
PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI PADA UMKM SEKTOR JASA META PROPERTY BATAM**Oleh :****Calvin Wijaya¹,****Dyfan²,****Metta³,****Yendi⁴**

Fakultas Bisnis dan Manajemen, Program Studi Manajemen, Universitas Internasional Batam, Kota Batam, Indonesia

Email: ¹2041295calvin@uib.edu, ²2041024dyfan@uib.edu, ³2041194metta@uib.edu,
⁴2041250yendi@uib.edu

Article Info*Article History :**Received 16 Agustus - 2022**Accepted 25 Agustus - 2022**Available Online**30 September - 2022*

Abstract

The property business is one industry that enjoys high public demand in the contemporary day. For those of you who enjoy conducting business and making long-term investments, investing in real estate has turned into a passion. Property agents are currently making a sizable profit because of the current circumstances, which are progressively improving and trending in the commerce and real estate industries. However, property lenders who swarm to purchase homes at low prices and real estate brokers will also reap the rewards during periods of commerce and property booms and busts. The remedy suggested to Meta Property for this issue includes forecasting sales and marketing trends, researching rivals, conducting consumer surveys, researching and figuring out efficient ways to collect data, and requiring each real estate company to have a monthly target for unit sales. This meta property is extremely dependable and puts the demands of its customers first. It is processed fast and safely at home.

Keyword :*Business, Property,**Agency, Marketing, Trend*

1. PENDAHULUAN

Di era modern saat ini, ada salah satu bisnis yang sangat diminati oleh para masyarakat ialah bisnis properti. Bisnis Properti telah menjadi sebagian besar kegemaran bagi anda yang suka berbisnis dan investasi di waktu jangka panjang. Pada pandemi Covid-19 di Indonesia sangat berpengaruh kepada semua bidang bisnis, pada sektor properti juga sangat berpengaruh dan primer yang sehingga membuat para agen properti beralih cara strategi untuk bisa tetap bertahan. Kerumitan yang di alami oleh para agen properti sehingga sulit untuk memasarkan properti yang sehingga tidak bisa bertemu langsung karena adanya pembatasan sosial berkala besar yang sehingga membuat para calon peminat atau pembeli properti menjadi khawatir. Oleh karena itu kita memutuskan memperkenalkan propertinya dengan digital.

Pengertian Properti ialah suatu penanaman uang yang sangat amat diamati oleh para investor bagi masyarakat secara umum. Salah satu perusahaannya yakni PT. Meta Property merupakan Agensi Properti, tempat bersatunya agen properti Indonesia yang bernaung dibawah legalitas pada PT Sunter Sumber Sinergi yang sejak Juli tahun 2017 dan kini telah menjadi independent pada PT Meta Property Indonesia. Secara aktif mereka menggunakan sistem informasi dan teknologi untuk memasarkan dan menjalankan strategi pemasaran mereka. Dengan sistem informasi dan teknologi yang sudah mereka terapkan, kemungkinan penjualan yang lebih tinggi terhadap produk properti yang dipasarkan.

Dengan menerapkan sistem informasi online, properti yang dipasarkan Meta Property dapat menjangkau ke seluruh wilayah dasar domestik sampai ke pasar internasional. Agensi

properti yang terbaik di Indonesia dan telah mencetak rekor 1001 orang Real-Estate Preneur atau investor properti yang ada di Indonesia. Tentunya Meta Properti memiliki beberapa Visi dan Misi yakni dengan memberikan sistem pemasaran yang terbaik tentunya kepada para calon pemilik properti, memfasilitasi agen properti di dalam hal sistem dan jaringan, memudahkan para agen properti ketika administrasi jual beli properti dan sertifikasi agen properti profesional dan mendirikan bisnis properti. Dengan kemajuan teknologi yang sangat mendukung bisnis khususnya di negara Indonesia di dalam seluruh sektor bisnis yang telah ada, dampak pada teknologi juga sangat mudah membuat para dunia bisnis properti join dan adanya situs website yang sangat mudah bertemunya dengan para investor atau pembeli properti dengan developer melalui perantara yakni agen properti. Pada situasi saat ini kondisi sektor perdagangan dan properti pelan-pelan naik sehingga menjadi trending pada saat ini, sehingga membuat agen properti mendapatkan keuntungan yang cukup besar. Tetapi pada saat sektor perdagangan dan properti sedang melonjak menurun, pemberi properti yang berbondong-bondong yang membeli properti dengan harga yang undervalued dan para agen properti juga akan ikut merasakan keuntungan.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kelebihan Permintaan dan Produksi

