

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiv
Bab I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Pembatasan Masalah	4
1.6. Sistematika Pembahasan.....	4
Bab II Tinjauan Pustaka	6
2.1. Pupuk.....	6
2.2. <i>Supply chain Management</i> (SCM)	7
2.2.1. Definisi <i>Supply Chain</i>	7
2.2.2. Fungsi <i>Supply Chain</i>	9
2.2.3. Penggerak <i>Supply Chain</i>	9
2.2.4. Definisi <i>Supply Chain Management</i>	14
2.2.5. Tujuan <i>Supply Chain Management</i>	15
2.2.6. Keuntungan <i>Supply Chain Management</i>	15
2.2.7. Hambatan pada <i>Supply Chain Management</i>	16
2.3. <i>Bullwhip Effect</i>	18
2.3.1. Penyebab <i>Bullwhip Effect</i>	19

2.3.2.	Cara Mengurangi <i>Bullwhip Effect</i>	22
2.3.3.	Mengukur <i>Bullwhip Effect</i>	24
Bab III Metodologi Penelitian		26
3.1.	Tempat, Waktu, dan Objek Penelitian.....	26
3.2.	Kerangka Pemecahan Masalah	26
3.3.	Langkah – Langkah Penelitian.....	26
Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data.....		33
4.1.	Data Umum Perusahaan	33
4.4.1.	Sejarah Perusahaan	33
4.4.2.	Visi dan Misi Perusahaan	34
4.4.3.	Struktur Organisasi Divisi Pemasaran.....	34
4.2.	Pengumpulan Data	35
4.3.	Pengolahan Data.....	45
4.3.1.	Perhitungan Nilai <i>Bullwhip Effect</i> Pabrik – Distributor	45
4.3.2.	Perhitungan Nilai <i>Bullwhip Effect</i> Distributor – Retailer	50
4.3.3.	Perbandingan Data Permintaan dan Penjualan pada Pabrik– Distributor.....	54
4.3.4.	Perbandingan Data Permintaan dan Penjualan pada Distributor – Retailer....	56
4.3.5.	Perhitungan Nilai <i>Lead Time</i> pada Pabrik – Distributor	59
4.3.6.	Perhitungan Nilai <i>Lead Time</i> pada Distributor – Retailer	61
4.4.	Identifikasi Penyebab <i>Bullwhip Effect</i>	63
4.5.	Mengatasi <i>Bullwhip Effect</i>	65
Bab V Analisis		68
5.1.	Analisis Hasil Perhitungan <i>Bullwhip Effect</i>	68
5.1.1.	Analisis Perhitungan <i>Bullwhip Effect</i> pada pabrik – distributor	68
5.1.2.	Analisis Perhitungan <i>Bullwhip Effect</i> pada distributor – retailer	69
5.1.3.	Analisis Perbandingan Pabrik – Distributor	70
5.1.4.	Analisis Perbandingan Distributor – Retailer	71

5.2.	Analisis <i>Lead Time</i>	72
5.3.	Analisis Fluktuasi Harga.....	72
Bab VI Kesimpulan dan Saran.....		74
6.1.	Kesimpulan	74
6.2.	Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

