

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Program Ganda
Manajemen – Sistem Informasi
Skripsi Sarjana Program Ganda
Semester Ganjil 2007 / 2008

ANALISIS DAN PERANCANGAN E-SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PADA PT. MAHKOTA INDONESIA

Justian Cevani
0700724231

Abstrak

Banyak perusahaan telah memanfaatkan teknologi informasi, namun belum banyak perusahaan tersebut merasakan manfaat dari penerapan teknologi informasi tersebut yang dikarenakan masih banyak manajemen perusahaan berpendapat bahwa dengan mengimplementasikan teknologi informasi saja telah cukup untuk mencapai kesuksesan bisnis. Kesuksesan bisnis bukan hanya tergantung kecanggihan teknologi saja, sama seperti strategi fungsional yang dirumuskan berdasarkan strategi bisnis perusahaan maka penerapan teknologi informasi harus selaras dengan strategi bisnis perusahaan. Oleh karena itu diperlukan perumusan strategi bisnis yang handal sehingga perusahaan mampu menyelaraskan dan merasakan manfaat dari pemanfaatan teknologi tersebut. Analisis pertama adalah mengidentifikasi kesiapan penerapan sistem di perusahaan melalui struktur organisasi dalam penerapan sistem. Masalah yang dihadapi PT. Mahkota Indonesia saat ini adalah kurang terintegrasinya masing – masing bagian dalam perusahaan yang membuat aliran informasi menjadi terhambat, sehingga seluruh kelancaran proses bisnis menjadi lambat selain itu pemesanan yang akan dilakukan oleh pelanggan sering terhambat karena kurangnya jalur komunikasi dan juga pengumpulan data yang dilakukan masih secara manual, membuat data yang terkumpul menjadi tidak terstruktur dengan rapi sehingga apabila membutuhkan informasi yang dibutuhkan akan menjadi sulit dan bahkan membuat data menjadi redundansi. Metode analisis yang digunakan adalah matriks IFE EFE, matriks SWOT, matriks IE, QSPM untuk memilih strategi bisnis yang akan diterapkan. Adapun hasil dari metode analisis tersebut adalah menerapkan strategi integrasi ke depan yaitu dengan membangun sistem *e-supply chain management*. Perancangan sistem informasi yang akan digunakan adalah perancangan layar terstruktur yang mempunyai fungsi – fungsi terintegrasinya aliran informasi dari pelanggan, perusahaan dan juga pemasok, sehingga masalah yang ada dapat diatasi.

Kata Kunci:

Matriks IFE EFE, matriks SWOT, matriks IE, QSPM, *e-supply chain management*

KATA PENGANTAR

Sebelumnya penulis mengucapkan syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini. Walaupun tugas membuat Skripsi ini terasa berat oleh penulis, namun berkat bimbingan dari para dosen, akhirnya Skripsi ini dapat diselesaikan walaupun masih jauh dari kesempurnaan. Skripsi ini disusun berdasarkan data yang diperoleh dari PT. Mahkota Indonesia ditambah dengan penjelasan dari para dosen dan buku-buku yang ada hubungannya dengan topik Skripsi.

Penyelesaian penulisan Skripsi ini oleh penulis tidak terlepas dari bantuan dan dukungan yang telah diberikan oleh berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Gerardus Polla, M.App.Sc selaku Rektor Universitas Bina Nusantara.
2. Bapak Wikaria Gazali, S.Si., MT. selaku Dekan Fakultas MIPA.
3. Bapak Engkos Achmad Kuncoro, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
4. Bapak Ir. Sablin Yusuf, M.Sc., M.Comp.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer.
5. Bapak Idris Gautama, SE., S.Kom., MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
6. Bapak Johan, S.Kom., MM. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi.
7. Bapak Rudy, S.Kom., MM. dan Bapak Robertus Tang Herman, SE., MM. selaku dosen pembimbing penulis yang telah banyak meluangkan waktu, perhatian, dan pemikiran untuk menyelesaikan skripsi ini. Bapak – bapak merupakan mentor dan teman diskusi yang terbaik.
8. Bapak atau Ibu Dosen penguji yang akan meluangkan waktu dan pemikiran untuk melakukan pengujian skripsi ini sehingga dapat disajikan dengan lebih baik lagi.
9. Bapak Tian Chai Monthaniyachat selaku pimpinan PT. Mahkota Indonesia yang telah memberikan kesempatan serta dukungan dalam memperoleh data di perusahaan dan juga kepada seluruh karyawan perusahaan yang telah membantu.
10. Ayahanda Sastrawandi Karsiana, Ibunda Jenny Dulhadi, Adik Marcella Cevani tercinta yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis, baik secara moril maupun materiil.
11. Om Andrew, Tante Yusi, Stephanie Nike, Felicia Inneke, Monica Sharon tercinta yang juga selalu memberikan dukungan moril kepada penulis.
12. Teman – teman dari anggota komunitas sel Santa Theresia Liseux yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis.

