

PERANCANGAN MODEL *ELECTRONIC SUPPLY CHAIN MANAGAMENT* UD. MR CHILI CILACAP

Cyrilla Indri Parwati^{*}, Imam Sodikin, Sandy Akmaludin Prafdita

^{1,2,3}Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta
Jl. Kalisahak 28 Yogyakarta

^{*}E-mail: cindriparwati@akprind.ac.id

Abstrak

UD Mr. Chili Cilacap merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang supplier sayuran yaitu penyalur sayuran dari pengepul ke pedagang kecil di kota Cilacap. Dalam menjalankan bisnisnya tidak membeli sayuran langsung ke petani melainkan membeli sayurannya ke pengepul, kemudian menjualnya kembali ke para pedagang kecil. Proses usahanya masih dilakukan secara manual baik pendistribusian, pengorderan maupun pencarian informasi. Pengelolaan informasinya belum berjalan dengan baik dan belum terintegrasi secara menyeluruh, sehingga proses usaha seperti ini rentan dengan kerugian atau belum dapat memaksimalkan keuntungan. Dari permasalahan tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk membuat model jaringan sistem Electronic Supply Chain Management yang tepat guna meningkatkan keuntungan maksimal dari usaha UD. Mr. Chili Cilacap. Sistem E-SCM yang digunakan adalah aplikasi Xampp berbasis website, karena penggunaan yang mudah dan multi user. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diperoleh keuntungan yang signifikan setelah uji coba menerapkan E-SCM. Keuntungan dari segi biaya transportasi menurun Rp. 23.300,-/hari, biaya upah karyawan menurun Rp.100.000,-/hari dan keuntungan penjualan sayuran menjadi meningkat Rp.5.859.000,- selama satu hari uji coba.

Kata kunci : Merancang, Model E-SCM, Supply Chain Management

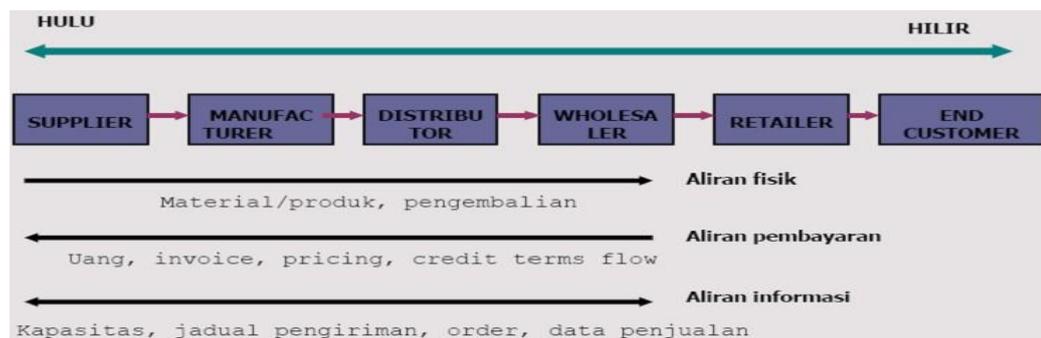
1. PENDAHULUAN

Persaingan dunia wirausaha pada saat ini sangatlah ketat, dimana tingkat mobilitas yang tinggi serta perkembangan teknologi yang sangat pesat, menuntut para pelaku usaha untuk lebih cermat lagi dalam melakukan strategi pemasaran guna mempertahankan usahanya. Pengusaha harus mampu mengambil langkah yang tepat dalam mengembangkan usahanya, salah satunya dengan memanfaatkan kegunaan internet untuk kegiatan usahanya. Selain mengembangkan usaha dengan memanfaatkan internet juga harus mengetahui kekurangan apa saja yang menghambat perkembangan usahanya. Memahami cara mengembangkan usahanya dengan mengetahui semua aliran yang ada dalam *supply chain* dari hulu ke hilir maupun sebaliknya dari hilir ke hulu seperti aliran uang, aliran produk maupun aliran informasi (Pujawan IN, 2017).

