



Analisis Rantai Pasok Kopi Pada PT Bogor Kopi Indonesia di Bogor

Muhammad Aryo Fachrezi

SV IPB University

Lien Febrina

SV IPB University

Syavira Nayla Shaumy

SV IPB University

Muhammad Daniyal Stis

SV IPB University

Agryani Petra Sitorus

SV IPB University

Khoirul Aziz Husyairi

SV IPB University

Tina Nur Ainun

SV IPB University

Alamat: Jl. Kumbang No.14, RT.02/RW.06 Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128

Korespondensi penulis: muhammadaryofachrezi@apps.ipb.ac.id

Abstrak. *PT Kopi Bogor Indonesia is a company that provides coffee plantation products and guidance for coffee farmers in Bogor. This research was conducted using a survey method with primary and secondary data. Primary data was obtained from interviews with the owner of PT Bogor Kopi Indonesia. The analysis method used is qualitative descriptive analysis. The actors in each supply chain include coffee farmers, the head of farmer partners, PT Bogor Kopi Indonesia, PT Aradea Bogor Kopi, and cafes. The performance of this robusta coffee supply chain is measured by tracing the flow of goods, money, and information. The distribution level in the PT Bogor Kopi Indonesia supply chain is level 3 because there are 3 intermediaries from the supplier to the end consumer. The supply chain strategy used is responsive and the distribution strategy uses a warehousing strategy with a FIFO system. The contribution of farmers in the supply chain is 91% and 95%.*

Keywords: *Supply chain, robusta coffee, coffee bean*

Abstrak. PT Kopi Bogor Indonesia merupakan perusahaan penyedia produk perkebunan kopi dan pembinaan bagi petani kopi di Bogor. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey dengan data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dengan pemilik PT Bogor Kopi Indonesia. Metode analisis yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif kualitatif. Pelaku dari setiap mata rantai pasok meliputi petani kopi, ketua mitra petani, PT Bogor Kopi Indonesia, PT Aradea Bogor Kopi, dan cafe. Kinerja rantai pasok kopi robusta ini diukur dengan menelusuri aliran barang, aliran uang, dan aliran informasi. Tingkatan distribusi pada rantai pasok PT Bogor Kopi Indonesia yaitu tingkat 3 karena terdapat 3 perantara dari supplier ke konsumen akhir. Strategi rantai pasok yang digunakan adalah responsif dan strategi distribusi menggunakan strategi warehousing dengan sistem FIFO. Kontribusi petani dalam rantai pasok yaitu sebesar 91% dan 95%.

Kata Kunci: *rantai pasok, kopi robusta, biji kopi*

PENDAHULUAN

Pada triwulan I Tahun 2023 menunjukkan bahwa perekonomian Indonesia mengalami peningkatan berdasarkan PDB (Produk Domestik Bruto) sebanyak 0,01% dibandingkan triwulan I 2022. Sektor pertanian merupakan sektor ke 9,71% dalam meningkatkan ekonomi untuk triwulan I 2023 sebanyak 5,03% dan triwulan I 2022 sebanyak 5,02%. Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia, pada tahun 2023 Indonesia memproduksi kopi

robusta dan arabika sebanyak 760,2 ribu ton, mengalami penurunan produksi dari tahun 2022 sebanyak 1,9% (BPS, 2024).

Tahun 2023 diprediksi tingkat konsumsi kopi di Indonesia yaitu sebesar 79%. Terpenuhinya tingkat konsumsi kopi di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi kopi di Indonesia yaitu rantai pasok yang dilakukan oleh perusahaan kopi. Hal yang penting dari sebuah rantai pasok yaitu terjaganya aliran produk, aliran informasi, serta aliran keuangan. Petani memiliki peran penting dalam dalam rantai pasok ini karena petani berperan sebagai pemasok, jika dari aspek pemasok tidak berjalan dengan baik maka aliran selanjutnya pun tidak akan berjalan dengan baik.

PT Kopi Bogor Indonesia merupakan salah satu perusahaan penyedia produk perkebunan kopi di Bogor, Jawa Barat yang telah berdiri sejak tahun 2015. PT Kopi Bogor juga merupakan perusahaan pembinaan bagi petani kopi di wilayah Bogor. Perusahaan bertekad untuk mengambil peran dalam mewujudkan dan meningkatkan kesejahteraan petani kopi serta meningkatkan industri kopi di Indonesia. Manajemen rantai pasok berperan terhadap peningkatan daya saing. Hal tersebut tersebut dilakukan dengan menggunakan sumber-sumber secara maksimal dan mengelola rantai kegiatan dari mulai ke hulu sampai ke hilir dengan baik. permasalahan yang berkaitan dengan rantai pasok terjadi dalam industri kopi, misalnya pendapatan tidak merata kepada setiap elemen rantai pasok.

