



MANAJEMEN SUPPLY CHAIN



. Manajemen Supply Chain

Budi Dwi Satoto, Novi Prastiti



Manajemen Supply Chain

Penulis:
Budi Dwi Satoto
Novi Prastiti

Editor:
Budi Dwi Satoto

Layouter :
Tim Kreatif PRCI

Cover:
Rusli

Cetakan Pertama : Oktober 2022

Hak Cipta 2022, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT

Pondok Karisma Residence Jalan Rafflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org
E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2022 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I – : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2022
; 14,8 x 21 cm
ISBN : 978-623-448-306-2-

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta Pasal 72

Kata Pengantar

Pertama Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan waktu luang sehingga penulis dapat menyelesaikan buku tentang manajemen supply chain. Adapun tujuan pembuatan buku ini adalah sebagai pendahuluan awal bagaimana supply chain dibangun dan bisa mendukung industri 4.0. Buku ini ditulis sebagai bahan ajar mata kuliah manajemen supply chain atau rantai pasok di program studi Sistem Informasi. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang telah membantu menyelesaikan buku ajar ini diantaranya adalah rekan bekerja penulis di industri retail hipermarket, karena buku ini disusun berdasar pengalaman bekerja penulis di bidang retail tersebut.

Adapun Gambaran tentang buku ini adalah penjelasan tentang pengantar supply chain dan bagaimana supply chain dibangun untuk mendukung industri 4.0, infrastruktur sarana pendukung yang diperlukan, manajemen organisasi yang seharusnya ada dalam sebuah organisasi supply chain, manajemen pergudangan, manajemen transportasi yang dimiliki supplier, Hal hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan supplier, Kemitraan logistik yang diperlukan untuk mendukung manajemen pergudangan, Kolaborasi Teknologi informasi agar sistem informasi yang digunakan user friendly namun aman untuk digunakan, strategi dalam membangun supply chain, manajemen pengendalian barang melalui inventory, stock optimization untuk manajemen barang merchandise dan aset serta teknik pengukuran keberhasilan pelaksanaan supply chain.

Harapan penulis pembaca dapat memahami kebutuhan mendasar yang diperlukan untuk membangun sebuah supply chain dan faktor pendukung eksternal terkait keberhasilan dari sebuah supply chain. Akhir kata penulis menyampaikan tiada gading yang tak retak, mohon dimaafkan apabila terdapat

kesalahan kata dalam penulisan buku ini. Kritik dan saran yang membangun penulis harapkan agar kedepannya terdapat perbaikan dan inovasi pada buku ini.

Surabaya, 8 Oktober 2022

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi.....	v
BAB 1. Definisi Supply Chain	1
1. 1. Definisi dan Tujuan	1
1. 2. Referensi supply Chain	1
1. 3. Ilustrasi supply chain	2
BAB 2. Struktur Organisasi SCM	4
2. 1. Jenis Struktur Organisasi	5
2. 2. Perhitungan Manpower.....	6
BAB 3. Manajemen Supplier dan Lead Time	8
3. 1. Definisi Supplier.....	8
3. 2. Jenis Jenis Supplier	9
3. 3. Pemilihan Supplier	17
3. 4. Lead Time.....	19
3. 5. Faktor faktor yang mempengaruhi pemilihan supplier	20
BAB 4. Siklus Persediaan.....	23
4. 1. Definisi	23
4. 2. Cost of Good Solds (COGS).....	23
4. 3. Buffer stock.....	24
4. 4. Pencegahan terhadap fluktuasi harga	25
4. 5. Menghitung persediaan (safety stock)	25
4. 6. Rumus Heizer & Render	27
BAB 5. Transportasi.....	30
5. 1. Penjadwalan.....	30
5. 2. Keberhasilan rantai pasok.....	31
5. 3. Sistem manajemen transportasi (TMS)	31
5. 4. Penawaran TMS	34
5. 5. Perencanaan Transport Manajemen Sisitem (TMS).....	34
5. 6. Cross docking.....	35
BAB 6. Bullwhip Effect.....	40
6. 1. Definisi	40
6. 2. Periode permintaan tinggi.....	41
BAB 7. Manajemen Gudang	47
7. 1. Fast Moving.....	48
7. 2. Slow moving.....	49
7. 3. Area Recehan	49
7. 4. Breakage	49