Dalam ekuilibrium umum, respons pekerjaan dan upah di setiap pasar adalah jumlah, di semua pasar, dari ekuilibrium parsial pergeseran kelebihan permintaan dikalikan dengan elastisitas bentuk tereduksi bilateral. Elastisitas bentuk tereduksi ekuilibrium umum ini mengontrol seberapa besar pergeseran permintaan tenaga kerja berlebih pasar mempengaruhi secara langsung pasarnya sendiri dan secara tidak langsung pasar lain. Bergantung pada tandanya, elastisitas bentuk tereduksi tidak langsung dapat memperkuat atau melemahkan efek langsung dari pergeseran permintaan berlebih pasar itu sendiri. Jadi, dalam model spasial kami, elastisitas ini adalah statistik yang cukup *ex-ante* yang memungkinkan agregasi ekuilibrium umum dari pergeseran permintaan berlebih di seluruh pasar. Para ekonom terkadang menggunakan istilah permintaan berlebih untuk menggambarkan situasi ketidakseimbangan di pasar untuk barang atau jasa tertentu. Dalam kebanyakan situasi, hal ini tidak perlu dikhawatirkan, karena ini hanyalah fenomena sementara yang akan segera teratasi dengan sendirinya melalui kekuatan penawaran dan permintaan dan mekanisme harga. Arti permintaan berlebih (yang kadang-kadang disebut

permintaan yang tidak terpenuhi) adalah bahwa ada peluang keuntungan potensial bagi perusahaan manapun yang dapat meningkatkan pasokan untuk memenuhi permintaan itu. Misalnya, jika harga terlalu rendah untuk suatu produk, akan ada lebih banyak permintaan dari pelanggan yang ingin membeli produk tersebut daripada yang dapat diakomodasi oleh pemasok. Kelebihan permintaan ini, akan segera menciptakan kekurangan produk itu, dan produsen akan menanggapi dengan menaikkan harga dan output sampai penawaran sama dengan permintaan dan keseimbangan tercapai. Kelebihan Permintaan terjadi ketika Harga suatu barang lebih rendah dari Harga Keseimbangan, yang berarti lebih banyak konsumen yang ingin membeli barang tersebut daripada yang bersedia dijual oleh pemasok. Perbedaan antara Quantity Demanded (QD) dan Quantity Supplied (QS) adalah Excess Demand. Kelebihan permintaan mengacu pada situasi ketika permintaan agregat (AD) lebih dari penawaran agregat (AS) sesuai dengan tingkat output tenaga kerja penuh dalam perekonomian. Ini adalah kelebihan pengeluaran yang diantisipasi atas nilai output lapangan kerja penuh. Kelebihan permintaan menimbulkan kesenjangan inflasi. Kesenjangan inflasi mengacu pada kesenjangan dimana permintaan agregat aktual melebihi permintaan agregat yang dibutuhkan untuk membangun keseimbangan lapangan kerja penuh. Kelebihan Permintaan terjadi ketika Harga suatu barang lebih rendah dari Harga Keseimbangan, yang berarti lebih banyak konsumen yang ingin membeli barang tersebut daripada yang bersedia dijual oleh pemasok. Perbedaan antara Quantity Demanded (QD) dan Quantity Supplied (QS) adalah Excess Demand. Kelebihan penawaran adalah keadaan dimana harga berada di atas harga keseimbangannya. Kuantitas yang mau ditawarkan oleh produsen lebih tinggi daripada kuantitas yang diminta oleh konsumen. Ketika kita memiliki harga yang lebih tinggi dan kelebihan pasokan, produsen akan memiliki persediaan berlebih dan persaingan di antara produsen akan menekan harga karena akan ada beberapa pemasok yang bersedia memasok dengan harga lebih rendah. Ketika harga turun, permintaan konsumen akan meningkat sampai akhirnya menetap pada harga ekuilibrium. Ketika kita memiliki harga yang lebih rendah dan kelebihan permintaan, akan terjadi kekurangan barang, memberikan tekanan ke atas pada harga karena akan ada lebih banyak pembeli yang mengejar barang yang tersedia. Ketika harga meningkat, pemasok akan mulai memproduksi lebih banyak tetapi permintaan dari pembeli akan berkurang. Ini akan mendorong harga dan kuantitas ke tingkat ekuilibriumnya.