Konsep manajemen rantai pasok sangat penting untuk memastikan kebutuhan konsumen terhadap produk pertanian terpenuhi. Baik itu sebagai bahan baku untuk industri agro maupun sebagai produk segar yang siap konsumsi. Dengan menerapkan konsep ini, semua pihak yang terlibat dalam rantai pasok, mulai dari petani di hulu hingga konsumen akhir di hilir, dapat merasakan keuntungannya (Shoffiyati et al., 2019). Dalam manajemen rantai pasok (SCM) terdapat tiga aliran, yaitu aliran barang, aliran uang, dan aliran informasi. Aliran barang mengacu kepada barang yang beredar di setiap mata rantai pasok. Aliran uang berarti jumlah uang yang beredar di setiap mata rantai pasok. Serta aliran informasi, yaitu informasi yang beredar di dalam rantai pasok. Selain aliran yang ada di dalam rantai pasok, ada pula tingkatan distribusi. Tingkatan distribusi dimulai dari tingkat 0 yang berarti tidak ada perantara dari supplier ke konsumen akhir. Tingkat distribusi 1, yaitu terdapat 1 perantara sebagai contoh petani - pengecer - konsumen akhir. Tingkat distribusi 2, yaitu terdapat 2 perantara dalam rantai pasok, contoh petani - pedagang besar - pedagang kecil - konsumen akhir. Tingkat distribusi 3, yaitu terdapat 3 perantara di dalam rantai pasok, contoh petani - ketua kelompok tani - pedagang besar - pedagang kecil - konsumen akhir.

Kinerja rantai pasok akan menentukan baik atau buruknya suatu manajemen rantai pasok yang diterapkan pada perusahaan. Pengukuran kinerja pada setiap aspek rantai pasok akan dibutuhkan untuk mengevaluasi dan memperbaiki kinerja rantai pasok. Pengukuran ini dilakukan dengan cara menganalisis pada setiap aspek yang terlibat mulai dari mendapatkan bahan baku hingga produk sampai pada tangan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri aktivitas dan menganalisis kinerja rantai pasok di PT Bogor Kopi Indonesia.

KAJIAN TEORI

Supply Chain merupakan jaringan perusahaan yang diciptakan untuk menghantarkan produk ke tangan konsumen akhir (Sucahyowati, 2011). Manajemen rantai pasok adalah sistem yang mengatur hubungan perusahaan dengan pemasok dan konsumen, serta proses produksi dan persediaan (Prasetyo & Ngaini, 2022). Dalam penerapannya supply chain mengelola 3 hal, yaitu aliran barang, aliran uang, dan aliran informasi. Aliran barang melibatkan arus barang jadi dari pemasok ke konsumen akhir melalui suatu jaringan (Geha et al., 2021). Aliran uang meliputi

transaksi, transfer, jadwal pembayaran, dan penetapan kepemilikan (Mizani & Azis, 2021). Aliran informasi merupakan komponen yang penting untuk diperhatikan agar tujuan dari rantai pasok tercapai sehingga dapat menciptakan hubungan yang baik dan transparan yang akan meningkatkan kepercayaan konsumen (Purnama et al., 2021).

Fokus utama dari rantai pasok adalah pemilihan, pengembangan, dan integrasi pemasok (Tampubolon & Surjasa, 2022). Dalam supply chain juga ada mata rantai yang berperan sebagai pelaku di dalam jaringan, seperti petani, pedagang kecil, pedagang besar, dan konsumen akhir. Perusahaan yang ada di dalam supply chain bekerjasama untuk membuat produk berkualitas dan murah serta pengiriman tepat waktu. Supply chain management memiliki banyak manfaat, di antaranya ialah mencapai kepuasan pelanggan, meningkatkan pendapatan, menekan pengeluaran biaya, dan perusahaan berkembang. Dalam supply chain management terdapat prinsip-prinsip, yaitu mensegmentasikan pelanggan terhadap kebutuhan, pilih jaringan logistik yang tepat, melakukan demand planning, diferensiasi produk, pengelolaan supply yang strategis, penggunaan teknologi, dan pengukuran kinerja supply.