7. 5. Stop Item Returnable	49
7. 6. Free good.....	50
7. 7. Free gift.....	50
7. 8. Expired date	50
7. 9. Frozen Item.....	50
7. 10. Gondola, TG, Gudang Hadiah.....	50
7. 11. Gudang Asset	51
BAB 8. Strategi Supply Chain	52
8. 1. kompetensi inti organisasi	52
8. 2. Perbaikan terus menerus.....	54
8. 3. Green Supply Chain.....	55
BAB 9. Implikasi Kemitraan	58
9. 1. Tingkat Kemitraan Logistik.....	58
9. 2. Keputusan Kemitraan Logistik.....	59
9. 3. Aliansi Strategis.....	60
9. 4. Joint Ventures-perjanjian pembentukan badan usaha baru	61
9. 5. Model Pengembangan Aliansi Strategis	63
9. 6. Kepercayaan dan Tantangan Aliansi Strategis	64
9. 7. Kompetensi.....	65
10. 1. Definisi Kolaborasi.....	72
10. 2. Jenis-jenis Kolaborasi	73
BAB 11. Inventory Management.....	76
11. 1. Definisi Inventory	76
11. 2. Prosedur pengendalian inventory	76
BAB 12. Stock Optimization	79
12. 1. perencanaan dan prediksi permintaan.....	79
12. 2. Keunggulan kompetitif.....	80
BAB 13. Konsep e-supply chain.....	83
13. 1 Definisi.....	83
13. 2 Jenis Jenis e-SCM	83
BAB 14. Pengukuran Kinerja Supply Chain	88
14. 1. Definisi.....	88
14. 2. Penawaran dan permintaan.....	89
14. 3. Model SCOR (Supply Chain Operations Reference).....	89
14. 4. Metric Supply Chain	95

BAB 1. Definisi Supply Chain

1. 1. Definisi dan Tujuan

Definisi SupplyChain adalah sistem yang terdiri dari entitas yang berbeda, yang menambah nilai dari sumber sumber daya asli ke produk akhir sambil bertukar informasi tentang pasar, produksi, dan sebagainya. Tujuan Manajemen rantai pasok berkaitan dengan integrasi yang efisien dari entitas yang saling berhubungan sehingga produk bersumber, diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, ke lokasi yang tepat dan pada waktu yang tepat, sehingga memenuhi kebutuhan pelanggan dengan total biaya sistem yang minimal.

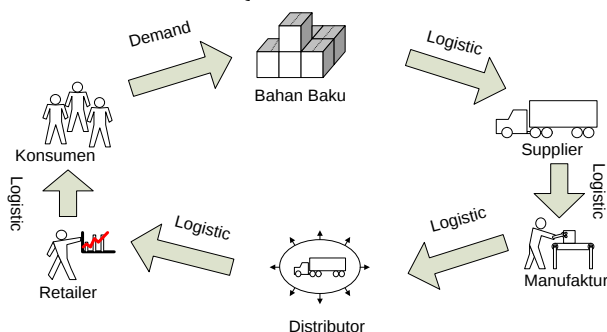
1. 2. Referensi supply Chain

Beberapa definisi supply chain: Rantai pasok yang hebat adalah perencanaan kolaboratif di semua fungsi. Merupakan sebuah alat untuk mempercepat dan meningkatkan proses bisnis dalam sebuah jaringan. Hal ini karena SCM berfokus pada hasil, mengarahkan ke metrik yang tepat dan melibatkan pemasok dalam tujuan bersama (Steve Raetz, Direktur, Riset & Intelijen Pasar, C.H. Robinson). Rantai pasok berkinerja tinggi menawarkan visi tentang bagaimana mendorong dan mendukung strategi perusahaan. Selain itu memberikan pemahaman tentang ketidakpastian dan risiko. Selanjutnya, kejelasan dan kolaborasi aset dan mitra utama. Terakhir, bakat dan kelincahan untuk merespon perubahan yang sedang berlangsung (Abe Eshkenazi, CSCP, CPA, CAE, CEO, APICS)