Fluktuasi Permintaan dan Pengelolaan Permintaan dengan Sistem Reservasi

Fluktuasi permintaan adalah permintaan yang bervariasi secara dramatis dalam menanggapi perubahan kondisi ekonomi dan kebiasaan belanja konsumen. Permintaan akan produk dan jasa terbentuk dari ekspektasi perilaku pelanggan akhir. Perusahaan jasa harus berusaha untuk berfungsi pada kapasitas maksimum untuk memastikan keunggulan layanan dalam menghadapi permintaan yang berfluktuasi. Memahami sifat pola permintaan layanan merupakan langkah pertama yang penting dalam menyeimbangkan permintaan dan kapasitas. Selain itu, mengorbankan kualitas layanan karena kurangnya permintaan adalah bisnis yang buruk. Akibatnya, ketika perusahaan jasa memberikan produk layanan yang luar biasa setiap saat dan mengevaluasi efisiensi mereka dalam mengendalikan fluktuasi permintaan, kesulitan yang terkait dengan perubahan permintaan kemungkinan akan diminimalkan secara signifikan. Perusahaan jasa yang hebat memiliki kemampuan untuk berimprovisasi. Mengajarkan metode improvisasi kepada petugas layanan dapat meningkatkan kapasitas mereka untuk membantu klien, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menyenangkan mereka. Hampir semua perusahaan jasa menghadapi dua situasi di jantung fluktuasi permintaan jasa: siklus permintaan dan mudah rusak.

Siklus permintaan sering mengakibatkan kondisi "pesta atau kelaparan" untuk layanan, dengan saat permintaan klien tinggi diikuti oleh periode permintaan konsumen yang rendah. Karena daya tahan tidak dapat diinventarisasi, hal itu berkontribusi pada masalah permintaan. Perusahaan jasa dapat lebih mempersiapkan dan menanggapi permintaan fluktuasi dengan memahami pola permintaan pelanggan mereka. Mengenali siklus permintaan juga dapat membantu pelanggan dalam menyesuaikan perilaku mereka. Kapasitas yang tidak memadai dapat menyebabkan kelebihan permintaan, dan kelebihan kapasitas dapat menyebabkan fluktuasi permintaan. Sebagian besar organisasi layanan dibatasi kapasitas, yang menyiratkan bahwa jumlah klien yang dapat dilayani oleh layanan dan kualitas penyedia layanan terikat oleh kapasitas produktif perusahaan. Perusahaan hanya dapat memberikan pelayanan sesuai dengan kapasitas bangunan fisik tempat pelayanan diberikan, karyawan yang memberikan pelayanan dan tingkat keahliannya, serta peralatan yang memungkinkan pelayanan tersebut berlangsung. Mencapai keseimbangan antara kapasitas dan fluktuasi permintaan sangat

