



Optimalisasi Pemahaman Dasar-Dasar Ekonomi Mikro Tentang Teori Penawaran Pada Umkm Joymart

¹Fincha Putri Patuanan*, ²Jesica Anastasya Sihotang, ³Jesselin Tandiling,

⁴Angga Hergastyawan, ⁵Catur kurniawan

¹Politeknik Negeri Samarinda

Email: finchaputri@gmail.com¹, jescasihotang46@gmail.com², jesselintll2207@gmail.com³,

anggahepergas@polnes.ac.id⁴, catur@polnes.ac.id⁵.

*Corresponding author: Fincha Putri Patuanan

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman tentang Teori Penawaran dalam mikro ekonomi di kalangan staf Joymart, sebuah UMKM yang berlokasi di Sungai Keledang, Samarinda Seberang. Sebagai pengecer modern berskala menengah, Joymart sering menghadapi tantangan operasional, seperti kekurangan stok akibat ketergantungan pada pemasok, ketidakpastian dalam rantai pasok lokal untuk lini produk Nacnut, serta manajemen risiko yang lemah terkait barang cacat atau kadaluwarsa. Untuk mengatasi masalah-masalah ini, program ini dilaksanakan dalam dua tahap: tahap persiapan yang melibatkan observasi awal dan penyusunan instrumen diikuti oleh tahap implementasi yang menampilkan diskusi interaktif dan wawancara mendalam dengan pemilik ritel. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa stabilitas pasokan Joymart sangat rentan terhadap kendala logistik eksternal dan tren belanja musiman selama Idul Fitri dan Natal. Menariknya, perilaku konsumen lokal relatif tidak sensitif terhadap fluktuasi harga (inelastisitas harga). Menanggapi situasi ini, tim layanan memberikan solusi berupa edukasi manajemen risiko untuk membantu mitra beralih ke sistem mitigasi proaktif, pelatihan proyeksi persediaan berdasarkan kalender musiman, serta rekomendasi diversifikasi pemasok cadangan guna menjaga kelangsungan pasokan produk. Edukasi berbasis studi kasus ini berhasil mengubah pola pikir manajemen Joymart menuju pengendalian persediaan rak yang lebih terukur sekaligus mengurangi risiko finansial.

Kata Kunci: Ekonomi Mikro, Teori Penawaran, Manajemen Persediaan, Ritel Modern, Inelastisitas Harga

ABSTRACT

This community service program was designed to enhance understanding of the Theory of Supply in microeconomics among the staff of Joymart, an SME located in Sungai Keledang, Samarinda Seberang. As a medium-sized modern retailer, Joymart frequently faces operational challenges, such as stock shortages due to reliance on suppliers, uncertainty in the local supply chain for the Nacnut product line, and weak risk management regarding defective or expired goods. To address these issues, the program was implemented in two phases: a preparatory phase involving initial observations and the development of assessment tools, followed by an implementation phase featuring interactive discussions and in-depth interviews with the retail owner. The results of the activities revealed that Joymart's supply stability is highly vulnerable to external logistical constraints and seasonal shopping trends during Eid al-Fitr and Christmas. Interestingly, local consumer behavior is relatively insensitive to price fluctuations (price inelasticity). In response to this situation, the service team provided solutions in the form of risk management education to help the partner transition to a proactive mitigation system, training in inventory forecasting based on seasonal calendars, and recommendations for diversifying backup suppliers to ensure product supply continuity. This case-study-based education successfully shifted Joymart's management mindset toward more measured control of shelf inventory while reducing financial risk.

Keywords: Microeconomics, Supply Theory, Inventory Management, Modern Retail, Price Inelasticity

