

Analisis Performansi Supply Chain Pada Produk Sepatu Flat Shoes Menggunakan SCOR Model

M. Yoka Fathoni^{1*)}, M. Nishom², Dega Surono Wibowo³

¹Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Informatika, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Purwokerto

^{2,3}Jurusan Teknik Informatika, Politeknik Harapan Bersama, Tegal

¹Jln. DI. Panjaitan No.128 Karangreja, Kota Purwokerto, 53147, Indonesia

^{2,3}Jln. Mataram No.09 Margadana, Kota Tegal, 52147, Indonesia

email: ¹myokafathoni@ittelkom-pwt.ac.id, ²nishom@poltektegal.ac.id, ³dega.wibowo@gmail.com

Abstract — The performance measure of a service cannot be in form and does not result in ownership. Service itself is a form of activity carried out by one or more people, and also is agility (intangible and affected by previous sales). So the services purchased by customers cannot be counted, measured or stored to determine the quality of their services. One of the shoe sales industries is Toko XYZ, this shoe store is one of the largest brands in the archipelago. The prices offered on the national and international market are quite cheap. In order to improve a strategy so that many consumers visit XYZ shoe stores, and for XYZ it is possible to achieve the expected targets with integrated marketing. Data collection in this study consists of 2 steps, namely preparation, this stage is carried out before conducting research such as looking for references on the internet, theoretical foundations that support research such as SCOR model theory and journals. Furthermore, with the contents of the questionnaire compiled to represent the dimensions of service performance quality. The conclusion of the study is that the statement attributes expected by the customer through the SCOR Model method are positive.

Abstrak — Ukuran kinerja suatu jasa tidak dapat berbentuk dan tidak menghasilkan kepemilikan. Jasa sendiri adalah suatu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih, dan juga adalah inagibility (tidak berwujud dan terpengaruh dengan penjualan sebelumnya). Maka jasa yang dibeli pelanggan tidak dapat dihitung, diukur maupun disimpan untuk ditentukan kualitas jasanya. Salah satu industri penjualan sepatu yaitu Toko XYZ, toko sepatu ini salah satu brand yang terbesar di Nusantara. Harga yang ditawarkan pada pasar kancah nasional dan internasional terbilang cukup murah. Dalam rangka meningkatkan suatu strategi agar konsumen banyak berkunjung ke toko sepatu XYZ, dan untuk XYZ memungkinkan mencapai target yang diharapkan dengan pemasaran yang terpadu. Pengumpulan data dalam Analisis ini terdiri dari 2 langkah yaitu persiapan, tahap ini dilakukan sebelum melakukan Analisis seperti mencari referensi pada internet, landasan teori yang mendukung Analisis seperti teori SCOR model dan jurnal. Selanjutnya dengan Isi Kuisioner yang disusun mewakili dimensi dalam kualitas kinerja jasa. Kesimpulan Analisis adalah atribut pernyataan yang sudah diharapkan oleh pelanggan melalui metode SCOR Model bernilai positif.

Kata Kunci – Supply Chain, SCOR Model, Analisis.

*) penulis korespondensi: M. Yoka Fathoni
Email: myokafathoni@ittelkom-pwt.ac.id

I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir banyak perusahaan sadar akan pentingnya *Supply Chain Management* (SCM). Maka dari itu sebuah perusahaan atau dalam dunia bisnis SCM menjadi sangat penting sebab terhubung langsung dengan daya saing perusahaan sehingga banyak yang mengimplementasikannya. SCM adalah kependekan dari *Supply Chain Management*. *Supply chain management* juga dapat diartikan sebagai desain, perencanaan, pelaksanaan, kontrol, dan pemantauan kegiatan rantai pasokan dengan tujuan menciptakan nilai bersih, membangun infrastruktur kompetitif, meningkatkan logistik di seluruh dunia, sampai mensinkronkan pasokan dengan permintaan dan mengukur kinerja secara global [1]. Singkatnya SCM merupakan mekanisme yang mengkoordinasi atau menghubungkan pihak-pihak yang bersangkutan dalam proses berubahnya sebuah bahan baku menjadi sebuah produk. Tujuan utama adalah mengkoordinasikan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) secara efisien dan efektif dalam menghadapi masalah yang ada.

