

Analisis Rantai Pasok dan Dampaknya terhadap Efisiensi Operasional: Studi Kasus pada Philoskopia Café Makassar

Utiana Usman¹, Asmayanti², Andi Reski Nurhikmah³

^{1,2,3}Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

¹utianausman@unm.ac.id,

²asmayanti@unm.ac.id,

³andi.reski.nurhikmah@unm.ac.id

Abstrak

Bisnis kafe di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, namun banyak pelaku usaha khususnya skala kecil-menengah menghadapi tantangan kompleks dalam mengelola rantai pasok. Penelitian ini menganalisis penerapan manajemen rantai pasok dan dampaknya terhadap efisiensi operasional pada Philoskopia Café di Makassar. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus tunggal, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan owner dan observasi langsung. Hasil penelitian mengungkapkan konfigurasi rantai pasok *hybrid* di mana Philoskopia Café menerapkan strategi multi-supplier yang terdiferensiasi dengan dua pemasok tetap untuk komoditas inti (Fatgoad.id untuk biji kopi dan Frezzo untuk bubuk minuman) dan pemasok lokal untuk bahan pendukung. Frekuensi pengiriman bulanan dan ketergantungan pada safety stock yang dikelola manual menimbulkan kerentanan terhadap *stock-out*. Analisis tiga aliran utama menunjukkan: (1) Aliran produk telah berjalan memadai namun terdapat titik kritis dalam sistem pengelolaan stok; (2) Aliran informasi mengalami dikotomi antara sistem digital untuk transaksi dan sistem manual untuk pencatatan stok, menciptakan gap informasi yang signifikan; (3) Aliran keuangan menunjukkan efisiensi melalui pemanfaatan diskon 10% dan pembayaran digital QRIS, namun terhambat oleh sentralisasi pengelolaan. Temuan kunci penelitian mengidentifikasi bahwa akar inefisiensi operasional terletak pada terbatasnya integrasi sistemik antar ketiga aliran rantai pasok.

Kata Kunci: Manajemen Rantai Pasok, Coffee Shop, Aliran Produk, Aliran Informasi, Aliran Keuangan

1. Pendahuluan

Bisnis kafe di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan fenomena menjamurnya kedai kopi di berbagai lokasi di seluruh negeri. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan tren sesaat, tetapi didorong oleh perubahan signifikan dalam gaya hidup masyarakat, di mana kafe telah berevolusi dari sekadar tempat menikmati minuman menjadi ruang sosial, tempat bekerja, dan bagian fundamental dari identitas gaya hidup modern.

Perkembangan ini didukung oleh data statistik yang menegaskan peningkatan konsumsi kopi domestik yang berkelanjutan. Menurut Judawinata (2022), konsumsi kopi di Indonesia

menunjukkan kenaikan setiap tahunnya, dengan rata-rata pertumbuhan mencapai 8,22% per tahun. Data dari Badan Pusat Statistik (2021) juga menguatkan temuan ini, menunjukkan bahwa konsumsi kopi domestik terus mengalami peningkatan signifikan dengan laju pertumbuhan rata-rata sebesar 8,22% per tahun. Pertumbuhan yang stabil pada tingkat lebih dari 8% per tahun ini menunjukkan bahwa pasar *Food and Beverage* (F&B) kopi di Indonesia telah mencapai titik di mana keberhasilan bisnis sangat bergantung pada fondasi operasional yang kuat.

Melihat tren yang masif ini, Panggabean et al. (2025) berpendapat, maraknya pertumbuhan kedai kopi menunjukkan ketertarikan tinggi masyarakat untuk menekuni usaha ini, yang secara langsung menuntut ketersediaan pasokan bahan baku biji kopi secara memadai. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, efisiensi operasional dan kemampuan mengelola back-end bisnis, khususnya manajemen rantai pasok, menjadi kunci keberlanjutan usaha. Di tengah pertumbuhan pasar yang tinggi, banyak pelaku usaha kafe, khususnya yang berskala Usaha Kecil dan Menengah (UKM), menghadapi tantangan operasional yang kompleks dalam mengelola rantai pasok mereka. Menurut Nasution dan Aslami (2022), dalam praktiknya, kafe skala kecil masih seringkali menggunakan cara tradisional yang tidak efisien, efektif, dan terstruktur, terutama dalam pencatatan inventaris dan pemesanan bahan baku.

Permasalahan inti yang sering ditemukan adalah adanya fragmentasi digitalisasi. Hal ini terjadi karena adopsi teknologi modern hanya berfokus pada *front-end* transaksi, sementara proses back-end yang krusial masih mengandalkan metode manual. Mengenai hal ini, Fortine et al. (2023) berpendapat, ketidakefisienan seringkali timbul dari sistem *Point of Sale* (POS) yang tidak terintegrasi dengan modul inventaris, yang secara signifikan menyulitkan pemantauan stok barang masuk dan keluar, serta membutuhkan waktu lama dalam menghasilkan laporan yang akurat. Studi pada Philoskopia Café menunjukkan praktik serupa di mana pencatatan stok bahan baku masih dilakukan secara manual dalam buku catatan, meskipun transaksi keuangan sudah menggunakan aplikasi kasir digital. Pemisahan ini menciptakan gap informasi yang signifikan antara data penjualan yang terkomputerisasi dengan stok fisik yang ada di gudang.

Selain masalah internal, alur informasi dengan pihak eksternal juga belum terstruktur dengan baik. Menurut Geha et al. (2021), aliran informasi yang tidak kontinu dengan pemasok, seperti komunikasi pemesanan bahan baku yang masih mengandalkan aplikasi percakapan personal, dapat menimbulkan asimetri informasi dan menghambat perencanaan produksi yang akurat. Ketergantungan pada komunikasi informal ini berisiko terhadap miskomunikasi dan hilangnya informasi historis pembelian yang dapat digunakan untuk analisis tren. Ketidakteraturan dalam aliran keuangan turut memperparah kondisi operasional. Pencatatan keuangan yang masih sederhana dan belum terpisah secara jelas dari keuangan pribadi pemilik menyulitkan analisis kinerja keuangan yang mendalam. Mengutip studi kasus yang dilakukan oleh Rahmawan et al. (2022) pada *Green Café* Jombang, ditemukan bahwa pencatatan dan pengelolaan biaya yang buruk mengakibatkan *Gross Profit Margin* (GPM) UKM kafe hanya mencapai 30,11%, yang menunjukkan tingginya inefisiensi dalam pengendalian biaya operasional. Inefisiensi dalam rantai pasok ini memicu biaya tersembunyi (*hidden costs*), seperti biaya premi akibat pembelian darurat dari ritel ketika terjadi *stock-out*, yang pada akhirnya menggerus margin.

