

**Analisis Perencanaan Supply Chain Management Dalam Proses Produksi Pada UMKM
(Studi Kasus Produksi Beteng-Beteng Cap Singkong Enak dan Gurih di Desa Bandar
Khalipah Kota Medan)**

Dinda Namira Hsb¹, Rika Nurmitha², Siti Aisyah³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

Email: hasibuan2044@gmail.com¹, rika.nurmitha20@gmail.com², siti.aisyah@uinsu.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perencanaan *supply chain management* dalam proses produksi pada industri rumahan beteng-beteng cap singkong enak dan gurih. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha produksi beteng-beteng cap singkong enak dan gurih sudah melakukan perencanaan *supply chain management* dari hulu ke hilir dengan baik dimulai dari *customer* (pelanggan), *planning* (persiapan), *purchasing* (transaksi), *inventory* (bahan baku), *productions* (produksi), dan *delivery* (pengiriman).

Kata Kunci : Manajemen Rantai Pasok, Produksi, UMKM

Abstract

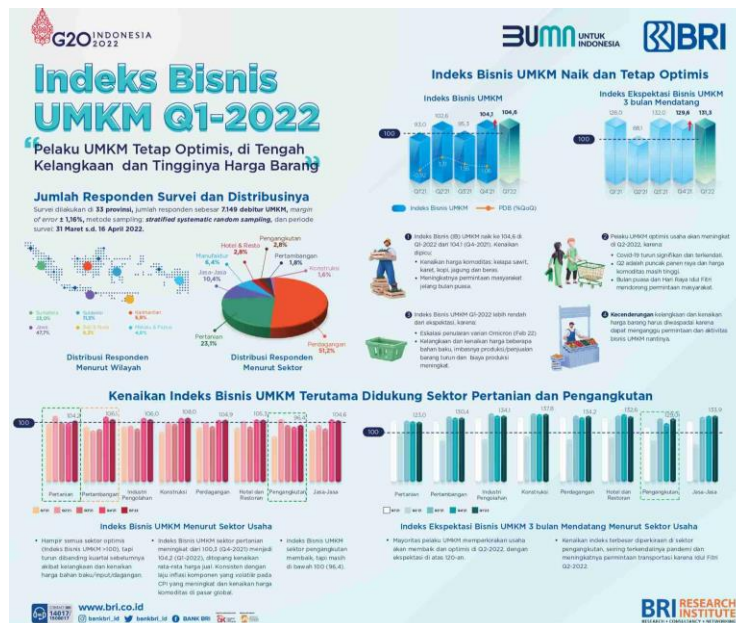
This study aims to find out how to plan supply chain management in the production process in the home industry of delicious and savory cassava stamped beteng. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques carried out in this

study used interviews, observation and documentation. The results of this study indicate that the production business of delicious and savory cassava stamped beteng has carried out supply chain management planning from upstream to downstream well starting from the customer, planning), purchasing, inventory, productions, and delivery.

Keywords: Supply Chain Management, Productionsi, UMKM

PENDAHULUAN

Untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan, stabilitas makroekonomi dan keuangan yang kuat harus didukung. Untuk mendukung upaya tersebut, perlu dilakukan pemberdayaan sektor riil, khususnya pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM merupakan pilar terpenting perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi UMKM, 64,2 juta usaha kecil dan menengah (UMKM) saat ini berkontribusi 61,07% terhadap PDB dan senilai Rp 8573,89 triliun. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia melibatkan penyerapan 97% dari total angkatan kerja dan dapat memulihkan hingga 60,4% dari total investasi.



