



PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PERUSAHAAN PLAZA ASIA TASIKMALAYA

Dian Kurniawan^{a,*}

^a Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, Jl. Siliwangi No. 24 Tasikmalaya, Indonesia

*diankur77@yahoo.com

Diterima: Juni 2016. Disetujui: Juli 2016. Dipublikasikan: November 2016

ABSTRACT

The objects of this research were to know and analyzed the implementation of supply chain management, competitive advantages, and the influence of supply chain management to competitive advantages Plaza Asia Tasikmalaya Company. The research method used was survey method. Techniques of data collection using interview, questionnaire and literature. The sampling technique using census sampling with a sample size of 39 respondents taken from department fresh employees of Plaza Asia tasikmalaya partners. Data analysis techniques using regression analysis. Based on survey results show that the supply chain management is applied by Plaza Asia Tasikmalaya Company is good classification, competitive advantages Plaza Asia Tasikmalaya Company is good classification, as well as supply chain management has positive effect to competitive advantages Plaza Asia Tasikmalaya Company.

Keywords: *supply chain management; competitive advantages.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis rantai pasokan keunggulan bersaing dan pengaruh rantai pasokan terhadap keunggulan bersaing perusahaan *Plaza Asia Tasikmalaya*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel sensus dengan sampel sebanyak 39 orang responden yang diambil dari karyawan *department fresh* dari mitra plaza asia Tasikmalaya. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa rantai pasokan yang diterapkan *Plaza Asia Tasikmalaya* termasuk dalam klasifikasi baik, keunggulan bersaing *Plaza Asia Tasikmalaya* termasuk dalam klasifikasi baik, Sehingga rantai pasokan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing perusahaan *Plaza Asia Tasikmalaya*.

Kata Kunci: manajemen rantai pasokan; keunggulan bersaing.

PENDAHULUAN

Krisis ekonomi yang terjadi saat ini menjadikan perilaku konsumen lebih rasional dan cermat, mereka lebih mengutamakan nilai (*value*) dari produk yang mereka beli. Nilai (*value*) merupakan

perbandingan antara keuntungan (*benefit*) dan biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk menikmati manfaat dari produk tersebut. Dalam rangka menyediakan nilai bagi konsumen, perusahaan perlu mengembangkan produk yang benar-benar bernilai, artinya produk

tersebut tidak hanya memenuhi selera konsumen melainkan juga harus tersedia harga yang layak dan terjangkau oleh konsumen yang menjadi pangsa pasar perusahaan.

Untuk memenangkan persaingan bisnis saat ini perusahaan harus memiliki strategi yang baik. Ada banyak pendapat mengenai strategi, salah satunya menurut Johnson dan Scholes (2003:88) :

"Strategy is the direction and scope of an organization over the long term: which achieves advantage for the organisation through its configuration of resources within a challenging environment, to meet the needs of markets and to fulfil stakeholder expectations".

Inti dari pendekatan ini adalah untuk mempertahankan bisnis jangka panjang perusahaan harus dapat menyelaraskan sumber yang dimiliki dengan pasar yang ingin digarap dan kondisi lingkungannya. Di samping itu perusahaan juga harus dapat bersaing untuk memberikan nilai lebih kepada konsumen (*stakeholder*).

Menurut Widjaja Tunggal (2008:4), sumber daya yang bisa dikatakan paling *unique* dan *inimitable* adalah sumber daya pengetahuan (*knowledge*). *Knowledge* digunakan untuk mengelola dan mengkoordinasikan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk berkompetisi. Perusahaan yang memiliki sumber daya *knowledge* melebihi pesaingnya akan lebih inovatif dan memberikan "nilai" yang lebih besar kepada konsumen. Apabila *knowledge* disebut sebagai sumber stratejik yang paling penting, maka kemampuan untuk mengumpulkan, mengintegrasikan, menyimpan, menyebarkan, serta penerapannya merupakan kapabilitas yang paling penting untuk membangun dan mempertahankan *competitive advantage*.

