

ABSTRAK

Pisang sebagai salah satu komoditas buah-buahan yang menjadi produk perdagangan dengan tahapan Supply Chain, memerlukan informasi guna mengefisienkan operasional. Penelitian tentang Dukungan Informasi pada Pola Supply Chain Management Komoditas Pisang berlokasi di Pasar Pisang Cengkareng yang merupakan salah satu pasar induk pisang untuk Kota Jakarta dan Sekitarnya. Tujuan penelitian ini adalah 1) Mengidentifikasi dan menginventarisir sumber dan kegunaan informasi yang ada pada pasar induk, 2) Menganalisa jenis informasi yang bermanfaat dan memberikan nilai tambah dan 3) Memberikan saran tindak lanjut bagi perbaikan pengelolaan informasi yang bermanfaat bagi produsen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan informasi yang berguna (bermanfaat) dan memberikan nilai tambah bila informasi tersebut 1) Berisikan tentang harga jual, jumlah dan waktu dibutuhkan yang diiringi dengan standar pisang yang diinginkan secara berkesinambungan, 2) Di dukung oleh teknologi pemeraman yang lebih baik, 3) Memberikan informasi mengenai waktu pembayaran ke pemasok dan 4) Mengenai informasi insentif kepada pedagang pengecer.

Saran yang dapat diberikan adalah penerapan teknologi informasi yang baik hendaknya berisikan informasi diatas agar bermanfaat dan memberikan nilai tambah bagi kegiatan SCM Pisang.

Kata kunci : Pisang, Informasi, Pola, Supply Chain Mangement, Komoditas.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman judul	i
Persetujuan pembimbing	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Kondisi Saat ini	4
1.2.2 Rumusan Permasalahan	10
1.3 Tujuan dan Manfaat	10
1.4 Ruang Lingkup Pembahasan	12
BABA II LANDASAN TEORI	13
2.1 Standar Perdagangan Pisang	13
2.2 Supply Chain Management	18
2.2.1 Pengertian Supply Chain Management (SCM)	19
2.2.2 Tujuan SCM	20
2.2.3 Proses SCM	20
2.2.4 Aliran pada Model dari SCM Komoditas Pisang	24
2.2.5 Pembentukan Nilai dan Pengukuran Tingkat Efisiensi pada SCM	32
2.3 Peranan Informasi Dalam Supply Chain Management	37
2.3.1 Fungsi Informasi	37
2.3.2 Model Informasi Dalam SCM	40
2.3.3 Jenis Informasi	43
BAB III METODOLOGI	45
3.1 Kerangka Pemikiran	45

	Halaman	
3.2	Metode Pengumpulan Data	46
3.2.1	Populasi	47
3.2.2	Sampel dan Teknik Sampling	48
3.2.3	Instrumen Pengumpulan Data	49
3.2.3.1	Instrumen Pengukuran Data	50
3.2.4	Waktu dan Tempat Penelitian	52
3.4	Metoda Analisis	53
3.4.1	Analisis Pareto	53
3.4.2	Analisis SWOT	54
3.5	Kategori dan Ruang Lingkup Data	57
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1	Profil Sentra Produksi Pisang di Lampung	59
4.2	Profil Pedagang Grosir Pisang Pasar Cengkareng	61
4.3	Alur Proses Pisang di Grosir	61
4.4	Alur Informasi pada SCM pisang	63
4.5	Data Responden	66
4.5.1	Pengambilan Data	66
4.5.2	Data Supply Chain	66
4.5.3	Data Informasi	69
4.6	Pembahasan	72
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran	83
Daftar Acuan		84
Daftar Lampiran		85