1. PENDAHULUAN

Toko swalayan berskala mandiri merupakan salah satu pilar retail modern yang bersentuhan langsung dengan pemenuhan kebutuhan harian masyarakat. Berbeda dengan toko kelontong tradisional, swalayan dituntut untuk memiliki manajemen persediaan yang jauh lebih dinamis dan responsif (Priyanto et al., 2026). Dalam kajian ekonomi mikro, kemampuan sebuah ritel untuk menyediakan barang dagangan dalam jumlah yang tepat dan pada waktu yang pas sangat dipengaruhi oleh konsep Teori Penawaran (*Theory of Supply*) (Anggraini et al., 2022). Penawaran di tingkat ritel tidak berdiri sendiri; ia merupakan hasil akhir dari mata rantai yang melibatkan kesiapan produsen, kelancaran distribusi, manajemen risiko barang rusak, hingga kemampuan membaca pergeseran musim belanja konsumen (Hertina et al., 2023). Ketika pemahaman mengenai dasar-dasar penawaran ini diabaikan, toko swalayan akan terjebak dalam masalah klasik, yaitu kehilangan potensi keuntungan akibat barang kosong atau justru merugi karena penumpukan stok yang kedaluwarsa.

Kondisi nyata di lapangan menunjukkan bahwa pengelolaan aspek penawaran ini masih menjadi tantangan berat bagi pelaku usaha lokal, salah satunya adalah UMKM Joymart yang berlokasi di kawasan Sungai Keledang, Samarinda Seberang. Berdasarkan hasil wawancara langsung, toko swalayan Joymart kerap mengalami kendala operasional berupa kekosongan produk di rak pajang akibat ketergantungan yang tinggi pada jadwal kedatangan barang dari pihak pemasok. Hambatan penawaran ini diperparah oleh kerentanan rantai pasok dari produsen lokal. Sebagai contoh, pasokan produk keripik sukun merek "Nacnut" terhenti total hanya karena faktor alam yaitu pohon sukun milik produsen belum memasuki masa berbuah sementara produsen enggan mencari alternatif bahan baku lain demi menjaga otentisitas kualitasnya. Akibatnya, Joymart kehilangan salah satu produk unggulan jualannya dalam waktu yang tidak ditentukan.

Selain masalah eksternal dari sisi suplai, Joymart juga menghadapi tantangan internal dalam hal penanganan risiko produk. Manajemen sering kali kesulitan menangani barang-barang yang mengalami kerusakan fisik atau telah mendekati masa kedaluwarsa (*expired date*). Sejauh ini, tindakan yang diambil masih bersifat reaktif, yaitu hanya mengandalkan pemotongan harga drastis atau obral diskon di menit-menit terakhir agar modal bisa berputar kembali. Pola penawaran yang berubah-ubah ini sebenarnya kurang efektif, mengingat karakteristik konsumen di sekitar Joymart cenderung tidak sensitif terhadap perubahan harga (*inelastic*). Konsumen lokal memiliki perilaku belanja yang pragmatis; mereka akan membeli barang yang memang dibutuhkan saat itu tanpa terlalu memedulikan naik-turunnya harga. Ditambah lagi dengan adanya siklus lonjakan belanja yang sangat tinggi pada momentum tertentu seperti Idul Fitri dan Natal, Joymart dituntut untuk memiliki strategi proyeksi stok yang matang agar tidak kehilangan momentum pasar.

Berdasarkan serangkaian permasalahan tersebut, program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk menjembatani teori akademik dengan praktik bisnis riil melalui optimalisasi pemahaman dasar-dasar ekonomi mikro, khususnya mengenai Teori Penawaran. Melalui edukasi berbasis partisipatif, program ini bertujuan untuk mentransformasi cara pandang pengelola UMKM Joymart dalam mengendalikan ketersediaan barang. Fokus utamanya adalah mengedukasi mitra agar mampu menyusun estimasi penawaran yang presisi, membangun sistem deteksi dan penanganan dini terhadap produk rentan (*expired/defect*), serta menciptakan pola adaptasi stok yang siap menghadapi ketidakstabilan pasokan dari produsen maupun lonjakan musiman dari konsumen. Dampak positif dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang untuk memberi manfaat bagi beberapa pihak terkait. Bagi internal UMKM Joymart, kegiatan ini menjadi instrumen strategis untuk membenahi sistem tata kelola stok, menekan potensi kerugian materi akibat barang kedaluwarsa, dan menjaga konsistensi omzet penjualan melalui kepastian ketersediaan barang. Bagi para staf dan pengelola, program ini memberikan tambahan keterampilan dalam menganalisis pergerakan operasional ritel dari sudut pandang ekonomi mikro yang terukur. Sedangkan bagi pihak akademisi, seluruh rangkaian kegiatan dan data yang dihimpun dalam pengabdian ini berguna sebagai literatur empiris yang memperkaya kajian mengenai dinamika manajemen penawaran pada sektor retail skala menengah di Indonesia.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Lokasi dan Waktu Kegiatan