Salah satunya adalah dengan mengintegrasikan mata rantai pasokan (*Suplly Chain*) dan wawasan serta pengetahuan terkini tentang manajemen rantai pasokan diakui dapat meningkatkan

kompetensi tersebut. Sejalan dengan praktek manajemen rantai pasokan dalam dunia bisnis yang berkembang pesat, ilmu *Supply Chain Management* atau biasa disingkat dengan *Supply Chain Management*, mengalami perkembangan yang signifikan. Pengelolaan yang efektif atas integrasi antar pemain dalam rantai pasokan, perencanaan dan pengendalian yang baik atas kegiatan pengadaan pasokan, efisiensi aliran pasokan hingga sampai ketitik konsumen akhir. *Supply Chain Management*, merupakan pengembangan dari *Strategic Alliance* yang menekankan hubungan baik dengan pemasok. Hubungan baik dengan pemasok ini dikembangkan dengan tidak hanya melibatkan pemasok saja akan tetapi seluruh rantai yang terlibat dalam pergerakan bakal bahan baku sampai dengan pihak yang membuat produk jadi diterima konsumen akhir (anggota *supply chain*). Konsep *Supply Chain Management* menghendaki terjadinya hubungan saling menguntungkan antar anggota *supply chain*, karena sesungguhnya mereka saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya.

Persaingan usaha di industri buah dan sayur semakin kompetitif karena semakin banyak perusahaan buah dan sayur yang menawarkan berbagai jenis produk dan keunggulan yang cukup *variatif* dan dengan harga yang bersaing. Hal ini mengharuskan Perusahaan *Plaza Asia* Tasikmalaya salah satu perusahaan yang memproduksi berbagai produk dan salah satu nya buah dan sayur, mampu mengatur strategi sehingga perusahaan tetap *exist* dalam persaingan dengan perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan. Untuk menjaga keberlangsungan usahanya perusahaan harus mampu melakukan analisa pengukuran kinerja.

Salah satu caranya adalah menerapkan *supply chain management*. Strategi ini dipilih karena dipandang sebagai cara yang paling efektif untuk memadukan seluruh pihak yang terlibat

dan berkepentingan terhadap berjalannya suatu proses produksi serta dapat melengkapi celah-celah kosong yang ada di dalam strategi bisnis perusahaan. Oleh karena itu, pengetahuan tentang *products, services, processes, customers, stakeholder relationships, supplier, people*, lingkungan bisnis, dan *organizational memory*, akan menjadikan perusahaan memahami tujuan keberadaan dan cara mencapainya.

Perusahaan *Plaza Asia* merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang ritel di Kota Tasikmalaya yang sudah menerapkan Manajemen Rantai Pasokan. Dalam operasinya perusahaan harus mampu menyampaikan produk dengan kualitas dan kuantitas sesuai dengan permintaan, berkesinambungan, tepat waktu serta harga yang murah. Fenomena yang terjadi saat ini adalah naiknya harga sayuran dan buah-buahan. Beban masyarakat kian berat karena mereka harus mengeluarkan uang lebih dalam lagi seiring dengan terjadinya kenaikan harga sejumlah komoditas sayuran dan buah-buahan, baik lokal maupun impor. Pada pasar modern harga jual beberapa komoditas sayuran dan buah-buahan naik cukup signifikan. Kenaikan dapat mencapai 50 persen. Dengan demikian, efisiensi tidak hanya dilakukan pada individu perusahaan melainkan harus dilakukan pada seluruh rantai pasokan perusahaan *Plaza Asia* Tasikmalaya.

Dalam persaingan saat ini, perusahaan dituntut untuk menyadari bahwa persaingan yang terjadi merupakan persaingan antar jaringan rantai pasokan.. Kondisi tersebut menuntut adanya suatu teori dan praktek manajemen yang mampu mengintegrasikan pengelolaan berbagai fungsi bisnis dalam suatu hubungan antar organisasi. Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, penulis dapat merumuskan rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing Perusahaan *Asia Plaza* Tasikmalaya.”