Jika mata adalah jendela dalam jiwa, maka data adalah jendela menuju rantai pasok yang hebat. Data memberikan visibilitas waktu nyata, analitik untuk dampak, dan fleksibilitas untuk menskalakan secara global. Mitra dapat membantu dengan alat, sumber daya, dan banyak lagi (John Kruzan, Direktur Senior, Pengiriman, Pitney Bowes e-commerce Global). Rantai pasok yang hebat menghadirkan kinerja tepat waktu

yang dapat diprediksi, dengan biaya terendah (Eric Allais, Presiden dan CEO, PathGuide Technologies, Inc).

Rantai pasok yang hebat dimulai dengan orang yang tepat. Operasi yang berfungsi dengan baik membutuhkan karyawan yang sesuai dengan budaya tim dan manajer yang membantu mereka tumbuh (Tom Gimbel, Pendiri dan CEO, LaSalle Network). Karakteristik rantai pasok yang baik adalah visibilitas, optimalisasi, biaya serendah mungkin, ketepatan waktu, dan konsistensi (Brandon Stallard, CEO, TPS Logistics)



Gambar 1. Ilustrasi Supply Chain

1. 3. Ilustrasi supply chain

Rantai pasok yang hebat mengintegrasikan keahlian dari beberapa pemasok berkualitas yang secara aman dan konsisten memenuhi harapan; menampilkan nilai pelanggan yang dapat diukur dengan metrik yang bermakna dan akurat; dan secara aktif mendukung pertumbuhan yang menguntungkan dan berkelanjutan (Preston Charles, Konsultan Konsultasi Kemajuan Seluruh Dunia). Rantai pasok yang hebat memiliki sponsor tingkat senior yang memungkinkan keberhasilan di seluruh proses; mentalitas kolaboratif yang meratakan hubungan pembeli/pemasok menjadi hubungan yang saling menguntungkan; dan kesepakatan tentang proses yang terukur (Ross Elliott, Wakil Presiden Eksekutif dan Chief Strategy Officer)

Rantai pasok yang benar-benar hebat menyeimbangkan kekakuan dan fleksibilitas. Kekakuan memberikan tulang punggung kualitas layanan, prediktabilitas, ketahanan, dan

pengendalian biaya. Fleksibilitas memungkinkan mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan klien, vendor, dan pasar yang terus berubah (Nick Foy, Direktur Operasi, ModusLink). Return on working capital (ROW)

$$\text{ROW} = \frac{\text{Supply chain revenue} - \text{COGS} - \text{SupplyChain Management cost}}{\text{working capital}}$$

(1.1)

Dengan COGS = Cost of goods sold. Semakin banyak perusahaan di seluruh industri mencari di luar metrik gudang dan transportasi tradisional dan memasukkan visibilitas waktu nyata dan kepuasan pelanggan ke dalam manajemen kinerja. Pendekatan ini memungkinkan antisipasi gangguan kinerja dengan kecerdasan bisnis dan analitik yang mendorong pengambilan keputusan. Perusahaan tidak hanya mencari cara baru untuk mengatasi kinerja, mereka juga mencari cara baru untuk berkolaborasi untuk lebih mengurangi biaya dan berbagi kelebihan kapasitas dengan mitra terpercaya. Kolaborasi tidak hanya penting untuk yang terbaik di kelasnya tetapi juga kelangsungan hidup di pasar bagi para pemimpin di bidang logistik.

