

**SUPPLY CHAIN MANAJEMEN KOPI ORGANIK SERTA POTENSI
PENGGORGANISASIAN BAGI PRODUSEN KECIL DI KAWASAN
PARIWISATA UTARA LOMBOK TENGAH**

Baiq Santi Rengganis^{1*}, Nirmawati²

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Al-azhar

²Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Al-azhar

*Email Korespondensi : santirengganis@gmail.com

<https://doi.org/10.36841/agribios.v23i1.6131>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami berbagai rantai nilai yang ada dalam bisnis kopi di dan sekitar Daerah Pariwisata Lombok Tengah khususnya di bagian utara, selanjutnya penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui kelayakan pengorganisasian petani kecil pada kelompok produksi kopi organik di Kawasan pariwisata serta mengetahui kinerja manajemen rantai pasok kopi. Analisis permintaan pasar di Kawasan Pariwisata bagian Utara Lombok Tengah ditinjau dari dua tahun terakhir yang diperoleh dengan menggunakan data sekunder dari lembaga terkait dan data primer yang diperoleh dari produsen kopi yang ada di kawasan pariwisata. Untuk mengetahui penyebaran bisnis kopi dilakukan dengan cara wawancara semi terstruktur yang dilakukan di masing-masing pengecer kopi. Fungsi dari masing-masing aktor dilakukan melalui wawancara terstruktur dan observasi. penelitian ini juga mengandalkan diskusi kelompok yang terfokus di masing-masing desa dengan produsen untuk memahami hubungan pasar dan kesulitan yang dihadapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai pemasaran I dinilai lebih efektif dibandingkan dengan saluran II, selanjutnya aktor yang sangat berperan dalam rantai pasok kopi adalah KWT Rinjani dan manajemen rantai pasok menunjukkan angka 25,88% yang artinya klasifikasi kopi dinilai sangat baik dengan rata-rata SCMPI sebesar 3,192.

Kata Kunci: Manajemen Rantai Pasok, Kopi Organik, Pariwisata Lombok Tengah

Abstract

The aim of this research is to understand the various value chains that exist in the coffee business in and around the Central Lombok Tourism Area, especially in the northern part. Furthermore, this research also aims to determine the feasibility of organizing small farmers in organic coffee production groups in the tourism area and to determine the performance of coffee supply chain management. Analysis of market demand in the Northern Tourism Area of Central Lombok in terms of the last two years obtained using secondary data from related institutions and primary data obtained from coffee producers in the tourism area. To find out the spread of the coffee business, semi-structured interviews were conducted at each coffee retailer. The function of each actor is carried out through structured interviews and observations. This research also relies on focus group discussions in each village with producers to understand market relationships and the difficulties faced. The research results show that the marketing chain I is considered more effective than channel II, then the actor who plays a very important role in the coffee supply chain is KWT Rinjani and supply chain management shows a figure of 25.88%, which means that the coffee classification is considered very good with an average SCMPI of 3.192.