Analisis terhadap problematika operasional kafe ini berlandaskan pada konsep kunci *Supply Chain Management* (SCM). Menurut Heizer et al. (2017), konsep rantai pasok didasarkan pada tiga aliran utama yang saling terhubung dan harus berjalan selaras, yaitu aliran produk (barang), aliran keuangan (uang), dan aliran informasi. Sharma et al. (2021) menegaskan bahwa SCM merujuk pada pengelolaan hubungan antara pemasok, perusahaan, distributor, dan pelanggan

untuk menjaga aliran bahan, informasi, dan uang yang efisien dan efektif guna memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan.

Dalam SCM, kegiatan manajemen diklasifikasikan ke dalam beberapa proses penting. Menurut Hardiansyah (2025), kegiatan utama SCM meliputi perancangan produk baru, pengadaan bahan baku (procurement), perencanaan produksi dan persediaan, dan pengiriman atau distribusi. Kinerja operasional kafe sangat dipengaruhi oleh sinergi antara ketiga aliran utama SCM ini; ketidakharmonisan dalam salah satu aliran akan berdampak negatif pada efisiensi secara keseluruhan. Untuk mencapai efisiensi dan ketanggapan pasar yang tinggi, dibutuhkan implementasi strategi rantai pasok yang tepat. Pendapat Agita dan Isfianadewi (2022), strategi *Lean Supply Chain* dan *Supply Chain Agility* berperan krusial sebagai mediator yang memperkuat hubungan antara inovasi dan kinerja operasional coffee shop. Menurut Agita dan Isfianadewi (2022), strategi lean bertujuan untuk secara proaktif mengidentifikasi dan menghilangkan semua aktivitas yang tidak bernilai tambah, guna menghilangkan pemborosan (*waste*) yang dihasilkan dari proses yang tidak efisien, termasuk pemborosan akibat inventori berlebih atau produk rusak. Penerapan prinsip lean secara langsung menargetkan inefisiensi yang ditemukan di Philoskopia Café, seperti pemborosan waktu administrasi dan peningkatan COGS akibat pembelian darurat.

Literature Review

a. Supply Chain Management pada UKM F&B

Supply Chain Management (SCM) merupakan pendekatan strategis dalam mengelola aliran bahan baku, informasi, dan keuangan yang melibatkan berbagai pihak mulai dari pemasok hingga pelanggan akhir. Heizer et al. (2017) mendefinisikan SCM sebagai koordinasi terpadu atas aktivitas pengadaan, produksi, penyimpanan, dan distribusi guna menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif. Dalam konteks Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sektor Food and Beverage (F&B), SCM memiliki peran krusial karena karakteristik usahanya yang memiliki keterbatasan sumber daya, skala ekonomi kecil, serta ketergantungan tinggi pada stabilitas pasokan bahan baku. Sharma et al. (2021) menegaskan bahwa efektivitas SCM pada UKM F&B sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pemasok dan mengelola proses operasional secara efisien. Pada bisnis coffee shop, ketersediaan biji kopi, susu, dan bahan pendukung lainnya secara tepat waktu dan berkualitas menjadi faktor penentu kelancaran operasional dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, SCM tidak hanya dipandang sebagai fungsi operasional, tetapi juga sebagai fondasi keberlanjutan usaha.

b. Tiga Aliran SCM (Product–Information–Financial Flow)

Konsep dasar SCM bertumpu pada integrasi tiga aliran utama, yaitu aliran produk, aliran informasi, dan aliran keuangan (Heizer et al., 2017). Aliran produk mencakup pergerakan fisik bahan baku dan produk jadi dari pemasok ke perusahaan hingga ke konsumen. Pada coffee shop, aliran ini meliputi pengadaan biji kopi, penyimpanan, proses produksi minuman, hingga penyajian kepada pelanggan. Aliran informasi berperan sebagai penghubung antaraktor dalam rantai pasok, mencakup informasi permintaan, persediaan, jadwal pemesanan, dan data penjualan. Geha et al. (2021) menyatakan bahwa aliran informasi yang tidak terstruktur dan tidak terdokumentasi dengan baik berpotensi menimbulkan asimetri informasi, kesalahan perencanaan, dan inefisiensi operasional. Sementara itu, aliran keuangan mencerminkan pergerakan dana yang berkaitan dengan pembayaran kepada pemasok, penerimaan dari pelanggan, serta pengelolaan biaya operasional. Ketidaksinkronan ketiga aliran ini akan berdampak langsung pada kinerja operasional dan keuangan UKM.

c. Lean & Green Supply Chain dalam Coffee Shop

Untuk meningkatkan efisiensi rantai pasok, berbagai literatur menyoroti penerapan strategi *Lean Supply Chain*. Agita dan Isfianadewi (2022) menjelaskan bahwa *lean supply chain* berfokus pada eliminasi aktivitas yang tidak bernilai tambah (*waste*), seperti kelebihan persediaan, waktu tunggu yang panjang, dan proses administrasi yang berulang. Dalam konteks coffee shop, penerapan prinsip lean dapat mengurangi pemborosan bahan baku, menekan *Cost of Goods Sold* (COGS), serta meningkatkan kecepatan layanan. Selain aspek efisiensi, konsep *Green Supply Chain* juga mulai mendapat perhatian, terutama dalam industri F&B yang berkaitan dengan isu lingkungan. *Green supply chain* menekankan pada penggunaan sumber daya yang berkelanjutan, pengurangan limbah, dan praktik ramah lingkungan. Kombinasi *lean* dan *green supply chain* pada coffee shop tidak hanya berdampak pada efisiensi biaya, tetapi juga memperkuat citra merek dan daya saing usaha di mata konsumen yang semakin sadar lingkungan.

d. Digitalisasi SCM pada UKM

Digitalisasi SCM menjadi isu sentral dalam pengembangan UKM modern. Fortine et al. (2023) menemukan bahwa penggunaan sistem informasi yang terintegrasi antara penjualan, pembelian, dan persediaan mampu meningkatkan akurasi data dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih cepat. Namun, pada banyak UKM coffee shop, adopsi teknologi masih bersifat parsial, di mana sistem digital hanya diterapkan pada *front-end* (*Point of Sale*), sementara proses back-end seperti manajemen persediaan dan pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual. Fragmentasi digital ini menciptakan kesenjangan antara aliran produk, informasi, dan keuangan, yang berujung pada inefisiensi operasional dan biaya tersembunyi. Rahmawan et al. (2022) menunjukkan bahwa lemahnya pengelolaan keuangan dan biaya pada UKM kafe dapat menyebabkan rendahnya *Gross Profit Margin* (GPM). Oleh karena itu, digitalisasi SCM yang terintegrasi dipandang sebagai solusi strategis untuk meningkatkan transparansi, efisiensi, dan keberlanjutan kinerja UKM F&B, khususnya coffee shop.