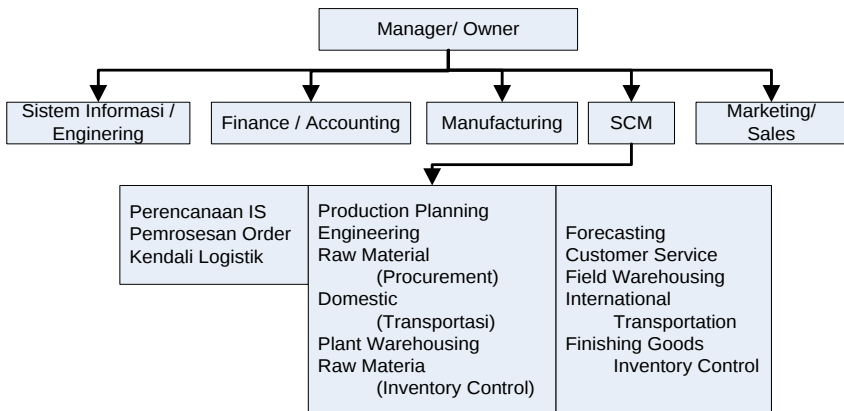
Konsep Industri 4.0 dan Society 5.0 pada dasarnya tidak memiliki perbedaan yang jauh, akan tetapi konsep Society lebih focus pada konteks terhadap manusia. Jika revolusi industri menggunakan AI, dan kecerdasan buatan sebagai komponen utamanya sedangkan Society 5.0 menggunakan teknologi modern hanya saja mengilkan manusia sebagai komponen utamanya [1]

Tugas :

- 1) Pahami definisi supply chain, kemudian wujudkan dalam bentuk rangkaian proses bisnis dari sebuah rantai pasok
- 2) Sebutkan perusahaan atau brand apa saja yang memiliki karakteristik rantai pasok

BAB 2. Struktur Organisasi SCM

Departemen SCM tidak dapat dihindari untuk membangun dasar-dasar manajemen rantai pasok yang terintegrasi. Dengan demikian pengejaran sementara jenis organisasi yang berfokus pada kontrol intensif seperti organisasi lini terintegrasi mungkin dipertimbangkan tergantung pada karakteristik perusahaan dan perubahan lingkungan. Namun, hasil empiris lebih lanjut menunjukkan bahwa dalam jangka panjang, jenis organisasi perantara seperti organisasi



Gambar 2.1. Struktur Organisasi SCM

Staf Fungsional dan Proses yang SCM departemen mempertahankan tingkat keseimbangan dan keselarasan yang memadai dengan departemen fungsional lainnya saat mengontrol, menyesuaikan, dan mengintegrasikan berbagai aktivitas SCM secara efektif mungkin disarankan. Namun, temuan penelitian mengungkapkan bahwa lebih banyak pendekatan dinamis dan ekstensif dalam mencapai jenis organisasi terbaik untuk kinerja SCM diperlukan

2. 1. Jenis Struktur Organisasi

Terdapat empat jenis struktur organisasi SCM, yaitu:

