



Analisis Supply Chain Management Dalam Meningkatkan Efesiesi dan Daya Saing UMKM

Aldi Lumbanraja¹, Faizah Khairani², Henriadi Hasibuan³, Lokot Muda Harahap⁴

^{1 2 3 4}Manajemen, Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Email aldilumbanraja26@gmail.com

Article Info

Article history:

Received January 18, 2025

Revised January 23, 2025

Accepted January 25, 2025

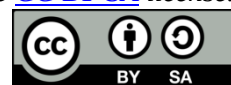
Keywords:

Supply Chain Management,
Daya Saing, UMKM

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the Indonesian economy. However, challenges related to operational efficiency and competitiveness are often the main obstacles to their growth. Effective implementation of Supply Chain Management (SCM) can be a solution to improve operational efficiency while strengthening the competitiveness of MSMEs. SCM focuses on efficient integration between suppliers, manufacturers, distributors, and customers to ensure the availability of products in the right quantity, time, and location at minimal cost. This type of research is a qualitative method with literature studies from various reliable sources used to analyze the role of SCM in improving the efficiency and competitiveness of MSMEs. The results show that a good SCM implementation can help MSMEs in managing inventory, optimizing the production process, improving product quality, and accelerating the distribution process. In addition, utilizing digital technology, Just-in-Time (JIT) system, and supply chain diversification are proven to be effective strategies to optimize SCM. With good SCM management, MSMEs have the potential to improve operational efficiency, expand market reach, and strengthen competitiveness at both domestic and global levels.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received January 18, 2025

Revised January 23, 2025

Accepted January 25, 2025

Keywords:

Supply Chain Management,
Competitiveness, UMKM

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang krusial dalam perekonomian Indonesia. Namun, tantangan terkait efisiensi operasional dan daya saing sering kali menjadi kendala utama bagi pertumbuhannya. Implementasi Supply Chain Management (SCM) yang efektif dapat menjadi solusi untuk meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperkuat daya saing UMKM. SCM berfokus pada integrasi yang efisien antara para pemasok, produsen, distributor, dan pelanggan untuk memastikan ketersediaan produk dalam jumlah, waktu, dan lokasi yang tepat dengan biaya yang minimal. Jenis penelitian ini adalah metode kualitatif dengan studi literatur dari berbagai sumber yang terpercaya digunakan untuk menganalisis peran SCM dalam meningkatkan efisiensi serta daya saing UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan SCM yang baik dapat membantu UMKM dalam mengelola persediaan, mengoptimalkan proses produksi, meningkatkan kualitas produk, serta mempercepat proses distribusi. Selain itu, memanfaatkan teknologi digital, sistem Just-in-Time (JIT), dan diversifikasi rantai pasokan terbukti menjadi strategi yang efektif untuk mengoptimalkan SCM. Dengan pengelolaan SCM yang baik, UMKM berpotensi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing baik di tingkat domestik maupun global.



This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Aldi Lumbanraja

Universitas Negeri Medan

E-mail: aldilumbanraja26@gmail.com

Pendahuluan

Manajemen Rantai Pasok adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian yang efisien dari supplier, manufacturer, distributor, retailer, dan customer. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat, dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai biaya dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai tingkat pelayanan yang diinginkan. Dalam sebuah rantai pasok yang sederhana, biasanya akan terdapat beberapa komponen-komponen utama yang terdiri dari pemasok (supplier), manufaktur, gudang dan pusat distribusi (warehouse and distribution center), pedagang besar (wholesaler), pedagang eceran (retail) dengan tujuan akhirnya adalah memenuhi permintaan dari konsumen akhir.

Dalam implementasi manajemen rantai pasok, praktek-praktek manajemen rantai pasok memainkan peran yang penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Praktek-praktek tersebut adalah serangkaian kegiatan dari organisasi yang bertujuan meningkatkan efisiensi dari manajemen rantai pasok. Untuk meningkatkan peran UMKM dalam perekonomian nasional, diperlukan pendekatan yang menyeluruh dan terintegrasi dalam pengelolaan bisnis, salah satunya adalah melalui penerapan manajemen rantai pasok yang efektif dan efisien.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), atau juga disebut sebagai usaha kecil dan menengah (UKM) adalah jenis perusahaan di Indonesia yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2008. UMKM dapat berarti bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM didasarkan batasan omzet pendapatan per tahun, jumlah kekayaan aset, serta jumlah pegawai. Sedangkan yang tidak masuk kategori UMKM atau masuk dalam hitungan usaha besar, yaitu usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh badan usaha dengan total kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah.

