

FRAMEWORK MODEL STRATEGI KOLABORASI RANTAI PASOKAN DAGING SAPI DI JAWA TENGAH UNTUK MENCIPTAKAN DISTRIBUSI PANGAN YANG EFEKTIF DAN EFISIEN

Amie Kusumawardhani*)

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro

Email: amiekwardhani@live.undip.ac.id

Shoimatul Fitria

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro

Yon Soepri Ondho

Fakultas Ilmu Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro

ABSTRAK

Konsumsi daging sapi per kapita di Indonesia jauh lebih rendah dibandingkan dengan konsumsi di negara-negara ASEAN lainnya. Ketidakseimbangan antara pasokan dan permintaan daging sapi di Indonesia diduga sebagai penyebab tingginya harga daging sapi di pasar. Makalah ini mengusulkan kerangka kerja konseptual kolaborasi antara pedagang grosir daging sapi dan pengecernya.

Praktek rantai pasokan dalam hal kepercayaan, komitmen, berbagi informasi, dan kualitas informasi dalam kolaborasi antara pedagang besar dan pengecer dalam industri daging sapi di Jawa Tengah diusulkan untuk diteliti dalam penelitian ini. Populasi dari studi yang diusulkan adalah pedagang grosir daging sapi di Jawa Tengah. Dalam rangka memberikan generalisasi serta data yang kaya, penelitian ini akan menerapkan *mixed methods* (integrasi metode kuantitatif dan kualitatif) dalam mengumpulkan dan menganalisis data.

Kerangka model yang diusulkan ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan teori manajemen rantai pasokan di industri daging sapi, khususnya di negara berkembang seperti di Indonesia. Implementasi kerangka kerja yang diusulkan akan memberikan masukan bagi Pemerintah dalam merumuskan strategi ketahanan pangan berkelanjutan.

Kata kunci: supply chain management, trust, commitment, information sharing, information quality, industri daging sapi, *mixed-methods*.

1.1 Pendahuluan

Harga eceran komoditas sangat bergantung pada efisiensi kegiatan distribusi. Yang terakhir ini sangat dipengaruhi oleh panjangnya rantai distribusi dan besarnya margin keuntungan yang terjadi di sepanjang rantai distribusi. Semakin pendek rantai distribusi,

semakin kecil marjin keuntungan, semakin efisien kegiatan distribusi (Gunasekaran, Patel dan McGaughey 2004).

Harga daging sapi di Indonesia selama lima tahun terakhir (2011-2015) cenderung naik dari Rp.69.641 menjadi Rp.104.326 per kilogram dengan tingkat pertumbuhan 9,58% selama 5 tahun. Pertumbuhan harga daging sapi tertinggi ada pada tahun 2013 sebesar 17,52%. Kenaikan harga daging sapi umumnya terjadi selama beberapa hari libur keagamaan dan nasional ketika konsumsi daging meningkat.

Harga daging sapi di Indonesia jauh lebih tinggi daripada negara-negara tetangganya. Misalnya harga daging sapi di Singapura, Thailand dan Australia sekitar Rp 40.000 - Rp 50.000 / kg, di Malaysia sekitar Rp 50.000 / kg, sedangkan harga daging sapi di Indonesia sekitar Rp 90.000 hingga Rp 140.000 / kg. Kondisi ini menyebabkan konsumsi daging sapi yang relatif rendah di Indonesia sebesar 2,2 kg per kapita per tahun, bahkan terendah dibandingkan dengan konsumsi daging sapi di negara lain, seperti Argentina (55 kg / kapita); Jerman (45kg / kapita); Brasil (40 kg / kapita); Jepang (9,2 kg / kapita); Singapura (15 kg / kapita); Filipina (7 kg / kapita) dan Malaysia (15 kg / kapita). (antaranews.com)

Di pasar Indonesia, daging sapi dipasok secara lokal maupun impor. Volume dan nilai impor daging sapi telah meningkat dari tahun 1996 hingga 2015. Pusat-pusat produksi daging sapi di Indonesia terkonsentrasi di tiga wilayah di Jawa; Jawa Timur menyumbang 21,09% (104.399.000 ton), Jawa Barat menyumbang 14,75% (73.039.000 ton) dan Jawa Tengah berkontribusi 12,02% (59.525.000 ton).

Pada 2015, produksi daging sapi meningkat sebesar 523,93 ribu ton dan populasi sapi naik 5,21% (15,49 juta ton). Anehnya, harga daging sapi juga naik hingga Rp.104.328,00 / kg (Kementerian Pertanian). Dalam industri persaingan sempurna, harga suatu komoditas ditentukan oleh permintaan dan penawarannya (Salvatore 2008). Oleh karena itu, karakteristik suatu industri sangat mempengaruhi daya saing dan kinerja para pemain dalam industri tersebut.

Menurut Porter (Hitt, Ireland & Hoskisson 2004), ada lima (5) kekuatan lingkungan yang membentuk industri: 1) ancaman pendatang baru; 2) Daya tawar pemasok; 3) posisi tawar pembeli; 4) ketersediaan produk pengganti; dan intensitas persaingan dari anggota industri. Dengan menganalisis kekuatan dalam suatu industri, karakteristik industri dapat diidentifikasi untuk merumuskan strategi perusahaan. Untuk komoditas yang memiliki dampak langsung pada kesejahteraan masyarakat, informasi tentang karakteristik industrinya dapat digunakan oleh Pemerintah sebagai dasar untuk merumuskan kebijakan.

Untuk mengatasi rendahnya konsumsi daging sapi di Indonesia, penelitian mengenai manajemen rantai pasokan (SCM) industri daging sapi diperlukan. Menurut Jie (2007), SCM memiliki banyak keuntungan dalam industri daging sapi seperti meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya rantai pasokan, meningkatkan kapasitas, fleksibilitas, keandalan, daya tanggap, dan keamanan pangan. Mirani, Moore dan Weber (2001) mengemukakan bahwa rasa saling percaya dan komitmen jangka panjang merupakan komponen penting dari kemitraan dalam SCM. Sebuah studi yang dilakukan oleh Jie (2012) menegaskan bahwa kepercayaan dan komitmen adalah dimensi hubungan bisnis yang akan menentukan sejauh mana masing-masing pihak merasa mereka dapat mengandalkan integritas janji yang ditawarkan oleh pihak lain.

Selain kepercayaan dan komitmen, beberapa penelitian, seperti Min dan Mentzer (2004), mengemukakan bahwa berbagi informasi adalah komponen penting lainnya dalam SCM. Dalam studi mereka tentang pengecer dan grosir di industri daging sapi di Australia, Jie, Parton & Jenkins (2008) menemukan bahwa tidak hanya berbagi informasi tetapi juga kualitas informasi yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja SCM.

Sejauh ini, ada beberapa studi tentang manajemen rantai pasokan di industri daging sapi di Indonesia, terutama di Jawa Tengah. Jie (2007) telah melakukan penelitian tentang rantai pasokan di industri daging sapi di Australia. Namun, berbeda dengan industri daging sapi di Australia di mana pasokan daging sapi melebihi permintaannya (karakteristik pasar pembeli), industri daging sapi di Indonesia, disarankan untuk menjadi pasar penjual, di mana posisi tawar pedagang grosir daging sapi lebih kuat daripada pengecer. Oleh karena itu, studi tentang manajemen rantai pasokan di industri daging sapi di Indonesia, terutama di Jawa Tengah sebagai salah satu pusat produksi daging sapi, sangat dibutuhkan. Studi ini akan menyelidiki kepercayaan, komitmen, berbagi informasi, dan kualitas informasi dalam kolaborasi antara pedagang grosir daging sapi dan pengecernya. Selain itu, akan memberikan informasi terkini tentang karakteristik industri daging sapi dan manajemen rantai pasokannya yang diperlukan untuk merumuskan kebijakan yang tepat dalam meningkatkan konsumsi daging sapi.

Pertanyaan penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: 1. Apa pengaruh kepercayaan terhadap kinerja SCM ?; (2) Apa pengaruh komitmen terhadap kinerja SCM ?; (3) Apa pengaruh berbagi informasi pada kinerja SCM ?; (4) Apa pengaruh kualitas informasi terhadap kinerja SCM ?; (5) Bagaimana kepercayaan dikembangkan dalam SCM ?; (6) Bagaimana komitmen diterapkan dalam SCM ?; (7) Bagaimana pembagian informasi dilakukan dalam SCM ?; (8) Bagaimana cara memastikan kualitas informasi dalam SCM ?.

2. Studi Pustaka

2.1 Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan)

Supply Chain Management (SCM) adalah integrasi antara pemasok, pengolah, distributor dan konsumen dimana bahan baku mengalir dari pemasok ke pabrik pengolahan dan kemudian mengolahnya menjadi produk jadi dan mengatur pengirimannya ke tangan konsumen (Jie, Parton & Cox 2007). SCM mencakup seluruh rantai nilai dan fokus pada manajemen pasokan bahan baku dari pengadaan hingga penggunaan akhir Tan 2001). Harland (1996) menggambarkan SCM sebagai aktivitas dan manajemen hubungan bisnis (1) secara internal dalam organisasi; (2) dengan pemasok langsung; (3) dengan pemasok tingkat pertama dan kedua dalam rantai pasokan; (4) dengan rantai pasokan keseluruhan. Praktek SCM didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan yang melibatkan perencanaan untuk mengontrol aliran material dan informasi dalam suatu organisasi dan antara organisasi dan anggota rantai pasokan eksternal ([Jie, Parton & Cox 2007](#)). Kunci sukses SCM mencakup integrasi dengan konsumen hilir serta pemasok hulu ([Tan 2001](#)).

2.2 Kinerja Supply Chain

Untuk menentukan efektivitas dan efisiensi kolaborasi antara pemasok, produsen dan konsumen dalam rantai pasokan, perlu untuk mengukur output dari manajemen rantai pasokan. Tujuan utama SCM adalah untuk mengoptimalkan kinerja rantai pasokan untuk memberikan nilai tambah maksimum dengan biaya termurah ([Jie 2012](#)).

Berbagai indikator digunakan untuk menggambarkan kinerja SCM. Misalnya, Persson & Olhager ([2002](#)) mengusulkan kualitas dan lead time pendek sebagai dua indikator penting dalam mengukur kinerja rantai pasokan. Gunasekaran, Patel & McGaughey ([2004](#)) menerapkan banyak indikator dalam kinerja SCM, seperti waktu tunggu pesanan, pengiriman, total biaya distribusi, fleksibilitas, dan kepuasan pelanggan.

Studi ini akan menyelidiki kolaborasi antara pedagang grosir daging sapi dan pengecer daging sapi, yang merupakan bagian dari SCM dalam industri daging sapi. Tiga indikator, yaitu, kualitas daging sapi, waktu tenggang pesanan, dan fleksibilitas (dalam hal produk, lokasi, dan pembayaran), akan digunakan untuk mengukur kinerja rantai pasokan dalam penelitian ini.

2.3 Kepercayaan (Trust)

Kepercayaan telah banyak dibahas sebagai faktor kunci dalam mengembangkan hubungan. Kepercayaan adalah dasar dari hubungan jangka panjang ([Prahasto 2010](#)). Dalam

budaya Timur, kepercayaan dibangun di tingkat pribadi, dan berbeda dari budaya Barat di mana kepercayaan dibangun di tingkat organisasi. Dahlstrom dan Nygaard (1995) menemukan bahwa kepercayaan dalam hubungan pribadi memiliki pengaruh positif pada kinerja pengecer gas di Polandia dan Norwegia. Capaldo (2014) mengemukakan bahwa kepercayaan dalam kemitraan adalah karakteristik dari kinerja rantai pasokan. Ada beberapa cara untuk membangun kepercayaan dalam hubungan. Mitra dagang harus menunjukkan keandalan operasi mereka, melakukan pekerjaan mereka secara konsisten, dan memenuhi harapan mitra lain (Jie 2012).

2.4 Komitmen (*Commitment*)

Komitmen merupakan salah satu syarat dalam membangun hubungan jangka panjang. Komitmen didefinisikan sebagai kesediaan masing-masing pasangan untuk melakukan upaya untuk menjaga hubungan (Jie 2012). Dalam kerja sama, setiap mitra dalam rantai pasokan terikat untuk memiliki persyaratan tertentu yang dapat diterima oleh orang lain. Dengan menjaga komitmen, mitra bisnis dalam rantai pasokan akan melaksanakan kewajiban dan kewajiban mereka sesuai dengan perjanjian awal. Mirani, Moore dan Weber (2001) menekankan bahwa komitmen masing-masing pihak, yang merupakan anggota rantai pasokan, akan menentukan keberhasilan kinerja rantai pasokan.

2.5 Berbagi Informasi (*Information Sharing*)

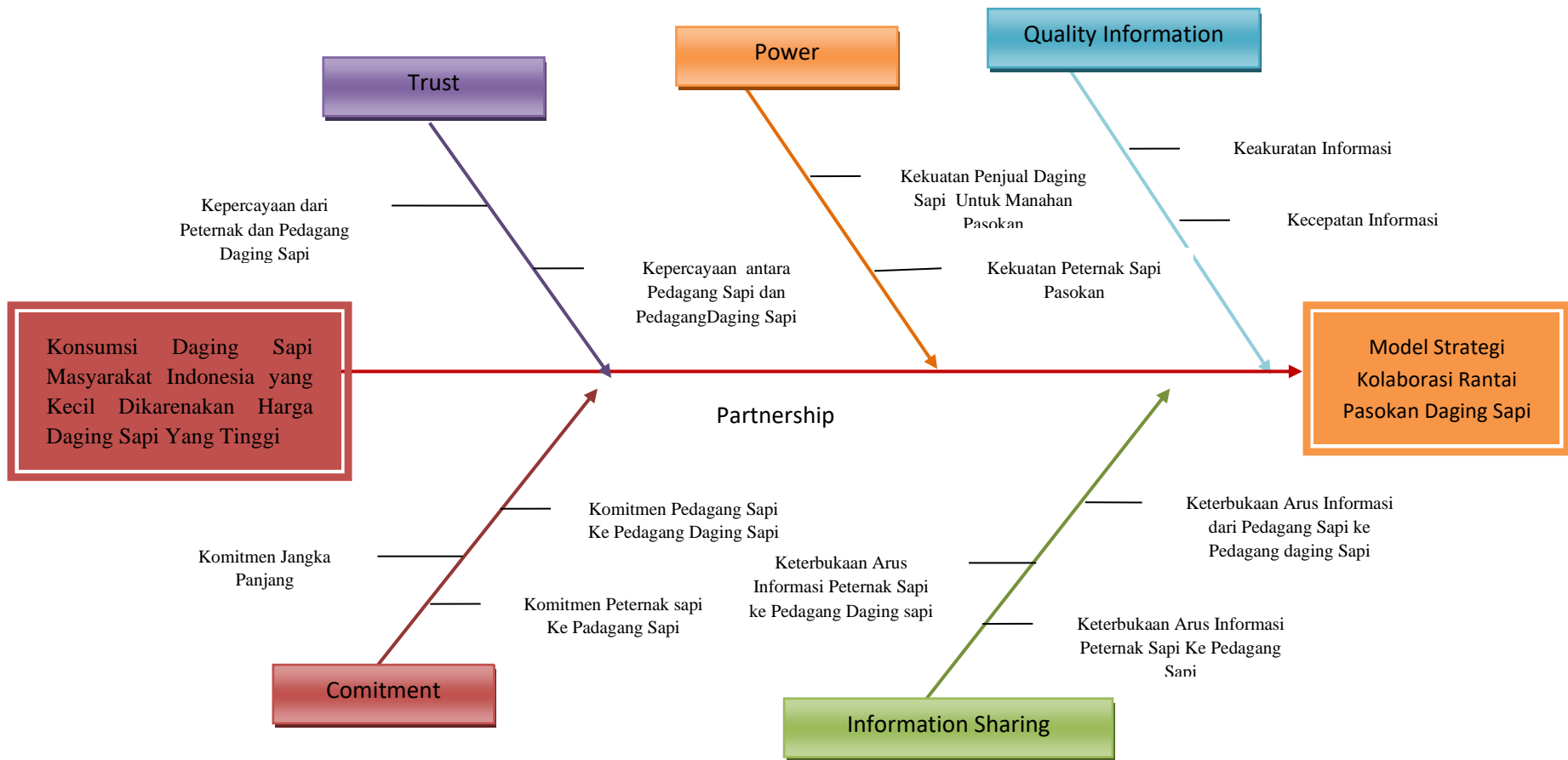
Setiap proses dalam rantai pasokan bergantung pada aliran informasi dari pemasoknya pemasok (hulu) ke konsumennya konsumen (hilir). Jejaring yang efektif dalam rantai pasokan terintegrasi dan kegiatan nilai tambah disinkronkan oleh arus informasi. Teknologi baru dalam informasi memungkinkan informasi di sepanjang rantai pasokan berjalan dengan baik. Berbagi informasi dapat digunakan oleh para pemain dalam rantai pasokan untuk membedakan diri mereka dari pesaing dan untuk membangun keunggulan kompetitif. Informasi akurat dan terkini diperlukan (Fawcett, Ellram & Ogden 2008).

Beberapa penelitian, seperti Min dan Mentzer (2004), Jie, Parton dan Jenkins (2008) menunjukkan bahwa berbagi informasi adalah salah satu elemen penting dalam praktik SCM. Bahkan, Jie, Parton dan Jenkins (2008) menemukan bahwa berbagi informasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja SCM dalam industri daging sapi di Australia. Temuan ini mendukung Fawcett, Ellram dan Ogden (2008) bahwa berbagi informasi membantu perusahaan untuk menurunkan biaya, meningkatkan layanan kepada konsumen, mengurangi waktu tunggu, meningkatkan keuntungan, meningkatkan kualitas, dan mendorong inovasi.

2.6 Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Informasi adalah kunci lain keberhasilan SCM. Berbagi informasi serta kualitas informasi bersama dalam rantai pasokan sangat penting dalam mempengaruhi kinerja SCM (Li & Lin 2006). Studi sebelumnya menemukan bahwa informasi yang tidak akurat dan ketinggalan zaman dapat menghambat efektivitas organisasi. Beberapa indikator kualitas informasi yang sering digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah akurasi, jadwal, kecukupan, dan kredibilitas sumber informasi ([McAdam & McCormack, 2001](#) ; [Moberg et al., 2002](#)).

Gambar 1.1
Diagram Alir Penelitian



3. Metode Penelitian

3.1 Disain Riset

Studi ini akan menggunakan integrasi metode kuantitatif dan kualitatif dalam pengumpulan dan analisis data. Johnson, Onwuegbuzie dan Turner ([2007](#)), serta Creswell dan Clark ([2011](#)) menyebut integrasi kedua metode ini sebagai *mixed-methods research*. Penggunaan *mixed-methods research* ini memungkinkan peneliti untuk mengkompensasi kelemahan dari satu metode dengan kekuatan metode lain untuk mendapatkan hasil terbaik ([Hurmerinta-Peltomäki & Nummela in 2004](#) ; [Johnson & Onwuegbuzie 2004](#) ; [Cresswell & Clark 2011](#)). Dengan menerapkan *mixed-methods research*, peneliti dapat menyajikan generalisasi data yang diperoleh dari metode kuantitatif serta menghasilkan data yang tebal dan kaya yang diperoleh dari metode kualitatif.

Desain penelitian *mixed-methods research* (Cresswell & Clark 2011) akan diterapkan dalam penelitian ini. Ini berarti bahwa metode kuantitatif akan dilakukan pada tahap pertama dan kualitatif pada tahap kedua.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini akan menggunakan data primer dan sekunder. Yang pertama akan diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner dan wawancara. Yang terakhir akan dikumpulkan dari Departemen Peternakan di Jawa Tengah dan sumber lainnya.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang grosir daging sapi di Jawa Tengah yang merupakan salah satu pemain utama dalam rantai pasokan industri daging sapi. Pada tahap pertama (metode kuantitatif), seratus lima puluh responden akan dipilih secara acak dari populasi sebagai sampel. Kuesioner akan digunakan untuk mengumpulkan data dari responden, yaitu pedagang grosir daging sapi yang telah terlibat dalam bisnis ini selama lebih dari 3 (tiga) tahun.

Pada tahap kedua (penelitian kualitatif), wawancara dilakukan dengan responden yang setuju untuk diwawancarai. Kejenuhan data menjadi dasar untuk menentukan kecukupan jumlah responden. Artinya, jika wawancara tidak ada lagi informasi yang tersedia, jumlah responden dianggap sudah cukup.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada fase pertama (metode kuantitatif), survei kuesioner akan diterapkan dalam penelitian ini dengan mendistribusikannya kepada responden yang dipilih. Kuesioner terdiri dari pertanyaan tertutup menggunakan skala 1-10 interval. Skala ini digunakan untuk menghindari kecenderungan sentral dari tanggapan responden.

Pada fase kedua (metode kualitatif), data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, catatan lapangan dan dokumentasi. Para responden dalam fase ini akan dipilih selama survei. Setelah mereka selesai mengisi kuesioner, mereka akan ditanya apakah mereka bersedia untuk diwawancarai nanti. Dengan melakukan wawancara, peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas tentang perspektif peserta pada topik penelitian (Mack et al. 2005) dan informasi yang kaya dan menyeluruh yang mengungkapkan pengalaman, perasaan, dan pendapat responden sendiri (Lee & Lings 2008).

3.5. Teknik Analisis Data

3.5.1. Metode Kuantitatif

Data kuantitatif akan dianalisis menggunakan SPSS versi 18 dalam tiga tahap prinsip: persiapan dan penyaringan data, statistik deskriptif dan analisis regresi berganda. Uji hipotesis akan dilakukan melalui F-statistik dan t-statistik.

3.5.2 Metode Kualitatif

Semua wawancara akan direkam dengan persetujuan responden. Wawancara kemudian akan transcribed. Setiap transkrip wawancara akan dibaca berulang kali sedemikian rupa sehingga peneliti menjadi terbiasa dan terbenam dalam data kualitatif mentah. Sumber data kualitatif lainnya, seperti catatan lapangan, foto, dokumen yang dikumpulkan yang relevan dengan penelitian ini juga akan disortir dan diperiksa untuk melengkapi data wawancara. Pengkodean akan digunakan untuk mengembangkan kategori dan untuk menjelaskan fenomena objek yang sedang diteliti..

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, J. C. & J. A. Narus (1990). "A Model of Distributor-Firm and Manufacture-Firm Working Partnership." Journal of Marketing Research 54: 42-58.
- Antara news <http://www.antaraneews.com/berita/527724/konsumsi-daging-sapi-orang-indonesia-masih-rendah> tanggal 2 September 2015 diunduh pada 5 Mei 2016
- Capaldo, Antonio Illaria Giannocarò. "How does trust effect performance in the supply chain? The Moderating role of independence.
- Cohen, S. & J. Roussel (2005). Strategic supply chain management : the five disciplines for top performance. New York, McGraw-Hill.
- Cresswell, J. W. & V. L. P. Clark (2011). Designing and Conducting Mixed-Methods Research. Los Angeles, Sage.
- Creswell, J. W. & V. L. P. Clark (2011). Designing and Conducting Mixed Methods Research. Los Angeles, Sage.
- Dahlstrom, R. & A. Nygaard (1995). "An Exploratory Investigation of Interpersonal Trust in New and Mature Market Economies." Journal of Retailing 71(4): 339-361.
- Ditjen Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian (2013). Data Peternakan. Jakarta.
- Doney, P. M. & J. P. Canon (1997). "An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationship." Journal of Marketing Research 61(2): 35-51.
- Fawcett, S. E., L. M. Ellram & J. A. Ogden (2008). Supply Chain Management: From Vision to Implementation. Upper Saddle River, Prentice Hall.
- Fearne, A., D. Hughes & R. Duffy (2001). Chapter 4: Concepts of collaboration: supply chain management in a global food industry. Food Supply Chian Management: Issues for the hospitality and retail sectors. J. F. Eastham, L. Sharples and S. D. Ball. Bodmin, Cornwall, Butterworth-Heinemann.
- Ferdinand, A. (2006). Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunasekaran, A., C. Patel & R. E. McGaughey (2004). "A Framework Supply Chain Performance Measurement." Internationla Journal Production Economics 87: 333-347.
- Harland, C. M. (1996). "Supply Chain Management: Relationships, Chains dan Networks." British Academy of Management Special Issue: S63-S80.
- Hitt, M. A., R. D. Ireland & R. E. Hoskisson (2004). Strategic Management: Competitiveness and Globalization, Concepts and Cases. Singapore, South-Western College Publishing.
- Hurmerinta-Peltomäki & Nummela (2004). First the Sugar, Then the Eggs...Or the Other Way Round? Mixing Methods in International Business Research. Handbook of Qualitative Research Methods for International Business. Marschan-Piekkari and C. Welch. Cheltenham, Edward Elg.
- Jie, F. (2012). "The Roles of Trust and Commitment in the Australian Lamb Retailers/Wholesalers." Australasian Farm Business Management (AFBM) Journal 9(1): 49-56.