Sistem pengukuran kinerja didefinisikan sebagai proses untuk mengukur efektivitas tindakan [2]. Ukuran dan metrik kinerja adalah penting dalam manajemen bisnis karena mereka memberikan informasi yang diperlukan bagi organisasi untuk membuat keputusan dan mengambil tindakan, terutama dalam ekonomi yang kompetitif.

SCOR dikembangkan dan didirikan pada tahun 1996 oleh *Supply Chain Council* (SCC) sebagai model referensi untuk desain dan peningkatan SC [3]. Penilaian kinerja manajemen rantai pasok antara pemasok, perusahaan dan pelanggan yang baik dapat diukur dengan salah satu model pengukuran kinerja SCM, yaitu model *Supply Chain Operations Reference* (SCOR) [4]. Model referensi proses ini dirancang untuk memfasilitasi komunikasi di antara anggota rantai pasokan [5]. Ini menyediakan bahasa umum untuk komunikasi dan digunakan untuk menggambarkan ukuran dan mengevaluasi konfigurasi rantai pasokan. Salah satu penerapan model SCOR adalah untuk membantu pemahaman rantai pasokan tertentu dengan cara memetakannya dalam istilah proses bisnis menggunakan terminologi model SCOR. Dengan demikian, pemetaan dengan model SCOR akan menunjukkan proses SC relevan yang ada dalam rantai pasokan tertentu yang diteliti.

Alas kaki merupakan salah satu industri manufaktur utama di nusantara. Industri padat karya ini dapat menyerap tenaga kerja sekitar 643.000 orang atau setara dengan 4,21% dari

total tenaga kerja manufaktur. Oleh karena itu, terdapat peluang bagi industri untuk terus berkembang, mengingat pasar domestik dan internasional yang semakin berkembang dengan adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Dengan adanya SCOR Model mungkin industri nusantara ini mampu bersaing dengan industri sepatu lainnya. Maka dari itu adanya jurnal ini untuk membahas SCOR Model dari industri sepatu nusantara.

Pada dasarnya perusahaan alas kaki menghasilkan banyak produk dalam proses produksinya, yang terbagi menjadi 4 kategori utama yaitu anak-anak, remaja, pria dan wanita, dan setiap bagian memiliki banyak gaya yang diupdate setiap tahunnya. Jumlah produk alas kaki yang dihasilkan diperiksa, dan selama proses Analisis, sepatu datar dipilih untuk jenis kelamin perempuan. Pencarian produk didasari, yaitu pada saat pendataan sedang berlangsung proses produksi sepatu ini yang merupakan salah satu produk baru. Jumlah permintaan dalam waktu kurang dari satu tahun dipesan dua kali dalam jangka waktu. Selain itu, karena desainnya menarik minat wanita pada umumnya, model tersebut dapat langsung diterima oleh konsumen [6].

Namun permasalahan pada perusahaan alas kaki ini berawal dari kesalahan komunikasi dengan beberapa pemasok sehingga mengakibatkan keterlambatan pasokan bahan baku yang mempengaruhi operasional manufakturnya. Hal ini dapat menyebabkan keterlambatan produksi, sehingga pengiriman gudang tidak dapat diselesaikan sesuai kebutuhan. Selain itu, masalah muncul karena bahan baku yang dikirim oleh pemasok rusak setelah diperiksa oleh departemen kontrol kualitas di gudang bahan baku dan harus dikembalikan ke pemasok untuk diganti dengan pengiriman ulang barang yang baru. Masalah lain dalam proses distribusi adalah pengembalian produk di pihak perusahaan, yang disebabkan oleh sisa ukuran yang tidak terjual dan produk cacat yang muncul karena sepatu diambil dari sampel atau kotor, sehingga produk tersebut tidak dapat dijual dengan harga pasar.