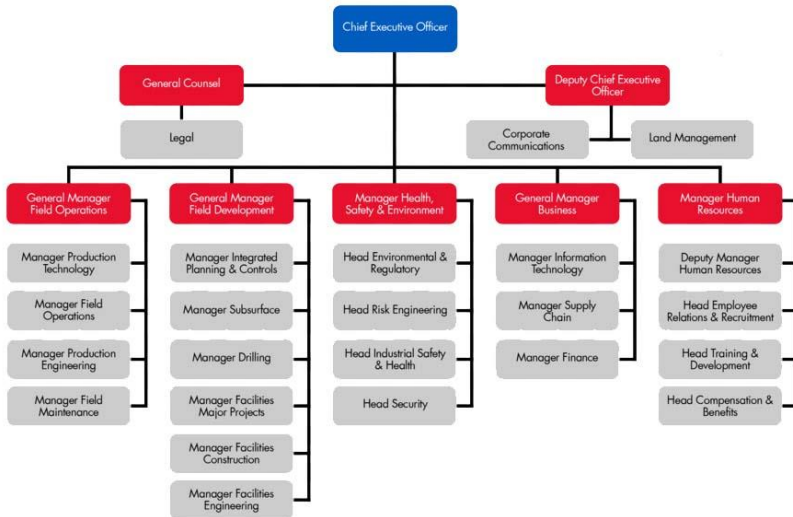
- 1) Non SCM : Oriented organization : Orientasi Organisasi didefinisikan sebagai kecenderungan dan sikap individu terhadap pekerjaan, motivasi untuk bekerja, kepuasan kerja, dan cara-cara berurusan dengan rekan kerja, bawahan, dan penyelia di tempat kerja.
- 2) Fungsional Organization : organisasi di mana kita dapat mendefinisikan sebagai sistem di mana departemen fungsional diciptakan untuk menangani masalah bisnis di berbagai tingkatan. Otoritas fungsional tetap terbatas yaitu pada bimbingan fungsional untuk departemen yang berbeda. Hal Ini membantu dalam menjaga kualitas dan keseragaman kinerja berbagai fungsi di seluruh perusahaan
- 3) Matrix Channel Organization : Sebuah organisasi matriks didefinisikan sebagai satu di mana ada akuntabilitas dan tanggung jawab manajerial. Namun, istilah matriks memiliki arti yang sangat berbeda bagi orang yang berbeda dan dalam industri yang berbeda. Dalam sebuah matriks biasanya ada dua rantai komando, satu di sepanjang garis fungsional dan yang lainnya di sepanjang garis proyek, produk, atau klien. Rantai komando lain seperti perbedaan lokasi geografis juga dimungkinkan
- 4) Process Staff Organization: Dalam manajemen, pendekatan di mana otoritas (misalnya, manajer) menetapkan tujuan dan arahan yang kemudian dipenuhi oleh staf dan pekerja lainnya. Struktur organisasi lini-staf mencoba membuat perusahaan besar dan kompleks menjadi lebih fleksibel tanpa mengorbankan otoritas manajerial.

2. 2. Perhitungan Manpower

Metode ini menganalisis waktu kerja untuk menghitung kebutuhan tenaga kerja:

$$JP = \frac{OP \times JK}{WKP} \quad (2.1)$$

Dengan JP = Jumlah Pekerja, OP = Output Pekerjaan, JK = Jam Kerja, dan WKP = Waktu kerja produktif



Gambar 2.2. Struktur Organisasi SCM

Contoh seorang Manajer menghitung unit pekerjaan yang direncanakan dan waktu str per unit sebagai berikut:

- Output pekerjaan yang direncanakan setahun: 100.000 unit
- Waktu kerja str per unit: 2 jam
- Jam yang dibutuhkan: $2 \times 100.000 = 200.000$ jam
- Waktu kerja produktif per pekerja setahun: 2.000 jam
- Jumlah pekerja yang dibutuhkan: $200.000/2.000 = 100$ orang

Metode ini lebih cocok untuk jenis pekerjaan manual dan berulang, atau yang sifatnya tidak berubah-ubah, Jika Supply Chain Management (SCM) merupakan bagian dari perusahaan, maka perhitungan manpower disesuaikan dengan head count subunit

Biasanya diambilkan seorang manager IS / IT dibantu leader dan 2-3 staff. Untuk kebutuhan harian digunakan tenaga kontrak dan tenaga harian lepas yang dihitung berdasarkan tingkat kebutuhan. Namun selain itu terdapat tim atau divisi stock optimization yang berada di head office untuk memetakan perpindahan barang merchandise [2].

.