Gambar 1 Indografik Indeks Bisnis UMKM: Pelaku UMKM Makin Optimis Memasuki Kuartal
II 2022

Sumber : nnc netralnews.com

Deputi Bidang Ekonomi Kementerian PPN/Bappenas Amalia Adininggar Widyasanti mengatakan target indikator UMKM untuk tahun 2022 adalah kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 63%, kredit UMKM terhadap total pinjaman perbankan sebesar 20,9% dan rasio kewirausahaan nasional sebesar 3,75%. Strategi pemulihan UMKM tahun 2022 meliputi subsidi bunga untuk restrukturisasi kredit UMKM, penjaminan kredit UMKM, perluasan layanan penunjang usaha, pelatihan ketahanan usaha dan dukungan produksi bagi usaha kecil. Dilihat dari banyaknya UMKM, perkembangan UMKM di Indonesia dinilai cukup pesat, sehingga tidak heran jika UMKM menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi Negara. Jumlah usaha kecil dan menengah sangat besar, dan tersebar di berbagai wilayah dari perkotaan hingga pedesaan. Hal ini juga menunjukkan bahwa perkembangan usaha kecil dan menengah di Indonesia cukup baik.

Berdasarkan perkembangan UMKM di Kota Medan, Pemerintah Kota Medan berperan sebagai fasilitator, regulator dan katalisator UMKM di Kota Medan. Sebagai fasilitator, peran Kota Medan adalah memfasilitasi UMKM Kota Medan untuk mencapai tujuan pengembangan usaha UMKM Kota Medan. Sebagai regulator, pemerintah memberikan acuan dasar sebagai alat untuk mengatur setiap kegiatan yang melaksanakan pemberdayaan di masyarakat. Sebagai katalis, pemerintah berperan dalam pengembangan usaha kecil, menengah dan mikro serta mempercepat pengembangan usaha kecil, menengah dan mikro menjadi usaha yang tumbuh cepat (Ilyas, 2021).

Salah satu UMKM di Medan yang cukup terkenal adalah usaha produksi Beteng-Beteng Cap Singkong Enak dan Gurih tepatnya di Desa Bandar Khalipah, Kecamatan Percut Sei Tuan. Produksinya yang mudah membuat industri rumahan ini bertahan lama, dan berdiri selama kurang lebih 12 tahun. Beteng-Beteng merupakan camilan yang dapat dinikmati saat santai, dan bisa dinikmati mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Namun yang menjadi permasalahan ialah apakah pemilik usaha ini sudah melakukan perencanaan *supply chain management* dalam proses produksi beteng-beteng tersebut. Palsanya SCM (*Supply Chain Management*) sangat penting untuk mendukung bisnis dalam memenuhi permintaan konsumen. Dengan kata lain, sistem SCM yang baik merupakan faktor kunci keberhasilan bisnis ini. Hal inilah yang menjadi pertimbangan penulis untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Perencanaan *Supply Chain Management*

Dalam Proses Produksi Pada UMKM (Studi Kasus Produksi Beteng-Beteng Cap Singkop Enak dan Gurih di Desa Bandar Khalipah)”

KAJIAN TEORI

Supply Chain Management

Supply Chain Management (SCM) adalah aplikasi terintegrasi yang memberikan dukungan sistem informasi manajemen dalam hal pengadaan barang dan jasa untuk bisnis, serta mengelola hubungan antar mitra untuk menjaga tingkat ketersediaan produk dan layanan yang dibutuhkan bisnis secara optimal. Manajemen rantai pasokan adalah metode untuk mengintegrasikan pemasok, produsen, suku cadang gudang, toko efektif dan efisien sehingga persediaan barang dapat memproduksi dan mendistribusikan dalam jumlah, tempat dan waktu yang tepat sehingga total biaya dapat mengurangi untuk kepentingan konsumen (David, 2018).

Tujuan manajemen rantai pasokan adalah untuk meminimalkan biaya dan memaksimalkan tingkat layanan untuk memenuhi permintaan konsumen dan menghasilkan keuntungan, mampu memenangkan persaingan pasar, mengoptimalkan realisasi nilai secara keseluruhan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meminimalkan biaya pemesanan, penyimpanan, dan pengiriman keseluruhan (Jamaludin, 2021)

Fungsi SCM adalah manajemen rantai pasok fisik, yang fungsinya untuk mengubah bahan mentah menjadi produk jadi yang dapat dikirimkan ke konsumen akhir. Fungsi utama *supply chain management* terkait dengan berbagai biaya material berupa biaya material, pergudangan, biaya produksi khusus, dan biaya transportasi. Fungsi selanjutnya adalah *supply chain management* yang bertindak sebagai perantara dan penjamin pasar jika dipasok melalui rantai pasok. Fungsi terakhir terkait dengan biaya riset pasar, perencanaan produk, dan berbagai biaya yang muncul dari penawaran rantai pasok yang tidak memenuhi harapan konsumen (Harto, 2021).