Penelitian ini membawa novelty dengan: (1) Menganalisis secara komprehensif kegagalan integrasi sistemik antara ketiga aliran SCM dalam konteks UKM kafe yang dikelola secara *owner-operated* dengan bantuan *helper* operasional. (2) Menyajikan perhitungan kuantitatif operasional estimasi yield produksi bahan baku kritis bulanan (kopi, bubuk minuman) dan melakukan benchmarking *Gross Profit Margin* (GPM) industri, yang berfungsi untuk menyimpulkan potensi inefisiensi keuangan dan operasional akibat fragmentasi data, meskipun data *Cost of Goods Sold* (COGS) tidak tersedia. Berdasarkan gap yang teridentifikasi, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi dan memetakan aliran produk, informasi, dan keuangan pada rantai pasok Philoskopia Café, menganalisis faktor penghambat dan pendorong efisiensi, dan mengusulkan model perbaikan yang tepat.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus tunggal untuk menganalisis kinerja rantai pasok pada Philoskopia Café. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam tentang fenomena dalam konteks nyata. Sebagai rencana pemecahan masalah, penelitian ini mengusulkan pendekatan analisis kinerja menyeluruh terhadap rantai pasok bisnis kafe dengan studi kasus pada Philoskopia Café. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian.

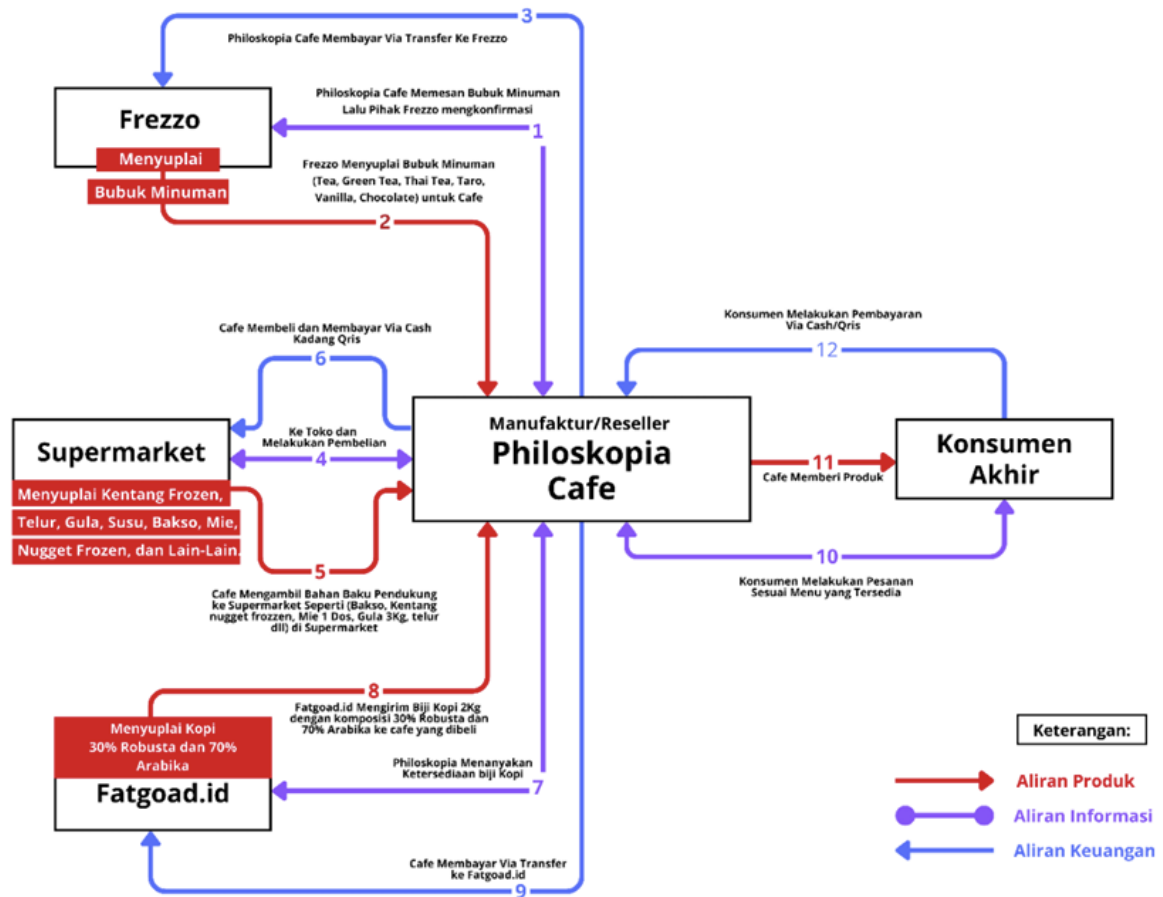
Sesuai dengan pandangan Ardyan et al. (2023), pemahaman makna suatu fenomena dapat dicapai dengan baik melalui wawancara mendalam dan observasi pada objek dimana fenomena tersebut berlangsung. Oleh karena itu, teknik wawancara dan observasi menjadi metode utama yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini. Sumber data terdiri dari data primer yang diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan owner dan konsumen Philoskopia Café, serta data sekunder yang dikumpulkan melalui studi literatur dan referensi terkait. Subjek penelitian terdiri dari pemilik Philoskopia Café sebagai informan utama, mengingat posisinya yang memahami keseluruhan operasional bisnis dan kedua pelanggan Philoskopia Café untuk melihat sudut pandang eksternal. Pengambilan sampel dilakukan secara purposif dengan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan yang memadai tentang topik penelitian. Selain itu, data pendukung diperoleh melalui observasi lingkungan dan aktivitas operasional kafe.

Teknik pengumpulan data mengandalkan wawancara mendalam menggunakan panduan semi-terstruktur yang mencakup aspek-aspek utama rantai pasok. Wawancara difokuskan pada tiga aliran utama: aliran produk (mekanisme pengadaan dan pengelolaan bahan baku), aliran informasi (sistem komunikasi dan koordinasi), serta aliran dana (mekanisme transaksi). Data primer dilengkapi dengan studi literatur dari berbagai sumber terkait untuk memperkuat analisis. Proses analisis data mengikuti model interaktif yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang terkumpul diorganisir dan dikategorisasi berdasarkan tema-tema utama yang relevan dengan fokus penelitian. Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan observasi dan studi dokumen untuk memastikan keabsahan data.