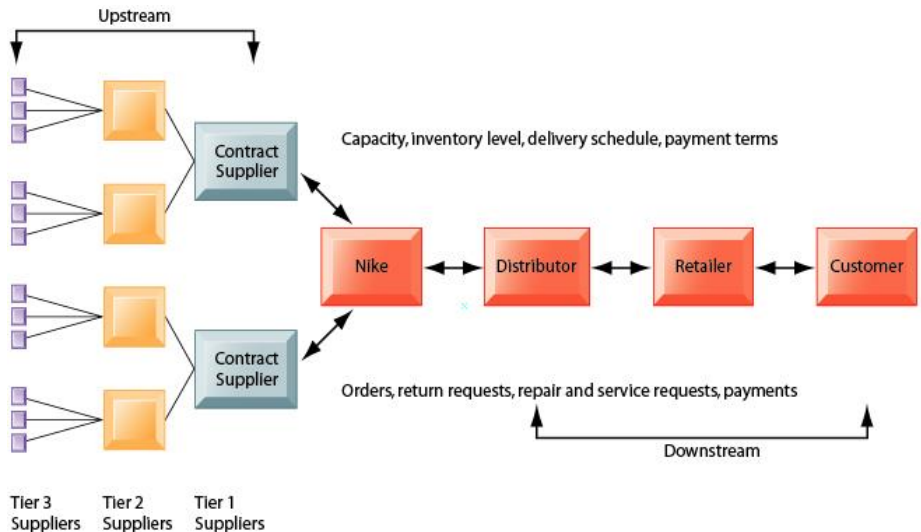
Tugas :

1. Buatlah struktur organisasi SCM sederhana pada instansi atau perusahaan
2. Hirunglah man power untuk kebutuhan manajemen supplychain dengan total karyawan tetap = 25, karyawan kontrak = 50 dan karyawan tidak tetap / harian = 25. Periode yang ditentukan 6 bulan

BAB 3. Manajemen Supplier dan Lead Time

3. 1. Definisi Supplier

Pemasok adalah entitas yang menyediakan barang dan jasa untuk organisasi lain. Entitas ini adalah bagian dari supply chain bisnis, yang dapat memberikan sebagian besar nilai yang terkandung dalam produknya. Beberapa pemasok bahkan mungkin terlibat dalam pengiriman drop, di mana mereka mengirimkan barang langsung ke pelanggan pembeli



3.1. Gambar Ilustrasi Supplier

Gambar diatas menunjukkan rantai supplier dimana Komponen yang mempengaruhi supplier adalah jumlah supplier untuk per itemnya, kapasitas kemampuan, terdapat deal contract dengan buyer, terdapat penjadwalan, terdapat order dari retailer, delivery schedule, inventory level, return request, repair and services dan payment. Hal ini menggambarkan proses bisnis yang seharusnya dilalui oleh supplier.

3. 2. Jenis Jenis Supplier

Tabel 3.1, Kategori Supplier

	Best For	Customi zation	Order Quantity Restrictions	Turn around Time	Middl e man Costs *
Manu facture r	Custom goods	Yes	Yes	1-6 month s	No
Whole saler	Bulk orders	No	Yes	3 weeks- 2 month s	Yes
Indepe n dent	Unique, artisanal goods	Yes	Yes	1-6 month s	No
Trade Show Rep	Seeing products in- person	Sometim es (depends on company	Sometimes (depends on company	3 weeks- 6 month s	Yes
Impor ter	Exclusive imported goods	Sometim es (depends on company	Yes	Yes	Yes
Drop shipper	Savings on logistics and storage	No	Yes	Yes	Yes

Terkadang dikenal sebagai distributor eceran, perantara adalah setiap entitas yang membeli barang dari produsen untuk dijual ke pengecer.

1. Manufacturers atau Pabrik

Terbaik untuk: Barang kustom, Waktu penyelesaian: 1-6 bulan.
Kelebihan: Kontra, Hemat biaya, Kemampuan khusus, Potong perantara, Waktu pengerjaan yang lama, Ketentuan pembelian yang ketat, Batasan jumlah

Produsen merupakan entitas dalam supply chain yang benar-benar membuat produk yang mereka jual ke pengecer atau distributor lain. Produsen biasanya memiliki pabrik atau lokasi lain di mana tenaga kerja, mesin, dan bahan baku digunakan untuk membuat produk. Bekerja dengan produsen menghubungkan langsung ke sumber produk yang ingin beli, memungkinkan membuat produk khusus dan memotong markup perantara.