Dalam konteks UMKM di Indonesia, manajemen rantai pasok tidak hanya berfungsi sebagai instrumen untuk meningkatkan efisiensi operasional semata, tetapi juga menjadi kunci dalam memperluas pangsa pasar, menguatkan daya saing, serta menghadirkan nilai tambah bagi pelanggan. Melalui pengelolaan rantai pasok yang tepat, UMKM dapat membangun jejaring kerjasama yang sinergis dengan para pemasok, distributor, dan pelanggan, sehingga menciptakan ekosistem bisnis yang lebih solid dan tangguh. Inovasi dalam manajemen rantai pasok, termasuk pemanfaatan teknologi digital, membantu mempermudah proses integrasi, meningkatkan transparansi, serta mempersingkat waktu respons terhadap perubahan pasar. Dengan memanfaatkan data secara optimal, UMKM mampu melakukan perencanaan produksi yang lebih akurat, mengendalikan biaya distribusi, dan memastikan bahwa produk mencapai konsumen dalam kondisi prima. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membuka peluang bagi UMKM untuk bersaing di pasar domestik maupun internasional, bahkan menembus pasar ekspor dengan skala yang lebih luas.



Tinjauan Pustaka

A. Supply Chain Management (SCM)

Menurut J. A. O'Brien (2006), SCM adalah sistem antar perusahaan lintas fungsi, yang menggunakan teknologi informasi untuk membantu mendukung, serta mengelola berbagai hubungan antara beberapa proses bisnis utama perusahaan dan dengan pemasok, pelanggan, dan para mitra bisnis. Manajemen rantai pasokan atau Supply Chain Management merupakan manajemen aliran barang dan jasa dan mencakup semua proses yang mengubah bahan mentah menjadi produk jadi. Sebenarnya proses scm melibatkan perampingan aktif dari kegiatan sisi penawaran bisnis dalam memaksimalkan nilai pelanggan dan mendapatkan keunggulan kompetitif dalam persaingan pasar.

Menurut James A & Mona J. Fitzsimmons, pengertian Supply Chain Management adalah sebuah sistem pendekatan total untuk dapat mengantarkan produk ke konsumen akhir dengan menggunakan teknologi informasi di dalam mengkoordinasikan seluruh elemen supply chain dari mulai pemasok ke pengecer. Menurut Chase, Aquilano, dan Jacob, pengertian SCM adalah sebuah sistem untuk dapat menerapkan pendekatan secara total didalam mengelola seluruh aliran informasi, bahan, serta juga jasa dari bahan baku dengan melalui pabrik serta gudang hingga ke konsumen akhir. Menurut Russell dan Taylor, pengertian SCM adalah sebuah proses mengelola arus informasi, produk serta pelayanan di seluruh jaringan baik pelanggan, perusahaan hingga pemasok. Menurut Stevenson, definisi SCM adalah suatu koordinasi strategis dari rantai pasokan dengan tujuan untuk dapat mengintegrasikan manajemen penawaran serta permintaan. Menurut Robert, Gail, dan Lund pengertian 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.

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 Levi, et.al (2000) mendefinisikan Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan) sebagai suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian yang efisien dari supplier, manufacturer, distributor, retailer, dan customer. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat, dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai suatu biaya dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai service level yang diinginkan. Pires, et.al. (2001) mengartikan Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan) sebagai sebuah jaringan supplier, manufaktur, perakitan, distribusi, dan fasilitas logistik yang membentuk fungsi pembelian dari material, transformasi material menjadi barang setengah jadi maupun produk jadi, dan proses distribusi dari produk-produk tersebut ke konsumen. Chow et.al. (2006) mengartikan Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan) sebagai pendekatan yang holistik dan strategis dalam hal permintaan, operasional, pembelian, dan manajemen proses logistik.

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. SCM merupakan integrasi dan organisasi pengelolaan rantai suplai dan kegiatan melalui hubungan organisasi koperasi, proses bisnis yang efektif, dan tingkat tinggi berbagi informasi untuk menciptakan sistem nilai berkinerja tinggi yang memberikan organisasi anggota keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. SCM merupakan upaya pemasok untuk mengembangkan dan menerapkan rantai pasokan yang seefisien dan seekonomis mungkin. Rantai pasokan mencakup segala hal, mulai dari produksi dan pengembangan produk hingga sistem informasi yang diperlukan guna mengarahkan usaha dalam perusahaan.