Keywords: Supply Chain Management, Organic Coffee, Central Lombok Tourism

PENDAHULUAN

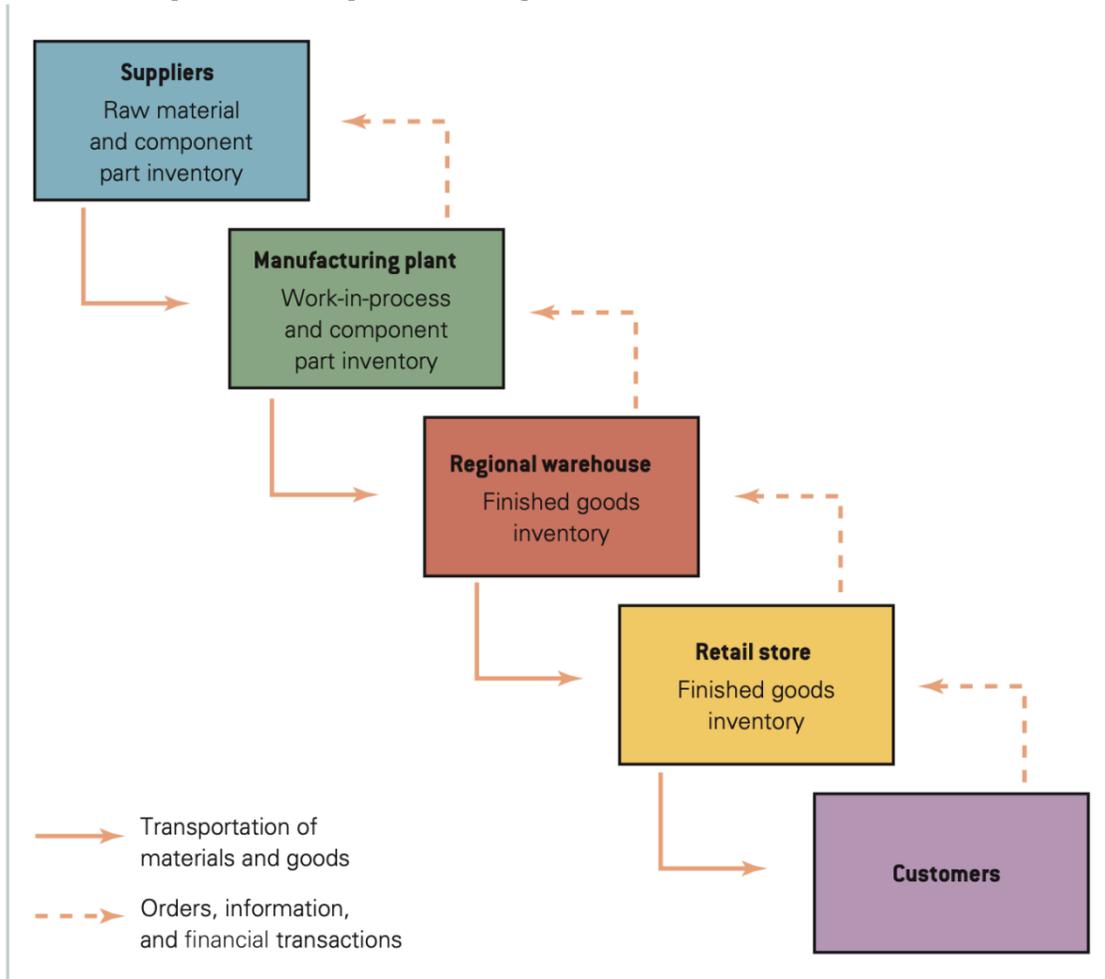
Indonesia memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan kopi negara-negara Eropa dan Asia. Berdasarkan Laporan Statistik Indonesia 2023 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022, Indonesia mengirimkan kopi dengan total berat mencapai 434,19 ribu ton, yang mengalami kenaikan 12,92% dibandingkan tahun sebelumnya. Komoditas kopi

di tanah air memiliki peranan yang signifikan dalam sektor ekonomi, baik sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat, sebagai kebutuhan konsumsi, maupun sebagai penyokong devisa negara (Harnadi et al. 2019) Ada beberapa aspek yang dapat meningkatkan sumber pendapatan masyarakat, salah satunya yang saat ini sedang menjadi prioritas utama Indonesia dan daerah adalah pengembangan kawasan pariwisata.(Geissdoerfer et al. 2018) Diketahui bersama bahwa Kawasan pariwisata membutuhkan produk unggulan agar dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, pada beberapa Kawasan pariwisata yang ada di utara Kabupaten Lombok Tengah memanfaatkan kopi menjadi daya tarik daerahnya seperti Lantan, Karang Sidemen, Kawasan Pariwisata Benag Setokel yang terkenal dengan sentra produksi kopi. (Helmi 2022) Dalam beberapa literatur mengatakan “Petani” merupakan aktor utama dalam rantai pasok. Peran mereka adalah menentukan aliran produk dan modal serta keberlanjutan hubungan kolaborasi rantai pasokan. (Prabawati 2022) Untuk pengelolaan rantai pasok yang lebih baik, kesejahteraan petani harus ditingkatkan dan diupayakan peningkatannya serta keuntungan pedagang dan kepuasan konsumen.(Anon 2021) Data sekunder produksi kopi di Lombok Tengah cukup tinggi dibandingkan dengan kabupaten lainnya, produksi kopi di Lombok Tengah pada tahun 2023 mencapai 994 ton/tahun.