KAJIAN TEORI

Sebelum membahas *Supply Chain Management*, terlebih dahulu perlu diketahui batasan dari pengertian *supply chain*. Untuk lebih jelasnya lagi akan di sajikan pengertian *supply chain* dari para ahli adalah sebagai berikut :

Menurut Amin W idjaja Tunggal (2012:3):

“*Supply chain management* adalah integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, perubahan dari bahan setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan.

Menurut Eko Indrajit (2002:5):

“*Supply chain* merupakan suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada pelanggan. Rantai ini merupakan jaringan atau jejaring dari berbagai organisasi yang saling berhubungan yang mempunyai tujuan yang sama yaitu sebaik mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang atau jasa tersebut”.

Jadi *Supply Chain Management* merupakan sistem integrasi antar organisasi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi melalui pendekatan fungsi dalam mengintegrasikan aktivitas-aktivitas perusahaan yang terlibat dalam suatu rantai nilai (*value chain*).

Menurut Amin Widjaya tunggal (2012:4), Adapun indikator-indikator Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*) adalah:

1. Lokasi
2. Transportasi
3. Persediaan dan Peramalan
4. Pemasaran dan Saluran Restruktur
5. Sumber dan Manajemen Pemasok
6. Informasi dan Media Elektronik
7. Pelayanan dan Layanan Purna jual
8. Perputaran Logistik dan Isu Terbaru
9. *Outsourhcing* dan Aliansi Strategi
10. Isu Global

Menurut Michael E.Porter alih bahasa Dr.lindon saputra (2008:9) : “Keunggulan bersaing merupakan inti dari

sebauhkinerja perusahaan dalam pasar yang bersaing. Dan diperjelaskan dalam jurnal yang di buat oleh Abdilah Mundir SE,MM, menjelaskan menurut pendapat Styagraha (1994:14) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu badan usaha untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan.

Adapun indikator-indikator dalam keunggulan bersaing menurut Haryanto (1999:221) adalah:

1. Hubungan dengan pelanggan
2. Pemimpin produk
3. Operasionalisasi produk
4. Ancaman pendatang baru
5. Ancaman produk baru
6. Kekuatan tawar menawar pemasok
7. Kekuatan tawar menawar pembeli
8. Persaingan sesama industri
9. Kualitas produk
10. Kemajuan perusahaan

METODE PENELITIAN

Sampel Sasaran

Sampel diambil sebanyak 39 orang responden yang diambil dari karyawan *department fresh* dari mitra plaza asia Tasikmalaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel sensus, dimana populasi yang diteliti dijadikan sampel seluruhnya. Menurut Sugiyono (2012:161) "Sensus terjadi apabila setiap anggota atau karakteristik di dalam populasi dikenai penelitian".

Teknik Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yang terdiri dari satu variabel bebas (*independent variable*), yaitu *Supply Chain Management* (X) dan variabel terikat (*dependent variable*) adalah Keunggulan bersaing (Y).

Teknik yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Tujuan digunakan analisis regresi sederhana adalah untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel

dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Adapun analisis regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX \quad (\text{Sugiyono, 2009: 270})$$

Dimana :

Y = Variabel tidak bebas

X = Variabel bebas

a = Nilai intercept

b = Koefisien arah regresi

Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengetahui mengukur prosentase pengaruh *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing, dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Husein Umar (2002 : 181) adalah :

$$Kd = (r^2) \times 100$$

Keterangan:

Kd : koefisien determinasi

r^2 : nilai koefisien korelasi.

Pengujian Hipotesis

Setelah nilai koefisien determinasi diperoleh, selanjutnya dilakukan pengujian signifikansi untuk menguji pengaruh *Supply Chain Management* (X) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) dengan hipotesis :

H_0 : $p = 0$ tidak terdapat pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing.

H_a : $p \neq 0$ terdapat pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing.