Masalah yang muncul dengan cara ini harus cepat diselesaikan oleh perusahaan agar tidak menunda proses produksi terlalu lama. Hal ini dapat dilakukan dengan mengukur kinerja rantai pasokan untuk mengidentifikasi masalah yang muncul, dan perbaikan dapat diselesaikan lebih cepat. Diasumsikan hubungan internal perusahaan dengan pemasok dan distributor masih dapat terintegrasi dengan baik untuk lebih meningkatkan proses dan aktivitas terkait produk. Dilatarbelakangi permasalahan yang terjadi di perusahaan, setelah dilakukan Analisis, jurnal ini dapat diberi judul "ANALISIS KINERJA RANTAI PASOKAN MODEL SEPATU MENGGUNAKAN MODEL SCOR".

II. PENELITIAN YANG TERKAIT

Transformasi digital membentuk kembali jalan bisnis dikelola di seluruh dunia. Ini mewakili sebuah nilai didorong proses, meningkatkan efisiensi bagi praktisi industry dan menawarkan peluang baru menuju pendekatan baru dan metode untuk peneliti akademis. Dikenal luas dan

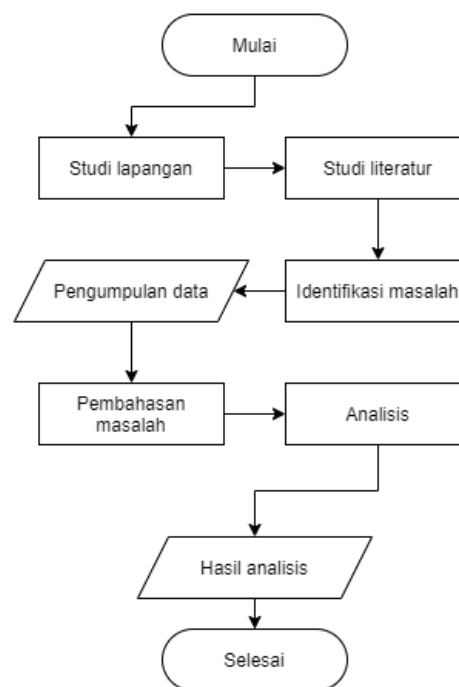
terus dikembangkan untuk meningkatkan keunggulan rantai pasokan [7]. Metode SCOR model banyak digunakan dalam menganalisis suatu permasalahan yang terjadi misalkan dalam hal analisis kedelai di Jawa Tengah [8] kemudian dalam beberapa penggunaan lain SCOR model juga dapat

digunakan untuk menganalisis usaha makanan nopia mino [9] SCOR tidak hanya dapat digunakan untuk melakukan analisis dalam kegiatan usaha perdagangan tetapi juga bisa untuk proses bisnis dari suatu instansi perpustakaan kampus yang pernah digunakan untuk mengevaluasi kinerja rantai pasok pada perpustakaan Institut Teknologi Telkom Purwokerto [10]. Model pendekatan kerjasama antara maskapai dan hotel juga dapat di analisis menggunakan SCOR model [11]. Kegunaan dari SCOR model yaitu untuk mengukur kinerja rantai pasok perusahaan dengan pendekatan Model *Supply Chain Operations Reference* (SCOR) yang dapat mengungkap perbedaan penerapan Model SCOR pada perusahaan distributor dengan perusahaan retail dan manufaktur [12], [13]. Penerapan SCOR juga dapat digunakan mengkombinasikan dari 2 metode yang berbeda sehingga dapat menghasilkan analisis yang lebih mendalam misalkan SCOR dan AHP untuk mengukur Keandalan Rantai Pasokan pabrik minyak sawit mentah dengan pendekatan Model Kinerja *Supply Chain Operation Reference* (SCOR) dan Fault Tree Analysis untuk menemukan indeks kemungkinan kegagalan (FLIs) dengan Analytical Hierarchy Process (AHP) kemudian dikonversi menjadi Reliability Index. Itulah Keandalan anggota Supply Chain [14].