Di pasar global saat ini, industri belum merencanakan dan merancang rantai pasokan yang efektif, baik hulu maupun hilir untuk menyediakan produk ke pelanggan. Ini dikenal dengan konsep rantai pasok. Dalam istilah global saat ini, manajemen rantai pasokan sekarang lebih dikenal sebagai manajemen rantai pasokan global dan melibatkan keseimbangan mendasar antara pasokan dan permintaan secara global (Anon n.d.-a). Menurut Manuj dan Mentzer (Chavez and Seow 2012), rantai pasokan global merupakan sumber keunggulan kompetitif. Rantai pasokan yang efektif memberikan peluang untuk menciptakan keunggulan kompetitif ((Allaoui et al. 2018)). Manajemen rantai pasokan yang efektif diukur dengan penurunan waktu tunggu, penurunan bahan baku, peningkatan kualitas dan efisiensi produk yang mempengaruhi perusahaan dan kinerja bisnis (Parwez 2016). Menurut Smichi-Levi dan Kaminsky ((Abdullah and Hossain 2013) perusahaan bisnis sekarang fokus pada manajemen rantai pasokan atau meningkatkan kualitas dan waktu tunggu. Perekonomian Indonesia tidak hanya itu terkait erat dan dipengaruhi oleh kawasan ekonomi Asia, namun juga harus bersaing dengan perekonomian di kawasan Asia-Pasifik dan sekitarnya. Perekonomian Indonesia harus siap menghadapi tantangan tersebut serta memanfaatkan peluang yang ada. Menurut Sithole (Sithole, Silva, and Kavelj 2016) rantai pasokan di Asia cenderung terfragmentasi dan kurang kompetitif serta tertinggal dibandingkan negara-negara Barat. Banyak perusahaan Indonesia yang tidak cukup siap untuk bersaing dalam perdagangan bebas global pasar. Hal ini disebabkan rendahnya daya saing mereka. Untuk menjawab tantangan percepatan perekonomian global, rantai pasokan global telah menjadi komponen kunci. Banyak industri telah mengembangkan rantai pasokan global yang efektif yang memberikan produk berkualitas dengan biaya terendah kepada konsumen yang mampu mendobrak pasar global. Menurut (Fitriani et al. 2021; Widhiyoga and Wijayati 2022) salah satu isu yang kerap terjadi dalam sistem agribisnis secara umum adalah tantangan yang ada dari proses produksi hingga pemasaran hasil yang belum sepenuhnya memberikan imbalan optimal bagi petani yang telah mengusahakan produknya. Proporsi nilai tambah yang diperoleh oleh petani masih sangat kecil jika dibandingkan dengan aktor lain dalam rantai pasok. Oleh karena itu, penelitian harus dilakukan untuk meningkatkan kinerja rantai nilai tersebut.

Menurut David Alan dalam buku (Anon n.d.-b) menyatakan bahwa isu yang kerap muncul dalam sistem agribisnis umumnya adalah masalah yang muncul dari tahap produksi hingga

pemasaran hasil yang belum sepenuhnya memberikan insentif optimal bagi petani yang selama ini mengelola produk. Bagian nilai tambah yang diterima oleh petani masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan pelaku di rantai lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan studi untuk meningkatkan performa rantai pasokan tersebut. Gambar di bawah ini merupakan struktur rantai pasok terhadap suatu barang.



Dari setiap penjabaran diatas maka sepatutnya diketahui penyebaran bisnis kopi pada setiap sektor yang berperan, bagaimana fungsi dari masing-masing actor bisnis dan apa dampak inovasi pemasok terhadap ketangkasan rantai pasok dengan berbai informasi dan sumber daya strategis sebagai mediator.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini telah dimulai pada tahun 2023, sebelumnya penelitian terkait Rantai Nilai Kopi Organik Berkelanjutan di Dataran Tinggi Lombok Utara. Penelitian ini mencakup data kualitatif dan kuantitatif. Data kuantitatif mencakup produksi kopi di pasar produsen. Untuk data kuantitatif, cara pengumpulan data primer dan sekunder digunakan. Data sekunder

untuk produksi kopi di Desa Lantan, Kr Sidemen dan Aik Berik. Semua data ini diperoleh dengan cara primer terutama melalui diskusi kelompok terfokus, wawancara dan observasi.

1. Lokasi Penelitian dan Pemilihan Responden

Responden penelitian merupakan petani kopi di tiga desa Kabupaten Lombok Tengah yakni Desa Lantan, Kr. Sidemen, dan Aik Berik. Pemilihan responden dilakukan dengan metode survey petani kopi yang ada di tiga desa.