Program pengabdian masyarakat yang mengusung judul “Optimalisasi Pemahaman Dasar-Dasar Ekonomi Mikro tentang Teori Penawaran pada UMKM Joymart” ini diselenggarakan pada toko retail “Joymart” yang beroperasi di Kawasan Sungai Keledang, Samarinda Seberang. Penentuan mitra didasarkan pada kesesuaian antara problem operasional toko dengan fokus edukasi yang diberikan, yaitu mengenai implementasi teori penawaran dalam ekonomi mikro, pengaruh elastisitas harga, serta hambatan distribusi pasokan di pasar (Rosmawaty, 2025). Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Kamis, 7 Mei 2026. Pemilihan waktu kunjungan disesuaikan dengan ritme bisnis mitra agar proses observasi serta pengumpulan data primer dapat berjalan kondusif tanpa mengganggu jalannya pelayanan terhadap pelanggan. Pihak yang menjadi subjek utama dalam program ini adalah pemilik sekaligus pengelola Joymart yang memegang kendali penuh atas kebijakan penawaran produk, regulasi harga jual, dan keputusan operasional harian gerai.

2.2 Tahapan Pelaksanaan

Rangkaian kegiatan pengabdian ini ditempuh melalui dua fase utama yang terstruktur, yaitu tahap persiapan dan tahap pelaksanaan.

a. Tahapan Persiapan

Tahap persiapan merupakan langkah awal yang krusial sebelum tim terjun langsung mengumpulkan data di lapangan. Pada fase ini, tim pengabdian melaksanakan pengamatan awal (*observasi*) untuk memahami peta bisnis sekaligus memetakan kendala nyata yang tengah dihadapi oleh Joymart. Fokus observasi diarahkan pada tata letak ketersediaan barang di etalase, kelancaran sirkulasi produk, serta kondisi umum toko yang berkaitan dengan kapasitas penawaran komoditas kepada konsumen (Yasri et al., 2024).

Selain melakukan pemantauan, tim juga menjalin komunikasi dan koordinasi intensif bersama pengelola Joymart mengenai kesiapan jadwal, teknis pengambilan data, serta poin-poin materi yang akan didiskusikan. Langkah koordinasi ini penting dilakukan agar jalannya kegiatan sejalan dengan kebutuhan riil pelaku usaha, sehingga mampu menciptakan iklim diskusi yang interaktif dan tepat sasaran (Sumardi Efendi et al., 2025). Dalam tahap ini, tim pengabdian menyusun instrumen pertanyaan yang dikorelasikan dengan materi kuliah ekonomi mikro, khususnya mengenai indikator penawaran produk dan respons konsumen terhadap fluktuasi harga. Instrumen tersebut dikemas menggunakan bahasa yang praktis dan sederhana agar mudah dipahami serta dapat langsung diimplementasikan oleh pengelola dalam operasional harian mereka.

b. Tahapan Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan diwujudkan melalui metode wawancara mendalam serta diskusi dua arah bersama pemilik dan pengelola Joymart guna mengoptimalkan pemahaman teoretis dalam praktik riil. Agenda diawali dengan membedah dinamika penawaran barang di tingkat retail serta faktor-faktor eksternal yang memengaruhi stabilitas stok toko. Pada fase ini, tim berhasil mengidentifikasi bahwa hambatan utama dalam penawaran Joymart adalah keterlambatan pengiriman atau kekosongan pasokan barang dari pihak penyuplai. Sebagai contoh kasus, pasokan untuk produk seperti Nacnut sempat terhenti akibat keterbatasan hasil panen buah sukun dari produsennya yang berkomitmen ketat menjaga konsistensi kualitas produk. Selain itu, tim memetakan bahwa volume penawaran dan perputaran barang di Joymart sangat dipengaruhi oleh faktor musiman (*seasonal*), di mana puncak lonjakan penjualan tertinggi selalu bertepatan dengan momentum hari raya Idul Fitri dan Natal/Nataru.