Menurut Nur Ahmadi (2022) terdapat proses dalam perencanaan SCM (*Supply Chain Management*), diantaranya yaitu:

1. Pelanggan (*Customer*). Saat melakukan pemesanan, pelanggan juga memberikan informasi terkait produk yang dipesan. Informasi yang disampaikan dapat berupa jumlah produk yang dipesan dan tanggal pengiriman produk.
2. Persiapan (*Planning*). Setelah produsen menerima pesanan, maka akan memasuki tahap perencanaan. Selain itu, setiap tim atau departemen yang berpartisipasi dapat mengembangkan strategi atau rencana produksi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Selain itu, tim produksi juga bertanggung jawab untuk memasok bahan baku sesuai kebutuhan.
3. Transaksi (*Purchasing*). Proses ini dilakukan oleh tim pembelian atau departemen setelah menerima rincian rencana produksi dari titik perencanaan. Setelah itu, *Procurement Time* menghubungi *supplier* untuk pembelian bahan baku dan bahan pendukung.
4. Bahan Baku (*Inventory*). Setelah bahan baku diperoleh, diproses dan dikirim ke pabrik untuk pemeriksaan kualitas. Jika kualitas bahan baku bagus, bahan baku disimpan di gudang.
5. Produksi (*Production*). Pada tahap ini akan dilakukan pengolahan antara bahan baku dan bahan penolong untuk dijadikan produk yang diminta oleh pelanggan.
6. Pengiriman (*Delivery*). adalah proses pengiriman barang yang telah disimpan di suatu pabrik ke setiap konsumen. Produk akan dikirimkan pada tanggal pengiriman yang diminta oleh konsumen

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan unit usaha produktif mandiri, dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha sektor ekonomi. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, standar yang mendefinisikan UMKM sebagai kekayaan bersih atau nilai kekayaan aset tidak termasuk tanah dan bangunan, tempat usaha atau penjualan tahunan.

Dari segi bisnis, UMKM dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu 1) UMKM di sektor informal, seperti pedagang kaki lima. 2) Usaha mikro adalah UMKM yang memiliki jiwa pengrajin tetapi kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usaha. 3) Usaha Kecil Dinamis adalah sekelompok UMKM yang memiliki kemampuan untuk melakukan bisnis melalui kolaborasi (menerima pekerjaan subkontrak) dan ekspor. 4) Perusahaan yang bergerak cepat adalah perusahaan yang memiliki kemampuan untuk memulai bisnis, siap untuk berubah menjadi bisnis besar.

Dalam menjalankan suatu usaha, usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki ciri-ciri sebagai berikut barang atau jenis barang tidak tetap, sewaktu-waktu bisa berubah, ada tempat usaha yang bisa dipindah-pindah bila perlu, dan belum ada aplikasi pengelolaan secara penuh. Bahkan, pengelolaan keuangan mereka seringkali bercampur dengan keuangan pribadi, dan sumber daya manusia mereka belum sepenuhnya mengasah jiwa wirausaha mereka. Sebagian besar pelaku UMKM ini belum memiliki akses ke perbankan, namun sebagian sudah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank, dan sebagian besar belum memiliki izin. Bisnis atau legitimasi lainnya seperti NPWP. Adapun peran dan fungsi UMKM bagi kondisi ekonomi diantaranya yaitu membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan devisa negara, memacu ekonomi di situasi krisis, dan memenuhi kebutuhan masyarakat secara akurat.