penting untuk setiap perusahaan jasa. Biasanya menggunakan banyak metode penyesuaian kapasitas. Untuk mengejar fluktuasi permintaan dengan benar, bisnis pertama-tama harus memiliki pemahaman yang lengkap tentang siklus permintaannya. Melacak fluktuasi permintaan melalui perluasan kapasitas mungkin menjadi masalah dalam beberapa kasus. Oleh karena itu, penting untuk memasukkan bahwa perluasan kapasitas adalah modifikasi satu kali. Sebuah perusahaan jasa yang dikelola dengan baik mencoba untuk mencapai keseimbangan antara kapasitas dan fluktuasi permintaan. Mengejar permintaan dan menghaluskan permintaan adalah dua metode untuk menyeimbangkan kapasitas layanan dengan fluktuasi permintaan. Ketika perusahaan jasa memperluas atau mengurangi kapasitas produksi agar sesuai dengan proyeksi tingkat konsumsi konsumen, mereka menggunakan strategi mengejar-permintaan. Ketika perusahaan jasa mencoba untuk mengubah atau mengubah sifat permintaan pelanggan dengan mengalihkan konsumsi ke periode ketika kapasitas produktif layanan kurang dimanfaatkan dan mengalihkan atau mengecilkan konsumsi ketika kelebihan beban, mereka mengadopsi strategi perataan permintaan. Pendekatan lain bagi perusahaan jasa untuk mengatasi fluktuasi permintaan adalah dengan menanganinya segera setelah muncul. Membangun sistem reservasi, menggunakan sistem antrian formal yang mencakup metode untuk menenangkan menunggu konsumen, atau tidak melakukan apa-apa, yang bergantung pada kekuatan eksternal untuk menyelesaikan masalah pola fluktuasi permintaan adalah beberapa opsi untuk mengendalikan permintaan saat itu terjadi. Bisnis jasa harus menyadari bahwa tindakan strategis untuk berfluktuasi dalam permintaan mungkin memiliki dampak keuangan yang tidak menguntungkan ketika mencoba menyesuaikan kapasitas dengan permintaan. Ketika kapasitas mencapai batasnya (misalnya, ketika perusahaan jasa berada pada kapasitas maksimum), kualitas layanan sering kali menurun. Namun, dalam kasus yang parah, kapasitas maksimum dapat tercapai, yang mengharuskan pelanggan menunggu untuk memasuki sistem pemberian layanan. Dalam hal ini, perusahaan jasa harus memahami bahwa menunggu adalah kejadian biasa karena siklus permintaan layanan. Mereka harus membuat pengalaman menunggu lebih dapat diterima oleh konsumen mereka. Untuk mencapai permintaan yang optimal, organisasi layanan yang cerdas harus mencoba menyeimbangkan kapasitas dan permintaan dengan mengejar dan menghaluskan permintaan pada saat yang bersamaan.

Manajemen kapasitas mengacu pada tindakan untuk memastikan bisnis memaksimalkan potensi aktivitas dan hasil produksinya—setiap saat, dalam semua kondisi. Kapasitas bisnis mengukur seberapa banyak perusahaan dapat mencapai, memproduksi, atau menjual dalam periode waktu tertentu. Karena kapasitas dapat berubah karena perubahan kondisi atau pengaruh eksternal — termasuk permintaan musiman, perubahan industri, dan peristiwa ekonomi makro yang tidak terduga — perusahaan harus tetap cukup gesit untuk terus memenuhi harapan dengan cara yang hemat biaya. Misalnya, sumber daya bahan baku mungkin perlu disesuaikan, tergantung pada permintaan dan persediaan bisnis yang ada saat ini. Menerapkan manajemen kapasitas mungkin memerlukan kerja lembur, mengalihdayakan operasi bisnis, membeli peralatan tambahan, dan menyewakan atau menjual properti komersial. Perusahaan yang menjalankan manajemen kapasitas dengan buruk dapat mengalami penurunan pendapatan karena pesanan yang tidak terpenuhi, pengurangan pelanggan, dan penurunan pangsa pasar. Dengan demikian, perusahaan yang meluncurkan produk baru yang inovatif dengan kampanye pemasaran yang agresif harus secara seimbang merencanakan lonjakan permintaan yang tiba-tiba. Ketidakmampuan untuk mengisi kembali inventaris mitra ritel pada waktu yang tepat adalah buruk bagi bisnis. Manajemen kapasitas menjadi perhatian khusus bagi perusahaan besar karena relatif mudah untuk membeli perangkat keras tambahan untuk organisasi yang lebih kecil dengan biaya rendah; namun, ketika bisnis tumbuh, menambahkan perangkat lunak baru menjadi lebih mahal secara eksponensial. Dengan demikian manajemen kapasitas harus mempertimbangkan beberapa aspek berbeda yang terkait dengan pertumbuhan dan biaya produksi. Sistem reservasi diperlukan untuk bisnis pemrosesan kepemilikan di bidang seperti perbaikan dan pemeliharaan. Dengan meminta reservasi untuk pemeliharaan rutin, manajemen dapat memastikan bahwa ada waktu yang tersisa untuk menangani pekerjaan darurat yang menghasilkan margin yang jauh lebih tinggi karena membawa harga premium. Rumah tangga dengan hanya satu mobil, misalnya atau pabrik dengan peralatan vital sering kali tidak mampu tanpa barang-barang tersebut selama lebih dari satu atau dua hari dan cenderung bersedia membayar lebih untuk layanan yang lebih cepat. Sistem reservasi juga digunakan oleh banyak layanan pemrosesan orang termasuk restoran, hotel, maskapai penerbangan, salon rambut, dokter, dan dokter gigi. Pelanggan yang mengadakan reservasi harus dapat mengandalkan untuk menghindari antrian, karena mereka telah

dijamin layanan pada waktu tertentu. Namun, masalah muncul ketika pelanggan gagal menunjukkan atau ketika perusahaan jasa memesan berlebihan. Strategi pemasaran untuk mengatasi masalah operasional tersebut antara lain mensyaratkan deposit, membatalkan pemesanan yang tidak dibayar setelah waktu tertentu, dan memberikan kompensasi kepada korban pemesanan yang berlebihan. Organisasi jasa sering menggunakan persentase kapasitas yang terjual sebagai ukuran efisiensi operasional. Layanan transportasi berbicara tentang "faktor beban" yang dicapai, hotel tentang "tingkat hunian" mereka, dan rumah sakit dari "sensus" mereka. Perusahaan profesional menghitung berapa proporsi waktu mitra atau karyawan yang dapat diklasifikasikan sebagai jam yang dapat ditagih, dan bengkel dapat melihat pemanfaatan peralatan dan tenaga kerja. Namun, angka persentase ini sendiri hanya memberi tahu kita sedikit tentang profitabilitas relatif dari bisnis yang ditarik, karena tingkat pemanfaatan yang tinggi dapat diperoleh dengan mengorbankan diskon besar-besaran atau bahkan pemberian langsung. Banyak perusahaan jasa lebih suka mengandalkan pengukuran hasil mereka yaitu, pendapatan rata-rata yang diterima per unit kapasitas. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan hasil guna meningkatkan profitabilitas. Strategi penetapan harga yang dirancang untuk mencapai tujuan ini banyak digunakan dalam bisnis dengan kapasitas terbatas seperti maskapai penerbangan penumpang, hotel, dan agen penyewaan mobil. Program manajemen hasil yang diformalkan berdasarkan pemodelan matematis memberikan nilai terbesar bagi perusahaan jasa yang merasa mahal untuk memodifikasi kapasitas mereka tetapi menimbulkan biaya yang relatif rendah ketika mereka menjual unit lain dari kapasitas yang tersedia. Karakteristik lain yang mendorong penggunaan program tersebut meliputi tingkat permintaan yang berfluktuasi, kemampuan untuk mensegmentasi pasar berdasarkan tingkat sensitivitas harga, dan penjualan layanan jauh sebelum penggunaan. Analisis hasil memaksa manajer untuk mengenali biaya peluang menerima bisnis dari satu pelanggan atau segmen pasar ketika yang lain mungkin kemudian menghasilkan tingkat yang lebih tinggi.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, di mana penelitian akan menghasilkan data deskriptif seperti kata-kata tertulis atau lisan dari pelaku atau orang yang menjadi sumber data. Metode ini menekankan pada kedalaman data yang diperoleh dan bukan berdasarkan kuantitas data sehingga semakin mendalam suatu fenomena

diteliti maka semakin baik pula kualitas penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara (*interview*) yaitu pengumpulan data dengan berkomunikasi dua arah secara langsung kepada narasumber. Melalui wawancara, penyusun dapat memperoleh gambaran atau informasi yang lebih rinci dan mendalam serta terjamin kebenarannya. Penelitian ini juga memadukan beberapa data yang diperoleh dengan cara studi kepustakaan melalui penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan. Teknik ini memungkinkan penulis untuk memperoleh orientasi yang lebih luas melalui teori dan konsep yang telah ditemukan oleh peneliti terdahulu. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari wawancara *online* dengan salah satu karyawan Meta property yang juga merupakan salah satu anggota tim dalam penyusunan artikel ini yaitu Metta. Pengumpulan data dilakukan dengan cara *online* karena terbatasnya jarak dan waktu. Dalam memecahkan permasalahan dan memperdalam pembahasan, teori atau data yang berasal dari artikel dan jurnal *online* dari berbagai sumber terpercaya juga turut digunakan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari pembahasan di atas membahas mengenai umkm yaitu meta property bergerak di bidang penjualan rumah, meta property adalah perusahaan agensi properti tempat berkumpulnya property dan menggunakan system dan teknologi dalam menjalankan pemasaran properti dengan sistem yang diterapkan, menerapkan penjualan yang lebih tinggi.