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Analisis

Metode analisis yang diambil untuk memecahkan suatu masalah yang diteliti guna memudahkan analisis masalah. Berikut ini merupakan *flowchart* yang menjadi dasar untuk analisis performansi *supply chain* pada produk sepatu yang dapat dilihat pada Gbr. 1 di bawah ini.



Gbr. 1 Flowchart Analisis.

Analisis ini mengacu pada dua studi yaitu Studi lapangan dan Studi literatur untuk detailnya sebagai berikut:

1. Studi Lapangan

Pada bagian ini dilakukan observasi secara langsung dengan memberikan survey pertanyaan kepada responden yang pernah berbelanja di toko XYZ mengenai kinerja toko tersebut.

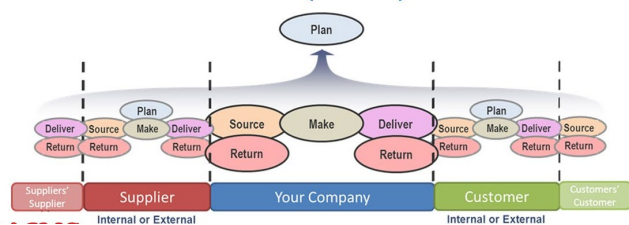
2. Studi Literatur

Proses studi literatur dilakukan dengan beberapa langkah yaitu dengan mengumpulkan materi, konsep, referensi dan teori dasar yang berkaitan dengan topik yang akan diambil dalam Analisis.

B. SCOR Model

Pada tahap ini dilakukan ruang lingkup objek Analisis, hubungan antara objek Analisis dengan lingkungan eksternal atau objek Analisis dengan lingkungan internalnya, lalu tujuan dan strategi objek analisis. Secara umum penetapan ruang lingkup ini berisi deskripsi objek Analisis yang diamati, produk atau jasa yang dihasilkan oleh objek Analisis, stakeholder objek Analisis, serta kriteria evaluasi risiko [15]. Berikut ini gambaran ruang lingkup SCOR model pada Gbr. 2.

SUPPLY CHAIN OPERATIONS REFERENCE (SCOR) MODEL

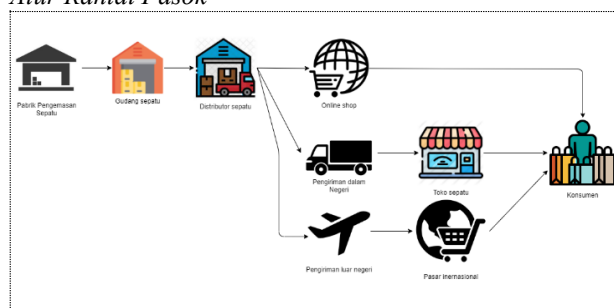


Gbr. 2 SCOR Model

Dalam tahapan penetapan ruang lingkup penelitian ini adalah mendefinisikan objek Analisis yaitu penjualan sepatu. Dalam Analisis kajian yang dilingkupi meliputi proses bisnis yang dijalankan oleh perusahaan sepatu dengan supply chain. Supply chain pada Analisis ini akan didekati dengan model SCOR. SCOR model yang dikaji meliputi aspek **Plan** (perencanaan), **Source** (sumber/supplier), **Make** (proses produksi), **Deliver** (proses pengiriman), dan **return** (proses retur/pengembalian).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Alur Rantai Pasok



Gbr. 3 Alur Rantai Pasok

Kegiatan proses perencanaan meliputi keseluruhan proses perencanaan dan pengendalian persediaan, perencanaan produksi alas kaki, perencanaan material, perencanaan

kapasitas (*inventory*) dan perencanaan keuangan. Proses perencanaan ini dimulai dari produksi kemudian mendistribusikan data perencanaan ke aktivitas pembelian dan produksi.