Farmer share merupakan indikator yang menyatakan efisiensi operasional yang menuntukkan besaran bagian yang diterima oleh petani dari suatu rantai pasok (Iswahyudi & Sustiyan, 2019a). Nilai farmer share tidak selalu menunjukkan saluran tersebut efisien. Fungsi saluran-saluran pemasaran berimplikasi dengan biaya dan keuntungan yang didapat dari setiap lembaga yang terlibat dinamakan margin pemasaran. Tingkat farmer share yang rendah menunjukkan bahwa margin pemasaran tinggi yang mengakibatkan petani mendapatkan keuntungan yang rendah (Sumarni, 2021). Saluran distribusi dibedakan berdasarkan jumlah tingkatannya, diantaranya saluran distribusi langsung atau nol tingkat, saluran distribusi satu tingkat, dan saluran distribusi dua tingkat (Mulyana, 2019). Saluran nol tingkat yaitu produsen menjual langsung ke konsumen akhir. Saluran satu tingkat yaitu hanya ada satu perantara di antara produsen dan konsumen akhir. Sedangkan, saluran dua tingkat yaitu terdapat dua perantara di antara produsen dan konsumen akhir.

Strategi rantai pasok ada 2, yaitu strategi responsif dan efisien. Strategi responsif merupakan kemampuan perusahaan di dalam rantai pasok untuk memenuhi permintaan dengan cepat (Adriansyah, 2016). Sedangkan strategi efisien berarti pengaturan di dalam perusahaan yang menghilangkan biaya yang sekiranya tidak diperlukan oleh perusahaan (Amrozi et al., 2022). Persediaan adalah bahan atau barang yang disimpan di gudang penyimpanan perusahaan untuk melakukan proses produksi (Susanti et al., 2018). Ada beberapa metode persediaan, yaitu FIFO, LIFO, dan average. FIFO (first in first out) adalah barang yang pertama masuk adalah barang yang dikeluarkan terlebih dahulu (Widyasari et al., 2021). LIFO (last in first out) adalah barang yang terakhir masuk yang dikeluarkan terlebih dahulu (Tanjung et al., 2023). Average adalah metode pencatatan persediaan yang digunakan untuk menentukan biaya per unit persediaan yang didasarkan pada rata-rata tertimbang dari jumlah unit yang sama dan biaya per unit yang dibeli selama satu periode waktu (Aprilia et al., 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey dengan data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dengan pemilik PT Bogor Kopi Indonesia. Data sekunder diperoleh melalui penelitian literatur, penelusuran internet, jurnal-jurnal, serta dokumen pendukung lainnya yang relevan. Metode analisis yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif diterapkan untuk mempelajari struktur rantai

pasok dengan mengukur efektivitas rantai pasok dengan melacak aliran barang, uang, dan informasi (Ratna et al., 2022)

Penelitian ini dilaksanakan dengan berfokus pada PT Bogor Kopi Indonesia yang berperan sebagai pelaku rantai pasok. Waktu pelaksanaan penelitian yaitu April 2024. Objek penelitian meliputi elemen rantai pasok, aliran rantai pasok, manajemen rantai pasok, struktur rantai pasok, dan keterlibatan petani dalam rantai pasok yang dianalisis menggunakan farmer share. Farmer share dapat diukur melalui perbandingan harga yang dibayar konsumen akhir dengan tingkat harga yang diperoleh petani (Iswahyudi & Sustiyana, 2019b). Perumusan farmer share secara sistematis dapat dinyatakan dengan:

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

Fs = Persentase yang diterima oleh petani (Farmer Share)

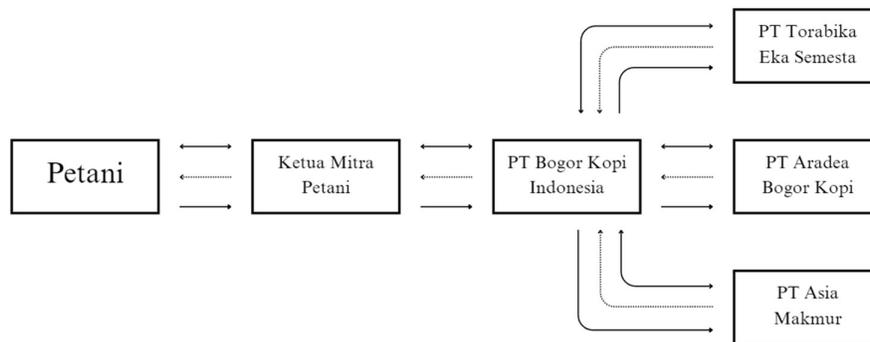
Pf = Harga pada petani (Rp/Kg)