2. Pengumpulan data

Data dikumpulkan dengan survei dan wawancara langsung terhadap seluruh responden. Informasi diperkaya dengan wawancara mendalam dengan orang-orang penting seperti ketua kelompok tani kopi, manajer lapangan perusahaan, penyuluh pertanian, pedagang perantara, produsen kecil kopi, dan pemilik kedai kopi.

3. Pengukuran dan Analisis Data

a. Kinerja Manajemen Rantai Pasokan

Kinerja manajemen rantai pasok diukur dari enam komponen yaitu kolaborasi rantai pasok, integrasi proses bisnis, keunggulan kompetitif, manajemen rantai pasok, kinerja organisasi, dan kesejahteraan petani kopi. Setiap komponen diukur dengan Skala Likert dari 1 sampai 5 poin untuk beberapa indikator. Setiap komponen diberi bobot secara proporsional berdasarkan jumlah indikator seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penilaian Indeks Kinerja Supply Chain Management Kopi

No	Variabel	beban	Rata-rata Skala	Nilai-nilai
1	Koordinasi	0,400	X.1	0,4 x (Y.1)
2	Aliran produk	0,200	X.2	0,2 x (Y.2)
3	Aliran layanan	0,200	X.3	0,2 x (X.3)
4	Aliran modal	0,200	X.4	0,2 x (X.4)
Total		1,00		SCMPI

Catatan:

$SCMPI = \text{Indeks Kinerja Manajemen Rantai Pasokan}$

Y.1 = rata-rata koordinasi berdasarkan skala

Y.2 = rata-rata aliran produk berdasarkan skala

Y.3 = rata-rata arus pelayanan berdasarkan skala

Y.4 = rata-rata aliran modal berdasarkan skala

Selanjutnya kriteria penentuan indeks kinerja manajemen rantai pasok (SCMPI) dibuat sebagai berikut:

SCMPI sangat baik jika ratenya 4,6 hingga 5,0.

SCMPI dikatakan baik jika nilainya 3,6 - < 4,6.

SCMPI hampir baik jika nilainya 2,6 - < 3,6.

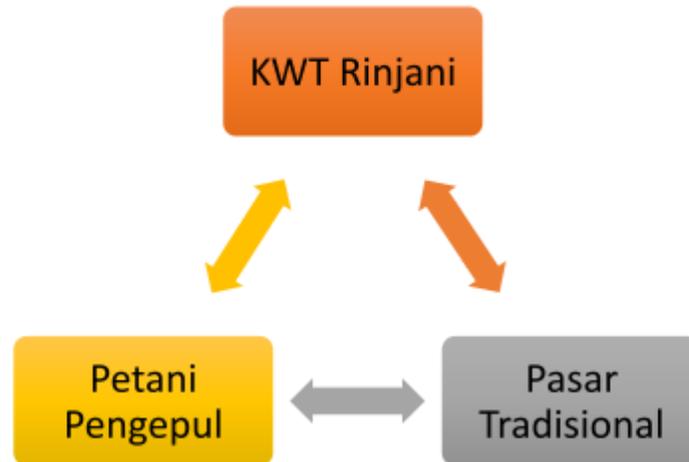
SCMPI buruk jika nilainya 1,6 - < 2,6.

SCMPI sangat buruk jika rate < 1,6.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rantai pasok kopi organik di Kawasan pariwisata di bagian utara Lombok Tengah sedang gencar membuka kedai kopi untuk menarik wisatawan yang berkunjung. Jenis kopi yang dijual

berbeda-beda tergantung dari daya Tarik wisatawan. Penyebaran bisnis Kopi Di Daerah Wisata Utara Lombok Tengah



Gambar 2. Penyebaran Bisnis Kopi Robusta

Penyebaran kopi di Daerah Wisata Kr. Sidemen yang terletak di bawah kaki Gunung Rinjani masih dikuasi oleh pedagang pengepul, hal ini disebabkan aktifitas Sebagian besar masyarakat merupakan petani kopi dan didukung oleh alat atau fasilitas yang dimiliki seperti mesin kopi, Gudang walau masih terbatas. Petani pengepul tidak memiliki akses kepada konsumen akhir dikarenakan minimnya informasi pasar kecuali wisatawan yang berkunjung langsung.