Produksi

Produksi adalah proses meningkatkan nilai barang dengan mengubah *input* menjadi *output*. *Input* meliputi barang atau jasa yang digunakan dalam proses produksi, dan *output* mengacu pada barang atau jasa yang dihasilkan dalam proses produksi. Proses produksi adalah kegiatan menciptakan atau meningkatkan kegunaan suatu produk atau jasa untuk lebih memenuhi kebutuhan manusia dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku, dan modal (Herlin, 2016).

Ada beberapa jenis proses produksi, antara lain: a) Dilihat dari bentuk proses produksinya, jenis proses produksi antara lain pembuatan layanan terkelola; b) jenis proses produksi ditinjau dari alur proses produksinya, meliputi: proses produksi *kontinyu* dan proses *intermiten*; dan c) jenis proses produksi dalam hal prioritas proses produksi, meliputi: proses produksi utama dan proses produksi *non-mainstream*. Tujuan produksi adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia dan mengusahakan kemakmuran. Kemakmuran terjadi ketika konsumen memiliki daya beli yang cukup tinggi dan barang/jasa yang cukup untuk memenuhinya.

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah sistematisasi atau pengolahan bahan untuk pemahaman yang lebih dalam dari suatu fase penelitian (Taufiq, 2022). Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Objek penelitian dalam penelitian ini nantinya akan

membahas mengenai Perencanaan *Supply Chain Management* Dalam Proses Produksi Pada UMKM (Studi Kasus Produksi Beteng-Beteng Cap Singkop Enak dan Gurih di Desa Bandar Khalipah) dan subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik usaha dan seluruh pekerja yang berhubungan langsung dengan proses produksi Beteng-Beteng. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Perencanaan dan Proses Produksi yang dilakukan oleh Industri Beteng-Beteng Cap Singkong Enak dan Gurih di Desa Bandar Khalipah Kota Medan

a. *Customer* (Pelanggan)

Pada tahap pertama ini, hal yang dapat dilakukan oleh seorang *customer* atau konsumen adalah melakukan pemesanan terlebih dahulu produk Beteng-Beteng Cap Singkong Enak dan Gurih kepada produsen. Pemesanan tersebut biasanya dilakukan baik secara langsung (datang ke pabrik pembuatannya) atau bisa juga melalui penggunaan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook. Adapun dalam proses pemesanannya, biasanya *customer* tersebut akan memberikan informasi secara terperinci yang berhubungan dengan pemesanan produk yang akan dilakukannya. Adapun informasi yang diberikan yaitu berupa jumlah produk yang akan di pesan dan tanggal pengiriman produk tersebut.

b. *Planning* (Persiapan)

Pada tahap kedua, setelah pesanan yang dilakukan oleh *customer* diterima oleh pihak produsen maka langkah selanjutnya yang akan dilakukan oleh produsen tersebut adalah melakukan persiapan atau perencanaan. Dengan cara setiap tim akan menjalankan strategi terbaik yang telah mereka rencanakan dalam hal mempersiapkan produk yang diminta oleh *customer* tersebut. Selain itu pemilik usaha Beteng-Beteng Cap Singkong Enak dan Gurih dan tim produksi juga akan bertanggung jawab dalam hal menyediakan bahan baku sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.

c. *Purchasing* (Transaksi)

Tahapan yang ketiga dari proses perencanaan SCM adalah masuk kepada pembelian bahan baku produksi. Proses ini biasanya dilakukan oleh tim pembelian dan pemilik usaha Beteng-Beteng Cap Singkong Enak dan Gurih juga akan langsung turun tangan setelah mereka menerima rincian produksi. Setelah itu, pemilik usaha akan langsung menginformasikan pesanan tersebut kepada pihak pemasok agar pesanan yang dibutuhkan segera dipersiapkan untuk dilakukannya proses pembelian. Selanjutnya, tim pembelian juga akan bertugas untuk mencatat tanggal penerimaan dan jumlah bahan baku yang dibeli dimana nantinya laporan tersebut akan langsung diserahkan kepada si pemilik usaha.

d. *Inventory* (Bahan Baku)