B. Strategi SCM

Strategi Supply Chain Management



Jay Heizer dan Barry Render sudah mengemukakan sejumlah strategi guna menghadapi tantangan dan permasalahan SCM, di dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Operasi”, adapun strategi dalam SCM, yakni :

1. Bernegosiasi dengan Banyak Pemasok

Strategi pertama adalah bernegosiasi dengan banyak pemasok. Kita dapat mencari banyak pemasok dan memilih diantara mereka yang memiliki penawaran paling menarik bagi perusahaan. Umumnya perusahaan menjatuhkan pilihan bagi pemasok yang memberikan penawaran rendah, tetapi sebaiknya jangan hanya memilih satu pemasok, pilihlah beberapa pemasok agar jika suatu hari terjadi masalah kepada salah satu pemasok, rantai pasokan perusahaan tidak terputus dan tetap dapat melanjutkan kegiatan perusahaan.

2. Mengembangkan hubungan kemitraan

Strategi kedua adalah mengembangkan hubungan kemitraan jangka panjang dengan sedikit pemasok untuk memuaskan hubungan pelanggan. Para pemasok yang telah lama menjalin hubungan dengan perusahaan mungkin dapat lebih memahami tujuan dari perusahaan dan biasanya lebih berkomitmen untuk berpartisipasi dalam sistem just in time, dimana perusahaan tidak lagi mempunyai gudang untuk persediaan



mereka karena pemasok akan mengirim persediaan tepat saat perusahaan membutuhkannya. Hal ini tidak mudah dilakukan, karena itu perusahaan biasanya hanya mau menerapkan sistem ini pada para pemasok yang telah mereka percayai. Jika dibandingkan, perusahaan yang menggunakan pemasok yang sedikit dapat menekan biaya menjadi lebih rendah daripada perusahaan yang mempunyai banyak pemasok, karena pasti akumulasi biaya kirim dari pemasok yang berbeda-beda akan lebih besar. Intinya, kita boleh saja memilih beberapa pemasok tetapi jangan terlalu banyak memilih pemasok karena hanya akan menimbulkan biaya yang lebih besar.

3. Integrasi Vertikal

Strategi ketiga adalah integrasi vertikal, artinya perusahaan berusaha mengembangkan kemampuan untuk memproduksi barang atau jasa yang sebelumnya diperoleh dari pemasok. Ada dua macam integrasi, yaitu integrasi maju dan integrasi mundur. Integrasi mundur menyarankan perusahaan untuk membeli pemasoknya, sehingga mereka dapat membuat barang sesuai keinginan mereka. Integrasi maju menyarankan produsen komponen untuk membuat produk jadi. Tetapi integrasi mundur bisa menjadi berbahaya bagi perusahaan yang sedang mengalami perubahan teknologi, karena jika salah menginvestasikan uang yang mereka miliki maka mereka akan kesusahan dalam menghadapi gelombang teknologi yang berikutnya.

4. Jaringan Keiretsu

Strategi keempat adalah jaringan keiretsu, yaitu kombinasi dari sedikit pemasok dengan integrasi vertikal. Dengan strategi ini pemasok akan menjadi bagian dari perusahaan dan yang pasti akan terjadi hubungan kerja sama jangka panjang antar keduanya. Diharapkan dari strategi ini, mutu dari produk yang dihasilkan akan tetap terjaga.

5. Virtual Company

Strategi terakhir atau kelima adalah mengembangkan perusahaan maya (virtual company) yang menggunakan para pemasok sesuai kebutuhan. Strategi ini mengandalkan berbagai jenis hubungan pemasok untuk menyediakan jasa atas permintaan yang diinginkan. Perusahaan maya memiliki batasan organisasi yang berubah dan bergerak yang membuat mereka mampu untuk memenuhi permintaan pasar yang berubah-ubah. Para pemasok dapat menyediakan berbagai jasa, seperti pembayaran upah, perekrutan karyawan, dan lainnya. Jika perusahaan menggabungkan keunggulan dari perusahaan maya, manajemen perusahaan yang bagus, biaya yang rendah, maka perusahaan akan mendapatkan efisiensi. Penerapan Supply Chain Management pada perusahaan yang memiliki komitmen, visi, misi dan pilihan strategi yang baik akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar daripada perusahaan lain.

C. Komponen Supply Chain Management

Pemahaman tentang SCM mengacu pada definisi dari pendapat ahli. Olehnya itu perlu pemahaman terkait komponen utama dalam SCM. Adapun komponen utama dalam SCM :

1. 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 ke tangan konsumen tapi disalurkan



ke perusahaan penyalur lainnya. Misalnya sebuah perusahaan yang memproduksi smartphone. Produk smartphone ini tidak serta-merta sampai ke tangan konsumen langsung, tapi pihak manufacturer akan mengirimkan produknya ke supplier

2. Downstream Supply Chain

Downstream supply chain mangement adalah manajemen yang mengurus transfer barang dari perusahaan langsung ke konsumen. Jadi kalau upstream supply chain harus lewat supplier dulu, kalau downstream langsung bisa dibeli oleh konsumen. Contoh management ini yaitu mebel atau gallery art. Jadi mereka membuat produk langsung sesuai keinginan konsumen.