Penelitian ini dilaksanakan dalam periode tertentu dengan memperhatikan etika penelitian, termasuk penjelasan tujuan studi, jaminan kerahasiaan informasi, dan persetujuan partisipasi informan. Lokasi penelitian ditetapkan di Philoskopia Café dengan pertimbangan bahwa kafe ini merepresentasikan karakteristik bisnis kafe skala kecil-menengah yang sedang berkembang. Melalui pendekatan metodologis ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan temuan yang komprehensif dan kontekstual mengenai praktik manajemen rantai pasok pada bisnis kafe, khususnya dalam menghadapi tantangan operasional dan persaingan industri yang semakin ketat.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Penelitian



Gambar 1. Aliran Produk, Informasi dan Keuangan Philoskopia Café

Alur dimulai dengan Garis 1 (Ungu), yang merupakan aliran informasi dari Philoskopia Café kepada pemasok bubuk minuman, Frezzo. Aliran ini berisi proses Pemesanan dan Konfirmasi bubuk minuman signature yang dibutuhkan. Selanjutnya, Garis 2 (Merah) merepresentasikan aliran produk, di mana Frezzo mengirimkan Bubuk Minuman (seperti chocolate, green tea, taro, dll.) ke gudang atau storage kafe. Setelah produk diterima, Garis 3 (Biru) menunjukkan aliran keuangan dari kafe kepada Frezzo, yaitu proses Pembayaran via Transfer Bank atas bubuk minuman yang telah dipasok. Sementara itu, untuk bahan pendukung, kafe berhubungan dengan Supermarket/Ritel Lokal. Garis 4 (Ungu) menunjukkan aliran informasi dari kafe ke Supermarket, yang berisi permintaan terkait Kebutuhan Stok atau Pembelian mendesak. Berdasarkan informasi tersebut, Garis 5 (Merah) adalah aliran produk dari Supermarket, yang mengirimkan berbagai Bahan Pendukung (seperti susu, gula, telur, frozen food seperti kentang/nugget, dll.) ke kafe. Sebagai timbal baliknya, Garis 6 (Biru) adalah aliran keuangan, di mana kafe melakukan Pembayaran Tunai (Cash) atau QRIS kepada Supermarket/Ritel Lokal.

Rantai pasok inti dilanjutkan dengan Fatgoad.id sebagai pemasok biji kopi. Garis 7 (Merah) adalah aliran produk dari Fatgoad.id, yaitu pengiriman Biji Kopi Blend (30% Robusta & 70% Arabika) ke kafe. Sebelum pengiriman, terdapat Garis 8 (Ungu), yang merupakan aliran informasi dari kafe ke Fatgoad.id, yaitu proses Pemesanan dan Konfirmasi Ketersediaan biji kopi. Sama

seperti Frezzo, pembayaran kepada Fatgoad.id diwakili oleh Garis 9 (Biru), yaitu aliran keuangan berupa Pembayaran via Transfer Bank untuk pasokan biji kopi. Tahap terakhir melibatkan interaksi kafe dengan konsumen. Garis 10 (Ungu) adalah aliran informasi, di mana Konsumen Akhir memberikan Pemesanan produk, yang kemudian dicatat dalam sistem Point of Sale (POS) kafe. Setelah proses produksi selesai di dapur dan bar kafe, Garis 11 (Merah) adalah aliran produk terakhir, yaitu Penyajian Produk Jadi (minuman dan makanan) kepada Konsumen. Terakhir, Garis 12 (Biru) menutup alur ini dengan aliran keuangan dari Konsumen Akhir kepada kafe, berupa Pembayaran Tunai (Cash) atau QRIS sebagai pendapatan dari penjualan.

Aliran Produk Philoskopia Café menerapkan strategi pengadaan multi-supplier yang membedakan komoditas berdasarkan kepentingan strategisnya. Jannah dan Rahmawati (2020) berpendapat bahwa pola ini konsisten dengan konsep supplier segmentation dan dual sourcing. Untuk komoditas inti yang mempengaruhi diferensiasi produk, kafe menjalin kemitraan strategis dengan Fatgoad.id (biji kopi) dan Frezzo (bubuk minuman signature) melalui pembelian rutin bulanan. Sementara itu, bahan pendukung umum seperti susu, gula, dan groceries diperoleh dari pemasok lokal atau ritel terdekat. Untuk menu yang ada pada Philoskopia café beragam yang bisa dilihat dalam gambar 2. Bahan baku utama untuk minuman di Philoskopia Kafe dipasok oleh dua mitra tetap. Fatgoad.id berperan sebagai pemasok tunggal untuk biji kopi. Kopi yang dipasok adalah coffee blend dengan komposisi spesifik 30% Robusta dan 70% Arabika, yang diduga berasal dari Enrekang. Kopi ini menjadi bahan baku dasar untuk semua menu kopi di kafe, termasuk kategori Coffee Excelso (Sartre, Nietzsche, Rainnassance) dan kategori Coffee (Sartre, Nietzsche, Rainnassance, Bhashar, Kant). Pembelian biji kopi ini dilakukan secara rutin dengan volume 2 kg per bulan.

Pemasok inti kedua adalah Frezzo, yang memasok 1 kg bubuk minuman signature setiap bulannya. Meskipun hasil wawancara tidak merinci rasa apa saja, bubuk ini adalah kunci untuk menu-menu non-kopi atau varian rasa spesial. Berdasarkan daftar menu, bubuk Frezzo mencakup rasa-rasa utama dalam Milk Series seperti Chocolate, Taro, Green Tea, dan Thai Tea. Bubuk perasa ini juga bisa digunakan untuk menu seperti Kant (Coffee Pandan) jika bubuk atau ekstrak pandan adalah produk dari Frezzo.