Supply Chain Kopi

Coffee Supply Chain mengacu pada seluruh proses produksi dan distribusi baik dari petani ke konsumen. Setiap tahap dalam rantai pasok kopi memiliki tantangan seperti fluktuasi harga, perubahan iklim, serta etika perdagangan. Transparansi dan keberlanjutan dalam supply chain kopi sangat penting untuk eksistensi industri ini. berikut saluran pemasaran kopi yang ada di Karang Sidemen, salah satu daerah wisata utara Kabupaten Lombok Tengah:

Supply Chain 1

Saluran pemasaran I adalah saluran di mana petani berkomunikasi dengan KWT Kaki Rinjani dan konsumen akhir. Ini termasuk saluran singkat di mana petani hanya melibatkan KWT Kaki Rinjani sebagai lembaga pemasaran.



Supply Chain 2

Saluran pemasaran II melibatkan dua pedagang perantara, pengepul dan pengecer sehingga rantai nilai ini terlalu Panjang dan kurang maksimal.



Aktor yang berperan dalam rantai pasok Kopi



Margin pemasaran biasanya dimanfaatkan sebagai instrumen untuk menilai efektivitas pemasaran. Besar kecilnya margin pada jalur pemasaran dapat bervariasi berdasarkan sejauh mana jalur tersebut dan tindakan yang telah dilakukan. Tabel 1 menunjukkan pemasaran kopi robusta di Desa Karang Sidemen Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah.

Tabel 1. Margin Pemasaran Saluran I dan II

No	Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga Jual (Rp/Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Total Margin (Rp)	Nilai Efisiensi (%)
1	I	Petani	100.000	-	-	-	-
		KWT Kaki Rinjani	190.000	100.000	30.000	90.000	15,9
		Konsumen akhir	-	190.000	-	-	-
2	II	Petani	100.000	-	-	-	-
		Pedagang Pengepul	150.000	100.000	70.000	50.000	35
		Pengecer	200.000	150.000	-	50.000	-
		Konsumen Akhir	-	200.000	-	-	-

Pada Tabel diatas dapat dilihat, bahwa pada saluran pemasaran I harga jual petani ke KWT Kaki Rinjani dalam bentuk biji kopi mentah yang sudah diolah seharga Rp. 100.000/kg, sedangkan di KWT Kaki Rinjani memproduksi biji kopi yang dibeli dari petani menjadi produk kopi bubuk lalu dijual ke konsumen akhir seharga Rp.190.000/kg.

Pada saluran pemasaran II dapat dilihat, harga jual biji kopi ceri dari petani ke pedagang pengepul sebesar Rp.100.000/kg, kemudian pedagang pengepul memproduksi biji kopi ceri menjadi kopi bubuk dan dijual kepada pengecer seharga Rp.150.000/kg, kemudian konsumen akhir membeli kopi bubuk dari pedagang pengecer seharga Rp.200.000/kg.

Indeks Kinerja Manajemen Rantai Pasok

Konsep Kinerja Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasokan adalah integrasi dari banyak aktivitas proses bisnis untuk meningkatkan hubungan antar perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif mereka . Parwez (Parwez 2014) menyebutnya sebagai jaringan bisnis.

Zecca (Zecca and Rastorgueva 2015) mendefinisikan manajemen rantai pasok sebagai pengelolaan atas material, informasi, dan aliran modal dari awal hingga akhir rantai bisnis untuk mengoptimalkan pemenuhan permintaan organisasi dalam rantai pasok tersebut.

Gautam (Gautam, Khan, and Ghosh 2015) mengutip definisi manajemen rantai pasokan yang menggambarkan manajemen rantai pasokan sebagai filosofi manajemen untuk mencari sumber fungsi bisnis yang kompeten baik di dalam maupun di luar perusahaan. Sumber-sumber ini dapat mencakup kemitraan bisnis dalam rantai pasokan yang dibuat sebelum memasuki sistem pasokan yang sangat kompetitif, berfokus pada pengembangan solusi inovatif dan sinkronisasi arus produk, layanan, dan informasi untuk menciptakan nilai pelanggan yang khas.