3. 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

D. Tujuan Utama Supply Chain Management

Setelah memahami pengertian, strategi, dan komponen SCM, maka selanjutnya harus memahami tentang tujuan SCM, Menurut pendapat Stevenson, tujuan supply chain management adalah menyelaraskan antara permintaan dan penawaran secara efektif dan efisien. Beberapa masalah utama yang ada di dalam rantai pasokan berhubungan dengan:

1. Penentuan tingkat outsourcing yang tepat
2. Manajemen pengadaan barang
3. Manajemen pemasok
4. Mengelola hubungan dengan pelanggan
5. Identifikasi masalah dan merespon masalah tersebut
6. Manajemen risiko

E. Proses Supply Chain Management

Dalam manajemen rantai pasokan (SCM), prosesnya dibagi menjadi tiga macam tanggungjawab, diantaranya:

1. Arus Material

Arus material ini melibatkan pergerakan produk mentah dari supplier ke konsumen dan juga dari konsumen yang dikembalikan atau retur produk, layanan, daur ulang dan pembuangan.

2. Arus Informasi

Arus informasi ini berisi tentang prediksi permintaan, informasi perpindahan barang, dan juga peng-update-an status barang apakah sudah terkirim atau belum.

3. Arus Finansial

Arus finansial berisi pembayaran, alur perkreditan, penjadwalan pembayaran hingga persetujuan kepemilikan. Alur informasi yang akurat dan bergerak dengan mudah di antara mata rantai, serta pergerakan barang yang efektif dan efisien menjadi faktor kunci keberhasilan dalam manajemen rantai pasokan. Menurut pendapat Indrajit dan Djokopranoto, ada beberapa pelaku yang ada pada rantai pasokan, diantaranya:

1. Supplier
2. Manufacturer

3. Distributor / wholesaler
4. Retail outlets
5. Customers

Manajer rantai pasokan (SCM) mencoba meminimalkan kekurangan dan menekan biaya. Pekerjaan ini bukan hanya tentang logistik dan pembelian persediaan. Dikutip dari laman Salary.com, manajer rantai pasokan, “membuat rekomendasi untuk meningkatkan produktivitas, kualitas, dan efisiensi operasi.”Peningkatan dalam produktivitas dan efisiensi langsung menuju garis bawah perusahaan dan memiliki dampak nyata dan abadi. Manajemen rantai pasokan yang baik membuat perusahaan keluar dari berita utama dan jauh dari penarikan dan tuntutan hukum yang mahal.

Contoh Supply Chain Management



Dikutip dari laman investopedia.com, pemahaman pentingnya SCM untuk bisnisnya, Walgreens Boots Alliance Inc. berupaya keras untuk mentransformasikan rantai pasokannya pada 2016. Perusahaan ini mengoperasikan salah satu rantai farmasi terbesar di Amerika Serikat dan perlu mengelola dan merevisi rantai pasokannya secara efisien sehingga tetap di depan tren yang terus berubah dan terus menambah nilai pada intinya.

Pada tanggal 5 Juli 2016, Walgreens telah berinvestasi di bagian teknologi dari rantai pasokannya. Ini menerapkan SCM berwawasan ke depan yang mensintesis data yang relevan dan menggunakan analitik untuk meramalkan perilaku pembelian pelanggan, dan kemudian bekerja dengan cara mendukung rantai pasokan untuk memenuhi permintaan yang diharapkan.

Sebagai contoh, perusahaan dapat mengantisipasi pola flu, yang memungkinkannya untuk secara akurat memperkirakan persediaan yang dibutuhkan untuk obat flu yang dijual bebas, menciptakan rantai pasokan yang efisien dengan sedikit limbah. Dengan menggunakan SCM ini, perusahaan dapat mengurangi kelebihan persediaan dan semua biaya terkait persediaan, seperti biaya pergudangan dan transportasi



Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan metode kualitatif dengan pendekatan yang mengandalkan data sekunder dari berbagai sumber di internet. Metode ini dipilih karena memudahkan akses informasi tanpa pengumpulan data primer. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan permasalahan yang diteliti secara singkat. Sumber data berasal dari berbagai platform internet, termasuk situs resmi, jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan artikel dari media terpercaya. Data diambil dari lembaga yang dapat dipercaya, seperti pemerintah dan universitas, serta publikasi yang tersedia di Google Scholar dan ResearchGate.

