) mengatakan, informasi adalah sekumpulan data yang sudah dikelompokkan, diolah, dan dikomunikasikan untuk kebutuhan yang masuk akal dan bermakna atau bermanfaat. Oleh karena itu informasi digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan yang harus diperoleh pada saat yang tepat,

secara cepat, dan memiliki kualitas yang baik. Informasi merupakan dasar pelaksanaan proses rantai pasok.

Keberhasilan supply chain sangat tergantung kepada sistem informasinya, dengan adanya informasi partner bisnis dalam rantai pasok dapat diperhitungkan (Pujawan dan Mahendrawathi, 2010). Kurangnya koordinasi dari pihak-pihak yang terlibat dalam supply chain akan menimbulkan distorsi Informasi yang disebut dengan fenomena bullwhip effect (Parwati dan Andrianto, 2009). Sedangkan Bullwhip Effect itu sendiri didefinisikan oleh Susilo (2008) sebagai peningkatan variabilitas permintaan yang terjadi pada setiap level supply chain sebagai akibat adanya distorsi informasi.

### ***Long Term Relationship (Hubungan Jangka Panjang)***

Arus globalisasi yang semakin berkembang, perkembangan teknologi yang cepat, dan situasi ekonomi yang tidak dapat diprediksi merupakan faktor yang mendorong munculnya suatu konsep hubungan kolaboratif jangka panjang antara pemasok dan perusahaan. Hubungan kolaboratif jangka panjang dapat diwujudkan melalui proses adaptasi yang baik dalam proses maupun produknya, meningkatkan kesesuaian satu sama lain, sharing information, dan mengurangi sumber-sumber ketidakpastian (Bujang, 2007).

Ganesan dalam Indriani (2006) mendefinisikan hubungan jangka panjang sebagai persepsi mengenai saling ketergantungan pembeli terhadap pemasok baik dalam konteks produk atau hubungan yang diharapkan akan membawa manfaat bagi pembeli dalam jangka panjang.

Kanter dalam Lesatri (2009) mengungkapkan bahwa hubungan perusahaan dengan pemasok merupakan kolaborasi yang paling kuat dalam konteks value chain atau supply chain. Dalam hal ini, pemasok berperan untuk menyediakan material atau bahan input yang digunakan oleh perusahaan. Kualitas material dan kemampuan dalam pendistribusian material tersebut tergantung pada kinerja pemasok yang selanjutnya berpengaruh pada kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Hubungan antara supplier, customer, dan perusahaan, harus dikelola dengan baik dan selalu ditingkatkan agar terjalin hubungan yang berkelanjutan dan supplier ikut bertanggungjawab terhadap kualitas produk serta agar distribusi produk dari hulu ke hilir tepat pada waktunya sampai ke pengguna akhir. Maka peningkatan hubungan yang baik dalam jangka panjang serta saling adanya kepercayaan antara perusahaan, supplier dan customer sangat diperlukan agar mencapai efisiensi dalam kinerja perusahaan (Rahmasari, 2011).

### ***Cooperation (Kerjasama)***

Indrajit dan Djokopranoto (2002) mengatakan, Kerjasama (cooperation) merupakan salah satu alternatif yang terbaik dalam melakukan manajemen supply chain yang optimal. Alasannya karena diantara organisasi atau perusahaan yang berada pada jaringan supply chain management, sudah pasti memerlukan sistem informasi yang akurat, dan lancar serta memerlukan kepercayaan antara peserta pengadaan

barang dan jasa. Semua itu tidak akan bisa tercapai tanpa adanya kerjasama yang baik.

Kerjasama merupakan sebuah situasi yang ditandai ketika beberapa pihak bekerja bersama-sama untuk meraih tujuan yang menguntungkan bersama. Kerjasama yang efektif adalah suatu keinginan untuk mengembangkan hubungan yang akan menghasilkan trust dan komitmen. Para pemasok dan perusahaan perlu mengetahui bagaimana kerjasama dikembangkan dan mempertahankannya untuk menjalani hubungan kolaboratif jangka panjang yang memuaskan. Aktivitas yang kooperatif merupakan alat utama bagi setiap perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan outcomes (Bujang, 2007).