Kegiatan *source process* yang dianalisis dalam analisis ini meliputi beberapa proses pengadaan material utama yaitu pengadaan kulit sintetis dan pengadaan material pendukung kegiatan produksi seperti benang jahit, karet, peralatan perawatan mesin, dll. Proses pengadaan meliputi kegiatan pengiriman pengiriman dan penerimaan dari pemasok.

Pada proses *make* pada Analisis ini meliputi seluruh kegiatan di produksi *finishing* sepatu pada kotak kardus, mulai dari proses menangani sepatu setengah jadi, sepatu jadi, finishing sepatu, lalu memasukkan sepatu pada kotak-kotak kardus sepatu hingga proses trucking sepatu. Sepatu yang telah dibungkus kotak-kotak kardus sepatu selanjutnya akan dikirimkan melalui agen distributor untuk dikirimkan ke toko-toko penjual sepatu pengecer nasional.

B. Menentukan KPI

Proses survei kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini meliputi 3 kuesioner, yaitu kuesioner validitas *Key Performance Indicator* (KPI), kuesioner penilaian dan kuesioner pembobotan. Kuesioner Efektivitas KPI digunakan untuk mengidentifikasi beberapa KPI rantai pasok yang dibutuhkan oleh perusahaan..

Tabel 1. Struktur pengukuran kinerja rantai pasok

Kriteria (Level 1)	Atribut (Level 2)	Sub-Kriteria (Level 3)
Plan (P)	Reliability (R)	Pertemuan dengan pemasok
		Pertemuan dengan pelanggan
		Kesesuaian jadwal produksi
	Responsiveness (Re)	Jangka waktu proses penjadwalan produksi
Source (S)	Reliability (R)	Kualitas bahan baku
		Ketepatan waktu pemenuhan bahan baku
		Ketepatan jumlah bahan baku
	Responsiveness (Re)	Jangka waktu pemenuhan bahan baku
		Ketersediaan pemasok
	Agility (Ag)	Alternatif tak terduga
Make (M)	Reliability (R)	Kesesuaian dengan spesifikasi produk
		Ketepatan pengepakan (packing)
		Jumlah produk

		Jumlah produksi tambahan
	<i>Agility (Ag)</i>	Fleksibilitas dalam pembuatan produk
<i>Deliver (D)</i>	<i>Reliability (R)</i>	Tingkat pemenuhan pesanan setiap pengiriman
		Ketetapan jumlah produksi
<i>Return (R)</i>	<i>Reliability (R)</i>	Tingkat keluhan pelanggan
		Reject rate dari pelanggan
	<i>Responseveness (Re)</i>	Jangka waktu menanggapi keluhan
		Jangka waktu penggantian produk reject

Tabel 2. KPI Tervalidasi

No KPI	Sub-Kriteria (Level 3)	Satuan
1	Pertemuan dengan pemasok	Hari
2	Pertemuan dengan pelanggan	Hari
3	Kesesuaian jadwal produksi	%
4	Jangka waktu proses penjadwalan produksi	Minggu
5	Alternatif tak terduga	Hari
6	Kualitas bahan baku	%
7	Ketepatan waktu pemenuhan bahan baku	%
8	Ketepatan jumlah bahan baku	%
9	Jangka waktu pemenuhan bahan baku	Hari
10	Ketersediaan pemasok	%
11	Kesesuaian dengan spesifikasi produk	%
12	Ketepatan pengepakan (packing)	Hari
13	Jumlah produk	Pasang
14	Jumlah produksi tambahan	Pasang
15	Fleksibilitas dalam pembuatan produk	%
16	Tingkat pemenuhan pesanan setiap pengiriman	%
17	Ketetapan jumlah produksi	Pasang
18	Tingkat keluhan pelanggan	%
19	Reject rate dari pelanggan	%
20	Jangka waktu menanggapi keluhan	Jam
21	Jangka waktu penggantian produk reject	Hari