Selanjutnya, fokus edukasi dan diskusi diarahkan pada analisis respons pasar terhadap kebijakan harga serta tata kelola risiko produk (Patricia et al., 2025). Berdasarkan hasil diskusi mengenai teori penawaran, terungkap bahwa kebijakan perubahan atau kenaikan harga produk di Joymart tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap jumlah barang yang dibeli oleh pelanggan. Hal ini dipicu oleh karakteristik konsumen lokal yang cenderung berorientasi pada pemenuhan kebutuhan langsung sehingga tidak terlalu sensitif terhadap fluktuasi harga di pasar.

Di sisi lain, tim juga mengulas strategi mitigasi Joymart dalam mengatasi produk yang mengalami kerusakan fisik (defect) atau mendekati ambang batas kedaluwarsa (expired date). Guna mengoptimalkan penawaran dan menekan potensi kerugian akibat barang cacat, pengelola menerapkan kebijakan penyesuaian harga berupa pemberian potongan harga (diskon) khusus agar komoditas tersebut tetap terserap oleh pasar (Saputra & Kurniati, 2025). Sementara itu, untuk produk yang sudah terlalu dekat dengan tanggal kedaluwarsa akan ditarik dari peredaran demi melindungi kualitas pelayanan toko. Melalui proses tanya jawab interaktif ini, pelaku UMKM tidak hanya mampu mengevaluasi kendala usahanya berdasarkan perspektif ekonomi mikro, tetapi juga dapat merumuskan strategi kontrol penawaran inventaris yang lebih adaptif.



Gambar 1. Framework Pelaksanaan Kegiatan Edukasi Kepada Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Kegiatan

Melalui agenda wawancara mendalam yang diselenggarakan bersama pengelola Joy Mart Bung Tomo, diperoleh potret riil mengenai peta operasional, kondisi pasar, hingga dinamika rantai pasok yang melingkupi mitra. Hambatan mendasar yang paling kerap mengganggu jalannya roda usaha ini bersumber dari ketidakpastian pengiriman vendor (Jumiono et al., 2024) yang berdampak pada keterlambatan datangnya komoditas hingga kekosongan persediaan di etalase toko. Bukan hanya urusan keterlambatan logistik semata, pihak manajemen juga harus berjabaku dengan masalah fisik berupa kerusakan atau hancurnya produk saat diterima. Demi menekan potensi kerugian total (total loss) akibat cacat produk tersebut, pengelola mengambil langkah taktis lewat pemberian potongan harga atau diskon khusus agar barang-barang tersebut dapat segera diserap oleh pasar (Guswai, 2018).

Berdasarkan data wawancara, fluktuasi grafik penjualan di Joy Mart Bung Tomo juga sangat terikat dengan siklus musiman (seasonal event). Arus transaksi di toko retail ini terpantau melonjak sangat padat dan menyentuh angka omzet tertingginya pada periode menjelang perayaan Hari Raya Idul Fitri (Lebaran) serta Hari Natal dan Tahun Baru (Nataru). Di sisi lain, terkait respons pasar terhadap kebijakan harga, konsumen di sekitar area operasional toko memperlihatkan kecenderungan yang tidak terlalu sensitif terhadap pergeseran harga (price inelastic) (Khalis et al., 2024). Langkah pengelola dalam menaikkan harga jual komoditas tertentu nyatanya tidak membawa dampak negatif maupun menurunkan kuantitas pasokan barang yang disiapkan untuk pasar (Nugroho et al., 2025). Fenomena ini terjadi lantaran masyarakat sekitar mengadopsi pola pemenuhan kebutuhan yang bersifat mendesak dan langsung, sehingga proses pembelian tetap berjalan tanpa terlalu terpengaruh oleh fluktuasi nilai jual (Abadi, 2022).

Secara lebih spesifik, kendala tata kelola pasokan yang cukup pelik dijumpai pada lini produk tertentu (Syamil et al., 2023), yakni merek "Nacnut". Kuantitas penjualan untuk produk ini terpaksa dibatasi akibat tersendatnya pasokan bahan baku esensial berupa buah sukun yang dibudidayakan secara mandiri oleh produsennya (Nendissa et al., 2026). Pada masa-masa di mana

pohon sukun milik vendor tersebut belum memasuki fase panen, distribusi pasokan menuju Joy Mart Bung Tomo dipastikan mandek secara total. Pola pengadaan stok ini tidak dapat dialihkan kepada pemasok lain disebabkan komitmen kuat dari pemilik produk dalam menjaga konsistensi mutu. Alhasil, mereka memilih menolak pemakaian buah sukun dari lahan luar yang standar kualitasnya masih diragukan dan berpotensi mengubah cita rasa khas produk.