UD Mr. Chili Cilacap merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang *supplier* sayuran di kota Cilacap, tidak membeli sayurannya langsung ke petani melainkan membeli sayurannya ke pengepul, kemudian menjualnya kembali ke para pedagang kecil yang terdapat di pasar-pasar tradisional seperti Pasar Limbangan, Pasar Tanjung Sari dan Pasar Sakal Putung dengan masing-masing pasar sedikitnya terdapat 5 pedagang yang memesan sayurannya ke UD. Mr. Chili Cilacap. Saat ini pengelolaan informasi belum berjalan dengan baik dan belum terintegrasi secara menyeluruh. Pengumpulan informasi yang dibutuhkan masih secara manual yaitu dengan cara mendatangi satu-persatu pedagang atau pelanggannya untuk meminta daftar orderan yang akan dipesan. Hal ini yang menyebabkan pemborosan tenaga kerja, karena UD Mr. Chili menggunakan 3 karyawannya untuk mendatangi lokasi pasar para pedagang tersebut guna mencatat daftar orderan yang akan dipesan, belum lagi saat datang ke pasar sudah ada pedagang yang pulang atau tidak di tempat. Selain pemborosan tenaga kerja, ini juga termasuk pemborosan biaya transportasi, karena karyawan UD Mr. Chili ini harus mendatangi rumah para pedagang yang sudah pulang atau sudah tidak ada di pasar untuk meminta daftar orderan yang dipesan. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini akan merancang model *Electronic Supply Chain Management* pada UD. Mr Chili Cilacap, dengan tujuan untuk membuat model jaringan *Electronic Supply Chain Management* yang tepat pada UD. Mr. Chili Cilacap supaya memudahkan dalam mengambil kebijakan tentang penghubung antar pedagang, dapat meningkatkan pendapatan setelah menerapkan serta memudahkan dalam mencari pelanggan baru.

Semua perusahaan baik jasa maupun manufaktur dapat dikatakan sebagai bagian dari suatu *supply chain*. *Supply chain* merupakan suatu proses yang terintegrasi dimana sejumlah entiti bekerja sama untuk mendapatkan bahan baku, mengubah bahan baku menjadi produk jadi, menyimpan sementara di gudang, dan mengirimkannya ke *retailer* dan *customer*. *Supply chain* ini berkaitan *logistic network* (dalam kenyataannya, meskipun *chain* berarti rantai, penerapan *supply chain* lebih merupakan *network*/jaringan yang dapat bercabang-cabang) yang terdiri dari *suppliers*, *manufacturers*, *distribution centers*, *retail outlets*, dan *customer*. Dalam *supply chain* terdapat aliran produk (jasa ataupun barang), aliran pesanan (yang disertai pembayaran), dan aliran informasi.

Supply chain adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Perusahaan-perusahaan tersebut biasanya termasuk pemasok (*supplier*), pabrik, distributor, toko, atau ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa *logistic* sesuai dengan gambar 1 dibawah ini tentang konsep dasar *supply chain* (Pujawan IN, 2017).



Gambar 1. Konsep Dasar Supply Chain (Pujawan IN, 2017)

SCM adalah sistem antar perusahaan lintas fungsi, yang menggunakan teknologi informasi untuk membantu mendukung, serta mengelola berbagai hubungan antara beberapa proses bisnis utama perusahaan dan dengan pemasok, pelanggan, dan para mitra bisnis (Ang H, 2014). Dalam penerapannya SCM memiliki beberapa komponen dasar (Saputro PA, 2018) antara lain:

a. *Plan*.

Awal kesuksesan SCM adalah pada proses penentuan strategi SCM. Tujuan utama dari proses perumusan strategi adalah agar tercapainya efisiensi dan efektivitas biaya dan terjaminnya kualitas produk yang dihasilkan hingga sampai ke konsumen.

b. *Source*

Perusahaan harus memilih *supplier* bahan baku yang kredibel dan sanggup untuk mendukung proses produksi yang akan dilakukan. Oleh sebab itu manajer SCM harus dapat menetapkan harga, mengelola pengiriman dan pembayaran bahan baku, serta menjaga dan meningkatkan hubungan bisnis terhadap *supplier*.

c. *Make*.