Bekerja dengan produsen dalam dua cara berbeda, yaitu

- ❖ Merancang produk baru: Bekerja sama dengan produsen untuk mengembangkan dan menghasilkan produk kustom baru yang desain. Proses ini bisa memakan waktu berbulan-bulan saat mendesain produk, bahan sumber, mengubah sampel, dan akhirnya memasuki produksi.
- ❖ Memesan barang pabrikan: Bekerja sama dengan produsen untuk memesan produk yang sudah diproduksi. Beberapa produsen akan memiliki persyaratan pembelian dan kuantitas yang ketat, jadi waspadalah dan siap untuk bernegosiasi.

Meskipun dapat menghemat biaya untuk bekerja secara langsung dengan produsen dan membuka pintu untuk desain khusus, ada juga beberapa kelemahannya. Tidak seperti pedagang grosir, produsen tidak selalu memiliki barang di tangan dan sering kali memproduksi setelah pesanan dilakukan. Ini, dipasangkan dengan masalah supply chain saat ini, dapat menyebabkan pemesanan ulang produk memakan waktu berbulan-bulan. Cara terbaik untuk memastikan memesan produk baru tepat waktu dan menghindari kehabisan stock adalah dengan menggunakan sistem POS dengan kemampuan manajemen inventory. Ini akan memungkinkan

untuk melacak inventory secara real time dan menerima peringatan otomatis ketika tingkat stock rendah.

Contoh Supplier Sumber Daya Pabrik:

- ❖ Alibaba: Pasar online yang menghubungkan dengan produsen China. Sementara Alibaba biasanya menawarkan layanan dropshipping, juga dapat bekerja dengan masing-masing produsen di platform mereka dan menentukan preferensi pengiriman sehingga menerima dan menyimpan semua stock alih-alih produk dikirim langsung ke pelanggan.
- ❖ Doba merupakan pasar online lain yang memungkinkan pengecer terhubung langsung dengan produsen internasional dan domestik. Seperti Alibaba, Doba biasanya dikenal dengan dropshipping, tetapi dapat bekerja dengan produsen jika lebih suka metode penerimaan lain.
- ❖ Thomasnet.com: Ini adalah direktori online untuk produsen ritel domestik.
- ❖ Maker's Row: Ini adalah direktori online lain untuk produsen dan pemasok ritel domestik.
- ❖ National Association of Manufacturers (NAM): Ini adalah daftar semua anggota yang merupakan bagian dari GNB.

SALURAN DISTRIBUSI LANGSUNG



SALURAN DISTRIBUSI TIDAK LANGSUNG



Ilmu Manajemen Industri

Gambar 3.2. Jenis Jenis Supplier

2. Pedagang grosir

Terbaik untuk: Pesanan massal, Waktu penyelesaian: 3 minggu-2 bulan. Kelebihan: Kontra, Harga grosir, Waktu pengerjaan

cepat, Jumlah besar, Batasan ukuran pesanan, Markup perantara, Tidak ada kustomisasi

Pedagang grosir adalah bagian dari kategori luas pemasok eceran yang dikenal secara luas sebagai pemasok atau distributor. Kelompok ini mencakup mereka yang membeli barang-barang manufaktur untuk dijual ke pengecer. Pedagang grosir, khususnya, membeli barang manufaktur untuk dijual ke pengecer dengan harga grosir atau grosir. Pedagang grosir membeli dalam jumlah banyak untuk menurunkan harga, sehingga bisa menjual produk ke pengecer dalam jumlah banyak.

