

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN PERUSAHAAN/ORGANISASI</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1	Latar Belakang Masalah .....	1
1.2	Rumusan Masalah.....	4
1.3	Tujuan Penelitian .....	4
1.4	Manfaat Penelitian .....	4
1.5	Batasan Penelitian.....	5
1.6	Sistematika Penulisan .....	5

### **BAB II KAJIAN TEORI**

2.1	<i>Business Process Management</i> .....	7
2.2	Manajemen Rantai Pasok.....	8
2.3	Sistem Integrasi Rantai Pasok: <i>Pull, Push, dan Push-Pull</i> .....	10
2.4	Hubungan antara <i>Supplier</i> dan <i>Retailer</i> .....	12
2.5	Kolaborasi .....	13
2.6	Persediaan .....	15
	2.6.1 Perputaran Persediaan .....	16
	2.6.2 <i>Me-manage</i> Ketidakpastian .....	18
2.7	Menggunakan Pengukuran Kinerja dalam Mendorong Kesuksesan Bisnis .....	18
2.8	<i>Value Stream Mapping (VSM)</i> .....	21
2.9	<i>Lean Canvas</i> .....	22
2.10	Kerangka Analisis .....	24

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Tabel Kebutuhan Data .....	26
3.2	Pengolahan Data .....	27

3.3	Pedoman Wawancara.....	28
<b>BAB IV PROFIL PERUSAHAAN</b>		
4.1	PT. <i>Victory</i> Secara Umum .....	30
4.2	Struktur Organisasi .....	31
4.3	Proses Rantai Pasok .....	33
<b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>		
5.1	Kegiatan Utama .....	34
5.2	Kerja Sama PT. <i>Victory</i> dan PT. <i>Undou</i> .....	34
5.3	Sistem Kerja Sama (Pengiriman Produk) PT. <i>Undou</i> terhadap PT. <i>Victory</i> .....	35
5.4	<i>Forecasting</i> PT. <i>Undou</i> .....	35
5.5	Rencana PT. <i>Victory</i> untuk 5 Tahun Kemudian .....	36
5.6	Manajemen Persediaan .....	36
5.7	Proses Operasional Toko .....	42
5.8	Proses Opreasiona Menggunakan Pengukuran Kinerja.....	51
<b>BAB VI AUDIT RANTAI PASOK</b>		
6.1	Model Proses Rantai Pasok.....	54
6.2	Masalah dan Penyebab Masalah Proses Rantai Pasok.....	57
<b>BAB VII PEMILIHAN POLA <i>PARTNERSHIP</i> BARU</b>		
7.1	<i>Type 0 (Traditional Supply Chain)</i> .....	62
7.2	<i>Type 1 (Information Exchange)</i> .....	62
7.3	<i>Type 2 (Vendor Managed Inventory)</i> .....	63
7.4	Rancang <i>Lean Canvas</i> .....	66
<b>BAB VIII SIMPULAN DAN SARAN</b>		
8.1	Simpulan .....	70
8.2	Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		75
<b>LAMPIRAN I</b> .....		77
<b>LAMPIRAN II</b> .....		83
<b>LAMPIRAN III</b> .....		88
<b>LAMPIRAN IV</b> .....		92
<b>LAMPIRAN V</b> .....		96

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan dan Retur PT. <i>Victory</i> .....	2
Tabel 2.1	Fokus dari Pengukuran Kinerja .....	21
Tabel 3.1	Data yang Dibutuhkan .....	26
Tabel 5.1	Persediaan Semua Toko .....	36
Tabel 5.2	Ukuran Kinerja Operasional Toko.....	52
Tabel 6.1	Masalah, Sebab, dan Dampak pada PT. <i>Victory</i> .....	58
Tabel 6.2	Solusi dari Akar Masalah.....	60
Tabel 7.1	Perbandingan Skor <i>Partnership</i> .....	63
Tabel 7.2	Keuntungan dan Kerugian dengan Pola <i>Type 2</i> .....	64
Tabel 7.3	Rencana Implementasi VMI .....	69

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Data Penjualan Produk.....	3
Grafik 1.2	Perbandingan antara Stok Persediaan Akhir dan Penjualan Produk.....	3
Grafik 5.1	Pembelian Produk PT. <i>Victory</i> .....	38
Grafik 5.2	Penjualan Produk PT. <i>Victory</i> .....	39
Grafik 5.3	Retur Produk PT. <i>Victory</i> .....	40
Grafik 5.4	% Penjualan & Persediaan Akhir PT. <i>Victory</i> .....	41
Grafik 5.5	% Retur & Persediaan Akhir dari Masing-masing Toko .....	42
Grafik 5.6	<i>Lead Time</i> dari Pemesanan Produk Sampai Tiba di Toko.....	43
Grafik 5.7	Produk Baru yang Tiba di Toko.....	43
Grafik 5.8	Proses Produk Baru.....	44
Grafik 5.9	Jumlah Produk yang Terjual (unit) Setiap Hari .....	45
Grafik 5.10	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan (unit) yang Tinggi .....	46
Grafik 5.11	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan (unit) yang Rendah .....	46
Grafik 5.12	Produk yang Diretur.....	47
Grafik 5.13	Ketepatan Waktu Pengambilan Produk yang Diretur oleh PT. <i>Undou</i> .....	48
Grafik 5.14	Proses Retur Produk.....	49
Grafik 5.15	Menjaga Keamanan Toko dan Gudang.....	50
Grafik 5.16	Waktu Melakukan <i>Cycle Count</i> .....	51
Grafik 5.17	Waktu Melakukan <i>Stock Count</i> .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>The Logistic Network</i> .....	10
Gambar 2.2	Strategi Rantai Pasok Integrasi .....	11
Gambar 2.3	Konfigurasi Dasar Rantai Pasok untuk Kolaborasi .....	14
Gambar 2.4	Struktur Kolaborasi Rantai Pasok .....	15
Gambar 2.5	Contoh <i>Basic Current State Value Stream Map</i> .....	21
Gambar 2.6	<i>Lean Canvas</i> .....	23
Gambar 2.7	Kerangka Analisis .....	25
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. <i>Victory</i> .....	32
Gambar 4.2	Proses Rantai Pasok Penjualan <i>Online</i> PT. <i>Victory</i> .....	33
Gambar 6.1	Proses Rantai Pasok (Penjualan di Toko) PT. <i>Victory</i> .....	56
Gambar 6.2	Diagram Sebab Akibat.....	59
Gambar 7.1	Perubahan Proses Rantai Pasok di PT. <i>Victory</i> .....	65
Gambar 7.2	Model <i>Lean Canvas</i> .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Transkrip Wawancara Direktur PT. <i>Victory</i> .....	77
Lampiran II	Transkrip Wawancara Senior <i>Manager Finance &amp; Accounting</i> PT. <i>Victory</i> .....	83
Lampiran III	Persediaan di Masing-masing Toko .....	88
Lampiran IV	Kuesioner Mengenai Operasional Toko .....	92
Lampiran V	Perhitungan Biaya dan Pendapatan dalam <i>Lean Canvas</i> .....	96