Komponen ini adalah tahap *manufacturing*. Manajer SCM melakukan penyusunan jadwal aktivitas yang dibutuhkan dalam proses produksi, uji coba produk, pengemasan dan persiapan pengiriman produk. Tahap ini merupakan tahap yang paling penting dalam SCM. Perusahaan juga harus mampu melakukan pengukuran kualitas, output produksi, dan produktivitas pekerja.

d. *Deliver*.

Perusahaan memenuhi *order* dari permintaan konsumen, mengelola jaringan gudang penyimpanan, memilih distributor untuk menyerahkan produk ke konsumen, dan

e. *Return*.

Perencanaan SCM harus membuat jaringan yang fleksibel dan responsif untuk produk cacat dari konsumen dan membentuk layanan aduan konsumen yang memiliki masalah dengan produk yang dikirimkan. Perusahaan perlu membuat laporan performansi bisnis secara rutin. Sehingga pimpinan perusahaan dapat mengetahui perubahan performa bisnis yang telah dilakukan sesuai dengan tujuan awal dari SCM yang telah ditetapkan.

Tujuan strategis SCM perlu dicapai untuk membuat *supply chain* menang atau setidaknya bertahan dalam persaingan pasar. Untuk bisa memenangkan persaingan pasar maka *supply chain* harus bisa menyediakan produk yang murah, berkualitas, tepat waktu, dan bervariasi. Untuk mencapai tujuan tersebut maka *supply chain* harus beroperasi secara efisien, menciptakan kualitas, cepat, fleksibel, dan inovatif. (Pujawan IN, 2017). Tujuan *supply chain management* adalah untuk merencanakan dan mengkoordinasikan semua kegiatan yang terdapat dalam *supply chain*, sehingga akan tercapai pelayanan kepada *customer* yang maksimal dengan biaya yang relatif rendah (Ang H, 2014) Tujuan dari SCM adalah untuk memaksimalkan nilai keseluruhan yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan *customer*. Di sisi lain, tujuannya adalah untuk meminimalkan biaya secara keseluruhan seperti biaya pemesanan, penyimpanan, transportasi (Hayati NE, 2015).

Manfaat *Supply Chain Management* jika perusahaan mengoptimalkan *Supply chain* yaitu (Indrajit dan Djokopranoto, 2003)):

- a. Mengurangi *inventory* barang.
Inventory merupakan bagian paling besar dari aset perusahaan yang berkisar antara 30%-40%. Oleh karena itu usaha dan cara harus dikembangkan untuk menekan penimbunan barang di gudang agar biaya dapat diminimalkan.
- b. Menjamin kelancaran penyediaan barang.
Kelancaran barang yang perlu dijamin adalah mulai dari barang asal (pabrik pembuat), *supplier*, perusahaan sendiri, *whosaler*, *retailer*, sampai kepada konsumen akhir.
- c. Menjamin mutu.
Mutu barang jadi ditentukan tidak hanya oleh proses produksinya, tetapi ditentukan oleh mutu bahan mentahnya dan mutu dalam kualitas pengirimannya
- d. Mengurangi jumlah *supplier* bertujuan untuk mengurangi ketidakseragaman, biaya-biaya negosiasi, dan pelacakan (*tracking*).
- e. Mengembangkan *supplier partnership*.
Dengan mengadakan kerjasama dengan *supplier* (*supplier partnership*) dan juga mengembangkan *strategic alliance* dapat menjamin lancarnya pergerakan barang dalam *supply chain*.

Dalam mengembangkan strategi E-SCM terdapat beberapa segmen atau tahapan yang harus diperhatikan. Segmen tersebut yaitu (Saputro PA, 2018): *Constructing the business value proposition, Defining the value portfolio, Structuring the scope of collaboration, Ensuring effective resource management, Pursuing growth management*.