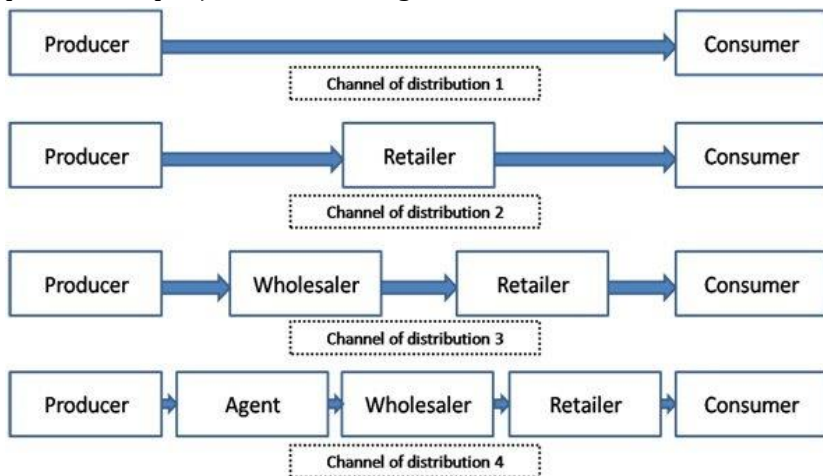
Biasanya pedagang grosir membutuhkan pesanan dalam jumlah besar untuk menekan biaya mereka; namun, mereka biasanya sudah memiliki produk, jadi waktu penyelesaian jauh lebih cepat daripada bekerja dengan produsen. Sumber Daya Pemasok Grosir:

- ❖ Tundra: Pasar online dengan ribuan produk grosir.
- ❖ Situs web Tundra
- ❖ Tundra adalah pasar grosir yang dapat menghubungkan dengan ribuan grosir. (Sumber: Tundra)
- ❖ Faire: Pasar grosir online yang mengkhususkan diri pada barang artisanal kelas atas.
- ❖ Pusat Grosir: Direktori sumber daya grosir online, dikategorikan berdasarkan jenis produk.
- ❖ Alibaba: Selain menghubungkan pengecer dengan produsen, Alibaba juga menawarkan pasar grosir dengan vendor di seluruh dunia.

3. Pemasok Independen

Terbaik untuk: Barang seni yang unik, Waktu penyelesaian: 1-6 bulan. Kelebihan: Kontra, Barang buatan tangan, Mendukung usaha kecil, Kustomisasi mungkin, Waktu pengerjaan yang lama, Jumlah terbatas, Titik harga yang lebih tinggi. Pemasok ritel independen membuat barang mereka sendiri dan menjualnya di pameran dagang, melalui situs web pribadi mereka, dan dengan bekerja sama dengan pengecer secara langsung. Pemasok independen biasanya bekerja dalam

skala kecil, menghasilkan barang artisanal, dan menawarkan pengalaman yang sangat personal. Pameran dagang atau perwakilan penjualan terkadang akan mewakili mereka.



Gambar 3.3 Channel distribution

Misalnya, butik terletak di lingkungan perbelanjaan yang sibuk di pusat kota Denver, sehingga pengrajin independen sering mampir dan meminta produk mereka ke toko di seluruh lingkungan. akhirnya bekerja sama dengan perusahaan perhiasan lokal untuk memesan ratusan anting khusus untuk dijual di seluruh toko. Saat bekerja dengan pemasok ritel independen membuka pintu untuk desain khusus dan memperoleh barang unik, ada beberapa kelemahannya. Karena pemasok ritel independen biasanya adalah operasi kecil, waktu penyelesaian bisa lama dan pesanan massal seringkali tidak mungkin. Pemasok ritel independen juga tidak dapat bersaing dengan operasi yang lebih besar dalam hal harga, sehingga biaya dan biaya dasar mereka cenderung lebih tinggi [3].

Sumber Daya Pemasok Independen:

- ❖ Grosir Etsy: Pasar online tempat dapat berbelanja dan bekerja dengan pengrajin independen untuk membuat produk khusus atau memesan barang dagangan untuk toko .
- ❖ Amazon Handmade: Pasar online yang menghubungkan pengecer dengan ribuan pemasok ritel independen.