3.2 Peningkatan Pemahaman

Melalui penelaahan komprehensif terhadap kendala operasional yang dihadapi oleh mitra, dapat dirumuskan beberapa poin krusial terkait peningkatan pemahaman manajemen risiko serta tata kelola bisnis retail (Utami et al., 2025). Poin pertama memberikan landasan berpikir bahwa risiko kekosongan stok (stockout) maupun kerusakan fisik barang dagangan (damaged goods) merupakan konsekuensi logis yang tidak dapat dihindari dalam industri retail, namun respons mitigasi yang gesit lewat strategi pemotongan harga terbukti sangat vital guna mengamankan perputaran arus kas harian toko. Poin kedua menitikberatkan pada pentingnya kemampuan membaca peta siklus penjualan musiman, di mana kalkulasi dan pengadaan inventaris wajib dipersiapkan jauh lebih matang sebelum datangnya momen Lebaran dan Natal agar toko tidak kehilangan peluang emas dalam meraup profitabilitas optimal saat pasar tengah ramai. Poin ketiga mengulas tentang dilema nyata dalam mempertahankan stabilitas mutu produk di atas kontinuitas kuantitas pasar. Kasus kelangkaan bahan baku sukun pada lini produk Nacnut menjadi bukti konkret bahwa dalam iklim usaha, menjaga reputasi dan kualitas jangka panjang dinilai jauh lebih krusial daripada memaksakan volume penjualan dengan menggunakan bahan baku substitusi yang belum teruji mutunya.



Gambar 1. Proses Pemasukan barang



(a)



(b)



(c)

Gambar 2. *Ecovitrup* (a) di depan toko (b) di dalam toko (c) Diskusi

3.3 Manfaat Materi Terhadap Aktivitas Usaha

Materi evaluasi yang diformulasikan berdasarkan temuan wawancara ini mendatangkan kegunaan praktis yang sangat relevan bagi keberlanjutan strategi bisnis Joy Mart Bung Tomo ke depan. Terkait kebijakan penetapan harga, temuan data yang menunjukkan bahwa karakter pelanggan mereka tidak sensitif terhadap harga memberikan rasa percaya diri serta landasan objektif bagi pemilik untuk melakukan penyesuaian harga jual produk, khususnya saat dihadapkan pada situasi lonjakan biaya operasional toko di masa mendatang (Musman, 2024). Selanjutnya, pemahaman kolektif mengenai siklus musiman dan risiko kerusakan barang sangat berguna dalam membantu pengelola toko merancang sistem pengendalian persediaan yang jauh lebih tertata (Suharyanto et al., 2025). Pemilik usaha kini dapat menyusun kalender pemesanan inventaris secara lebih terukur, yakni mengidentifikasi momentum yang tepat untuk meningkatkan volume stok sebelum hari besar keagamaan, serta kapan harus mengerem pasokan guna meminimalisir risiko

penumpukan barang kedaluwarsa di gudang. Terakhir, evaluasi mendalam mengenai kemacetan suplai sukun memberikan stimulasi rencana strategis bagi manajemen toko untuk mulai menjajaki serta membina jaringan pemasok cadangan yang memiliki kriteria mutu sepadan (Puspitaningrum et al., 2024). Langkah diversifikasi ini penting diupayakan agar rantai perputaran produk Nacnut di toko tetap berjalan stabil tanpa harus mengorbankan standar kualitas yang telah melekat.

