

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PERTANYAAN KEASLIAN	iv
PERNYATAAN PERUSAHAAN/ORGANISASI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
2.1 Katering	7
2.2 Definisi <i>Supply Chain</i>	8
2.3 Desain Jaringan (<i>Network Planning</i>)	9
2.3.1 Kerangka Kerja untuk Keputusan Desain Jaringan	9
2.3.2 Model untuk Lokasi Fasilitas dan Alokasi Kapasitas	11
2.4 <i>Current Reality Tree</i>	12
2.5 <i>Supplier Relationship Management</i>	13
2.6 Manajemen Kinerja Pemasok	16
2.6.1 Mengembangkan Strategi Evaluasi Pemasok.....	16
2.6.2 Menciptakan Strategi Pengukuran Pemasok	18
2.6.3 Kualifikasi Pemasok	18
2.6.4 Kriteria Pemilihan Pemasok	19
2.7 Proses <i>Order Fulfillment</i>	19
2.7.1 Perencanaan Permintaan Pelanggan	19
2.7.2 Perencanaan Persediaan.....	20
2.7.3 Produksi	20
2.7.4 Logistik.....	20
2.7.5 Distribusi Pengiriman Langsung	21
2.8 Pemodelan Transportasi dengan Linear Programming	21
2.8.1 <i>Linear Programming</i>	21
2.8.2 <i>Transportation Modeling</i>	22
2.9 Kerangka Penelitian	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Metode Pengumpulan Data	24
3.3 Pengolahan Data.....	25
BAB IV PROFIL PERUSAHAAN	26
4.1 Sejarah Perusahaan	26
4.2 Visi dan Misi	26
4.2.1 Visi PT Aerofood Indonesia.....	26
4.3 Nilai-nilai Perusahaan	26
4.4 Unit Bisnis PT. Aerofood Indonesia.....	27
4.4.1 Inflight Catering Service.....	27
4.4.2 ISTS (Inflight Service Total Solution)	28
4.4.3 AIC (Aerofood Industrial Catering)	28

4.5	Strategi Aerofood Saat Ini	30
4.5.1	Strategi Bisnis	30
4.5.2	Strategi Rantai Pasok	31
4.6	Proses Bisnis.....	31
BAB V PEMBAHASAN DAN ANALISIS		33
5.1	Analisa Sebab	33
5.2	<i>Supplier Relationship Management (SRM)</i>	35
5.2.1	Segmentasi Pemasok.....	36
5.2.2	Seleksi Pemasok.....	37
5.2.3	Strategi Kolaborasi	39
5.3	Zona Distribusi untuk Pemasok	39
BAB VI IMPLEMENTASI		45
6.1	Seleksi Pemasok.....	45
6.2	Pembagian Zona Pengiriman.....	48
6.3	<i>Timeline</i> Kegiatan Implementasi.....	50
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN		51
7.1	Kesimpulan.....	51
7.2	Keterbatasan Penelitian	51
7.3	Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA		52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Berita Acara.....	3
Gambar 1.2 Unit Aerofood Industrial Catering (Jabodetabek)	4
Gambar 2.1 Kerangka Keputusan Perancangan Jaringan.....	10
Gambar 2.2 <i>Current Reality Tree</i>	12
Gambar 2.3 Tiga Pilar SRM.....	14
Gambar 2.4 Kerangka Kerja SRM Integratif.....	14
Gambar 2.5 <i>Supplier Management Actions Matrix</i>	17
Gambar 2.6 Proses Kualifikasi Dan Persetujuan Pemasok	19
Gambar 2.7 Kerangka Analisis.....	23
Gambar 4.1 Unit Bisnis PT. Aerofood Indonesia.....	27
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Aerofood Indonesia.....	29
Gambar 4.3 Strategi Bisnis PT. Aerofood Indonesia	31
Gambar 4.4 Proses Bisnis Aerofood Industrial Catering	32
Gambar 5.1 <i>Current Reality Tree</i> PT. Aerofood Indonesia	33
Gambar 5.2 Kerangka <i>Supplier Relationship Management (SRM)</i>	35
Gambar 5.3 Segmentasi Pemasok Aerofood Industrial Catering	37
Gambar 5.4 Peta Lokasi Unit-Unit dan Vendor AIC	40
Gambar 5.5 Pemrograman Linear	44
Gambar 6.1 Proses Registrasi Calon Vendor	45
Gambar 6.2 Proses Kualifikasi dan Persetujuan Pemasok AIC	46
Gambar 6.3 Zona Lokasi Vendor dan Unit Yang Disuplai	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Metode Pengumpulan Data	24
Tabel 5.1 Kebutuhan Barang Freshable Setiap Unit dan Nama Vendor	40
Tabel 5.2 Jarak dari Vendor ke Unit-Unit Aerofood Industrial Catering.....	42
Tabel 6.1 Kuesioner Penilaian Vendor Aerofood Industrial Catering	47
Tabel 6.2 Nama Vendor dan Unit-Unit yang Disuplai.....	49
Tabel 6.3 Timeline Implementasi.....	50