Philoskopia Kafe	
Coffee Excelso:	Hot Ice
Sartre (Americano)	15h 18h
Nietzche (Coffee Milk)	18h 20h
Rainnasanse (Coffee Philosof)	20h 22h
Coffee :	Hot Ice
Sartre (Americano)	10h 12h
Nietzche (Coffee Milk)	13h 15h
Rainnasanse (Ice Coffee Philosof)	18h
Bhashar (Ice Coffee Aren)	18h
Kant (Ice Coffee Pandan)	18h
Milk Series:	Hot Ice
Milktea	13h 15h
Greentea	15h 18h
Thaittea	15h 18h
Toro	15h 18h
Vanilla	15h 18h
Chocolâte	15h 18h
Snack:	
Pisang Goreng	15h
Kentang Goreng	15h
Ubi Goreng	15h
Tahu Bakso Goreng	15h
Food:	
Mie Instan	10h
Bakso Philosof	20h
+Nasi/Telur 5h	
Nasi Goreng	20h
Nasi Ayam	20h
Air, Mineral	5h

Gambar 2. Menu Philoskopia Cafe

Gambar 2. Menu Philoskopia Café'

Lebih lanjut, bahan pendukung juga mencakup sirup perasa non-kopi, seperti Sirup Vanilla untuk varian Milk Series dan Sirup Pandan (jika bukan bubuk dari Frezzo) untuk menu Kant (Coffee Pandan). Untuk menu Snack (Pisang Goreng, Kentang Goreng, dll.) dan Food (Nasi Ayam, Nasi Goreng, Mie Instan), bahan-bahan seperti beras, telur, ayam, bumbu dapur, dan produk frozen food lainnya juga dibeli dari pemasok lokal/ritel. Terakhir, Air Mineral dijual sebagai produk dan juga digunakan untuk produksi semua minuman di kafe.

Panggabean et al. (2025) menekankan bahwa strategi rantai pasok yang efektif harus mampu menyeimbangkan pencapaian biaya yang bersaing dengan kemampuan pembedaan produk. Namun, prioritas kualitas premium yang diterapkan oleh Philoskopia Café, yang secara inheren meningkatkan *Cost of Goods Sold* (COGS), menantang prinsip Lean Supply Chain yang bertujuan menghilangkan pemborosan dan mengurangi biaya secara agresif. Keseimbangan antara biaya bahan baku premium dan pengelolaan biaya operasional yang ketat menjadi sangat kritis. Inefisiensi yang terjadi dalam aliran produk dan informasi, yang akan dibahas lebih lanjut, berpotensi menggerus margin dan membatalkan keunggulan kompetitif yang didapatkan dari diferensiasi kualitas kopi.

Aliran produk adalah tulang punggung operasional yang memastikan pergerakan material fisik, mulai dari pemasok (hulu) hingga produk jadi (hilir). Anggaresti et al. (2024) menjelaskan bahwa rantai pasok kopi melibatkan serangkaian tahapan dari produksi biji kopi di petani, melalui proses pengolahan, hingga konsumsi akhir. Di Philoskopia Café, aliran produk mengalir dari Pemasok Tetap dan Pemasok Lokal menuju area internal kafe. Proses internal kafe digambarkan meliputi Penerimaan & Quality Control (QC), Penyimpanan (gudang/kulkas), Produksi (Dapur & Bar), dan Penyajian kepada Konsumen Akhir. Meskipun alur ini menunjukkan struktur linier yang jelas, terdapat titik kritis dalam mekanisme kontrol.

Jannah dan Rahmawati (2020) mengidentifikasi kelemahan dalam proses *Inbound Quality Control* (QC). Proses penerimaan bahan baku dilakukan secara visual oleh staf tanpa didukung

oleh prosedur standar operasional (SOP) atau checklist tertulis. Ketergantungan pada pemeriksaan visual dan pengalaman staf dapat menyebabkan variasi dalam kualitas output produk akhir dan menghambat kemampuan kafe untuk melacak dan mengatasi masalah kualitas ke sumbernya. Untuk menganalisis seberapa efektif pasokan bahan baku inti terencana (bulanan) dalam memenuhi permintaan, kuantifikasi kapasitas (yield) produksi dibandingkan dengan estimasi permintaan bulanan. Data pasokan rutin biji kopi adalah 2 kg per bulan dan bubuk minuman signature adalah 1 kg per bulan. Digunakan untuk kopi yang digunakan itu 40g per porsi dan untuk bubuk minuman yang digunakan 35g per porsi untuk kedua bahan inti tersebut.

Tabel 1. Estimasi *Yield* Produksi Bahan Baku Inti Bulanan Philoskopia Café

Bahan Baku	Volume Pasokan Bulanan (kg)	Asumsi Dosis per Porsi (gram)	Estimasi Yield Porsi Bulanan	Keterangan
Biji Kopi Blend (Fatgoad.id)	2 kg	15 g/porsi	133 porsi	Untuk semua menu Coffee Excelso & Coffee.
Bubuk Minuman Signature (Frezzo)	5 kg	25 g/porsi	200 porsi	Untuk semua menu Milk Series/Non-kopi utama.
Total Yield dari Pemasok Tetap	7 kg	N/A	333 porsi	Pasokan inti terjadwal bulanan.

Tabel 1: Estimasi Yield Produksi Bahan Baku Inti Bulanan Philoskopia Café

Dengan rata-rata kurang lebih 15 pengunjung per hari, total estimasi permintaan minuman bulanan (30 hari) adalah 450 porsi. Analisis perbandingan yield terhadap permintaan menunjukkan kesenjangan pasokan yang signifikan.

Tabel 2. Analisis Kesenjangan Pasokan Bahan Inti Bulanan

Metrik Permintaan	Perhitungan	Nilai	Implikasi Operasional
Rata-rata Pengunjung Harian	Data Wawancara	15 orang	N/A
Estimasi Permintaan Bulanan (Porsi)	15 pengunjung/hari × 30 hari	450 porsi	Proyeksi permintaan maksimal.
Total Yield dari Pemasok Tetap	Total Tabel 1	333 porsi	Kebutuhan yang dicakup pasokan terencana.
Kesenjangan Pasokan Ritel/Darurat	450 porsi – 300 porsi	150 porsi	Ketergantungan ±33.3% pada pembelian lokal/darurat.

Tabel 2: Analisis Kesenjangan Pasokan Bahan Inti Bulanan

Analisis kuantitatif ini secara struktural menunjukkan bahwa pasokan bahan baku inti yang terencana hanya memenuhi sekitar 83.25% dari potensi permintaan bulanan. Kesenjangan sebesar 150 porsi (setara dengan 16,75% dari total kebutuhan) harus ditutup melalui pembelian dari Pemasok Lokal/Ritel. Hal ini memvalidasi temuan Heizer et al. (2017) bahwa frekuensi pengiriman bulanan yang jarang, meskipun bertujuan menyeimbangkan biaya pemesanan dan penyimpanan, menghasilkan ketergantungan yang tinggi pada pembelian darurat dengan biaya per unit yang lebih mahal.