- Jie, F., K. Parton & R. Cox (2007). Supply Chain Practice, Supply Chain Indicators and Competitive Advantage of Australian Beef Enterprises Australian Agricultural and Resource Economic Society (AARES). New Zealand.
- Jie, F., K. Parton & R. Jenkins (2008) "Supply Chain Analysis of Australian Beef Retailers/Wholesalers." Working paper 2008/1.
- Johnson, R. B. & A. J. Onwuegbuzie (2004). "Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come." Educational Researcher 33(7): 14-26.
- Johnson, R. B., A. J. Onwuegbuzie & L. A. Turner (2007). "Toward a Definition of Mixed Methods Research." Journal of Mixed Methods Research 1(2): 112-133.
- Li, S. & B. Lin (2006). "Assessing Information Sharing and Information Quality in Supply Chain Management." Decision Support Systems 42(3): 1641-1656.
- Li, S., B. Ragu-Nathan, T. S. Ragu-nathan, et al. (2006). "The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance." The International Journal of Management Science 34: 107-124.
- Lincoln, Y. S. & E. G. Guba (1985). Naturalistic Inquiry. Newbury Park, CA, Sage Publication.
- McAdam, R. & D. McCormack (2001). "Integrating Business Processes for Global Allignment and Supply Chain Management." Business Process Management Journal 7(2): 113-130.
- Min, S. & J. T. Mentzer (2004). "Developing and Measuring Supply Chain Concepts." Journal of Business Logistics 25(1): 63-99.
- Mirani, R., D. Moore & J. A. Weber (2001). "Emerging Technologies for Enhancing Supplier-Reseller Partnerships." Industrial Marketing Management 30: 101-114.
- Moberg, C. R., B. D. Cutler, A. Gross, et al. (2002). "Identifying Antecedents of Information Exchange within Supply Chains." International Journal of Physical Distribution & Logistics Management 32(9): 755-770.
- Persson, F. & J. Olhager (2002). "Performance Simulation of Supply Chain Designs." International Journal of Production Economics 77: 231-245.
- Prahasto, T. (2010). Power based Relationship in Indonesian LPG Supply Chain: A Conceptual Framework. Australian New Zealand Academy of Management (ANZAM). Sydney, Australia.
- Robertson, P. W. (2006). The impact of Supply Chain Process Integration on Business Performance. Graduate School of Business. Wollongong, University of Wollongong. Doctor of Philosophy.
- Salvatore, D. (2008). Microeconomics, McMilan Publishing Company.
- Schurr, P. H. & J. L. Ozanne (1985). "Influences on Exchange Processes: Buyer's Preconception of a Seller's Thrustworthiness and Bargaining Toughness." Journal of Consumer Research 11(4): 939-953.
- Sekaran, U. & R. Bougie (2009). Research Methods in Business: A Skill Building Approach. Chichester, John Wiley and Sons.
- Tan, K. C. (2001). "A Framework of Supply Chain Management Literature " European Journal of Purchasing and Supply Chain Management 7: 39-48.