## **Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif (studi kasus). Studi kasus merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari objek yang diteliti berupa individu, kelompok, lembaga atau komunitas tertentu. Tujuan studi kasus adalah melakukan penyelidikan secara mendalam mengenai subjek tertentu. Lingkup penelitian terkait dengan suatu siklus kehidupan atau hanya mencakup bagian tertentu yang memfokuskan pada faktor-faktor tertentu atau unsur-unsur dan kejadian secara keseluruhan. Ruang lingkup dari penelitian ini akan membahas tentang analisis *supply chain management* pada kinerja perusahaan (studi pada IKM Makanan Olahan Khas Medan).

### **2. Responden Penelitian**

Responden penelitian ini adalah narasumber yang diberikan kewenangan untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara (penulis). Sedangkan objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha IKM, penelitian hanya diarahkan kepada *supply chain management* pada kinerja perusahaan (studi pada IKM Makanan Olahan Khas Medan).

### **3. Sumber Data Penelitian**

Sumber data penelitian adalah subjek dimana data didalam skripsi ini didapatkan. Dalam skripsi ini penulis menggunakan sumber data berikut :

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan peneliti. Dalam penelitian ini penulis memperoleh data dari hasil wawancara dengan pihak yang terkait dengan *supply chain management* pada kinerja perusahaan (studi pada IKM Makanan Olahan Khas Medan).

#### **b. Data Sekunder**



Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Dalam hal ini diperoleh adalah catatan-catatan dan literatur –literatur kepustakaan seperti buku-buku serta sumber lainnya yang berkaitan dengan *supply chain management* pada kinerja perusahaan (studi pada IKM Makanan Olahan Khas Medan).

### Hasil Penelitian

#### ***Supply Chain Management* Pada Kinerja Perusahaan (Studi Pada IKM Makanan Olahan Khas Medan)**

Dari hasil penelitian diatas dapat dilakukan pendekatan antar-fungsi (*cross functional*) untuk mengatur pergerakan material mentah kedalam sebuah organisasi dan pergerakan dari barang jadi keluar organisasi menuju konsumen akhir. Sebagaimana korporasi lebih focus dalam kompetensi inti dan fleksibel, mereka harus mengurangi kepemilikan mereka atas sumber material mentah dan anal distribusi. Fungsi ini meningkat menjadi kekurangan sumber perusahaan lain yang terlibat dalam memuaskan permintaan konsumen, sementara mengurangi control manajemen dari logistic harian.

Pada *supply chain* IKM terdapat 3 entitas yang terlibat didalam ruang lingkup yaitu *supplier*, IKM, dan *retailer*. Sejumlah pemasok bahan baku yang dibutuhkan didalam bisnis IKM ialah *supplier* beras, minyak goreng, gula jawa, plastik, dan minyak goreng. Kelima *supplier* tersebut akan memasok bahan baku ke IKM dengan system *delivery*. Bahan-bahan baku yang diperoleh akan diproduksi dan di *delivery* ke *retailer* dengan system *dilevery*. Melalui *retailer* produk olahan khas Medan akan dipasarkan ke *end costumer*.

Saat ini olahan khas Medan sudah memiliki ke khasannya tersendiri di Kota Medan dan dijadikan untuk oleh-oleh jika konsumen senang untuk membawa makanan khas Medan dibawa ke kampung halaman bagi pelancong dan penikmat kuliner Medan, tidak hanya warga luar Medan saja yang menjual bahkan luar Medan juga ikut menjual makanan Khas Medan ini, tentu saja makanan khas Medan akan semakin banyak penggemarnya untuk dijadikan buah tangan.

Pengelola industry IKM dimedan saat ini sudah banyak yang memproduksi makanan khas Medan, bahkan ada yang membuka cabang makanan olahan Medan sampai Pekan Baru, hal ini diketahui agar warga yang merantau bias menikmati makanan khas Medan di Kota orang. Berikut ini hubungan SCM dengan Strategi Bisnis.