Perbedaan antara rantai pasokan dan manajemen rantai pasokan adanya koordinasi dan saling ketergantungan antar pelaku usaha dalam suatu rantai pasok, yang mencerminkan kesadaran kolektif untuk membangun jaringan usaha bersama yang saling menguntungkan dan bergantung satu sama lain guna membangun rasa kolektivitas untuk menghasilkan tingkat pemanfaatan yang memberikan kepuasan atau kelebihan ke konsumen akhir. Setiap pelaku usaha dibangun oleh satu kepentingan, yaitu menghasilkan keuntungan yang berkesinambungan (producer surplus) atau menjalin ikatan, pelestarian dan pertumbuhan yang saling bergantung, bebas dari persaingan internal dalam rantai pasok, namun tetap menonjolkan keunggulan kompetitif perusahaan ((Anon 2012)).

Manajemen rantai pasokan adalah mengoordinasikan dan mengelola jaringan kompleks kegiatan pengembangan dari produk jadi hingga pelanggan akhir. Zecca (Zecca and Rastorgueva 2015) memastikan adanya perusahaan yang berperan sebagai integrator antar pelaku usaha *pemasok, perusahaan, distributor dan pelanggan*. Media informasi merupakan perangkat penting untuk peran ini.

Manajemen rantai pasokan adalah perangkat yang berguna untuk menghasilkan kolaborasi, dan memang kolaborasi adalah media untuk memfasilitasi arus teknologi, informasi, modal dan komoditas. Model teoritis kolaborasi rantai pasokan dengan hubungannya dengan keunggulan kompetitif produk dan kinerja organisasi. Manajemen rantai pasokan memiliki banyak manfaat seperti pengurangan kehilangan produk, peningkatan penjualan, penurunan biaya transaksi, dan kontrol yang lebih baik terhadap kualitas dan keamanan produk, penyebaran teknologi, serta modal dan pengetahuan antar mitra rantai. Manajemen rantai pasokan telah dikembangkan dan diterapkan melalui seluruh rantai untuk menjamin kinerja manajemen rantai pasokan yang optimal (Pazhani n.d.). Dalam penelitian ini, kinerja manajemen rantai pasokan diukur dengan kepuasan konsumen, kesejahteraan produsen, dan pasokan berkelanjutan komoditas dari petani hingga konsumen. Hasil penilaian indeks kinerja manajemen rantai pasok di lokasi penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Penilaian Indeks Kinerja Supply Chain Management Kopi di Kawasan Wisata Utara Lombok Tengah

No	Variabel	Beban	Rata-rata Skala	Nilai
1	Koordinasi	0.400	3.105	1.242
2	Aliran Produk	0.200	3.313	0,663
3	Aliran Layanan	0.200	3.213	0,643
4	Aliran Modal	0.200	3.220	0,644

SCMPI	1.000	--	3.192
-------	-------	----	-------

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa rata-rata SCMPI adalah 3,192 atau antara 2,6 sampai dengan 3,6 sehingga masih dalam kriteria hampir baik. dari seluruh responden yang diamati, kebanyakan yang mempersiapkan kinerja manajemen rantai pasok sebagai klasifikasi baik sebesar 25,88% selebihnya memiliki klasifikasi buruk sebesar 22,50%. Hal ini dikarenakan petani kurang puas dengan pelayanan lembaga pemasaran yang ada.