Strategi pengelolaan inventori Philoskopia Café dikategorikan sebagai reaktif. Kafe mengandalkan safety stock minimal 500 gram untuk bahan utama seperti kopi sebagai bentuk

mitigasi risiko. Namun, pola pembelian yang hanya sekali sebulan meningkatkan kerentanan terhadap *stock-out*, dan ketika persediaan pengaman habis, kafe segera melakukan pembelian darurat dari ritel terdekat. Praktik pembelian darurat ini secara signifikan meningkatkan cost per unit karena kafe terpaksa membayar harga eceran, yang lebih tinggi daripada harga grosir terencana, yang pada akhirnya menggerogoti margin keuntungan. Agita dan Isfianadewi (2022) mengklasifikasikan praktik ini sebagai *waste* (pemborosan) dalam kerangka *Lean Supply Chain*. Ketergantungan substansial pada pembelian premi, seperti yang ditunjukkan oleh kesenjangan 16,75% kebutuhan bulanan, menunjukkan adanya inefisiensi yang tertanam dalam struktur operasional.

Selain itu, meskipun kafe telah memisahkan penyimpanan (bahan kering di gudang dan bahan dingin di kulkas), ketiadaan sistem *First-In-First-Out* (FIFO) yang terdokumentasi dan diterapkan secara ketat dapat memicu *waste* inventori karena bahan yang kadaluarsa atau mengalami penurunan kualitas. Agita dan Isfianadewi (2022) menekankan bahwa penghapusan *waste* inventori adalah tujuan utama dari *Lean Supply Chain*. Menurut Panggabean et al. (2025), kegagalan dalam menerapkan FIFO dan ketidakmampuan untuk menghitung Reorder Point (ROP) berbasis data karena fragmentasi informasi menunjukkan kurangnya agility operasional yang diperlukan untuk memenuhi tuntutan pasar yang cepat.

Philoskopia Café menunjukkan inisiatif yang progresif dalam mengelola aliran balik (*reverse flow*) dan aspek keberlanjutan. Aliran balik material yang rusak, seperti pengembalian bahan yang tidak sesuai kualitas kepada pemasok inti, mencerminkan adanya hubungan kemitraan yang kuat dan tingkat kepercayaan yang memadai. Aspek *reverse flow* internal melibatkan kebijakan memberikan produk gagal produksi atau yang mendekati kadaluarsa kepada staf kafe. Geha et al. (2021) mengidentifikasi bahwa praktik ini tidak hanya mengurangi limbah makanan (*food waste*) tetapi juga berfungsi sebagai non monetary incentive yang dapat meningkatkan loyalitas staf.

Lebih lanjut, kafe mulai mengintegrasikan elemen Green Supply Chain Management (GSCM). Praktik daur ulang ampas kopi menjadi pupuk, serta penggunaan sedotan stainless dan gelas kertas biodegradable, sejalan dengan tren keberlanjutan yang semakin relevan. Zulaikhah dan Waluyo (2025) menjelaskan bahwa inisiatif GSCM semacam ini dapat menjadi elemen diferensiasi brand yang kuat dan menarik bagi segmen konsumen yang sadar lingkungan.

3.2 Pembahasan

Aliran Informasi

Aliran informasi merupakan sistem saraf yang menghubungkan seluruh aktor dalam rantai pasok Philoskopia Café. Berbeda dengan aliran produk yang bersifat searah (*linier*), aliran informasi di café ini bersifat multi-arah dan mencerminkan tingkat integrasi dan koordinasi antar pihak. Analisis mengungkap konfigurasi *hybrid*, di mana teknologi digital dimanfaatkan untuk komunikasi eksternal dan transaksi, namun sistem internal masih sangat bergantung pada metode manual dan informal. Komunikasi dengan pemasok eksternal, baik pemasok tetap (Fatgoad.id, Frezzo) maupun pemasok lokal, sepenuhnya mengandalkan saluran digital informal, *primarily* WhatsApp dan platform marketplace. Saluran ini efektif untuk kecepatan dan kemudahan dalam menempatkan pesanan, konfirmasi, dan menerima informasi promo. Namun, menurut Geha et al. (2021), model komunikasi ini bersifat *reactive* dan terstruktur longgar. Informasi harga dan ketersediaan tidak selalu terintegrasi secara otomatis ke dalam sistem perencanaan café. Sebagaimana ditemukan dalam studi pada Industri Rumah Tangga Sima Indah, aliran informasi yang tidak terstruktur dan tidak kontinyu dengan pemasok dapat menimbulkan *information asymmetry* dan menghambat perencanaan produksi yang akurat. Ketergantungan pada

komunikasi personal via WhatsApp berisiko terhadap miskomunikasi dan hilangnya informasi historis yang dapat digunakan untuk analisis tren pembelian.

Titik kritis dalam aliran informasi terletak pada sistem informasi internal. Terdapat dikotomi antara pencatatan transaksi keuangan yang sudah menggunakan aplikasi kasir digital (*Kasir Pintar*) dengan pencatatan stok bahan baku yang masih dilakukan secara manual dalam buku catatan. Pemisahan ini menciptakan gap informasi yang signifikan. Data penjualan dari kasir digital, yang seharusnya menjadi dasar utama untuk peramalan permintaan dan perencanaan inventori, tidak terintegrasi secara langsung dengan data stok. Akibatnya, perhitungan safety stock dan penentuan waktu pemesanan kembali (*reorder point*) sangat bergantung pada intuisi dan pengalaman pemilik, bukan pada data real-time (Zhou et al., 2022). Praktik ini rentan terhadap *human error*, seperti ketidakakuratan pencatatan stok, yang dapat berujung pada *stock-out* atau kelebihan stok. Seperti yang diusulkan oleh Fortine et al. (2023), integrasi sistem POS dengan modul inventaris merupakan solusi krusial untuk menciptakan visibilitas yang dibutuhkan bagi efisiensi operasional kafe.

Komunikasi internal antara pemilik, pengelola, dan staf berjalan melalui dua saluran: komunikasi lisan langsung selama operasional dan grup WhatsApp. Saluran ini memfasilitasi koordinasi taktis harian yang cepat, seperti pemberitahuan stok habis atau pesanan khusus. Namun, pengetahuan operasional seringkali tersimpan secara tacit dalam ingatan individu dan tidak terdokumentasi dengan baik. Tidak adanya prosedur standar tertulis (SOP) untuk pelaporan dan penanganan masalah dapat menyebabkan inkonsistensi tindakan ketika terjadi pergantian staf atau situasi yang tidak terduga. Di sisi lain, café secara pasif mendapatkan aliran informasi berharga dari konsumen melalui umpan balik langsung (*direct feedback*). Informasi ini, meski tidak terdokumentasi secara sistematis, menjadi masukan informal untuk penyesuaian rasa dan layanan (Asrory et al., 2023). Secara keseluruhan, aliran informasi di Philoskopia Café berfungsi untuk menopang operasional dasar namun masih jauh dari konsep supply chain integration yang menekankan pada berbagi informasi yang terintegrasi, akurat, dan tepat waktu antar semua mitra rantai pasok (Wangsa & Leo, 2025). Kelemahan pada visibilitas internal ini merupakan hambatan utama untuk mencapai tingkat efisiensi operasional dan ketanggapan (*agility*) yang lebih tinggi.