Untuk menguji hipotesis di atas maka digunakan pengujian dengan t_{hitung} dengan tingkat keyakinan sebesar 95% pada taraf nyata (α) sebesar 0,05 pada uji dua pihak, sehingga dapat diketahui kriteria ujinya sebagai berikut :

Jika $-t_{tabel} \leq t_{hit} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hit} < -t_{tabel}$ dan $t_{hit} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Keseluruhan pengujian dalam penelitian ini baik Validitas, Reliabilitas, analisis deskriptif, Msi,

Korelasi determinasi, pengujian hipotesis menggunakan program excel versi 2007 dan Untuk mempermudah perhitungan digunakan SPSS versi 17 (Sumber : Singgih Santoso, 2001, Latihan SPSS Non Parametrik) sehingga diharapkan akan diperoleh hasil yang lebih kompetibel dan akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk melihat pengaruh langsung variabel *Supply Chain Management* (X) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) Plaza Asia Tasikmalaya, tersaji pada Tabel 1 :

Tabel 1. *Coefficients*^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.314	3.009		4.092	.000
X	.691	.109	.721	6.332	.000

a. Dependent Variable

Sumber Tabel : Perhitungan SPSS

Dari Tabel *Coefficients* maka didapat suatu persamaan regresi, yaitu:

$$Y = 12,314 + 0,691 X \quad (3)$$

Dimana:

- Y = Keunggulan Bersaing
- X = *Supply Chain Management*
- a = 12,314
- b = 0,691

Persamaan regresi tersebut menyatakan bahwa variabel X (*Supply Chain Management*) memberikan pengaruh positif pada variabel Y (Keunggulan Bersaing), yang berarti bahwa pengaruh dari *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing memberikan kontribusi yang positif yaitu sebesar 0,691 setiap kenaikan atau peningkatan pelaksanaan aktivitas *Supply Chain Management* yang dilakukan perusahaan. Koefisien Regresi positif

tersebut menunjukkan semakin baik *Supply Chain Management* yang dilaksanakan maka Keunggulan Bersaing Perusahaan Plaza Asia Tasikmalaya pun akan semakin meningkat. Adapun pelaksanaan *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan Plaza Asia Tasikmalaya sudah cukup baik hal ini ditunjukkan oleh nilai konstanta yang positif yaitu sebesar 12,314.

Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Supply Chain Management* terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan Plaza Asia Tasikmalaya digunakan koefisien determinasi (*square/ rd = (r)²*).

Tabel 2. *Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.520	.507	3.68001

a. Predictors: (Constant), X

Sumber Tabel : Perhitungan SPSS

Dari tabel *model summary* diperoleh angka R square sebesar 0,520. Hasil tersebut diperoleh dari pengkuadratan koefisien korelasi, atau $0,721 \times 0,721 = 0,520$. R square dapat disebut juga koefisien determinasi yang berkisar antara 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil angka R square maka akan semakin lemah pula hubungan kedua variabel.

Dari hasil perhitungan didapat R square 0,520 atau 521% yang dalam hal ini berarti *Supply Chain Management* yang dilakukan Perusahaan Plaza Asia Tasikmalaya memiliki pengaruh positif terhadap Produktivitas Kerja yang dicapainya sebesar 52%. Hal tersebut menunjukkan semakin baik *Supply Chain Management* yang dilakukan maka Keunggulan Bersaing yang dicapai pun cenderung akan semakin meningkat. Sedangkan sisanya yaitu $100\% - 52\% = 48\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang

tidak diteliti. Faktor lain yang tidak diteliti adalah faktor-faktor selain *Supply Chain Management* yang dapat mempengaruhi Keunggulan Bersaing Perusahaan *Plaza Asia Tasikmalaya*.

Pengujian Hipotesis

Dari Tabel *Coefficients* diketahui bahwa t hitung adalah sebesar 6,332 atau $\text{sig. } (0,000) \leq \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak. Dengan demikian hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Diterimanya hipotesis alternatif menunjukkan bahwa pada tingkat keyakinan 95% *Supply Chain Management* berpengaruh positif terhadap keunggulan Bersaing Perusahaan *Plaza Asia Tasikmalaya*.