Pr = Harga yang dibayarkan konsumen akhir (Rp/Kg)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Struktur rantai pasok kopi robusta adalah susunan kegiatan atau jaringan kerjasama pengadaan barang atau jasa (Yulian et al., 2019). Jaringan rantai kegiatan tersebut terdiri dari aktivitas hulu sampai hilir yaitu mulai dari persiapan lahan, pembibitan, penanaman, pemeliharaan sampai panen. Rantai pasok melibatkan berbagai elemen dan pihak, baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung (Noviantari et al., 2015). PT Bogor Kopi Indonesia merupakan perusahaan yang membina petani-petani di wilayah Bogor. Petani yang dibina oleh PT Bogor Kopi Indonesia berjumlah 120 orang dengan ketua mitra yang berjumlah 8 orang. Rata-rata usia petani di perusahaan ini yaitu sekitar 45 sampai 55 tahun dan luas lahan perkebunan kopi petani yang dibina yaitu sebesar 429 hektar.

Gambar 1. Skema rantai pasok PT Bogor Kopi Indonesia



Keterangan :

↔ = Aliran Informasi

←..... = Aliran Uang

→..... = Aliran Barang

Berdasarkan skema di atas, pelaku dari setiap mata rantai meliputi petani kopi, ketua mitra petani, PT Bogor Kopi Indonesia, PT Torabika Eka Semesta, PT Asia Makmur, dan PT Aradea Bogor Kopi. Jenis kopi yang diperdagangkan pada rantai pasok ini adalah kopi robusta. Adapun aktivitas kunci petani meliputi penanaman, perawatan, dan pemanenan kopi serta menjualnya ke ketua mitra tani. Sedangkan ketua mitra tani adalah penampung hasil panen dari

petani kopi kemudian bertugas untuk mengganti karung dan menyimpan hasil panen dari petani. Aktivitas kunci PT Bogor Kopi Indonesia adalah menjual biji kopi green bean dari ketua mitra tani ke PT Aradea, PT Torabika, dan PT Asia Makmur. PT Aradea mengolah green bean menjadi roasted bean dan dikemas lalu dijual. PT Torabika mengolah green bean menjadi minuman kopi. PT Asia Makmur melakukan ekspor biji kopi ke negara tujuan ekspor. Kinerja rantai pasok kopi robusta ini diukur dengan menelusuri aliran barang, aliran uang, dan aliran informasi.

Aliran barang bergerak dari hulu ke hilir, mulai dari petani hingga ke konsumen akhir. Aliran barang petani kepada ketua mitra tani berupa biji kopi robusta berbentuk green bean. Kemudian dari ketua kelompok tani ke PT Bogor Kopi Indonesia adalah kopi robusta green bean juga, tetapi karung yang digunakan diganti dengan menyesuaikan standar PT Bogor Kopi Indonesia. Biji kopi dikirimkan ke PT Bogor Kopi Indonesia maksimal tiga hari dari hari panen. Kemudian, dari PT Bogor Kopi Indonesia ke PT Aradea, PT Torabika dan PT Asia Makmur yaitu biji kopi robusta berbentuk green bean.

Aliran uang bergerak dari hilir ke hulu, mulai dari konsumen akhir sampai ke petani kopi. Aliran uang dari ketua mitra ke petani seharga Rp. 50.000,00/kg. Kemudian dari PT Bogor Kopi Indonesia ke ketua mitra seharga Rp. 50.300,00/kg. Selanjutnya dari PT Aradea ke PT Bogor Kopi Indonesia seharga Rp. 55.000,00/kg. Metode pembayaran dari PT Aradea ke PT Bogor Kopi Indonesia menggunakan term of payment yaitu satu bulan setelah barang sampai di PT Aradea. Aliran uang dari PT. Asia Makmur dan Torabika sebesar Rp. 52.500,00.

