

EVALUASI PENERAPAN *SUPPLY CHAIN* PADA CV. X



Disusun Oleh:

Harianti Agustin / 12080694044

JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

PERGURUAN TINGGI DI SURABAYA

2015

EVALUASI PENERAPAN *SUPPLY CHAIN* PADA CV. X

Harianti Agustin

Email: harianti.agustin044@gmail.com

Abstract

Supply chain is an integrated chain from the supplier to distribute the goods into the end customer. The supply chain's implementation is an important part to improving the business competition. CV. X is one of furniture company that sells many furnitures item like chairs, tables, spring bed, and so on. As a furniture company CV. X requires a qualified supplier to match the customer's order. So that, CV. X must implement supply chain with the right strategy. That's strategy is having one supplier or chose many supplier. To expand the business network, CV. X need to keep their partnerships. Supply chain of CV. X start from the shop in Karah Lapangan No. 2 Surabaya and factories in Margomulyo and then routed to the CV. X. The next chain is distribute merchandise to consumers, including CV. Y which will distribute the goods to one university on Surabaya.

Keywords: *Supply chain, Distribution, Implementation.*

Abstraksi

Supply chain adalah rantai yang terintegrasi mulai dari supplier hingga barang sampai ke konsumen akhir. Implementasi *supply chain* merupakan bagian yang penting dalam memperbaiki kompetisi organisasi bisnis. CV. X adalah perusahaan mebel yang menjual beragam barang mebel seperti kursi, meja, spring bed, dan lain sebagainya. Sebagai perusahaan mebel CV. X membutuhkan supplier yang berkualitas agar sesuai dengan pesanan pelanggan. Dengan hal tersebut maka CV. X harus menerapkan *supply chain* dengan menerapkan strategi antara memiliki satu supplier atau beragam supplier. CV. X juga harus menjalin kemitraan dengan pelanggan untuk memperluas jaringan usahanya. *Supply chain* dari CV. X bermula dari Toko di Karah Lapangan No. 2 Surabaya dan pabrik di Margomulyo yang kemudian didistribusikan kepada CV. X. CV. X kemudian mendistribusikan barang dagangannya kepada konsumen, termasuk didalamnya CV.Y yang akan menyalurkan barang kepada salah satu Perguruan Tinggi di Surabaya.

Kata Kunci: *Supply chain, Distribusi, Implementasi.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Era globalisasi memberikan kemampuan teknologi yang membuka banyak peluang bagi pengusaha untuk memenuhi permintaan dari pelanggan. Era ini juga memberikan dampak seiring dengan adanya peningkatan dan efisiensi usaha. Segala aspek mengalami berbagai perubahan termasuk didalamnya perubahan dalam bidang ekonomi. Dalam bidang ekonomi, persaingan juga menjadi salah satu isu yang memberikan dampak yang cukup signifikan. Apalagi bila perusahaan pesaing mampu memberikan harga dan kualitas yang lebih baik. Sehingga diperlukan peningkatan dalam berbagai aspek untuk meningkatkan daya saing. Hal ini dapat dilakukan dengan penyesuaian produk, kualitas tinggi dari produk, pengurangan biaya dan ketepatan waktu dalam hal distribusi barang kepada konsumen melalui *supply chain*.

Supply chain merupakan salah satu hal yang diperlukan suatu perusahaan dalam pengelolaan barang dan jasa sehingga mampu memenuhi permintaan dari konsumen tanpa menciptakan kelebihan atau kekurangan *stock*. Implementasi dari *supply chain* merupakan salah satu bagian penting untuk memperbaiki kemampuan kompetisi dari organisasi bisnis. Optimalisasi dari *supply chain* dapat menjadi salah satu strategi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dari pelanggan serta menghadapi persaingan dalam era globalisasi yang semakin ketat ini. Optimalisasi ini adalah bagaimana perusahaan mampu mengimplementasikan proses dalam pembuatan produk dan atau jasa yang lebih baik, lebih murah dan lebih cepat daripada pesaing. Sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat keberhasilan suatu perusahaan ditentukan pula oleh kemampuan dari suatu perusahaan dalam

melakukan kerjasama dengan mitra bisnisnya. Pelaku industri menyadari penciptaan produk murah, berkualitas, dan cepat saja tidak cukup dalam mengatasi berbagai persaingan yang muncul dalam zaman ini. Hal ini juga memerlukan peran serta dari semua pihak yang terlibat dalam pengolahan suatu barang dan atau jasa mulai dari pihak supplier hingga perusahaan yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi, perusahaan transportasi yang mengirimkan bahan baku dari supplier ke pabrik serta jaringan yang mendistribusikan produk kepada pelanggan. Kesadaran akan pentingnya peran semua pihak dalam menciptakan produk yang murah, berkualitas, dan cepat inilah yang kemudian melahirkan konsep baru yaitu Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*). Secara keseluruhan, komponen *supply chain* ini adalah fungsi pembelian, produksi, dan distribusi kepada pelanggan. Mayoritas perusahaan masih memfokuskan dirinya pada aktifitas-aktifitas yang berada dalam perusahaan. Hal ini dapat dimengerti karena aktifitas yang berada pada perusahaan berada dalam lingkungan internal organisasi sehingga lebih mudah dalam melakukan pengendalian.

Supply chain merupakan rantai yang terintegrasi mulai dari supplier hingga ke tangan konsumen. Dengan demikian maka suatu keunggulan persaingan perusahaan tergantung pada hubungan strategis antara perusahaan dengan supplier. Dengan sedikit ataupun banyak supplier disesuaikan dengan strategi yang diambil oleh perusahaan dalam mengembangkan bidang usahanya. Perusahaan harus memutuskan strategi dalam rantai pasokan dalam rangka memperoleh barang dari luar. Salah satu strategi yang bisa dijalankan adalah dengan mengadu supplier satu dengan yang lainnya. Disamping itu juga diperlukan pembangunan hubungan kemitraan dengan pelanggan.

CV. X merupakan perusahaan mebel yang menjual beragam barang mebel seperti kursi, meja, spring bed, dan lain sebagainya. Sebagai perusahaan mebel CV. X membutuhkan supplier yang berkualitas agar sesuai dengan pesanan pelanggan. Dengan hal tersebut maka CV. X harus menerapkan *supply chain* dengan menerapkan strategi antara memiliki satu supplier atau beragam supplier. CV. X juga harus menjalin kemitraan dengan pelanggan untuk memperluas jaringan usahanya. Adapun tujuan dari penulisan ini adalah untuk menganalisa bagaimana alur yang efisien untuk percepatan *supply chain* dari supplier hingga ke tangan konsumen serta mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari pengeluaran CV. X.

KAJIAN PUSTAKA

Supply Chain

Supply Chain menurut Herjanto,(2008:308) merupakan sekumpulan aktivitas dan keputusan yang saling terkait untuk mengintegrasikan pemasok, manufaktur, gudang, jasa transportasi, pengecer dan konsumen secara efisien. *Supply Chain* merupakan rantai terintegrasi dengan urutan mulai dari supplier hingga pembeli yang meliputi semua tingkat pemrosesan mulai mendapatkan bahan baku sampai pada proses pendistribusian ke pelanggan akhir.

Strategi Supply Chain

Adapun strategi yang dapat dipilih oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan pembelian kepada supplier adalah sebagai berikut :

1. Banyak Supplier (*Many supplier*)

Strategi ini memainkan supplier satu dengan supplier yang lainnya dengan membebaskan supplier untuk memenuhi permintaan pembeli. Dalam hal ini supplier saling bersaing secara agresif. Dalam strategi ini, pendekatan negosiasi banyak digunakan namun tujuan utamanya bukan untuk hubungan jangka panjang. Dalam pendekatan ini tanggung jawab dibebankan kepada pemasik untuk mempertahankan teknologi keahlian, kemampuan ramalan, biaya, kualitas dan pengiriman.

2. Sedikit Supplier (*Few supplier*)

Dalam penggunaan strategi ini, perusahaan menggunakan strategi jangka panjang dengan supplier. Penggunaan hanya beberapa supplier dapat menciptakan nilai dengan memungkinkan supplier memiliki skala ekonomis sehingga menghasilkan biaya transaksi dan biaya produksi yang lebih rendah.

3. Vertical Integration

Vertical Integration merupakan pengembangan kemampuan memproduksi barang dan atau jasa yang sebelumnya dibeli atau dengan benar-benar membeli supplier atau distributor. Hal ini dapat diartikan sebagai bentuk penggabungan usaha antara perusahaan dengan suppliernya atau distributornya.

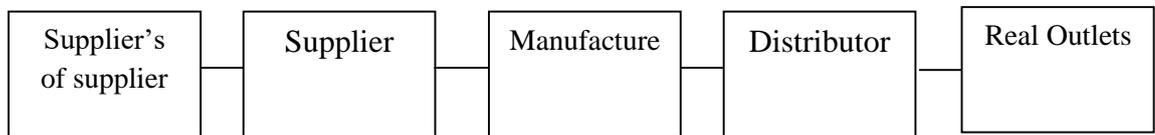
Tujuan Strategis *Supply Chain*

Supply chain merupakan bagian penting dalam setiap perusahaan karena menghubungkan antara supplier, produsen dengan konsumen akhir. Dalam pengelolaan *supply chain* diperlukan proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian operasi rantai pasokan. Tujuan umum dari *supply chain* adalah menyelaraskan antara permintaan dan penawaran seefektif dan seefisien mungkin.

Supply chain diperlukan untuk mengelola suatu perusahaan agar mampu bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dewasa ini.

Proses *Supply Chain*

Proses *supply chain* adalah proses yang terjadi mulai dari bahan mentah, produk setengah jadi hingga produk jadi diperoleh dan dijual kepada konsumen akhir.



Sumber : I Nyoman Pujawan (2005)

Gambar 1. Proses *Supply Chain*

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *supply chain* adalah koordinasi dari material, informasi dan arus keuangan diantara perusahaan yang berpartisipasi yaitu bagian supplier dari supplier, supplier, produksi, distributor, dan agen. Arus material yang terjadi melibatkan arus produk fisik dari supplier sampai kepada konsumen melalui rantai sama baiknya dengan arus balik dari retur produk, layanan, daur ulang dan pembuangan. Arus informasi meliputi ramalan tentang permintaan produk. Sedangkan arus keuangan meliputi informasi kartu kredit, syarat kredit, jadwal pembayaran, penetapan kepemilikan dan pengiriman.

Proses mata rantai yang terjadi antar pemain utama yaitu jaringan pertama bermula dari supplier yang menyediakan bahan pertama yang terdiri dari bahan baku, bahan penolong dan sebagainya. Rantai ini kemudian dihubungkan dengan

rantai kedua yaitu manufacture yang melakukan pekerjaan membuat, merakit maupun melakukan kegiatan finishing pada produk atau jasa yang akan diperjualbelikan. Hubungan dengan mata rantai yang pertama ini sudah mempunyai potensi dalam melakukan penghematan. Misalnya persediaan bahan baku, bahan setengah jadi dan bahan jadi yang berada di pihak supplier, dan manufacturer dan tempat transit untuk target penghematan. Rantai selanjutnya adalah barang yang telah dihasilkan dari manufacture akan disalurkan kepada pelanggan yang pada umumnya disalurkan melalui distributor yang kemudian disalurkan pada perusahaan yang lebih kecil yaitu pada retailer atau pengecer. Rantai selanjutnya yang terjadi dalam suatu perusahaan normal adalah dengan pengiriman dari retailer kepada pelanggan akhir dengan melalui outlet-outlet seperti pasar swalayan, warung, toko serba ada, koperasi dan sebagainya.

Tantangan dalam Mengelola *Supply Chain*

Dalam mengelola *Supply Chain*, terdapat tantangan yang harus dihadapi.

Tantangan tersebut antara lain :

1. Kompleksitas struktur *supply chain*

Hal ini terjadi karena *supply chain* merupakan rantai terintegrasi yang melibatkan banyak pihak dengan kepentingan yang berbeda-beda, dan budaya yang berbeda-beda pula antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya.

2. Ketidakpastian

Ketidakpastian yang dimaksud disini adalah ketidakpastian permintaan, ketidakpastian pasokan yang meliputi *lead time*, pengiriman, harga, dan kualitas dari bahan baku yang dibeli dari *supplier*. Ketidakpastian juga terdapat dalam

hubungannya dengan pihak internal perusahaan yang meliputi kerusakan mesin, ketidakpastian dalam kualitas produksi dan sebagainya.

Kinerja Supply Chain

Russel dan Taylor (2006: 12) mengatakan *supply chain* berfokus pada mengintegrasikan dan mengelola aliran barang dan jasa dan informasi melalui *supply chain* untuk membuatnya responsif terhadap kebutuhan pelanggan sambil menurunkan total biaya. Seiring dengan adanya perkembangan dalam pasar, maka kebutuhan pelanggan pun juga semakin hari semakin tinggi. Hal ini tentunya membutuhkan peran serta pemasok dalam pengelolaan dan pendistribusian produk sampai kepada pelanggan akhir. Faktor yang menyebabkan kesuksesan dalam hal ini juga termasuk didalamnya kemampuan dalam mengukur kinerja dari suatu perusahaan.

Penelitian Sebelumnya

Evander Vigen Budiman (2013), Evaluasi Kinerja *Supply Chain* pada UD. Maju Jaya di Desa Tiwoho Kabupaten Minahasa Utara menyatakan bahwa *supply chain* adalah proses pengelolaan seluruh aktivitas atau rangkaian aktivitas perencanaan dan pengelolaan barang dan jasa dari hulu ke hilir secara terpadu, sejak dari pembelian bahan baku, perencanaan proses produksi, proses produksi menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, penyimpanan barang jadi hingga pada proses distribusi barang jadi ke pelanggan akhir melalui sistem distribusi. Ditengah persaingan seperti sekarang ini, kinerja dari *supply chain* perlu mengalami peningkatan agar perusahaan tetap dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat dengan tingkat biaya yang semakin hari semakin tinggi. Penelitian dari Stevany Carter Wuwung (2013) menyatakan bahwa sebuah operasi yang

efisien tergantung pada lengkap dan akuratnya aliran data yang berhubungan dengan produk yang diminta oleh pelanggan. Metode penelitian menggunakan *supply chain management* (SCM) dimana rantai pasokan masih kurang efisien dan banyak mengorbankan waktu dan biaya karena alat yang digunakan dalam proses produksi masih tradisional.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan fokus penelitian evaluasi penerapan *supply chain* pada CV. X

Sumber dan Jenis Data

Data merupakan suatu kenyataan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan sumber data yang diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari perusahaan dengan proses wawancara kepada pemilik dari CV.

X

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara yaitu dari dokumentasi, arsip-arsip, literature dan buku.

Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan tanya jawab kepada informan dengan mencatat atau merekam jawaban yang diberikan oleh informan.

b. Observasi

Penelitian ini menggunakan observasi deskriptif dimana peneliti melakukan penjelajahan umum, pengamatan, melakukan deskripsi atas apa yang dilihat, didengar sehingga peneliti dapat memahami konteks data secara menyeluruh. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan observasi di CV. X yang merupakan perusahaan mebel yang berada di Jl. Karah Agung Surabaya.

Analisis Data

Analisis data merupakan cara-cara atau langkah-langkah untuk mengolah data primer yang berguna bagi penelitian untuk mencapai tujuan penelitian. Analisis data digunakan dengan mengorganisasikan data penjabarannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pos-pos dan memilih mana yang penting dan akan dipelajari serta membuat kesimpulan yang dapat dipaparkan dengan jelas.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Pengumpulan Data

Peneliti mencatat semua data yang dihasilkan dari proses wawancara secara obyektif setelah dilakukan pengamatan dan tanya jawab dengan pihak CV. X

2. Reduksi Data

Mereduksi data diartikan sebagai kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Data-data yang dirangkum dalam penelitian ini adalah jawaban dari manajer CV. X Daftar jawaban tersebut oleh peneliti dicatat dalam buku catatan sehingga data tetap utuh dan tidak kehilangan makna.

3. Penyajian Data

Menurut Sugiono (2011: 249) langkah selanjutnya setelah mereduksi data adalah menyajikan data. Penyajian dalam kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, grafik, dan sejenisnya. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami. Dalam penyajian data dalam penelitian kualitatif, paling sering digunakan uraian kata-kata yang dihasilkan dari observasi di lapangan dan wawancara yang dilakukan kepada informan.

4. Memberikan Kesimpulan Data

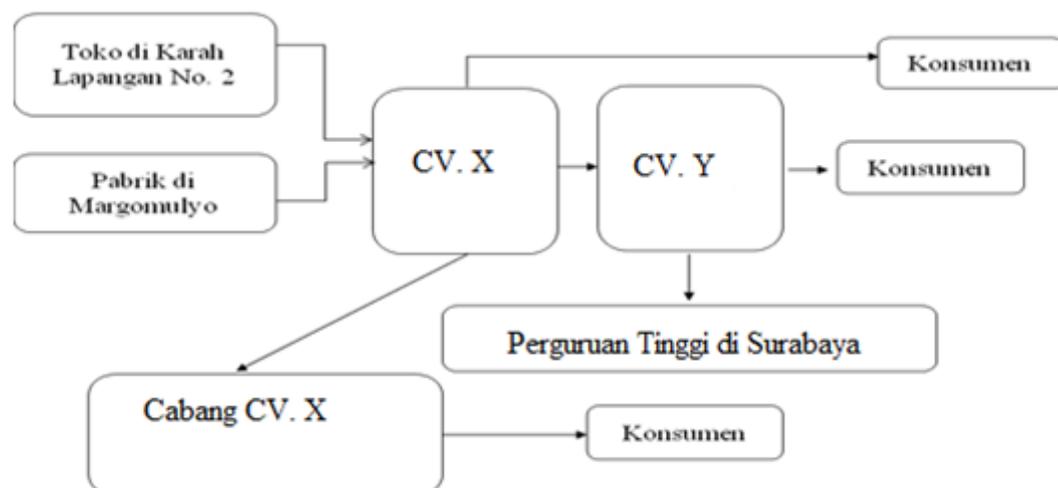
Dalam hal ini yang dimaksud dalam memberikan kesimpulan data adalah memberikan deskripsi atau gambaran objek yang sebelumnya masih belum jelas atau terlihat abu-abu menjadi jelas. Penarikan kesimpulan ini didasarkan pada reduksi data dan penyajian data merupakan jawaban atas masalah yang diangkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manfaat *Supply Chain*

1. Kepuasan dari pelanggan yang merupakan target utama dalam semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Peningkatan pendapatan dari perusahaan karena dengan banyaknya konsumen dan mitra bisnis, maka pendapatan perusahaan akan semakin tinggi pula.
3. Penurunan biaya yaitu penekanan pada biaya-biaya terkait dengan biaya pada jaringan distribusi.
4. Peningkatan laba juga merupakan salah satu manfaat yang didapatkan apabila jumlah konsumen yang setia semakin banyak.

Setelah dilakukan penelitian secara langsung di CV. X Jl. Karah Agung Surabaya yang merupakan perusahaan mebel yang menjual beragam barang seperti meja, kursi, spring bed, wallpaper, dan lain sebagainya. Berikut merupakan kondisi *supply chain* pada CV. X

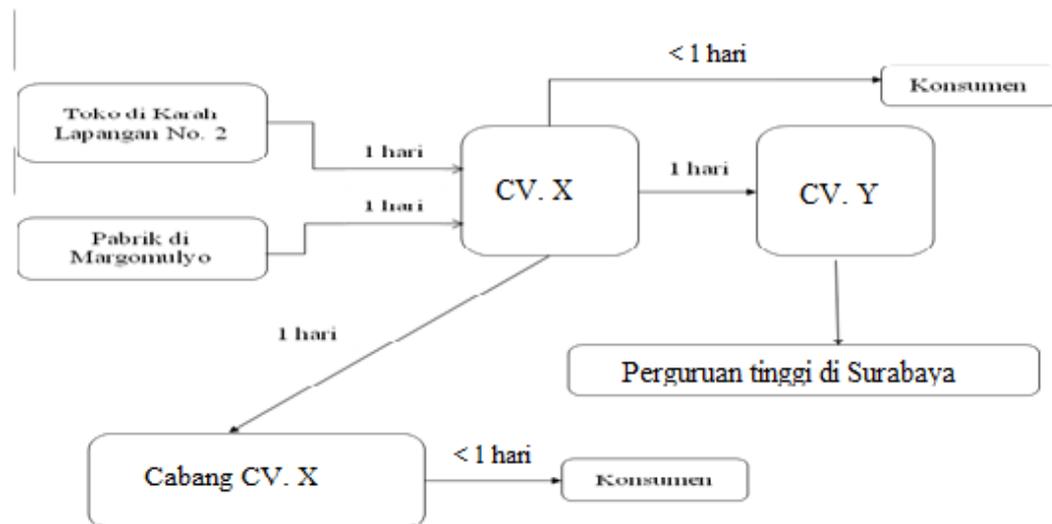


Sumber : Data olahan

Gambar 2. Kondisi *Supply Chain* di CV. X

Gambar tersebut memberikan gambaran temuan dalam penelitian dimana kondisi *supply chain* bermula dari toko di Karah Lapangan No. 2 yang merupakan pemasok dari CV. X. Dalam melakukan kegiatannya, CV. X memesan barang dagangannya seperti kursi, meja, wallpaper, springbed dan lain sebagainya melalui dua pihak supplier yaitu toko di Karah Lapangan No. 2 Surabaya dan pabrik yang berada di daerah Margomulyo Surabaya. CV. X memilih dua supplier yang berarti perusahaan menggunakan strategi *few supplier* (sedikit supplier). Penggunaan strategi ini berarti perusahaan menggunakan strategi jangka panjang dengan supplier sehingga dapat menciptakan nilai dengan memungkinkan supplier memiliki skala ekonomis sehingga menghasilkan biaya transaksi dan biaya produksi yang lebih rendah daripada menggunakan banyak supplier (*many supplier*). Sistem pembelian barang dagangan dari CV. X dilakukan dengan sistem COD (Cash on Delivery). Barang yang dibeli oleh CV. X langsung dibayarkan kepada pihak supplier pada saat itu juga. Barang ini kemudian disimpan di gudang dan akan disalurkan ke cabang CV. X yang terletak di Jl. A. Yani Surabaya. Penjualan produk dari CV. X ini dilakukan sesuai dengan permintaan konsumen. Artinya dalam cabang hanya terdapat unit penjualan barang sedangkan barang dagangan terdapat di CV. X yang terdapat di daerah Surabaya. CV. X kemudian menjual barang dagangannya kepada konsumen termasuk CV. Y yang berlokasi di Medayu Selatan Surabaya. Dari CV. Y barang dagangan tersebut kemudian dijual kepada konsumen antara lain ke salah satu Perguruan Tinggi yang ada di Surabaya.

Evaluasi Waktu *Supply Chain*



Sumber : Data olahan

Gambar 3. Evaluasi Waktu *Supply Chain* di CV. X

Dari data tersebut diketahui bahwa CV. X membutuhkan waktu yang tidak cukup banyak. Dari supplier dari Toko di Karah Lapangan No. 2 Surabaya, barang yang dipesan oleh CV. X hanya membutuhkan waktu selama 1 hari dalam proses pengirimannya. Proses pengiriman dari supplier ke CV. X dilakukan dengan menggunakan mobil pickup atau truk. Proses ini tidak memakan waktu yang lama karena supplier memiliki lokasi yang mudah dijangkau dari CV. X. Dari pabrik yang berada di Margomulyo pun, proses pengiriman barang juga tidak memakan waktu yang lama yaitu hanya 1 hari. Hal ini dikarenakan pihak pemasok biasanya sudah memiliki persediaan dalam gudang mereka sehingga apabila terdapat pesanan dari konsumen barang dapat dikirim secara langsung. Dalam pengiriman barang kepada cabang yang dimiliki CV. X, proses pengirimannya juga tidak memerlukan waktu yang lama. Hal ini terjadi karena lokasi yang berdekatan dengan CV. X. Dalam proses pengiriman kepada CV. Y, waktu yang dibutuhkan juga

relatif singkat yaitu 1 hari. Setelah dilakukan pengiriman kepada toko-toko saluran dari CV. X, barulah barang kemudian disalurkan kepada konsumen akhir.

Evaluasi Nilai *Supply Chain*

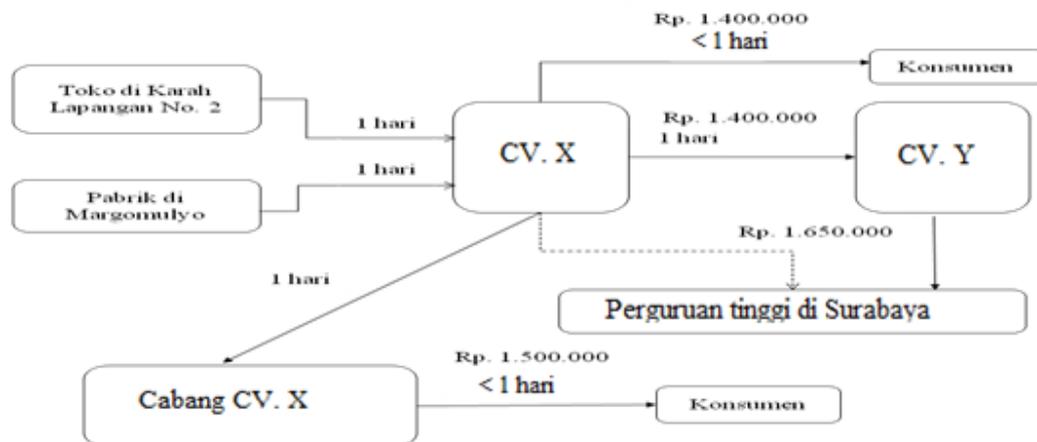
Dari hasil temuan yang terdapat di lapangan menggambarkan bahwa barang dagangan siap dijual mulai dari CV. X hingga ke konsumen akhir. Dari data diketahui barang dagangan untuk harga meja yang biasanya digunakan untuk dosen memiliki tingkat harga yang berbeda.

Tabel 1. Harga Jual Meja Dosen CV. X

Tingkat Harga (Rp)	
1. CV. X	Rp. 1.400.000
2. Cabang CV. X	Rp. 1.500.000
3. CV. Y	Rp. 1.650.000

Sumber : Data olahan

Tabel 1 menunjukkan tingkatan harga yang terjadi antara CV. X dan perusahaan yang berada pada *supply chainnya*. Hal ini menandakan bahwa harga dari produk yang dijual oleh CV. X, Cabang CV. X dan CV. Y memiliki tingkat selisih antara Rp. 100.000 hingga Rp. 250.000. CV. X sebenarnya dapat melakukan pemotongan *supply chain* untuk meningkatkan pendapatan. Dengan melakukan pemotongan *supply chain*, maka CV. X dapat memotong biaya yang terjadi. Hal ini dapat dilakukan apabila CV. X selain menjual barang dagangannya langsung kepada konsumen juga menjual barang dagangannya kepada salah satu Perguruan Tinggi di Surabaya sehingga jumlah pendapatan yang dihasilkan akan semakin bertambah.



Sumber : Data olahan

Gambar 4. Evaluasi Nilai *Supply Chain* di CV. X

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kondisi rantai pasokan dari CV. X adalah berasal dari Toko yang berada di Karah Lapangan No. 2 dan pabrik yang terdapat di Margomulyo Surabaya. Barang kemudian dikirim kepada konsumen termasuk didalamnya CV. Y yang merupakan rekanan dari Perguruan Tinggi di Surabaya. Dalam penyaluran barangnya terdapat selisih antara Rp. 100.000 hingga Rp. 250.000 dari CV. X hingga ke konsumen akhir.

Saran

Saran yang diajukan sehubungan dengan penelitian ini adalah CV. X diharapkan tetap menjaga hubungan bisnis secara baik dengan supplier dan konsumen. CV. X juga direkomendasikan untuk membangun hubungan bisnis secara langsung dengan Perguruan Tinggi di Surabaya. Namun hal tersebut tidak

serta merta memutuskan hubungan dengan CV. Y sebagai mitra kerja selama ini. Selain itu CV. X diharapkan juga membangun relasi dengan banyak perusahaan yang berhubungan dengan bidang usaha yang dialami.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghnina, Nina. 2010. *Evaluasi Kinerja Supply Chain Management (Studi Kasus: PT. Wadha Artha Abadi)*. Universitas Bina Nusantara, Jakarta. Pp 1.
- Budiman, Evander V. 2013. *Evaluasi Kinerja Supply Chain pada UD. Maju Jaya di Seda Tiwoho Kabupaten Minahasa Utara*. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No.4. 2013.
- Herjanto, Eddy. 2008. *Manajemen produksi dan Operasi*, edisi kedua, Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Krippendorff, K. 1991. *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi*. Rajawali Press: Jakarta
- Pujawan, I Nyoman. 2005. *Supply Chain Management*. Guna Widya: Surabaya.
- Richard, L. Daft. 2006. *Management*. Jakarta: Salemba Empat
- Russell, Roberta S and Bernard W, Taylor. 2006. *Operation Management: Quality and Competitiveness in a Global Environment fifth edition*, John Wiley & Sons, Inc : United States of America
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Tamuntuan, Nisia. 2013. *Saluran Distribusi Rantai Pasokan Sayur Wortel Kelurahan Rurukan Kota Tomohon*. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No. 3. 2013.
- Wuwung, Stevany C. 2013. *Manajemen Rantai Pasokan Produk Cengkeh pada Desa Wawona Minahasa Selatan*. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3. 2013.