E-SCM adalah suatu konsep manajemen dimana perusahaan berusaha memanfaatkan teknologi internet untuk mengintegrasikan seluruh mitra kerja perusahaan, terutama yang berhubungan dengan sistem *supplier* bahan baku atau sumber daya yang dibutuhkan dalam proses produksi (Indrajit dan Djokopranoto, 2003). E-SCM adalah kolaborasi penggunaan teknologi untuk meningkatkan proses *business-to-business*, kecepatan, performa, pengawasan *real-time*, dan kepuasan pelanggan. Hal ini meliputi penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan kinerja aktifitas *supply chain* sekaligus manajemen *supply chain* (misalnya perencanaan, koordinasi, dan kontrol). E-SCM bukan hanya sekedar mengenai perubahan teknologi, tetapi meliputi perubahan kebijakan manajemen, budaya organisasi, matriks kinerja, proses bisnis, dan struktur organisasi disepanjang *supply chain* (Ang H, 2014). E-SCM adalah filosofi manajemen strategis dan taktis yang ditujukan untuk menginteraksikan gabungan kapasitas produktif dan sumber daya lainnya dalam suatu sistem jaringan pemasok (*supply channel system*) melalui teknologi internet, untuk pencarian solusi yang inovatif dan sinkronisasi kemampuan jaringan, dan untuk menciptakan nilai tambah bagi konsumen (Prasetyo A, 2012).

Perbedaan antara dengan E-SCM bukan hanya sekedar perbedaan pemanfaatan teknologi internet saja, tetapi juga perubahan fundamental/konsep *supply channel* itu sendiri. Dimana, SCM berfokus pada optimalisasi arus produk dan informasi, sedangkan E-SCM yang merupakan *supply channel* berbasis *Web* berfokus pada penambahan nilai bagi konsumen (baik konsumen internal maupun eksternal).

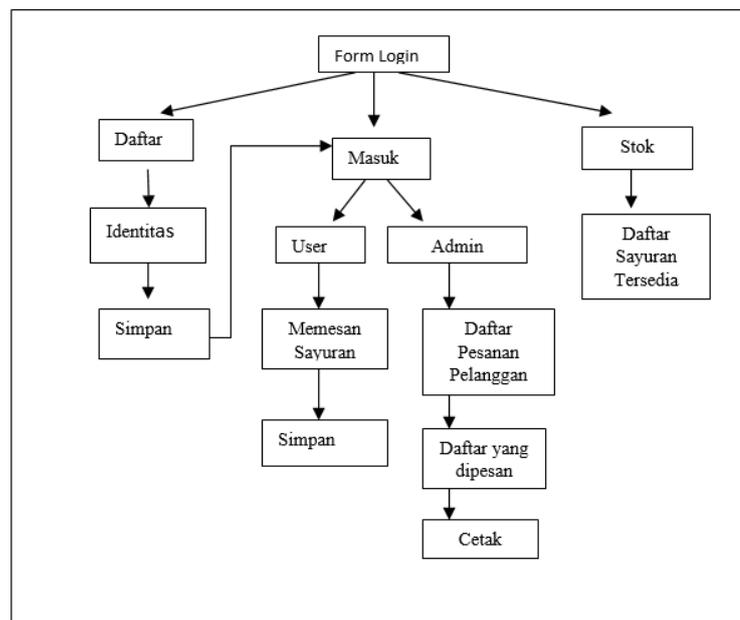
Jadi kesimpulannya *e-Supply chain Management* adalah kolaborasi penggunaan teknologi dan manajemen strategis untuk meningkatkan kecepatan, performa, pengawasan *real-time* proses bisnis yang ditujukan untuk menginteraksikan gabungan kapasitas produktif dan sumber daya lainnya dalam suatu sistem jaringan pemasok (*supply channel system*) melalui teknologi internet, untuk pencarian solusi yang inovatif dan sinkronisasi kemampuan jaringan, dan untuk menciptakan nilai

tambah bagi konsumen. Dapat disimpulkan dari teori-teori di atas bahwa E-SCM adalah kolaborasi untuk meningkatkan aktivitas operasi *supply chain* dengan mengintegrasikan seluruh mitra kerja perusahaan dengan memanfaatkan internet serta teknologinya (Saputro PA, 2018).

2. METODOLOGI

Objek penelitian pada bagian karyawan UD. Mr. Chili Cilacap yang melayani segala keperluan pedagang seperti bagian yang mencatat orderan pedagang maupun bagian yang mengirim sayuran ke pedagang serta bagian karyawan yang menginformasikan sayuran yang masih tersedia di UD. Mr Chili Cilacap kepada para pedagang dan para pelanggan (pedagang kecil).

Penelitian ini membutuhkan data-data yang relevan untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang diteliti, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data primer dengan cara observasi mengadakan pengamatan secara langsung kepada objek penelitian yaitu di UD. Mr. Chili Cilacap dan juga ke pasar yang dituju yaitu Pasar Limbangan, Pasar Tanjung Sari dan Pasar Sakal Putung serta ke 5 pedagang masing-masing untuk memperoleh data serta gambaran secara lebih jelas terhadap permasalahan yang terjadi di lapangan. Pengambilan data dari teknik wawancara serta *brainstorming* mengadakan pengamatan secara langsung kepada objek penelitian untuk memperoleh data serta gambaran secara lebih jelas terhadap permasalahan yang terjadi di lapangan. Sedangkan data sekunder didapat dengan cara tidak langsung, baik dari *literature* yaitu teori tentang SCM, E-SCM, *XAMPP* serta *software* yang akan dipakai. Kajian penelitian berdasarkan dari jurnal yang relevan tentang E-SCM dan yang mendukung proses penyusunan penelitian. Pada gambar 2 terdapat rancangan desain sistem yang akan diaplikasikan dengan alur mulai login oleh pengguna dengan cara mendaftarkan identitas dan menyimpan. Setelah masuk ke sistem bisa memesan sayuran sesuai yang dipesan dan sesuai stok yang dimiliki UD. Mr. Chili Cilacap.



Gambar 2. Rancangan desain sistem

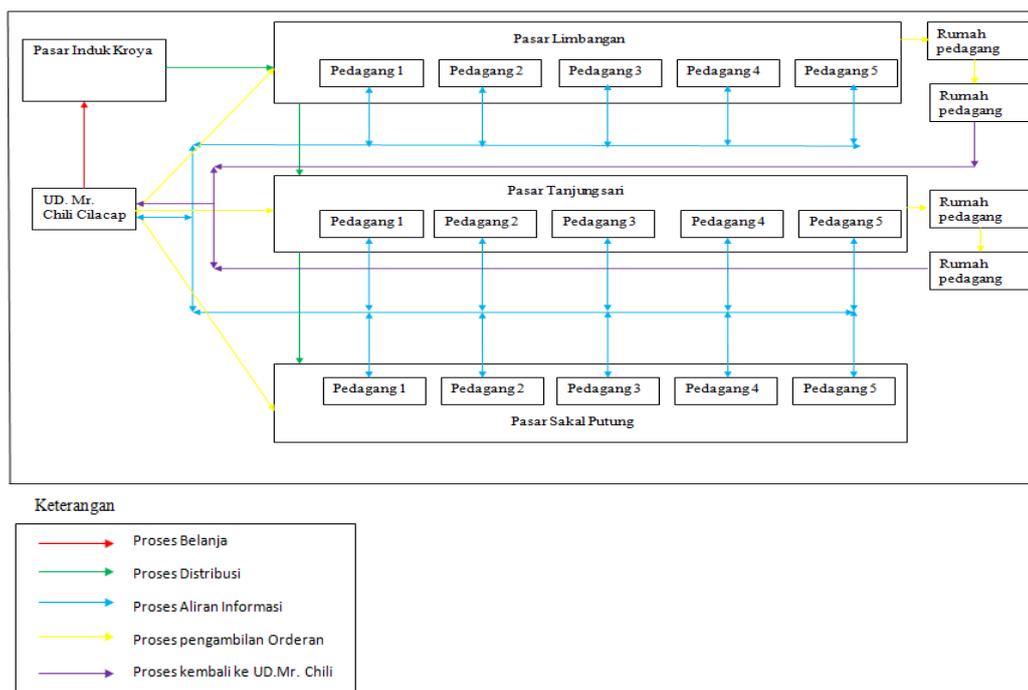
Menu register bagi para pedagang yang belum memiliki akun, pedagang wajib mengisi nama, alamat, no HP dan user name dan password. Setelah mendaftar para pedagang mendapatkan akun untuk mengakses memesan sayuran pada UD. Mr. Chili Cilacap. Dari model di atas bisa diaplikasikan langsung ke pedagang yang memesan sayur ke UD.Mr.Chili Cilacap.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

UD Mr. Chili Cilacap dalam proses pemenuhan order sayuran dengan cara membeli kepada pengepul yang terdapat di pasar induk Kroya kemudian mengantarkan pesannya ke tiga area pasar.

Ke tiga pasar yang akan dituju adalah pasar Limbangan, pasar Tanjungsari dan pasar Sakalputung. Masing masing pasar yang akan dituju tersebut terdapat 5 pedagang yang akan di antarkan pesannya. Setelah selesai mendistribusikan pesannya maka UD. Mr. Chili akan kembali ke pasar atau gudang untuk berjualan dan menyimpan sayuran yang masih tersisa. Gambar 3 adalah aliran proses usaha UD. Mr. Chili Cilacap.

Berdasarkan gambar 3 proses aliran SCM UD. Mr. Chili Cilacap dimulai dari belanja ke Pasar Induk Kroya atau pengepul yang ditunjukkan pada garis yang berwarna merah. Garis yang berwarna hijau pada gambar 3 menunjukkan proses mendistribusikan sayuran ke 3 area pasar yaitu Pasar Limbangan, Pasar Tanjung Sari, dan Pasar Sakal Putung untuk memberikan sayuran ke masing-masing pedagang, setelah selesai mendistribusikan seluruh pesanan ke para pedagang akan kembali ke gudang untuk menyimpan sayuran yang masih tersisa dan berjualan di pasar Sakal putung. Garis yang berwarna biru pada gambar 3 menunjukkan proses pedagang dalam mencari tambahan sayuran yaitu dengan cara mendatangi UD. Mr. Chili Cilacap karena tidak adanya informasi yang diberikan. Proses inilah yang merugikan pedagang dan UD. Mr. Chili Cilacap. Pedagang rugi karena biasanya saat membutuhkan sayuran tambahan para pedagang mendatangi UD. MR. Chili Cilacap, namun saat sampai di tempat sayuran yang dibutuhkannya tidak ada atau *stock* habis inilah yang menjadikan kerugian pedagang karena sudah mengeluarkan uang Transportasi dan tidak mendapatkan sayuran yang diinginkannya. UD. Mr. Chili Cilacap rugi karena biasanya pedagang yang membutuhkan sayuran tambahan tidak mau lagi mendatangi tempatnya untuk meminta tambahan sayuran karena sudah kecewa saat pertama kali membutuhkan sayuran namun sayuran yang dibutuhkannya tidak ada atau habis. hal inilah yang menjadi kerugian bagi UD. Mr. Chili Cilacap karena membuat *stock* tersedia di gudang tidak terjual seluruhnya pada hari itu.

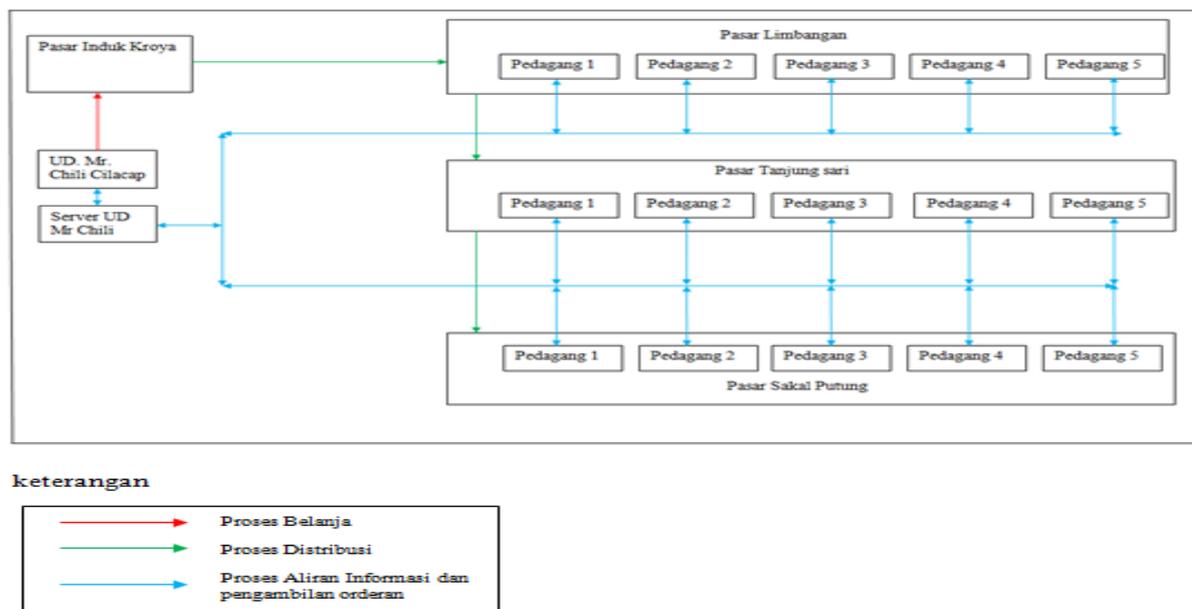


Gambar 3. Aliran Proses usaha UD Mr. Chili Cilacap

Garis yang berwarna kuning pada gambar 3 menunjukkan proses pengambilan orderan ke para pedagang. Proses ini dimulai pada siang hari setelah para pedagang selesai berjualan. UD. Mr. Chili Cilacap menugaskan 3 karyawannya, masing-masing karyawan mendatangi pasar Limbangan, Pasar Tanjung Sari dan Pasar Sakal Putung untuk menemui 5 pedagang di area pasar tersebut. Proses ini biasanya menghabiskan waktu sekitar 3 jam karena selain mengambil orderan dilapak masing-masing pedagang biasanya karyawan juga harus mendatangi beberapa rumah pedagang yang sudah pulang duluan. Proses inilah yang menjadi pemborosan biaya transportasi bagi pihak UD. Mr. Chili Cilacap.

Garis yang berwarna ungu pada gambar 3 menunjukkan proses setelah selesai mengambil orderan ke para pedagang di masing-masing area pasar. Karyawan yang bertugas untuk mengambil orderan ke para pedagang kembali ke gudang UD. Mr. Chili Cilacap untuk memberikan pesanan ke pemilik UD. Mr. Chili Cilacap. Kerugian pada proses ini adalah waktu istirahat karena pemilik UD. Mr. Chili Cilacap harus menunggu karyawannya yang bertugas untuk mengambil orderan kembali ke gudang.

Dari gambar 3 dapat disimpulkan bahwa permasalahan UD. Mr. Chili Cilacap terjadi pada proses Aliran Informasi dan proses pengambilan orderan ke para pedagang, Proses ini merugikan pedagang dan UD. Mr. Chili Cilacap dari segi biaya dan efisiensi waktu. Seharusnya proses ini dapat di hilangkan apabila UD. Mr. Chili memiliki sistem E-SCM yang terintegrasi. Setelah melakukan pengolahan maka didapatkan hasil gambar Aliran Proses usaha UD. Mr. Chili Cilacap yang benar seperti yang ditunjukkan gambar 4.



Gambar 4. Aliran Proses usaha UD Mr. Chili Cilacap setelah diolah

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa permasalahan UD. Mr. Chili Cilacap adalah aliran informasi yang terhambat atau belum tepat dan proses order pedagang yang masih dilakukan secara manual. Setelah membuat aliran SCM yang tepat untuk UD. Mr. Chili Cilacap, aliran SCM tersebut akan di aplikasikan dengan *Electronic Supply Chain Management* menggunakan *software Xamp* berbasis *Web*. *Website* ini akan berfungsi untuk memperlancar aliran informasi yang diberikan UD. Mr. Chili Cilacap ke para pedagang dan untuk proses pemesanan sayuran pedagang.



Gambar 5. Tampilan website yang telah dibuat

Website tersebut dapat diakses oleh semua orang khususnya para pelanggan UD. Mr. Chili Cilacap. *Website* ini berfungsi untuk membagikan informasi ke seluruh pelanggan dan juga sebagai pengganti penarikan orderan yang selama ini masih dilakukan secara manual. Setelah melakukan Uji coba penerapan pada UD. Mr. Chili Cilacap pada tanggal 30 November 2018 maka di dapatkan perbedaan sebelum dan sesudah menerapkan E-SCM seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Setelah Dan Sesudah Menerapkan E-SCM

Keuntungan	Sebelum menerapkan E-SCM	Setelah menerapkan E-SCM
	Keuntungan UD. Mr. Chili Cilacap dalam melayani seluruh pelanggannya tanggal 30 November 2018 Rp.1.687.000,-	Keuntungan UD. Mr. Chili Cilacap dalam melayani seluruh pelanggannya tanggal 30 November 2018 Rp.7.546.000,-
	Jumlah karyawan UD Mr. Chili Cilacap sebanyak 10 orang dengan total biaya upah per hari Rp.775.000,-	Jumlah karyawan UD Mr. Chili berkurang menjadi 8 orang dengan total biaya upah per hari Rp.675.000,-
	Total biaya transportasi yang di keluarkan UD. Mr. Chili dalam menjalankan usahanya adalah Rp.131.800,-	Total biaya transportasi yang di keluarkan UD. Mr. Chili dalam menjalankan usahanya adalah Rp.108.000,-

Dari tabel 1 diketahui bahwa terdapat 3 keuntungan setelah menerapkan E-SCM yaitu:

- Keuntungan penjualan UD. Mr. Chili Cilacap meningkat Rp. 5.859.000,-
- Biaya Transportasi menurun sebesar Rp. 23.300,-/hari.
- Biaya Upah karyawan menurun sebesar Rp. 100.000,-/hari.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan perancangan E-SCM yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan.

- a. UD Mr. Chili Cilacap mendapatkan beberapa keuntungan setelah melakukan uji coba menerapkan sistem E-SCM pada usahanya antara lain yaitu keuntungan dari pendapatan penjualan menjadi meningkat Rp.5.859.000,-, biaya transportasi menurun Rp. 23.300,-/hari, dan biaya upah karyawan menurun Rp.100.000,-/hari
- b. Model *supply Chain* yang tepat untuk UD. Mr. Chili Cilacap adalah *pull based strategy*, karena metode ini merupakan sebuah keputusan untuk memenuhi permintaan berdasarkan permintaan dari konsumen *real* dari pada perkiraan permintaan. Metode ini dipilih berdasarkan hasil pengolahan data yang diketahui UD. Mr. Chili Cilacap selalu memiliki *stock* sayuran tersisa setiap harinya.
- c. Membangun sistem E-SCM yang dapat terintegrasi dengan baik. UD. Mr. Chili Chili Cilacap dapat membangun sistem E-SCM yang dapat mendukung proses bisnisnya. Sistem E-SCM yang telah dirancang secara *online* diharapkan akan mampu mengatasi permasalahan yang ada pada UD. Mr. Chili Cilacap yang selama menyebabkan keuntungan UD. Mr. Chili Cilacap belum maksimal. Aplikasi yang menunjang sistem E-SCM pada UD. Mr. Chili Cilacap adalah aplikasi *Xampp* berbasis *Web*. Aplikasi ini dipilih karena penggunaannya yang mudah dan cocok digunakan untuk multi *user* karena UD. Mr. Chili Cilacap memiliki jumlah pelanggan lebih dari satu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ang, H., 2014, "Model Supply Chain Management dan perancangan E-SCM pada PT Indofood sukses makmur TBK Bogasari flour mills division", *Jurnal The Winners*, Vol. 15, No. 1, hh. 72-84.
- Hayati, N.E., 2015, "Penerapan E-Supply Chain Management pada industri", *Jurnal*, Vol 9, No. 2 Semarang: Universitas Sikubank.
- Indrajit dan Djokopranoto., 2003, *Prinsip dasar yang harus diperhatikan dalam merencanakan sebuah e-supply chain management (E-SCM)*.
- Pujawan, IN., & Mahendrawathi, Er., 2017, *Supply Chain Managemen.*, Ed.3, 1st Published, Surabaya.
- Prasetyo, A., 2012, "Perancangan sistem informasi Electronic Supply Chain Management pada logistik farmasi berbasis Web". *Jurnal Mutitek Indonesia*, Vol. 6, No. 2, hh. 123-128.
- Saputro, P.A., Aryadita, H., & Priambadha., W., 2018, "Pengembangan sistem informasi Electronic Supply Chain Management". *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, Vol. 2, No. 4, hh. 1382 – 1389.