Hasil analisis tersebut dapat diketahui bahwa keunggulan Bersaing Perusahaan *Plaza Asia Tasikmalaya* dipengaruhi oleh *supply chain management*. *supply chain management department fresh* dari mitra plaza asia Tasikmalaya ditunjukkan dengan perusahaan *plaza asia* berada di tempat yang strategis, arus barang atau transportasi lancar, baik dalam penyediaan sarana dan prasarana, pemasaran terlaksana dengan baik, pemasok merupakan salah satu sumber yang penting dalam melaksanakan aktivitas perusahaan, informasi dan teknologi yang dimiliki cukup memadai, pelayanan yang diberikan kepada semua mitra dan konsumennya baik, memperhatikan dengan baik perputaran logistik dan isu yang terjadi di sekitar lingkungan perusahaan, mengatur dengan baik semua kebutuhan mitranya dalam melakukan tugasnya masing-masing serta memperhatikan dengan baik mengenai perkembangan ekonomi dan perusahaan pesaingnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada sebelumnya, maka dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut:

1. *Supply Chain Management* di Perusahaan *Plaza Asia*

Tasikmalaya termasuk dalam klasifikasi baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan perusahaan *plaza asia* berada di tempat yang strategis, arus barang atau transportasi lancar, baik dalam penyediaan sarana dan prasarana, pemasaran terlaksana dengan baik, pemasok merupakan salah satu sumber yang penting dalam melaksanakan aktivitas perusahaan, informasi dan teknologi yang dimiliki cukup memadai, pelayanan yang diberikan kepada semua mitra dan konsumennya baik, memperhatikan dengan baik perputaran logistik dan isu yang terjadi di sekitar lingkungan perusahaan, mengatur dengan baik semua kebutuhan mitranya dalam melakukan tugasnya masing-masing serta memperhatikan dengan baik mengenai perkembangan ekonomi dan perusahaan pesaingnya.

2. Keunggulan bersaing perusahaan *Plaza Asia Tasikmalaya* termasuk dalam klasifikasi baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan konsumen, mampu menghasilkan produk yang berkualitas, memperhatikan pengenalan produk baru di pasaran, waspada terhadap ancaman pesaing baru, memperhatikan produk pengganti yang dapat menurunkan kualitas produk perusahaan, tawar menawar dengan pemasok lancar, terjalin kerjasama yang baik dengan semua mitra perusahaan, menghasilkan keuntungan dari penjualan, mampu bersaing dengan pesaingnya dan persaingan yang dilakukan memberikan kemajuan terhadap *Plaza asia Tasikmalaya*.
3. *Supply chain management* berpengaruh positif terhadap

keunggulan bersaing perusahaan Plaza Asia Tasikmalaya.

Adapun saran yang dapat diberikan pada bagian *department fresh* dari mitra plaza asia Tasikmalaya yang diambil dari poin terendah dari masing-masing indikator tiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan sarana dan prasarana yang telah ada, bisa dengan cara ditambah ataupun dimaksimalkan lagi sarana dan prasarana yang telah ada agar membantu kelancaran sistem *supply chain management* yang dijalankan.
2. Pemasaran harus lebih ditingkatkan lagi, misalkan dengan mengadakan promosi dalam bentuk *discount* atau mengadakan bazaar tidak ada salahnya untuk dicoba.
3. Teknologi untuk menunjang sarana informasi lebih dioptimalisasi lagi untuk menunjang kinerja karyawan agar terus berkembang.
4. Lebih peka terhadap produk baru yang sedang marak dipasaran dan menjadi tren dikalangan masyarakat agar konsumen mendapat apa yang mereka cari di Plaza Asia Tasikmalaya.