Pengumpulan data menggunakan metode studi literatur, di mana peneliti menganalisis berbagai informasi di internet dengan kata kunci relevan. Verifikasi sumber dilakukan untuk memastikan kredibilitas data. Analisis data dilakukan dengan metode analisis konten, deskriptif, atau statistik, untuk menemukan pola dan kesimpulan yang mendukung tujuan penelitian. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian menerapkan triangulasi dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber. Sumber data akan dikritisi berdasarkan kredibilitas dan akurasi. Data juga akan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya untuk memastikan validitas hasil.

Pembahasan

Manajemen Rantai Pasokan (SCM) sangat krusial untuk menaikkan efisiensi perjuangan Mikro, Kecil, serta Menengah (UMKM). Dengan menerapkan prinsip SCM, UMKM bisa mengurangi pemborosan, meningkatkan koordinasi dengan pemasok serta distributor, serta mempercepat proses dari produksi sampai distribusi.

Beberapa seni manajemen yang dapat digunakan adalah mengelola persediaan secara efektif untuk menghindari kekurangan atau kelebihan stok, mengoptimalkan proses produksi untuk mengurangi biaya, dan memanfaatkan teknologi untuk memantau konvoi barang serta mengelola pesanan. Selain efisiensi, SCM juga membantu mempertinggi daya saing UMKM. Dengan rantai pasokan yang terintegrasi, UMKM bisa menaikkan kualitas produk, mengurangi biaya operasional, cepat menanggapi permintaan pasar, serta memperkuat korelasi dengan pemasok dan pelanggan.

Namun, ada tantangan dalam implementasi SCM, seperti kurangnya pemahaman perihal konsep ini, keterbatasan teknologi dan sumber daya, serta kebutuhan modal untuk investasi awal.

Untuk memanfaatkan SCM secara optimal, UMKM bisa menyebarkan hubungan kemitraan dengan pemasok, mengadopsi teknologi digital, menerapkan sistem Just-in-Time (JIT), dan diversifikasi sumber pemasok. Mereka juga dapat memanfaatkan platform e-commerce dan layanan logistik terbaru. Beberapa UMKM telah sukses menerapkan SCM dengan baik, seperti di sektor kuliner yang memakai sistem pre-order dan UMKM pada bidang mode yang bekerja sama dengan pemasok untuk memastikan bahan berkualitas.

Secara holistik, SCM berperan besar dalam menaikkan efisiensi dan daya saing UMKM, meskipun tantangan yang ada tetap harus diatasi dengan strategi yang tepat.



Kesimpulan

Supply Chain Management memainkan peran krusial dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM. Dengan pengelolaan rantai pasokan yang baik, UMKM dapat mengurangi biaya operasional, meningkatkan kualitas produk, mempercepat distribusi, serta memperkuat hubungan dengan pemasok dan pelanggan. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, strategi yang tepat, seperti pemanfaatan teknologi, kemitraan dengan pemasok, dan diversifikasi rantai pasokan, dapat membantu UMKM mengoptimalkan SCM dalam operasional bisnis mereka.

Daftar Rujukan

Cemerlang, P. C. C. B. Dr. Lukman S, S. Si, S. Psi., SE., MM.

Puryono, D. A., & Pati, S. Y. K. S. A. (2017). Penerapan model green supply chain management untuk meningkatkan daya saing umkm batik bakaran. *SPEED-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 9(3).

Indrianto, A. P., & Nurahman, I. (2024). Analisis Inovasi dan Optimalisasi Supply Chain Management pada Sektor UMKM di Kawasan Lokal. *YUME: Journal of Management*, 7(3), 1347-1355.

Shamsudin, A. N., Jahriyah, N., & Alhidayatullah, A. (2025). OPTIMALISASI RANTAI PASOK DENGAN MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI KOTA SUKABUMI. *Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen*, 3(2), 70-79.

Putri, D. E. I. (2024). Analisis Implementasi Green Supply Chain Management dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Binaan Universitas Islam Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

Khazaini, W., & Munir, M. (2024). PENINGKATAN KINERJA PERUSAHAAN MELALUI IMPLEMENTASI STRATEGI MANAJEMEN HALAL SUPPLY CHAIN. *Jurnal Ilmu Sosial*, 4(1), 48-67.

Dzaki, M. R., Fr, N. B. Z., Armedha, F., & Apirandi, M. C. (2025). ANALISIS PENERAPAN MANAJEMEN RANTAI PASOK PADA UMKM F&B. Jati (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika), 9(1), 1279-1283.