KESIMPULAN

1. Saluran pemasaran I dinilai lebih efektif dibandingkan saluran pemasaran II atau supply chain I lebih diminati oleh petani untuk memasarkan produk.
2. Nilai manajemen rantai pasok dimana petani dapat leluasa dalam memasarkan produk dan mendapatkan pelayanan yang memuaskan dari organisasi didapatkan nilai rata-rata SCMPI sebesar 3,192
3. Kinerja rantai pasok dinilai baik dengan angkat 25,88% artinya kinerja pengorganisasian terhadap petani kopi sangat baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Md, and Mohammad Rokibul Hossain. 2013. *A New Cooperative Marketing Strategy for Agricultural Products in Bangladesh*. Vol. 3.
- Allaoui, Hamid, Yuhan Guo, Alok Choudhary, and Jacqueline Bloemhof. 2018. "Sustainable Agro-Food Supply Chain Design Using Two-Stage Hybrid Multi-Objective Decision-Making Approach." *Computers and Operations Research* 89:369-84. doi: 10.1016/j.cor.2016.10.012.
- Anon. 2012. *Supply Chain Issues in Agri-Business*.
- Anon. 2021. *Supply Chain Management Operations*.
- Ibrahi Zailani. (2010). *Review Competitiveness Global Supply Chain Coffee Industry Indo_Uni Sains Malaysia*.
- Chavez, Pablo Jose Arevalo, and Christopher Seow. 2012. "Managing Food Quality Risk in Global Supply Chain: A Risk Management Framework." *International Journal of Engineering Business Management* 4(1). doi: 10.5772/46116.
- Fitriani, Fitriani, Cholid Fatih, Sutarni Sutarni, and Fembriarti Erry Prasmatiwi. 2021. "Keberlanjutan Rantai Nilai Komoditas Beras." *AGRIMOR* 6(1):27-33. doi: 10.32938/ag.v6i1.1240.
- Gautam, Neha, Imtiyaz Khan, and M. K. Ghosh. 2015. *Supply Chain Management: For the Indian Agri-Food Sector*. Vol. 5.
- Geissdoerfer, Martin, Sandra Naomi Morioka, Marly Monteiro de Carvalho, and Steve Evans. 2018. "Business Models and Supply Chains for the Circular Economy." *Journal of Cleaner Production* 190:712-21. doi: 10.1016/j.jclepro.2018.04.159.
- Harnadi, Regina Vrischika, Gaa Ambarawati, I. Ga, and Oka Suryawardani. 2019. "Distribusi Nilai Tambah Beras Organik dengan Pendekatan Konsep Rantai Nilai (Studi Kasus Kelompok Tani Somya Pertiwi Di Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali) Distribution of Value Added on Organic Rice Using the Value Chain Concept (Case Study of Somya Pertiw)." *Jurnal Manajemen Agribisnis* 7(1).
- Helmi, Lalu. 2022. "Peluang Dan Tantangan Kopi NTB, Produksi Melimpah Kualitas Masih Kalah Artikel Ini Telah Tayang Di TribunLombok.Com Dengan Judul Peluang Dan

- Tantangan Kopi NTB, Produksi Melimpah Kualitas Masih Kalah, <https://Lombok.Tribunnews.Com/2022/07/20/Peluang-Dan-Tantangan-Kopi-Ntb-Produksi-Melimpah-Kualitas-Masih-Kalah?Page=all>. Penulis: Lalu Helmi | Editor: Sirtupillaili .”
<https://Lombok.Tribunnews.Com/2022/07/20/Peluang-Dan-Tantangan-Kopi-Ntb-Produksi-Melimpah-Kualitas-Masih-Kalah?Page=all> 1–5.
- Parwez, Sazzad. 2014. “Supply Chain Dynamics of Indian Agriculture: Reference to Information Technology and Knowledge Management.” *Stewart Postharvest Review* 10(1). doi: 10.2212/spr.2014.1.3.
- Parwez, Sazzad. 2016. “A Conceptual Model for Integration of Indian Food Supply Chains.” *Global Business Review* 17(4):834–50. doi: 10.1177/0972150916645681.
- Pazhani, Subramanian. n.d. Design and Analysis of Closed-Loop Supply Chain Networks.
- Prabawati, Garudea. 2022. “Pariwisata Lombok Utara Bangkit, Pemerintah Harap Ekonomi Daerah Semakin Cepat Pulih Artikel Ini Telah Tayang Di Tribunnews.Com Dengan Judul Pariwisata Lombok Utara Bangkit, Pemerintah Harap Ekonomi Daerah Semakin Cepat Pulih, <https://Www.Tribunnews.Com/Regional/2022/05/11/Pariwisata-Lombok-Utara-Bangkit-Pemerintah-Harap-Ekonomi-Daerah-Semakin-Cepat-Pulih>.
- Sithole, Beverley, Sergio Guedes Silva, and Mirjana Kavelj. 2016. “Supply Chain Optimization: Enhancing End-to-End Visibility.” Pp. 12–18 in *Procedia Engineering*. Vol. 159. Elsevier Ltd.
- Widhiyoga, Ganjar, and Hasna Wijayati. 2022. “Challenges Faced by Cocoa-Based Industries from Indonesia in Global Value Chains.” *Husnayain Business Review* 2(2):1–10. doi: 10.54099/hbr.v2i2.288.
- Zecca, Francesco, and Natalia Rastorgueva. 2015. “Supply Chain Management and Sustainability in Agri-Food System: Italian Evidence.” *Journal of Nutritional Ecology and Food Research* 2(1):20–28. doi: 10.1166/jnef.2014.1057.