Aliran informasi bergerak dari hulu ke hilir dan sebaliknya dari hilir ke hulu. Aliran informasi yang ada pada rantai pasok ini berupa informasi terkait harga biji kopi, kualitas biji kopi, kuantitas biji kopi dan jenis biji kopi. Aliran informasi yang baik akan berpengaruh pada aliran produk dan aliran uang. Informasi yang baik memerlukan komunikasi dua arah dari setiap pelaku rantai pasok agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam aktivitas di setiap rantai pasok.

Tingkatan distribusi pada rantai pasok PT Bogor Kopi Indonesia adalah tingkat 3 karena terdapat 3 perantara dari supplier ke konsumen akhir. Petani sebagai supplier cafe sebagai konsumen akhir dengan perantara ketua mitra tani, PT Bogor Kopi Indonesia, serta PT Aradea. Strategi rantai pasok yang digunakan adalah responsif, hal ini dikarenakan biji kopi harus cepat diolah agar tidak ada biji kopi yang membusuk. Strategi distribusi menggunakan strategi warehousing yang mana ketua mitra tani yang menyimpan biji kopi di dalam gudang menggunakan sistem FIFO (first in first out). Sistem FIFO berarti mengeluarkan barang yang lebih awal masuk dalam gudang penyimpanan.

Tabel 1.
Efisiensi rantai pasok kopi robusta di PT Bogor Kopi Indonesia ke PT Aradea

No.	Deskripsi	Nilai
1.	Harga di petani	Rp. 50.000,00
2.	Harga di konsumen akhir	Rp. 55.000,00
<i>Farmer Share (%)</i>		91%

Pengukuran kontribusi petani dalam rantai pasok menggunakan farmer share. Pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa nilai farmer share adalah 91%. Artinya kontribusi petani dalam rantai pasok PT Bogor Kopi Indonesia adalah sebesar 91% dengan harga di petani sebesar Rp 50.000,00 per kilogram dan harga di konsumen akhir atau PT Aradea sebesar Rp 55.000,00 per kilogram.

Tabel 2.
**Efisiensi rantai pasok kopi robusta di PT Bogor Kopi Indonesia
ke PT Torabika dan PT Asia Makmur**

No.	Deskripsi	Nilai
1.	Harga di petani	Rp. 50.000,00
2.	Harga di konsumen akhir	Rp. 52.500,00
	<i>Farmer Share (%)</i>	95%

Pengukuran kontribusi petani dalam rantai pasok menggunakan farmer share. Pada Tabel 2, dapat dilihat bahwa nilai farmer share adalah 95%. Artinya kontribusi petani dalam rantai pasok PT Bogor Kopi Indonesia adalah sebesar 95% dengan harga di petani sebesar Rp 50.000,00 per kilogram dan harga di konsumen akhir atau PT Torabika dan PT Asia Makmur sebesar Rp 52.500,00 per kilogram.

KESIMPULAN

Rantai pasok kopi di PT Bogor Kopi Indonesia menggunakan strategi responsif warehousing, artinya strategi yang digunakan peka terhadap waktu karena kopi harus cepat diolah dan warehousing karena menggunakan gudang sebagai tempat penyimpanan sementara biji kopi. Rantai pasok ini juga merupakan rantai pasok tingkat 3 karena menggunakan tiga perantara untuk mengantarkan produk sampai ke konsumen akhir. Produk akhir dari rantai pasok ini adalah kopi robusta panggang. Tingkat farmer share ke PT Aradea bernilai 91% yang artinya kontribusi petani dalam rantai pasok bernilai 91%. Sedangkan, tingkat farmer share ke PT Torabika dan PT Asia Makmur sebesar 95%. Hal ini berarti tingkat kontribusi petani ke PT Torabika dan PT Asia Makmur lebih tinggi dibandingkan ke PT Aradea.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah. (2016). *PENGARUH PRAKTEK SCM TERHADAP RESPON RANTAI PASOKAN DAN KEUNGGULAN BERSAING SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Pada UKM Di Kabupaten Sleman)*. 1–12.
- Amrozi, Y., Ramadhan, H., & Maulana, M. I. (2022). Responsive Strategy Versus Efficiency Strategy On New Product Launches (A Study Literature). *MEDIA EKONOMI*, 22(1), 45–52.
- Aprilia, N. M., Baidlowi, H. I., & Dwihandoko, T. H. (2020). *ANALISIS PERHITUNGAN PERSEDIAAN DENGAN METODE FIFO, LIFO DAN AVERAGE PADA UKM MEGAH SANDAL MOJOKERTO TAHUN 2020*. 1–11.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). <https://www.bps.go.id/>.
- Geha, A., Putu Nursiani, N., & 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.
- Iswahyudi, & Sustiyana. (2019a). POLA SALURAN PEMASARAN DAN FARMER'S SHARE JAMBU AIR CV CAMPLONG. *Jurnal Hexagro*, 3(2), 33–38.
- Iswahyudi, & Sustiyana. (2019b). POLA SALURAN PEMASARAN DAN FARMER'S SHARE JAMBU AIR CV CAMPLONG. *Jurnal Hexagro*, 3(2), 33–38.