Tabel 1.1  
Hubungan SCM dengan Strategi Bisnis

	<b>Strategi Biaya rendah</b>	<b>Strategi Respon</b>	<b>Strategi Diferensiasi</b>
Tujuan Pemasok	Penuhi permintaan	Tanggapi perubahan kebutuhan/permintaan	Penelitian pangsa pasar, bersama-



	dengan biaya serendah mungkin	dengan cepat untuk meminimalisir terjadinya <i>out of stock</i>	sama mengembangkan produk dan pilihan
Kriteria pemilihan utama	Pilih terutama karena biaya	Pilih terutama karena kapasitas berlebih dan proses yang fleksibel	Pilih terutama karena keterampilan
Karakteristik proses	Mempertahankan utilitas rata-rata yang tinggi	Menanam modal pada kapasitas berlebih dan proses yang fleksibel	Proses modular yang menuju <i>customization</i>
Karakteristik persediaan	Meminimalkan persediaan untuk menekan biaya	Kembangkan system yang cepat tanggap, dengan persediaan cadangan untuk memastikan pasokan	Meminimalisir persediaan untuk menghindari produk menjadi <i>using</i>
Karakteristik <i>lead time</i>	Memperkecil <i>lead time</i> dengan syarat tidak meningkatkan biaya	Menanamkan investasi secara agresif untuk mengurangi <i>lead time</i> produksi	Menanamkan investasi secara agresif untuk mengurangi <i>lead time</i> pengembangan
Karakteristik desain produk	Maksimalkan kinerja dan meminimalisasi biaya	Menggunakan desain produk yang mendorong waktu <i>set up</i> yang rendah dan produksi maksimal	Menggunakan desain modular untuk menunda differensiasi produk selama mungkin

Dari table diatas jika pemasaran produk menggunakan SCM dan strategi tentu akan meningkatkan keberhasilan pada suatu produk serta pada perusahaan yang mengolah makanan khas Medan, sehingga meningkatkan pendistribusian yang besar pula tentunya.

## Penutup

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas yang telah dilakukan, dapat disimpulkan yaitu:

1. Pengukuran kinerja adalah tindakan pengukuran yang dapat dilakukan terhadap aktivitas dari berbagai rantai nilai yang ada pada perusahaan . hasil pengukuran tersebut kemudian digunakan sebagai umpan balik yang akan memberikan informasi tentang pelaksanaan suatu rencana dimana perusahaan memerlukan penyesuaian atas aktivitas perencanaan dan pengendalian.

2. Pada *supply chain* IKM terdapat 3 entitas yang terlibat didalam ruang lingkup yaitu *supplier*, IKM, dan *retailer*.
3. Setiap IKM harus membuat perencanaan permintaan dan prediksi, mengkoordinasikan prediksi permintaan dari semua konsumen dan membagi prediksi dengan semua pemasok.

### **Saran**

1. Pada produk olahan makanan harus memiliki desain kemasan yang bagus untuk menarik daya Tarik pembeli (konsumen).
2. Olahan makanan khas Medan IKM harus dikembangkan untuk menunjang daya tarik konsumen luar untuk membawa oleh-oleh khas Medan.

### **Daftar Pustaka**

Bujang, Pengujian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Trust Dan Komitmen Dalam Hubungan Antara Pemasok Dan Perusahaan, Jurnal Optimal. Vol 1 No 1, 2007.

Djokopranoto, Strategi manajemen pembelian dan supply chain, Jakarta : Grasindo, 2005.

Irmawati, *Supply Chain Management*, CV. Cahaya Bintang Cemerlang, 2007.

Mulyadi, Sistem Akuntansi Edisi Tiga, Jakarta: Salemba Empat, 2001

Susilo, Buku Pintar Ekspor Impor, Jakarta : Trans Media, 2008.

Umar Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004, cet. VI).