Pada tahap keempat, Bahan baku utama yang digunakan oleh industri beteng-beteng adalah ubi kayu roti. Adapun bahan baku tersebut biasanya didapatkan dari berbagai supplier yang berada di sekitar tempat tinggal pembuatan produksi beteng-beteng. Mengingat tanaman singkong membutuhkan waktu 2-3 bulan untuk bisa dipanen maka pemilik usaha membutuhkan beberapa supplier untuk bisa memproduksi dan memenuhi seluruh pesanan yang diterima. Langkah selanjutnya setelah bahan baku singkong tersebut didapatkan maka tanaman singkong tersebut akan diolah dan dilakukan pemeriksaan kualitas. Jika kualitas dari singkong sudah terpenuhi maka singkong tersebut siap untuk di proses.

e. *Production* (Produksi)

Tahapan yang kelima dari *supply chain management* ini adalah masuk ke dalam proses produksi dari beteng-beteng tersebut. Yang dimana singkong yang telah berhasil didapatkan akan dikupas kulitnya terlebih dahulu, lalu dilakukan nya proses pencucian dan perendaman selama 1 malam, hal ini dilakukan agar kondisi dari singkong tersebut akan lebih empuk dan rapuh ketika di makan. Lalu keesokan harinya setelah singkong tersebut direndam 1 malam maka tahap selanjutnya adalah proses perajangan atau pemotongan singkong menjadi bagian kecil atau menjadi dadu- dadu. Kemudian singkong itu lalu akan di cuci kembali dan akan melalui proses penggorengan. Pada tahap penggorengan ini, singkong tidak hanya di goreng dalam 1 kualii saja. Melainkan setelah singkong sudah agak kering maka akan di pindahkan ke penggorengan yang lain. Hal tersebut bertujuan untuk mempercepat proses penggorengan dan menghasilkan beteng-beteng yang lebih rapuh

daripada yang lainnya. Setelah proses penggorengan singkong selesai, maka singkong-singkong tersebut akan masuk ke tahap pendinginan, dalam hal ini singkong di dinginkan beberapa jam untuk mengurangi kadar minyak yang masih terdapat dalam singkong tersebut. Setelah selesai didiamkan lalu singkong tersebut akan dicampurkan bumbu-bumbu pelengkap yang terdiri dari kunyit, ketumbar, garam, gula, dan asam jawa. Setelah dicampur secara merata maka beteng-beteng tersebut siap untuk dikemas dan dipasarkan dan juga langsung dapat dikonsumsi.

Berikut merupakan hasil dokumentasi yang penulis dapatkan dari Proses Produksi Beteng-Beteng Cap Singkong Enak dan Gurih di Desa Bandar Khalipah Kota Medan :



Gambar 2
Proses pemotongan singkong



Gambar 3
Proses Penggorengan Beteng-Beteng



Gambar 4
Proses pencampuran Bumbu



Gambar 5
Hasil Beteng-Beteng yang sudah jadi



Gambar 6

Proses pengemasan beteng-beteng



Gambar 7

Nama *Merk* Usaha

f. Delivery (Pengiriman)

Pada tahap terakhir, untuk proses pengiriman dan pemasaran produk Beteng-Beteng Cap Singkong Enak dan Gurih ini biasanya dilakukan di pasar-pasar tradisional, toko kelontong, warung-warung kecil, kios makanan, supermarket, dll. Adapun pemasaran dan pengiriman terjauh adalah di Tebing Tinggi dengan jarak tempuh 1 jam dengan menggunakan mobil. Konsumen membeli beteng-beteng tersebut biasanya untuk dimakan sebagai snack untuk sehari-hari dan juga dibeli sebagai oleh-oleh. Pembeli memilih jajanan beteng-beteng ini karena selain harga nya yang murah di kantong, beteng-beteng tersebut juga memiliki cita rasa yang lezat juga menyehatkan karena terbuat dari bahan-bahan alami dan tidak mengandung pengawet serta pemanis buatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Menurut hasil pembahasan yang telah dilakukan diatas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwasannya industri rumahan Beteng-Beteng Cap Singkong Enak dan Gurih yang berada di Desa Bandar Khalipah Kota Medan sudah menerapkan perencanaan *supply chain management* dengan cukup baik. Hal itu dapat dikatakan demikian karena adanya interaksi secara intensif dan adanya komunikasi informasi yang dilakukan secara efektif dan efisien antar pelaku usaha dan pemasok sehingga permintaan konsumen dapat segera terpenuhi dengan baik. Selain itu industri beteng-beteng tersebut juga menerapkan strategi informasi dengan cara menjaga jaringan kerja yang baik dengan berbagai pemasok bahan baku. Yang dimana dalam hal ini industri rumahan beteng-beteng tersebut menerapkan strategi informasi yang baik kepada pihak pemasok, hal ini dapat dikatakan demikian karena selain pemilik usaha dapat melakukan pemesanan secara langsung atau *face to face* kepada pemasok, pemilik usaha tersebut juga bisa memesan melalui jejaring telepon, internet, dan WhatsApp. Semua itu dilakukan selain untuk mempermudah konsumen juga akan mempersingkat waktu dan mengurangi biaya dalam proses pemesanan bahan baku atau proses penjualan produk.