3.4 Respon dan Partisipasi Mitra

Kegiatan sosialisasi teori penawaran ekonomi mikro ini mendapatkan respons yang sangat baik dari manajemen Joy Mart Bung Tomo melalui partisipasi aktif dan sikap proaktif pemilik sepanjang pendampingan. Diskusi interaktif dua arah yang terbangun dimanfaatkan mitra untuk mengonsultasikan tantangan nyata di lapangan, seperti penanganan produk cacat dan pergeseran omzet musiman, sehingga esensi edukasi dapat tersampaikan secara efektif (Suciati et al., 2025). Melalui program ini, tingkat pemahaman operasional pengelola Joy Mart Bung Tomo berkembang pesat seiring dengan disadarinya pengaruh faktor non-harga (momentum hari besar dan keterbatasan input sukun pada produk Nacnut) terhadap penawaran pasar. Lewat bekal wawasan ini, pemilik dapat mengukur risiko inventaris toko serta sensitivitas harga pelanggan demi meminimalisir defisit finansial. Setelah kegiatan berakhir, pemilik UMKM menaruh komitmen besar untuk menerapkan tata kelola stok yang lebih rapi melalui penyusunan kalender order berkala sebelum musim ramai. Langkah strategis ini juga akan diimbangi dengan rencana penajakan pemasok cadangan berkualifikasi tinggi guna menjaga kontinuitas barang di etalase tanpa harus mengorbankan mutu produk.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat yang dilakukan di UMKM Joymart (Joy Mart Bung Tomo), Sungai Keledang, Samarinda Seberang, berhasil mengungkap gambaran utuh mengenai keterkaitan antara teori ekonomi mikro dengan realitas operasional ritel modern skala menengah. Hasil kajian menunjukkan bahwa stabilitas penawaran barang di toko ini masih rentan terhadap hambatan logistik eksternal dan ketergantungan pada vendor lokal, sebagaimana tecermin dari berhentinya suplai keripik "Nacnut" demi menjaga komitmen standar mutu di tengah kelangkaan bahan baku alami. Menariknya, dari sisi permintaan, masyarakat di sekitar Joymart memperlihatkan perilaku belanja yang pragmatis dan cenderung tidak sensitif terhadap perubahan harga (*price inelastic*), sehingga fluktuasi harga jual tidak memberikan dampak drastis terhadap volume pembelian konsumen. Selain itu, dinamika penjualan ritel ini sangat dipengaruhi oleh lonjakan musiman (*seasonal effect*) pada momentum hari besar keagamaan, sementara penanganan terhadap komoditas cacat (*defect*) atau mendekati masa kedaluwarsa masih menerapkan pola penyesuaian harga atau diskon dadakan. Melalui pendampingan berbasis studi kasus ini, pihak manajemen kini mampu mengadopsi cara pandang baru yang lebih terukur dalam mengontrol ketersediaan barang di etalase serta meminimalisir potensi kerugian materi.

Demi mengoptimalkan performa bisnis dan memperkuat ketahanan operasional UMKM Joymart ke depan, beberapa rekomendasi strategis dapat diterapkan oleh pihak pengelola. Langkah awal yang perlu diambil adalah memulai diversifikasi dengan membangun jaringan pemasok cadangan yang tepercaya, sehingga kelangkaan produk utama akibat kendala bahan baku di tingkat produsen dapat segera diantisipasi tanpa merusak konsistensi omzet. Selanjutnya, manajemen risiko barang rusak atau kedaluwarsa sebaiknya ditingkatkan menjadi sistem mitigasi proaktif melalui pengawasan stok berkala, bukan lagi sekadar mengandalkan obral diskon di saat-saat terakhir. Pengelola juga disarankan menyusun proyeksi inventaris yang lebih presisi berbasis kalender musiman agar siap menghadapi lonjakan pasar menjelang Idul Fitri dan Natal sekaligus mencegah terjadinya penumpukan stok mati (*dead stock*) pasca-hari raya. Terakhir, dengan memanfaatkan karakteristik konsumen lokal yang inelastis, pemilik usaha memiliki ruang gerak yang aman untuk melakukan penyesuaian harga jual yang rasional guna menutup potensi pembengkakan biaya operasional di masa yang akan datang.

REFERENSI

- Abadi, M. T. (2022). *Ekonomi Moneter sebuah Pengantar*. Zahir Publishing.
- Anggraini, N., Kuntari, W., Rostwentivaivi, V., Suryana, A. T., Rahmi, P. P., Rahmasari, L. F., Sukmaya, S. G., Manalu, D. S. T., Sari, N. M. W., & Sari, P. N. (2022). *Pengantar ekonomi mikro (teori dan praktis)*. Penerbit Widina.