Meta property di batam bergerak di bidang property yaitu menerima jasa titip,jual, beli ,sewa sesuai kebutuhan konsumen dan juga memudahkan untuk mencari properti dan bisa menjadi perantara antara developer yang ada di batam. Meta property memiliki servis yang dilakukan pada setiap konsumen, yaitu melakukan negosiasi harga , kpr dan memiliki cara membantu proses pengkreditan rumah yang anda suka, ilmu untuk melakukan promosi dan penjualan media online. Dengan strategi yang dimiliki oleh metta property yaitu memberikan layanan yang terbaik terhadap konsumen dan mengomunikasikan ide ide yang inovatif dengan cara yang lebih nyata dan meyakinkan pendekatan ini juga memungkinkan organisasi untuk menawarkan layanan yang tepat bagi pelanggan dan melayani masyarakat dengan waktu yang tepat Memprediksikan tren penjualan dan pemasaran, melakukan penelitian terhadap competitor melakukan survey terhadap konsumen dan meneliti dan menentukan cara yang efektif

untuk mengumpulkan data, dan setiap perusahaan property pasti harus ada target per bulannya untuk melakukan penjualan unit rumah dan diproses dengan cepat dan aman dan meta property ini sangat terpercaya dan mementingkan kebutuhan konsumennya.

5. KESIMPULAN

Meta property di batam bergerak di bidang property yaitu menerima jasa titip,jual, beli ,sewa sesuai kebutuhan konsumen dan juga memudahkan untuk mencari properti dan bisa menjadi perantara antara developer yang ada di batam. Meta property memiliki servis yang dilakukan pada setiap konsumen, yaitu melakukan negosiasi harga , kpr dan memiliki cara membantu proses pengkreditan rumah yang anda suka, ilmu untuk melakukan promosi dan penjualan media online. Karena melakukan pelayanan jasa secara online, Meta property harus selalu memantau dan mengikuti analisa trend dan permintaan pasar. Setiap perusahaan real estate pasti memiliki target bulanan untuk menjual unit rumah dan diproses dengan cepat dan aman, dan meta property ini sangat handal dan peduli dengan kebutuhan konsumen. Tugas lainnya termasuk memperkirakan tren penjualan dan pemasaran, meneliti pesaing, mensurvei konsumen, meneliti dan menentukan cara yang efektif untuk mengumpulkan data, dan meneliti dan meneliti cara efektif untuk mengumpulkan data.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Adani, M. R. (2021). *Supply Chain Management: Definisi, Fungsi, Tahapan, Dan Manfaat*. <https://www.sekawanmedia.co.id/blog/supply-chain-management/>
- Azeharie, K. (2022). *Barang Substitusi adalah: Definisi, Ciri-Ciri, dan Contohnya*. <https://majoo.id/solusi/detail/pengertian-dan-contoh-barang-substitusi>
- Binus, A. (2017). *ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP) – Accounting*. <https://accounting.binus.ac.id/2017/06/20/enterprise-resource-planning-erp/>
- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply chain management: strategy, planning, and operation*.
- Gie. (2021). *Persediaan Adalah: Berikut Adalah Pengertian, Jenis, dan Metodenya*. <https://accurate.id/akuntansi/persediaan-adalah/>
- IdCloudHost. (2020). *Teknologi Informasi : Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Manfaat Teknologi Informasi - IDCloudHost*. <https://idcloudhost.com/teknologi-informasi->

pengertian-fungsi-tujuan-dan-manfaat-
teknologi-informasi/#comments

- Song, L. (2009). *Supply Chain Management with Demand Substitution*.
https://trace.tennessee.edu/utk_graddiss
- Surbakti, J. A., Sri, N., Ayu, I., & Dewi, L. (2020).
LELE DI KOTA KUPANG
IDENTIFICATION AND EFFICIENCY OF
THE SUPPLY CHAIN PERFORMANCE
ON CATFISH IN KUPANG CITY. *JVIP*,
1(1).
- Tyagi, P., & Agarwal, A. G. (2014). Supply Chain
Challenges among BRICS Countries. In
*Journal of Engineering Research and
Applications* www.ijera.com (Vol. 4, Issue 4).
www.ijera.com