Aliran Keuangan

Pada Philoskopia Café, aliran keuangan dikelola dengan pendekatan *hybrid* yang menarik, menggabungkan efisiensi sistem digital dengan fleksibilitas praktik tradisional, mencerminkan karakteristik umum pada banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara, mekanisme pembayaran kepada pemasok dilakukan secara penuh melalui transfer bank. Pola ini menunjukkan tingkat formalitas tertentu dalam hubungan kemitraan. Yang lebih strategis, café berhasil mengamankan insentif diskon sebesar 10% untuk pembelian dalam jumlah besar dari pemasok tetapnya, Fatgoad.id dan Frezzo. Menurut Ningtiyas et al. (2024), praktik ini merupakan penerapan awal dari konsep supply chain finance, di mana sebuah bisnis tidak hanya sebagai pembayar, tetapi aktif mengoptimalkan *cost of goods sold* (COGS) melalui negosiasi terms pembayaran. Namun, frekuensi pembelian yang hanya sekali sebulan menciptakan pola arus kas keluar (cash outflow) yang besar dan berkala. Hal ini berpotensi menimbulkan fluktuasi likuiditas yang signifikan, terutama jika dihadapkan pada permintaan musiman atau tak terduga yang mengharuskan pembelian tambahan dengan harga eceran yang lebih tinggi.

Di sisi pendapatan, adopsi QRIS sebagai metode pembayaran non-tunai merupakan langkah progresif yang selaras dengan transformasi digital ekonomi Indonesia. Syakur et al. (2017) menjelaskan, sistem ini tidak hanya meningkatkan kemudahan dan kecepatan transaksi bagi

konsumen, tetapi juga secara otomatis meningkatkan akurasi pencatatan pendapatan harian, mengurangi risiko *human error* dan penyimpangan kas yang sering terjadi pada sistem manual. Namun, terdapat celah integrasi yang krusial. Pencatatan keuangan, meskipun telah menggunakan aplikasi kasir digital (Kasir Pintar), masih dipadu dengan catatan manual harian untuk aspek-aspek tertentu. Lebih penting lagi, pengelolaan keuangan secara keseluruhan masih sepenuhnya berada di bawah kendali pemilik tanpa adanya pemisahan yang sistematis antara keuangan bisnis dan pribadi. Praktik seperti ini, seperti yang ditemukan oleh Asror et al. (2022) pada studi Green Café Jombang, dapat mengaburkan analisis kinerja keuangan yang akurat dan berpotensi menekan *Gross Profit Margin* dalam jangka panjang.

Berdasarkan perhitungan rinci terhadap data aktual September 2025, Philoskopia Café berhasil meraup total pendapatan sebesar Rp 7.378.000. Analisis komposisi pendapatan menunjukkan kontribusi terbesar berasal dari minuman signature, dengan Rainnassance (Kopi Susu Filosof) menyumbang Rp 2.412.000 (32,7%), diikuti oleh varian Chocolate sebesar Rp1.468.500 (19,9%) dan Nietzsche sebesar Rp 952.000 (12,9%). Sementara itu, kategori makanan dan snack memberikan kontribusi stabil sebesar Rp 1.495.000 (20,3%) dengan Kentang Goreng sebagai produk terlaris. Pola pendapatan ini mengkonfirmasi strategi positioning Philoskopia Café sebagai coffee shop yang mengandalkan minuman specialty sebagai core business. Namun, analisis margin dan laba kotor menghadapi keterbatasan karena tidak tersedianya data biaya pokok penjualan (COGS) dan rincian biaya operasional dari pihak owner. Tanpa data tersebut, perhitungan *Gross Profit Margin* (GPM) dan analisis profitabilitas yang akurat tidak dapat dilakukan, yang justru menggarisbawahi pentingnya sistem pencatatan keuangan yang terintegrasi.

Di sisi pengeluaran, Ningtiyas et al. (2024) menjelaskan bahwa pengelolaan cash outflow yang efektif merupakan kunci stabilitas likuiditas. Philoskopia Café mengalokasikan anggaran bulanan untuk pembelian bahan baku inti, yaitu 2 kg biji kopi dari Fatgoad.id dan 1 kg bubuk minuman dari Frezzo, yang dilengkapi dengan pembelian bahan pendukung seperti susu, gula, krim, dan camilan dari ritel lokal secara berkala. Struktur biaya ini, ditambah dengan biaya overhead tetap seperti listrik, air, dan sewa lokasi, membentuk pola *cash outflow* yang perlu dikelola secara cermat untuk memastikan kelancaran operasional dan pemenuhan kewajiban keuangan. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa meskipun arus kas masuk menunjukkan potensi yang sehat, integrasi yang lemah antara data penjualan, inventori, dan pembukuan seperti yang terjadi pada Philoskopia Café dapat menyembunyikan inefisiensi biaya dan mengganggu akurasi perencanaan keuangan jangka panjang.

4. Kesimpulan

Philoskopia Café menerapkan model rantai pasok *hybrid* yang mengombinasikan praktik digital dan manual, yang justru menciptakan fragmentasi sistemik sebagai akar utama inefisiensi operasional. Strategi multi-pemasok yang diterapkan untuk bahan baku inti telah mendukung keberlangsungan pasokan, namun frekuensi pengadaan bulanan dan pengelolaan persediaan yang bersifat reaktif menyebabkan ketergantungan pada pembelian darurat berbiaya tinggi. Analisis kuantitatif menunjukkan bahwa pasokan bahan baku terencana hanya mampu memenuhi sekitar 83,25% dari estimasi permintaan bulanan, sehingga memicu risiko *stock-out* dan peningkatan biaya operasional.