REFERENSI

- Adi Nugroho dan Dwi Sunan Prasetyo. 1996. *Pengantar penyusun skripsi*, Solo: Renika Cipta.
- Agustinus Sri Wahyuni. 1996. *Manajemen Strategik Pengantar Proses Berpikir Strategik*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Anders Segerstedt, Thomas Olofsson, (2010) "Supply chains in the construction industry", Supply Chain Management: An International Journal, <http://www.suport@emeraldinsight.com/vol5/supplychainintheconstructionindustry> Vol. 15 Iss: 5, pp.347 – 353 [accessed January 24, 2010]
- Barney, J.B. (1991). "Firm resources and sustained competitive advantage", *Journal of Management*, 17, pp. 99-120. BPC PHRI Surabaya.
- Cohen, William alih bahasa syaputra. 1988. *The Practice of Marketing Management Analysis. Planning and implementation*. New York: Macmillan Publishing Company
- Commerce-Database.com. (2004). "Knowledge management definition", available from <http://www.commerce-database.com/knowledge-management.htm>. source=google. [accessed September 17, 2008].
- Eko Indrajit, Richardus, 2000 "Konsep Manajemen Supply Chain", Jakarta: Grasindo.
- Ghalib, A.K. (2004). "Systemic knowledge management: Developing a model for managing organisational assets for strategic and sustainable competitive advantage", *Journal of Knowledge Management Practice*, available from <http://www.tlinc.com/articl56.htm> [accessed September 15, 2008].
- Henri Simamora. 2001. *Akuntansi Manajemen*. Edisi kedua. Yogyakarta: Bagian Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPKN
- Hermawan Kertajaya. 1996. *Serial Marketing Terlaris, Marketing Plus 3, Jalur Sukses untuk Bisnis Jalur Bisnis untuk sukses*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Hitt, Michael A., R. et al. Alih bahasa Iskandar. 2001. "Manajemen Strategis Daya Saing dan Globalisasi" : Konsep. Jakarta: Salemba Empat
- Indriyo Gitosudarmo. 2002. *Manajemen Operasional*, Edisi ke 2. Yogyakarta: BPFE
- Kotler Phillip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Implementasi dan*

- pengendalian*, Edisi Revisi. jilid satu. Edisi Bahasa Indonesia. Alih Bahasa : Hendra Teguh, SE, AK., dan Ronay A. Rusli, SE., ak., Jakarta: PT. Prenhallindo
- Yustia Ramadani, (2011). “outsourcing” (yustiarama29@yahoo.com) vol 08 hal 1-17 [Akses 8 maret,2007]
- Robert n Anthony dan Vijay Govindarajan. 2005. “*Sistem Pengendalian Manajemen*”. AlihBahasa. F.X. Kurniawan Tjakrawala.Jakarta: Salemba Empat.
- Supriyono. 2000. “*Sistem Pengendalian manajemen*”. BPFE : Yogyakarta.
- J. Widiatmoko. 2001. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. *Outsourcing : Strategi MeningkatkanEfisiensi*. STIE Stikubank : Semarang.
- Makridakis, Spyros, etal, alih bahasa lyndon.1995. “*Metode dan Aplikasi Peramalan*”, edisi kedua, Jakarta: Erlangga.
- Raymond. 2001.”*Sistem informasi Manajemen*” edisi ke 7. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Nonto, A. W. (2006) ”*You are what you invest*”. Majalah Pengusaha, Mei, 2006. edisi 60.
- Rusli Syarief. 1999. *Manajemen Produksi*, cetakan kedua. Bandung: I.MFE UNPAD.
- Siegel, Sidney. Alih bahasa iskandar. 1997. *Statistik Non Parametrik untuk ilmu-ilmu Sosial cetakan ke tujuh*. Jakarta: PT. Gramedia
- Simchi-Levi, David., Kaminsky, Philip., Simchi-Levi, Edith.2000 “*Designing and Managing Supply Chain Concepts, Strategies, and Case Studies*”, Supply Chain Management: An International Journal, <http://www.suport@emeraldinsight.com/vol8/designandmaagingsupplychain> Vol. 8 Iss: 8, pp.1 – 65[accessed july 3, 2010]
- Sudjana. 1997. *Statistik untuk Ekonomi dan Niaga*, jilid 2. Bandung: Transito
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kedelapan. Bandung: Alfabeta.