Tabel 3. Hasil Pengukuran kinerja Toko XYZ

No	Sub-Kriteria	Bobot	Skor	Total Nilai
----	--------------	-------	------	-------------

KPI	(Level 3)	Metrik		Tiap Metrik
1	Pertemuan dengan pemasok	0,55	95	52,25
2	Pertemuan dengan pelanggan	0,70	90	63
3	Kesesuaian jadwal produksi	0,30	85	25,5
4	Jangka waktu proses penjadwalan produksi	0,20	90	18
5	Alternatif tak terduga	0,25	95	22,5
6	Kualitas bahan baku	0,50	50	25
7	Ketepatan waktu pemenuhan bahan baku	0,25	45	11,5
8	Ketepatan jumlah bahan baku	0,35	35	12,5
9	Jangka waktu pemenuhan bahan baku	0,40	25	10
10	Ketersediaan pemasok	0,25	30	7,5
11	Kesesuaian dengan spesifikasi produk	0,20	35	7
12	Ketepatan pengepakan (packing)	0,25	40	10
13	Jumlah produk	0,60	40	24
14	Jumlah produksi tambahan	0,55	45	24,75
15	Fleksibilitas dalam pembuatan produk	0,25	50	12,5
16	Tingkat pemenuhan pesanan setiap pengiriman	0,60	35	21
17	Ketetapan jumlah produksi	0,25	30	7,5
18	Tingkat keluhan pelanggan	0,30	85	25,5
19	Reject rate dari pelanggan	0,30	90	27
20	Jangka waktu menanggapi keluhan	0,35	95	33,25
21	Jangka waktu penggantian produk reject	0,30	95	28,5

Tabel 4. standar nilai kinerja rantai pasok

Monitoring system	Performance
-------------------	-------------

	indicator
<40	Poor
41-50	Marginal
51-70	Average
71-90	Good
>90	Excellent

12		17	Ketepatan jumlah produksi	30	Poor
----	--	----	---------------------------	----	------

Tabel 5. indikator kinerja yang memerlukan perbaikan

N o	Kriteria (Level 1)	KPI	Sub-Kriteria (Level 3)	Skor	Monitoring
1	Source (S)	6	Kualitas bahan baku	50	Marginal
2		7	Ketepatan waktu pemenuhan bahan baku	45	Marginal
3		8	Ketepatan jumlah bahan baku	35	Poor
4		9	Jangka waktu pemenuhan bahan baku	25	Poor
5		10	Ketersediaan pemasok	30	Poor
6	Make (M)	11	Kesesuaian dengan spesifikasi produk	35	Poor
7		12	Ketepatan pengepakan (packing)	40	Poor
8		13	Jumlah produk	40	Poor
9		14	Jumlah produksi tambahan	45	Marginal
10		15	Fleksibilitas dalam pembuatan produk	50	Marginal
11	Deliver (D)	16	Tingkat pemenuhan pesanan setiap pengiriman	35	Poor

C. Proses Supply Chain

Berdasarkan hasil peninjauan dari beberapa jurnal yang terkait dengan data mengenai toko sepatu XYZ yang telah dilakukan mengenai kegiatan-kegiatan yang memiliki hubungan dengan proses supply chain di Toko XYZ, maka didapatkan data-data *lead time* yang diperlukan untuk memenuhi perhitungan dalam pengolahan data yang akan dilakukan. Data-data tersebut dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini.

Tabel 6. Data Lead Time

Data Lead Time				
No.	Data Lead Time	Planning	Actual	Departemen
1.	Lead Time Gudang Bahan Baku	7 hari	6 hari	Gudang bahan baku
2.	Lead Time Produksi	11 hari	10 hari	Produksi
3.	Lead Time Packaging	1 hari	1 hari	Gudang distribusi
4.	Lead Time Pengiriman	2 hari	1 hari	Gudang distribusi
5.	Lead Time Konsumen	5 hari	5 hari	Gudang distribusi
6.	Waktu Siklus Rantai Pasok	1 hari	1 hari	Gudang distribusi

D. Realibilitas Rantai Pasok

Saat mengukur kinerja atribut rantai pasokan, lima dimensi umum dapat digunakan, yang pertama adalah keandalan. Dimensi ini merupakan kinerja rantai pasok dalam mengantarkan produk yang tepat ke tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, dalam kondisi dan kemasan yang tepat, dalam jumlah yang tepat, dengan catatan yang tepat, dan kepada pelanggan yang tepat. Penilaian atribut tersebut dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Delivery Performance (Performansi Pengiriman)

Delivery performance merupakan pengukuran kinerja terhadap persentase pengiriman berupa ketepatan waktu, pemenuhan pesanan terhadap permintaan pelanggan sesuai dengan komitmen waktu yang telah dijanjikan. Adapun penilaian yang dapat dilakukan untuk menilai atribut performansi pengiriman dengan menggunakan survey menggunakan kuisioner yang diberikan kepada customer langsung seperti gambar dibawah ini.

2. Fleksibilitas Rantai Pasok

Pengukuran performansi atribut *supply chain* selanjutnya berdasarkan dari dimensi umum yang ketiga yaitu *flexibility* yang merupakan kelincahan suatu rantai pasok dalam merespon perubahan pasar serta dapat mempertahankan keunggulan kompetitif. Untuk dapat menilai atribut *supply chain* ini maka dapat digunakan perhitungan dengan cara sebagai berikut :

3. Supply Chain Response Time (Respon Waktu Dalam Rantai Pasok)

Waktu Respons Rantai Pasokan adalah waktu respons yang diperlukan oleh rantai pasokan bila diukur dalam jumlah hari yang diperlukan untuk dapat merespons (perencanaan, pembelian, pembuatan, dan pengiriman pesanan) sehingga dapat terjadi peningkatan signifikan yang tidak direncanakan atau tidak terjadi penurunan permintaan. Adapun perhitungan yang dapat dilakukan untuk menilai respon waktu dalam rantai pasok dengan menggunakan persamaan dibawah dan data input untuk supply chain response time pada tabel 3.

Tabel 7. Data Respon Time

Waktu siklus membuat pesanan	Planning	Actual
Lead time gudang bahan baku	7 hari	6 hari
Lead time produksi	11 hari	10 hari
Lead time packaging	1 hari	1 hari
Lead time pemenuhan pesanan	Planning	Actual
Lead time pengiriman	2 hari	1 hari
Lead time konsumen	5 hari	5 hari
Jumlah	73 hari	65 hari

Hasil yang didapatkan:

Planning 73 hari dan aktual 65 hari Sehingga performansi pencapaian yang di dapat rata-rata dalam waktu 69 sampai 70 hari.