- Guswai, C. F. (2018). *How to manage retail shrinkage and prevent loss*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hertina, D., Afiati, L., Munizu, M., Riyadi, S., Thamrin, J. R., & Irawan, D. A. (2023). *MANAJEMEN RANTAI PASOK: Efektifitas MRP dalam mencapai kesuksesan bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Jumiono, A., Apriyanto, A., Kushariyadi, K., Raza, E., & Wilda, L. O. (2024). *Buku Ajar Manajemen Rantai Pasok*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Khalis, I., Satria, R., Putra, Y., Febrina, W., Tra, S. T., & Zefriyenni, I. (2024). *Pengambilan Keputusan dalam Diskriminasi Harga, Penentuan Harga Produk Baru, dan Penetapan Harga pada Pasar yang Telah Mapan*. Fahmi Karya.
- Musman, A. (2024). *Strategi Manajemen Kepuasan Pelanggan: Ketahui Faktor & Cara analisis Loyalitas Pelanggan Dengan Buku Ini*. Anak Hebat Indonesia.
- Nendissa, S. J., Nendissa, J. I., & Indrianti, M. A. (2026). *Sukun kapas dalam sistem pangan nusantara: kontribusi, peluang, dan tantangannya*. Kamiya Jaya Aquatic.
- Nugroho, F. W., Handrian, M. F., Khaikal, M., & Malik, A. (2025). Pengaruh harga terhadap jumlah penawaran produk pertanian di Indonesia. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1), 59–67.
- Patricia, J., Wulandari, D. N., Kolo, F., & Kristian, A. (2025). Strategi Manajemen Risiko Operasional dan Reputasi dalam Menghadapi Dinamika Pasar Global: Studi Kasus Nestlé. *Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(1), 363–372.
- Priyanto, R., Afriani, L. N., Filani, L., & Puspitangintias, R. (2026). Manajemen Ritel: Strategi, Inovasi, Dan Transformasi Bisnis Di Era Digital. *AMU Press*, 1–195.
- Puspitaningrum, A., Nur, M. M. A., Widayanto, B., & Azhar, M. F. (2024). *Rantai Pasok Produksi dan Penilaian dalam Agroindustri*. Azzia Karya Bersama.
- Rosmawaty, S. P. (2025). DAN PENAWARAN. *Ekonomi Manajemen Penerapan Dalam Bisnis*, 34.
- Saputra, G. D., & Kurniati, E. (2025). Analisis Implementasi Sistem Distribusi Dalam Menjaga Keseimbangan Permintaan Dan Penawaran Produk Pertanian Kakao Di Pesawaran, Provinsi Lampung. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 2(2), 114–127.
- Suciati, P., Sos, S., Maulidiyanti, M., Sos, S., Wiwesa, N. R., Kom, S. I., Kom, M. I., Etha, E., Sos, S., & Lusia, A. (2025). *Vokhumfest: Service Learning Model untuk UMKM*. Nas Media Pustaka.
- Suharyanto, S., Judijanto, L., & Sepriano, S. (2025). *Manajemen Persediaan: Konsep dan Teori*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sumardi Efendi, S. H. I., Ramli, M. A., Benni Erick, S. H. I., Dar Kasih, M. S., Fitria Akmal, S., Jamiati, K. N., MI, K., & Yuli Santri Isma, S. (2025). *Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Pena Cendekia Pustaka.
- Syamil, A., Danial, R. D. M., Saori, S., Waty, E., Fahmi, M. A., Hartati, V., Ishak, R. P., kumala Dewi, C., Padilah, H., & Fauzi, M. (2023). *Buku ajar manajemen rantai pasok*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Utami, A. R., Hasanah, H., Aziz, M. A., Jusuf, H. K., Rofiq, R. M., Naʼan, W., Ratnasari, K., Ladesi, V. K., & Nizar, L. F. (2025). *Manajemen Risiko Dalam Bisnis Strategi Adaptif Di Era Disrupsi*. PT KIMHSAFI ALUNG CIPTA.
- Yasri, M. S., Perengki Susanto, S. E., & Yunita Engriani, S. E. (2024). *Manajemen Ritel-Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada.