

Analisis Supply Chain Management Terhadap Operasional Umkm Eatneat

Anisa Nopianti¹, Taufan Umbara²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,
anisanopianti@student.telkomuniversity.ac.id

² Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,
taufanumbara@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Industri makanan ringan di Indonesia terus berkembang dan menjadi sektor untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam sektor UMKM. Salah satu pelaku UMKM yang menunjukkan pertumbuhan adalah EatNEat, sebuah usaha yang berfokus pada produk keripik pisang dan keripik asin. Dalam perkembangannya, EatNEat menghadapi berbagai tantangan operasional yang berkaitan dengan manajemen rantai pasok, termasuk ketersediaan bahan baku, pengelolaan produksi, serta distribusi produk ke konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *Supply Chain Management* pada operasional EatNEat, mengidentifikasi tantangan dalam rantai pasok, serta menjelaskan hubungan antara manajemen operasi dan strategi SCM. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan interpretif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan SCM yang baik dapat meningkatkan efisiensi produksi, pengendalian biaya, dan kepuasan pelanggan. Namun, EatNEat juga menghadapi tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku, keterbatasan sumber daya manusia, dan ketergantungan pada pemasok lokal. Strategi SCM EatNEat meliputi kerja sama dengan petani lokal, fleksibilitas produksi, inovasi produk dan kemasan, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pencatatan dan distribusi.

Kata Kunci: *Supply Chain Management*, UMKM, Operasional, Efisiensi, Strategi Operasi

Abstract

The snack food industry in Indonesia continues to grow and has become a key sector supporting national economic growth, particularly within the MSME segment. One MSME that has shown significant development is EatNEat, a business focused on banana chips and savory chip products. In its progress, EatNEat has faced various operational challenges related to supply chain management, including raw material availability, production management, and product distribution to consumers. This study aims to analyze the implementation of Supply Chain Management (SCM) in EatNEat's operations, identify challenges within the supply chain, and explain the relationship between operations management and SCM strategy. The research method used is descriptive qualitative with an interpretive approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The research findings show that a well-implemented SCM can improve production efficiency, cost control, and customer satisfaction. However, EatNEat also faces challenges such as fluctuations in raw material prices, limited human resources, and reliance on local suppliers. EatNEat's SCM strategies include collaboration with local farmers, production flexibility, product and packaging innovation, and the use of digital technology in inventory tracking and distribution.

Keyword: *Supply Chain Management*, MSMEs, Operations, Efficiency, Operational Strategy

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Industri camilan di Indonesia telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling tangguh dan berkembang pesat. Industri ini mengalami pertumbuhan signifikan pasca-pandemi COVID-19, didorong oleh peningkatan permintaan terhadap produk lokal dan kebiasaan konsumsi *snack* sebagai bagian dari gaya hidup modern. Nilai pasar camilan

Indonesia diproyeksikan mencapai Rp 120 triliun pada tahun 2024, didorong oleh pertumbuhan konsumsi kelas menengah dan meningkatnya preferensi konsumen terhadap produk lokal berbahan alami (Statista, 2023). Data Kementerian Perindustrian RI (2022) mencatat bahwa sektor makanan dan minuman tumbuh 4,82% pada tahun 2022, dengan UMKM menyumbang 60% dari total pelaku usaha.

Data UMKM 2018-2023						
Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	-0,70%	1,52%

Gambar 1 Data UMKM 2018 – 2023
 Sumber: Indonesian Chamber of Commerce and Industry

UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi serta memiliki daya saing yang tinggi. Secara eksplisit dan implisit, UMKM mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara dengan menciptakan peluang yang signifikan di pasar tenaga kerja. Pada tahun 2023, jumlah pelaku usaha UMKM tercatat mencapai 66 juta. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61%, atau setara dengan Rp9.580 triliun. Selain itu, UMKM juga menjadi penggerak ekonomi pada Tingkat lokal, dengan menciptakan lapangan pekerjaan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). UMKM sebagai pelaku usaha dengan skala kecil memiliki peran penting dalam menggerakkan perekonomian lokal, membentuk ekosistem bisnis yang saling terhubung melalui jaringan nilai dan kolaborasi antar actor (produsen, pemasok, dan mitra pendukung)(Tricahyono & Purnamasari, 2018).

Dari banyaknya UMKM yang ada di Indonesia, sektor makanan menjadi sektor yang paling populer. Industri makanan dan minuman diproyeksikan masih menjadi salah satu sektor andalan penopang manufaktur dan ekonomi nasional. Pemerintah pun terus berusaha untuk menjamin ketersediaan bahan baku yang dibutuhkan industri makanan dan minuman agar semakin produktif dan memiliki daya saing global. Terlebih lagi, kebanyakan sektor makanan pada dasarnya menambah nilai sehingga proses hilirisasi perlu dijamin (Nurmala, 2022). Tren ini diperkuat oleh pergeseran preferensi konsumen, terutama generasi muda, yang tidak hanya mencari camilan enak tetapi juga sehat, inovatif, dan ramah lingkungan (Nugroho et al., 2021). Namun, persaingan di industri ini semakin ketat, baik dari merek besar yang telah menguasai jaringan distribusi nasional dan pemasaran digital yang masif maupun UMKM sejenis, sehingga menuntut pelaku usaha untuk menerapkan strategi pengelolaan dan pengembangan bisnis yang efektif.

EatNEat merupakan salah satu pelaku usaha yang berupaya mengambil peluang di pasar. Didirikan pada tahun 2022 yang menawarkan produk unggulan seperti keripik pisang, keripik usus pedas, kerupuk seblak dan keripik singkong. Selama tiga tahun beroperasi, EatNEat berhasil mempertahankan produksinya untuk didistribusikan di lingkungan kampus Telkom University. Meskipun begitu, EatNEat masih menghadapi tantangan dalam hal skalabilitas bisnis, seperti manajemen rantai pasok yang masih belum optimal, serta strategi pemasaran digital yang belum maksimal. Padahal, studi oleh OECD (2021) menunjukkan bahwa 70% UMKM di Indonesia gagal bertahan setelah 5 tahun operasional akibat lemahnya perencanaan bisnis dan adaptasi teknologi. Tantangan ini semakin krusial mengingat dinamika lingkungan bisnis yang berubah cepat. Misalnya, fluktuasi harga bahan baku seperti pisang dan singkong sering mengganggu stabilitas biaya produksi. Di sisi pemasaran, meskipun EatNEat telah menggunakan media sosial, konten yang dihasilkan masih bersifat sporadis dan kurang menjangkau segmen usia produktif (15-35 tahun) yang mendominasi pasar camilan (Bappenas, 2023).

Dalam satu tahun terakhir, EatNEat mengalami peningkatan penjualan yang cukup signifikan. Peningkatan ini merupakan hasil dari strategi yang terencana dan fokus dalam inovasi produk. Sebagai bagian dari sektor UMKM, EatNEat memainkan peran penting dalam perekonomian lokal dengan menciptakan lapangan pekerjaan serta dukungan pertumbuhan ekonomi. Salah satu peran penting dalam meningkatkan daya saing adalah *supply chain management* yang efisien dan juga operasional yang terjaga. Penelitian yang dilakukan untuk mengidentifikasi

seberapa besar pengaruh SCM terhadap kelancaran operasional EatNEat. Dengan melakukan analisis SCM, diharapkan UMKM EatNEat dapat mengetahui rantai pasoknya, memperbaiki sistem kerja sama antar pemasok dan distributor, serta meningkatkan efisiensi produksi.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. *Supply Chain Management*

Menurut Pujawan & Mahendrawathi (2017) dalam buku yang berjudul “*Supply Chain Management*” menyatakan bahwa rantai pasok adalah suatu jaringan perusahaan yang bekerja sama untuk menciptakan dan mengantarkan produk kepada konsumen akhir. Perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam rantai pasok ini meliputi pemasok (supplier), pabrik, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan pendukung lainnya seperti perusahaan jasa logistik. SCM digambarkan sebagai integrasi aliran produk, informasi, dan keuangan dari *supplier* hingga *end customer*, dengan dimensi seperti perencanaan, *procurement*, produksi, pengiriman, dan manajemen data berbasis QFD (*Quality Function Deployment*) (Herry Irawan, 2016). Sedangkan menurut Ratih Hendayani (2025), menyatakan bahwa *supply chain management* merupakan suatu proses dalam pengelolaan pengadaan, pergerakan, penyimpanan, dan penanganan produk oleh organisasi dan rantai pasok yang mengikuti prinsip-prinsip umum syariah.

Tujuan strategis harus dicapai agar rantai pasok dapat bertahan dalam persaingan pasar. Untuk mencapainya, rantai pasok harus mampu menyediakan produk yang murah, berkualitas, tepat waktu, dan bervariasi. Hal ini mengharuskan rantai pasok untuk menerjemahkan keempat tujuan tersebut ke dalam kemampuan sumber daya yang dimiliki. Tujuan tersebut dapat tercapai jika rantai pasok memiliki kemampuan untuk beroperasi secara efisien, menciptakan kualitas, cepat, fleksibel, dan inovatif dalam proses produksinya. (Pujawan & Mahendrawathi, 2024).

B. Manajemen Operasi

Menurut Schroeder & Goldstein (2019), dalam buku yang berjudul “manajemen Operasional dalam Rantai Pasokan” menyatakan bahwa seluruh organisasi (komersial maupun nirlaba) dapat berkembang dengan memproduksi dan mengirimkan barang atau jasa yang bernilai bagi pelanggan. Dimana nilai tersebut memiliki nilai berwujud maupun tidak berwujud yang diperoleh pelanggan dari mengonsumsi barang atau jasa. Manajemen operasi berfokus pada suatu Keputusan untuk melakukan produksi dan pengiriman produk maupun jasa dari suatu Perusahaan. Ada tiga aspek manajemen operasi yang membutuhkan elaborasi:

1. Keputusan, suatu Keputusan dapat memberikan dasar untuk mengidentifikasi jenis Keputusan utama. Adapun lima tanggung jawab pengambilan Keputusan utama berupa proses, mutu, kapasitas, persediaan, dan rantai pasokan.
2. Fungsi, suatu bisnis harus mengintegrasikan bisnis dengan mempertimbangkan sifat dasar lima fungsional dari pengambilan Keputusan di Perusahaan.
3. Proses, manajer operasi merencanakan serta mengendalikan proses transformasi beserta penghubungnya. Tujuan dari proses ini untuk memberikan landasan umum yang mengidentifikasi operasi jasa dan manufaktur sebagai proses transformasi serta dasar yang kuat bagi analisis operasi di seluruh rantai pasok.

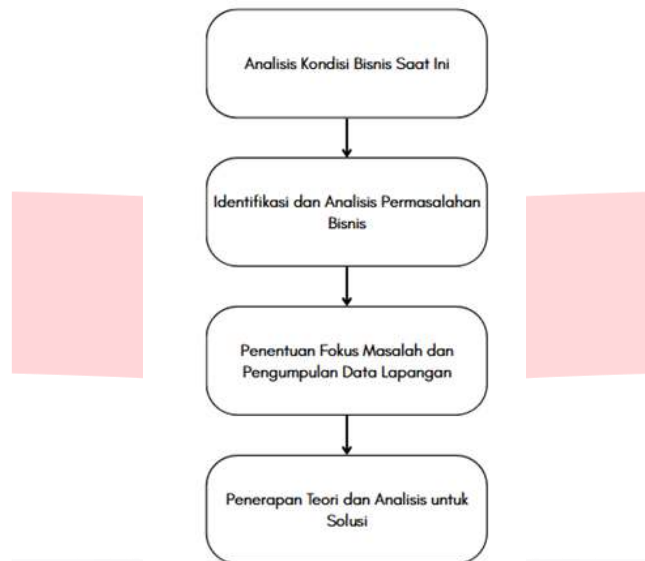
Menurut Schroeder & Goldstein (2019), dalam buku yang berjudul “manajemen Operasional dalam Rantai Pasokan” menyatakan bahwa strategi operasi adalah pola keputusan yang konsisten untuk operasi dan juga rantai pasok yang dikaitkan dengan strategi bisnis dan strategi fungsional lainnya, yang dapat menghasilkan keunggulan yang kompetitif bagi suatu Perusahaan.

C. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2017), kerangka pemikiran merupakan model konseptual yang menggambarkan hubungan antar variabel yang disusun dari teori-teori yang telah ada, kemudian dianalisis dan diuji dalam penelitian. UMKM merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian di Indonesia yang memiliki tantangan dalam aspek operasional, terutama dalam rantai pasok. Dalam hal ini, EatnEat harus menjaga stabilitas pasokan bahan baku agar tetap konsisten, baik dari segi rasa, kemasan, dan juga daya tahan produk.

Menurut Heizer et al. (2020), menyatakan bahwa rantai pasok yang efektif dapat mengoptimalkan proses produksi dan distribusi, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Efisiensi dalam rantai pasok mencakup ketersediaan bahan baku, manajemen operasional, serta hubungan dengan pemasok. Sementara itu, EatnEat yang bergerak dalam produksi keripik pisang dan cemilan lainnya, sangat bergantung pada ketersediaan bahan baku

berkualitas, proses produksi terjadwal. Dengan demikian, peneliti melihat adanya hubungan antara efektivitas rantai pasok dan kualitas produk dengan minat beli pelanggan. Ketika rantai pasok berjalan dengan baik dan produknya memiliki kualitas yang baik juga, maka pelanggan cenderung memiliki minat beli yang tinggi terhadap produk EatnEat.



Gambar 2 Kerangka Penelitian
Sumber: Data Olahan Peneliti

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai penerapan SCM dalam operasional EatNEat. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Observasi partisipatif
2. Wawancara semi-terstruktur
3. Dokumentasi terhadap proses operasional dan catatan penjualan

Analisis yang digunakan adalah analisis data kualitatif model interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldana. Teknik ini terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan serta verifikasi. Pendekatan ini dianggap sesuai dengan penelitian kualitatif deksriptif karena memungkinkan peneliti secara mendalam untuk memahami proses manajemen rantai pasok yang terjadi dalam konteks operasional EatNEat.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tahapan Keputusan dalam *Supply Chain*

Menurut Chopra & Meindl (2016), Keputusan dalam *supply chain* terbagi menjadi tiga tingkatan, yaitu strategi, perencanaan, dan operasional. EatNEat telah menjalankan ketiganya.

1. Strategi *Supply Chain*, menetapkan pendekatan rantai pasok yang berfokus pada efisiensi biaya dan kemudahan akses bahan baku.
2. Perencanaan *Supply Chain*, melakukan perencanaan bulanan untuk produksi dan pembelian produk berdasarkan permintaan konsumen dan Riwayat penjualan.
3. Operasi *Supply Chain*, dilakukan dengan menyesuaikan pesanan dan persediaan yang tersedia.

B. Tantangan dalam Mengelola *Supply Chain*

Berdasarkan hasil wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi pada EatNEat, ditemukan sejumlah tantangan nyata yang berkaitan dengan teori menurut Pujawan & Mahendrawathi (2024) dan Widyanti et al. (2024). Berikut uraian tantangannya dalam EatNEat:

1. Kompleksitas struktur *supply chain*, disebabkan oleh keterlibatan berbagai pemasok bahan baku dan kemasan yang berasal dari lokasi yang berbeda. Proses pengadaan dan pengiriman memerlukan koordinasi agar seluruh bahan tiba sesuai jadwal produksi.
2. Ketidakpastian dalam permintaan dan pasokan, dari sisi permintaan EatNEat menghadapi fluktuasi yang cukup besar.
3. Variabilitas permintaan, dari analisis data penjualan menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk *best seller* keripik pisang dan keripik usus sangat fluktuatif.
4. Gangguan pasokan, kenaikan bahan baku dapat menyebabkan biaya produksi meningkat dan proses produksi menjadi tidak lancar. Gangguan pasokan ini memiliki pengaruh langsung terhadap efisiensi operasional EatNEat.
5. Manajemen persediaan, ketidaksesuaian antara jumlah persediaan yang tercatat menyebabkan ketidakseimbangan antara permintaan dan ketersediaan barang yang berdampak pada produktivitas.
6. Hubungan dengan pemasok, bersifat *fleksibel*.
7. Globalisasi dan persaingan pasar, keunikan rasa dan kemasan menjadi kunci EatNEat untuk tetap bersaing.
8. Kontrol kualitas, konsistensi rasa dan tekstur produk masih bervariasi antar *batch*. Hal ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
9. Tekanan biaya, EatNEat berusaha menjaga produk tetap terjangkau tanpa mengorbankan kualitas.
10. Aliran informasi yang tidak terintegrasi, masih dilakukan secara manual melalui aplikasi pesan instan.

Melalui analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tantangan-tantangan dalam *supply chain* EatNEat harus melakukan pendekatan strategis yang lebih sistematis dan berbasis teknologi. Kunci pengelolaan *supply chain* tidak hanya terletak pada pengendalian produksi, tetapi juga integrasi informasi, kemitraan yang sehat dengan pemasok, serta pengendalian mutu dan biaya. Untuk mengatasi tantangan ini, EatNEat disarankan mulai bertransformasi dari sistem tradisional ke sistem lebih *modern* dengan mengadopsi digitalisasi operasional secara bertahap, pelatihan manajemen SCM, serta diversifikasi risiko pasokan.

C. Proses dalam *Supply Chain*

Supply chain tidak hanya berkaitan dengan aliran barang, tetapi juga mencakup serangkaian proses yang saling berhubungan untuk memastikan produk sampai ke tangan konsumen secara efisien dan berkualitas. Menurut Widyanti et al. (2024), proses *supply chain* dibagi menjadi beberapa bagian, berikut masing-masing tahapannya pada EatNEat yaitu, perencanaan, pengadaan, produksi, pengelolaan gudang, pengiriman, dan pengembalian produk.

Dari keenam proses yang dianalisis, dapat disimpulkan bahwa rantai pasok pada EatNEat masih bersifat manual dan belum terdigitalisasi, namun sudah cukup adaptif terhadap kebutuhan pasar. Proses yang berjalan menunjukkan bahwa EatNEat mampu menjalankan operasional dengan efisien pada skala UMKM, meskipun masih terdapat ruang besar untuk pengembangan, terutama dalam aspek perencanaan berbasis data, pencatatan stok digital, dan sistem layanan pelanggan. Dengan peningkatan pada aspek-aspek tersebut, EatNEat memiliki peluang besar untuk meningkatkan performa *supply chain* yang lebih terstruktur. Sedangkan menurut Ramantoko & Irawan (2017), proses dalam *supply chain* ada proses pelaksanaan pengadaan barang atau jasa yang melalui E-Procurement menjadi lebih transparan, terbuka, dan menciptakan persaingan yang sehat. Selain itu, proses pembelian dan penjualan melalui online dapat mengoptimalkan proses pengadaan dan mengurangi biaya operasi serta mengurangi pengeluaran.

D. Struktur Biaya dalam *Supply Chain* (*Cost Structure*)

Penerapan struktur biaya dalam manajemen rantai pasok EatNEat dilakukan secara menyeluruh dan konsisten sebagai bagian dari strategi efisiensi dan keberlanjutan. Melalui pengelompokan biaya tetap dan variabel, serta fungsi structural seperti evaluasi, pengendalian, dan dasar pengambilan Keputusan, EatNEat dapat mengelola biaya secara optimal. Penerapan ini membantu EatNEat untuk menjaga keseimbangan antara biaya operasional, menetapkan harga jual yang rasional, serta mengambil langkah strategis yang tepat dalam menghadapi perubahan pasar.

E. Fungsi Operasi

Fungsi operasional dijalankan secara terpadu dan berbasis kebutuhan praktis yang disesuaikan dengan kapasitas UMKM. pengelolaan ini terlihat dari konsistensi penerapan Keputusan operasional integrasi antar bagian usaha, serta efisiensi proses produksi.

1. Keputusan fungsional, EatNEat menerapkan langkah-langkah yang mencerminkan keputusan kunci operasional. Proses produksi dilakukan secara manual dan semi manual untuk mengakomodasi keterbatasan modal, namun tetap menjaga alur kerja yang sistematis.
2. Fungsi, hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima fungsi utama dalam manajemen operasi telah dijalankan dengan kolaboratif meskipun dalam skala kecil. Fungsi produksi menjadi pusat dari aktivitas usaha, namun tetap terkoordinasi dengan fungsi pemasaran yang aktif menganalisis selera pasar.
3. Proses transformasi, EatNEat berhasil mengubah input sederhana menjadi produk akhir yang tidak hanya memiliki nilai fisik. Proses ini tidak hanya mencerminkan konversi bahan ke produk jadi, tetapi juga konversi nilai yang membutuhkan loyalitas pelanggan.

F. Operasi dan Strategi *Supply Chain*

EatNEat telah mengimplementasikan strategi operasi yang sejalan dengan rantai pasok secara menyeluruh, dimulai dari tingkat strategis hingga operasional. Strategi ini tidak hanya tujuan jangka Panjang, tetapi juga diaktualisasikan dalam kegiatan harian yang mendukung kelangsungan bisnis. strategi operasi yang terintegrasi dengan *supply chain* telah memberikan dampak positif terhadap performa bisnis EatNEat. Keberhasilan ini ditopang oleh kejelasan arah strategis, koordinasi antarbagian, dan adaptasi cepat terhadap dinamika pasar.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan analisis terhadap hasil yang diperoleh pada EatNEat, peneliti dapat menarik kesimpulan dengan analisis dan pembahasan sebagai berikut:

1. EatNEat telah menerapkan tahapan pengambilan keputusan *supply chain* secara fungsional dan adaptif, meskipun tidak secara eksplisit.
2. Tantangan *supply chain* terjadi pada skala mikro namun berdampak signifikan terhadap stabilitas operasional, beberapa kendala utama yang dihadapi EatNEat antara lain: fluktuasi harga dan ketersediaan bahan baku, ketergantungan pada pemasok yang hanya bisa mengirim dalam jangka waktu tertentu, serta keterbatasan tenaga kerja dan alat produksi yang berdampak pada efisiensi waktu dan volume produksi.
3. Proses *supply chain* terintegrasi melalui komunikasi dan praktik langsung antar pelaku rantai pasok, EatNEat menjalankan proses rantai pasok secara praktis namun terstruktur berdasarkan urutan kegiatan yang konsisten.
4. Struktur biaya *supply chain* dikelola secara efisien melalui sistem pencatatan manual dan digital sederhana, struktur biaya EatNEat terbagi atas lima komponen utama, yaitu bahan baku, produksi, pengemasan, distribusi dan promosi.
5. Manajemen operasi yang dijalankan memiliki keterkaitan erat dengan strategi *supply chain*, strategi operasi EatNEat berfokus pada fleksibilitas produksi, mutu produk, kecepatan layanan, dan pengendalian biaya.
6. Strategi operasional dan *supply chain* terbukti menjadi pilar daya saing EatNEat di pasar, strategi korporat EatNEat berfokus pada inovasi, diferensiasi, dan keterjangkauan.

B. Saran

1. EatNEat disarankan untuk terus Meningkatkan akurasi perencanaan permintaan melalui pencatatan data penjualan harian dan bulanan secara digital menggunakan aplikasi, langkah ini dapat mempermudah proses estimasi kebutuhan produksi serta menghindari kekurangan atau kelebihan bahan baku.
2. EatNEat disarankan menjalin kerja sama dengan lebih dari satu pemasok utama bahan baku, menerapkan sistem manajemen produksi berbasis SOP guna menjaga konsistensi kualitas, meningkatkan kompetensi SDM melalui pelatihan rutin mengenai teknik pengolahan makanan, manajemen operasional sederhana, serta pelatihan digital marketing.

3. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (*mixed methods*) untuk mendapatkan data yang lebih luas dan memperkuat generalisasi hasil, terutama dalam mengukur efisiensi *supply chain* secara numerik.
4. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan narasumber dari pihak eksternal seperti pelanggan loyal untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih menyeluruh terhadap efektivitas rantai pasok EatNEat.

REFERENSI

- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply Chain Management Strategy, Planning, and Operation*.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management* (13th Edition).
- Herry Irawan. (2016). Determining the Characteristic of e-SCM for Small and Medium Enterprise in Screen Printing in Indonesia using SCOR & QFD. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 4(12).
- Kementrian Koperasi dan UKM. (2023). *Laporan Tahunan UMKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop.
- Nurmala, A. (2022). *Tren Konsumsi dan UMKM di Era Digital*. Alfabeta.
- Pujawan, N., & Mahendrawathi. (2017). *Supply Chain Management* (3rd ed.). Andi.
- Pujawan, N., & Mahendrawathi. (2024). *Supply Chain Management* (4th ed.). Lautan Pustaka.
- Ramantoko, G., & Irawan, H. (2017). Information Sharing Model in Supporting Implementation of e-Procurement Service: Case of Bandung City. *International Journal of Supply Chain Management*, 6(3).
- Ratih Hendayani. (2025). *Imperative of Supply Chain Management*. Telkom University International Office.
- Schroeder, R., & Goldstein, S. (2019). *Manajemen Operasional dalam Rantai Pasokan* (7th ed.). Erlangga.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Alfabeta*.
- Tricahyono, D., & Purnamasari, S. R. (2018). Business Ecosystem of SMEs with Value Network Analysis Approach: A Case Study at Binong Jati Knitting Industrial Centre (BJKIC) Bandung. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 26(T), 113–118.
- Widyanti, D., Syamsulbahri, Hannan, S., Erdi, H., Haliawan, P., & Fitriani, H. (2024). *Supply Chain management*. Penerbit Lakeisha.