Saran

Saran yang dapat diberikan penulis kepada industri rumahan beteng-beteng adalah agar industri tersebut dapat menambah daerah-daerah produksinya. Semua itu dilakukan agar

produksi beteng-beteng cap singkong enak dan gurih lebih di kenal oleh konsumen. Saran lainnya yang dapat diberikan penulis adalah agar industri rumahan beteng-beteng tersebut menerapkan sistem informasi dan sistem pemasaran dengan memanfaatkan teknologi, internet dan media sosial seperti menggunakan *market place* yang menjadi hits seperti sekarang ini hal itu dilakukan untuk dapat menunjang pemasaran lebih baik lagi dan agar dapat memudahkan konsumen dalam mengetahui dan mengenal lebih banyak mengenai produk beteng-beteng tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2021. UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>. Diakses tanggal 10 Juli 2022
- David, S.-L. at al. (2018). Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies. In JOURNAL OF BUSINESS LOGISTICS (Vol. 22, Issue 1). The McGraw-Hill. <https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2001.tb00165.x>
- Rahmani, Nur Ahmad Bi. 2022. Manajemen Rantai Pasokan. PT Cahya Rahmat Rahmani: Medan
- Herlin Herawati dan Dewi Mulyani. 2016. PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU DAN PROSES PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA UD.TAHU ROSYDI PUSPAN MARON PROBOLINGGO. Prosiding Seminar Nasional. Hal 463-482
- Jamaludin, M. (2021c). Supply Chain Management Strategy In Small And Medium Enterprises (Smes) In The City Of Bandung , West Java. Journal of Economic Empowerment Strategy (JEES), 4(2), 14–24.
- Wijaya, Harto Maret., Ganif Deswanto., Restu Hidayat. 2021. ANALISIS PERENCANAAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM) PADA PT. KYLO KOPI INDONESIA. Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi. 2(6). Hal 789-806
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, 2015.Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).Jakarta : Bank Indonesia. Hal. 12-15
- Nursidi, Mhd Ilyas dan Sari Wulandari. 2021. Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi di Kota Medan. Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI). Hal: 196 - 198
- Azhari, Muhammad Taufik. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif. CV WIDYA PUSPITA: Medan

Nuramar Setiawan dan Tomy, “Indografik Indeks Bisnis UMKM: Pelaku UMKM Makin Optimis Memasuki Kuartal II 2022” Tersedia :

<https://www.netralnews.com/biografi-bill-gates/L00vYmZjTmtITmp4MlpMY0lrOGpOZz09>

Sumangkut, Angelia A. 2013. KINERJA SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DAN STRATEGI INFORMASI PADA PT. MULTI FOOD MANADO. Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis Akuntansi. Hal 914-920

Sari, Melda., Ernawati., Ratna Wilis. 2018. STUDI PRODUKSI INDUSTRI KERUPUK KULIT DI JORONG KAPALO KOTO NAGARI TANJUNG BARULAK KECAMATAN BATIPUH KABUPATEN TANAH DATAR. Jurnal Buana. Hal 167-179