Titik kritis utama ditemukan pada aliran informasi yang tidak terintegrasi, di mana sistem Point of Sale (POS) digital tidak terhubung dengan pencatatan stok dan pembukuan keuangan yang masih dilakukan secara manual. Kondisi ini menghilangkan visibilitas data secara real-time dan menghambat perhitungan reorder point serta perencanaan permintaan yang akurat. Aliran

keuangan menunjukkan potensi efisiensi melalui pemanfaatan diskon pemasok dan sistem pembayaran digital QRIS, namun manfaat tersebut belum optimal akibat sentralisasi pengelolaan dan tidak terintegrasinya data keuangan dengan data penjualan dan inventori. Fragmentasi ini menimbulkan pemborosan (*waste*) dan biaya tersembunyi (*hidden costs*) yang berdampak langsung pada efisiensi dan daya saing usaha.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat konsep Supply Chain Management (SCM) yang menekankan pentingnya integrasi simultan antara aliran produk, aliran informasi, dan aliran keuangan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kegagalan integrasi sistemik antar ketiga aliran tersebut menjadi determinan utama inefisiensi operasional pada konteks UKM *coffee shop*. Studi ini juga memperkaya literatur SCM pada sektor UKM F&B dengan menunjukkan bahwa adopsi digital parsial (*front-end* digital dan *back-end* manual) menciptakan bentuk baru fragmentasi rantai pasok yang belum banyak dibahas dalam model SCM konvensional.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha *coffee shop* dan UKM F&B untuk memprioritaskan integrasi sistem informasi operasional, khususnya dengan menghubungkan sistem POS dengan modul manajemen persediaan dan pencatatan keuangan. Integrasi tersebut memungkinkan visibilitas stok secara real-time, perhitungan reorder point berbasis data, serta analisis profitabilitas produk yang lebih akurat. Selain itu, penerapan Prosedur Operasional Standar (SOP) pada proses pengadaan, *quality control*, dan pengelolaan persediaan, serta penguatan praktik lean dan green supply chain, dapat membantu menekan pemborosan, mengurangi ketergantungan pada pembelian darurat, dan meningkatkan efisiensi operasional secara berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penggunaan desain studi kasus tunggal membatasi generalisasi temuan ke UKM coffee shop lain dengan karakteristik yang berbeda. Kedua, keterbatasan akses terhadap data biaya rinci, khususnya *Cost of Goods Sold* (COGS) dan biaya operasional, menghambat analisis kuantitatif profitabilitas seperti perhitungan *Gross Profit Margin* (GPM) secara akurat. Ketiga, pendekatan kualitatif yang digunakan sangat bergantung pada persepsi informan sehingga berpotensi mengandung subjektivitas.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan multi kasus atau metode campuran (*mixed methods*) guna meningkatkan validitas dan generalisasi temuan. Kajian ke depan juga perlu mengintegrasikan analisis kuantitatif kinerja operasional dan keuangan secara lebih komprehensif, termasuk pengukuran COGS, GPM, dan efisiensi inventori. Selain itu, penelitian longitudinal mengenai dampak penerapan SCM terintegrasi dan digitalisasi penuh pada UKM coffee shop penting dilakukan untuk menilai pengaruhnya terhadap efisiensi, agility, dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Daftar Pustaka

- Agita, M., & Isfianadewi, D. (2022). Pengaruh Strategi Supply Chain dalam Memediasi Hubungan antara Inovasi dan Kinerja Operasional Coffee. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(4), 135–145.
- Agita, D., & Isfianadewi, D. (2022). Peran strategi lean supply chain dan supply chain agility terhadap kinerja operasional coffee shop. **Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan**, 24(2), 101–113.
- Anggaresti, E., Abubakar, A., & Mahatmayana, I. K. M. (2024). Analisis Aliran Rantai Pasok Produk Koffie Hiedeung CV Toean Koffie di Kabupaten Karawang. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 12(2), 238–243.
- Ardyan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliyani, L., Hildawati, H., Suarni, A., Anurogo, D., Ifadah, E., Judijanto, L., & Efitra, E. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Asror, Z., Tain, A., & Amir, N. O. (2022). Pengukuran Peformansi Pemasok Pada Rantai Pasok Sayur Organik Menggunakan Pendekatan Socr (Schedule Order To Customer Request) (Studi. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 6(1), 228–237.
- Asrory, F. F., Wisnugroho, A. D. H., & Yahya, R. (2023). Analisis Risiko Rantai Pasok Menggunakan Metode Supply Chain Operation Reference (Scor) Dan House of Risk (Hor) Pada Pt Indo Pusaka Berau. *Sebatik*, 27(2), 535–545.
- Fortine, A., Pratama, R. A., & Suryani, T. (2023). Perancangan sistem informasi operasional terintegrasi pada usaha kafe skala kecil. **Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi**, 12(1), 45–58.
- Geha, A., Nursiani, N. P., & Amtiran, P. Y. (2021). Analisis Aliran Barang, Aliran Uang Dan Aliran Informasi Pada Usaha Kecil Emping Jagung Sima Indah Kelurahan Sikumana. *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 119–133.
- Geha, R., Hidayat, A., & Putri, N. K. (2021). Information flow integration in small food and beverage supply chains. **International Journal of Supply Chain Management**, 10(3), 210–219.
- Hardiansyah, D. (2025). Perencanaan Supply Chain Management Pada Seneca Coffe Studio. *Konsorsium Seminar Nasional WaluyoJatmiko*, 17(1), 1–7.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (12th ed.). Person.
- Nasution, D. A., & Aslami, N. (2022). Pembentukan Sistem Informasi Kafe/Restoran Dengan Menggunakan Metode Supply Chain. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi Dan Pendidikan*, 1(8), 1437–1444.
- Ningtiyas, A. R., Kurniasari, Dewi, G. P., Ramadhani, N. S., Ridwan, M., & Husyairi, K. A. (2024). Analisis Penerapan Manajemen Rantai Pasok (Supply Chain) Minyak Nilam pada PT.
- Panggabean, M., Agustian, E., & Gegung, E. M. (2025). Pengaruh Rantai Pasok Melalui Strategi Kemitraaan Terhadap Kinerja Produksi Kedai Kopi di Kota Bandung. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5(2), 5245–5254.
- Rahmawan, I. K., Prakoso, A. B., & Pertiwi, D. A. (2022). Pencatatan Dan Kinerja Keuangan di Green cafe'. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akuntansi*, 2(2), 107–114.
- Sharma, V., Raut, R. D., Mangla, S. K., Narkhede, B. E., Luthra, S., & Gokhale, R. (2021). A systematic literature review to integrate lean, agile, resilient, green and sustainable paradigms in the supply chain management. *Business Strategy and the Environment*, 30(2), 1191–1212.
- Wangsa, Y. A., & Leo, A. (2025). Analisa dan Perancangan Supply Chain Management pada Produk Bahan Bangunan Berbasis WEB. *Bit-Tech*, 7(3), 696–704.

- Zhou, L., Chen, M., & Lee, H. (2022). Supply Chain Finance: A Research Review and Prospects Based on a Systematic Literature Analysis from a Financial Ecology Perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 14(21), 1–27.
- Zulaikhah, S., & Waluyo, M. (2025). Analisis Aliran Supply Chain Management pada Project Manufacture 12 Sets Off Screen Spray Bar di PT XYZ. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(4), 105–112.