- Mizani, T. T., & Azis, A. M. (2021). Analisis kerangka kerja, aliran, dan hambatan rantai pasokan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 17–24.
<https://doi.org/10.28932/jmm.v21i1.4040>
- Mulyana, M. (2019). STRATEGI DISTRIBUSI. *EKMA 4216 MANAJEMEN PEMASARAN*, 51–56.
- Noviantari, K., Hasyim, A. I., & Rosanti, N. (2015). ANALISIS RANTAI PASOK DAN NILAI TAMBAH AGROINDUSTRI KOPI LUWAK DI PROVINSI LAMPUNG. *JIIA*, 3(1), 10–17.
- Prasetyo, M. B., & Ngaini, S. N. (2022). Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Daya Saing Melalui Efisiensi Produksi. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(04), 209–220. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Purnama, A., Noor, T. I., & Yusuf, M. N. (2021). ANALISIS RANTAI PASOK CABAI RAWIT DI DESA CIANDUM KECAMATAN CIPATUJAH KABUPATEN TASIKMALAYA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 8(2), 313323.
- Ratna, Berliana, D., & Fitriani. (2022). Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Kopi Robusta di Kabupaten Lampung Barat. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian*, 3(1), 180–190. <https://doi.org/10.47687/snppvp.v3i1.304>
- Shoffiyati, P., Noer, M., Syahni, R., & Asrinaldi. (2019). ANALISIS KINERJA RANTAI PASOK AGROINDUSTRI KAKAO DI KABUPATEN LIMA PULUH KOTA, PROVINSI SUMATERA BARAT. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 29(1), 27–33. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2019.29.1.27>
- Sucahyowati, H. (2011). MANAJEMEN RANTAI PASOKAN (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT). *GEMA MARITIM*, 13(1), 20–28.
- Sumarni, M. (2021). ANALISIS FARMER'S SHARE KOMODITAS BAWANG MERAH. *Jurnal Agercolere*, 3(2), 52–58. <https://doi.org/10.37195/jac.v3i2.130>
- Susanti, P., Wisnubroto, P., & Parwati, C. I. (2018). ANALISIS PERSEDIAAN BIAYA BAHAN BAKU DENGAN MENGGUNAKAN METODE FIFO, LIFO, DAN AVERAGE COST PADA PRODUKSI MAJALAH DJAKA LODANG PADA PT MURIA BARU. *Jurnal REKAVASI*, 6(2), 91–99.
- Tampubolon, V. R., & Surjasa, D. (2022). Pengaruh manajemen rantai pasok dan SDM terhadap kinerja pada perusahaan gas bumi. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(3), 603–613.
- Tanjung, Z. P., Tambunan, Y. S., & Lubis, R. H. (2023). PENERAPAN METODE FIFO DAN METODE LIFO DALAM MENJAGA EFEKTIVITAS PERSEDIAAN PUPUK (STUDI KASUS PT. CAHAYA PELITA ANDHIKA) KABUPATEN TAPANULI TENGAH. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1).
- Widyasari, N., Palinggi, Y., & Hermanto, M. (2021). ANALISIS PENERAPAN METODE FIRST IN FIRST OUT (FIFO) DAN AVERAGE UNTUK PENILAIAN PERSEDIAAN KERTAS HVS PADA MUARA KAMAN COPY & PRINT CENTER DI TENGGARONG. *JEMI*, 2121(2), 1.
- Yulian, N. F., Kuswardhani, N., & Amilia, W. (2019). IDENTIFIKASI DAN ANALISIS STRUKTUR RANTAI PASOK KOPI RAKYAT ROBUSTA KECAMATAN BANGSALSARI, JEMBER. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 10–15.