V. KESIMPULAN

Hasil yang dapat disimpulkan berdasarkan uraian di atas yaitu beberapa hal terkait hasil analisis yang telah dilakukan. Adapun beberapa kesimpulan yang dapat disimpulkan seperti dari sekian banyak pelanggan yang membeli online di toko XYZ merasa bahwa fasilitas pengirimannya cukup cepat dikarenakan toko XYZ menggunakan jasa-jasa pengiriman terkemuka di Indonesia dan customer bebas untuk memilih jasa pengiriman tersebut. Kemudian mengenai kualitas barang kebanyakan customer merasa kalau barang yang di pilih sudah sesuai dengan keinginannya karena memang toko XYZ sangat mementingkan kualitas dan kepuasan pelanggan atas kualitas sepatunya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis kepada Institut Teknologi Telkom Purwokerto yang membantu serta memberikan dukungan terkait dengan penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Wiherni Dyah Hastuti and M. Adib Sultan, "Pengukuran Kinerja Supply Chain Management dengan Menggunakan Pendekatan Supply Chain Operation Reference (SCOR)," 2020.
- [2] P. AKKAWUTTIWANICH, "Supply Chain Performance Evaluation and Improvement Methods: Application of Scor Model and Fuzzy Qfd," 2017.
- [3] S. Chehbi-Gamoura, R. Derrouiche, D. Damand, and M. Barth, "Insights from big Data Analytics in supply chain management: an all-inclusive literature review using the SCOR model," *Prod. Plan. Control*, vol. 31, no. 5, pp. 355–382, 2020.
- [4] A. Mutakin and M. Hubeis, "Pengukuran Kinerja Manajemen Rantai Pasokan dengan SCOR Model 9.0 (Studi Kasus di PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk)," *J. Manaj. dan Organ.*, vol. 2, no. 3, p. 89, 2016.
- [5] A. Abbaspour, "Supply Chain Analysis and Improvement by Using The SCOR Model and Fuzzy AHP: A Case Study," *Int. J. Ind. Eng. Manag. Sci.*, vol. 6, no. 2, pp. 51–73, 2019.
- [6] I. El Farouk Imane, J. Foad, and T. Abdennebi, "From modeling to logistic KPI Use of SCOR model and ARIS to build a dashboard to manage medicines supply chain in moroccan public hospital," *Colloq. Inf. Sci. Technol. Cist*, vol. 0, pp. 746–750, 2016.
- [7] A. Es-Satty, R. Lemghari, and C. Okar, "Supply Chain Digitalization Overview SCOR model implication," *2020 13th Int. Colloq. Logist. Supply Chain Manag. LOGISTIQUEA 2020*, pp. 2–4, 2020.
- [8] S. W. Fathoni M.Y., Dedy A.P., "Analisis Kinerja Rantai Pasok Produk Kedelai Menggunakan Metode Supply Chain Operation Reference," vol. 7, no. 2, pp. 74–79, 2022.
- [9] A. Puspitaningrum, D. M. Kusumawardani, and M. Y. Fathoni, "Analisis Supply Chain Management dalam Peningkatan Produksi Nopia Mino Menggunakan Scor Model Supply Chain Management Analysis in Increasing Production of Nopia Mino Using the Score Model," vol. 11, pp. 337–351, 2022.
- [10] F. M. Y. Celina J.S, Kusumawardani D.M., "Evaluasi Kinerja Rantai Pasok Perpustakaan Institut Teknologi Telkom Purwokerto Menggunakan Supply Chain Operational Reference (SCOR) Model Berbasis Objective Matrix (OMAX)," vol. 9, no. 2, pp. 296–304, 2022.
- [11] T. Yingjia, W. Xu, and L. Longxiao, "Approaches to cooperation between the airline and hotel based on the improved SCOR model," *4th Int. Conf. Intell. Transp. Eng. ICITE 2019*, pp. 16–20, 2019.
- [12] H. Sarjono, A. T. Suprpto, and L. Megasari, "Supply chain performance measurement using SCOR model in the distribution company in Indonesia," *2017 3rd Int. Conf. Inf. Manag. ICIM 2017*, pp. 186–189, 2017.
- [13] S. Yahiaoui, F. Fedouaki, and A. Mouchtachi, "Measuring the impact of COVID-19 on Automotive Supply Chain using the SCOR model," *2021 Int. Conf. Decis. Aid Sci. Appl. DASA 2021*, pp. 114–121, 2021.
- [14] K. Athikulrat, V. Ruengrengnanun, and S. Talabgaew,

- “Assesment of Supply chain Reliability: Development of AHP Model for SCOR Performance and Fault Tree Analysis,” *RI2C 2019 - 2019 Res. Invent. Innov. Congr.*, pp. 2–5, 2019.
- [15] A. Girjatovics, L. M. Pessoa, and O. Kuznecova, “Establishing Supply Chain process framework based on SCOR model: Case study,” *59th Int. Sci. Conf. Inf. Technol. Manag. Sci. Riga Tech. Univ. ITMS 2018 - Proc.*, pp. 2–5, 2018.