13. Seluruh rekan, teman, dan sahabat penulis yang telah memberi dukungan serta bertukar pikiran selama ini.
14. Seluruh dosen dan staf Universitas Bina Nusantara yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan pengetahuan, pengalaman, dan hari – hari terbaik selama perkuliahan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan–kekurangan di dalam Skripsi, sehingga penulis sangat mengharapkan bantuan berupa saran dan kritik dari para dosen serta cara-cara yang baik untuk menyusun karya ilmiah di masa yang akan datang. Saran dan kritik dapat disampaikan kepada penulis melalui email ke vip_justy@yahoo.com

Jakarta, 25 Januari 2008

Penulis

Justian Cevani

0700724231

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.5 Metodologi	4
1.5.1 Metode Analisis	4
1.5.2 Metode Perancangan	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 LANDASAN TEORI	8
2.1 Manajemen Strategis	8
2.1.1 Pengertian Strategis	8
2.1.2 Tipe – tipe Strategi	10
2.1.3 Manajemen Strategis	11
2.2 Internet	12
2.2.1 Internet	12
2.2.2 Intranet	13
2.2.3 Ekstranet	13
2.2.4 Aplikasi Internet	15
2.2.5 Sistem Komputer	16
2.3 Konsep e-business	16
2.3.1 Pengertian e-business	16
2.3.2 Manfaat e-business	17
2.4 Konsep e-commerce	18
2.4.1 Pengertian e-commerce	18
2.4.2 Karakteristik e-commerce	19
2.4.3 Jenis – jenis e-commerce	20
2.4.4 Keuntungan dan keterbatasan e-commerce	22
2.4.5 E-commerce dalam Dunia Bisnis	24
2.5 Supply Chain Management	24
2.5.1 Pengertian Supply Chain	24
2.5.2 Pengertian Supply Chain Management	25
2.5.3 Komponen Supply Chain Management	26
2.5.4 Tujuan Supply Chain Management	27
2.5.5 Proses Supply Chain Management	28
2.5.6 Penggerak Supply Chain	31
2.5.7 Perbedaan Manajemen Logistik dan Supply Chain	33

2.6	E-Supply Chain Management	34
2.6.1	Pengertian e-Supply Chain Management	34
2.6.2	Prinsip dasar perancangan e-Supply Chain Management	35
2.6.3	Kunci Sukses e-Supply Chain Management	36
2.7	Metodologi	37
2.7.1	Model Lima Kekuatan Porter	37
2.7.2	Analisa Strength, Weakness, Opportunities, Threats	40
2.7.3	Matriks IFE dan EFE	42
2.7.4	Matriks Strength, Weakness, Opportunities, Threats	45
2.7.5	Matriks IE	47
2.7.6	Matriks QSPM	48
2.7.7	Value Chain Analysis	49
2.7.8	Preliminary Steps	50
2.7.9	Perancangan Layar Terstruktur	52
2.8	Kerangka Berpikir dan Kerja	55
BAB 3	ANALISIS PERUSAHAAN	56
3.1	Latar Belakang Perusahaan	56
3.1.1	Visi dan Misi Perusahaan	58
3.1.2	Struktur Organisasi	58
3.1.3	Wewenang dan Tanggung Jawab	60
3.2	Analisis Sistem yang berjalan pada PT. Mahkota Indonesia	63
3.3	Preliminary Steps	65
3.3.1	Energize the Organization	66
3.3.2	Enterprise Vision	68
3.3.3	Supply Chain Value Assessment	70
3.3.4	Opportunity Identification	78
3.3.5	Strategy Decision	99
BAB 4	PERANCANGAN E-SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	101
4.1	Developing The E-Supply Chain Management Strategy	101
4.1.1	Constructing The Business Value Proposition	101
4.1.2	Defining The Value Portfolio	102
4.1.3	Structuring The Scope of Collaboration	103
4.1.4	Ensuring Effective Resource Management	104
4.1.5	Pursuing Growth Management	105
4.2	Customer and Service Management	106
4.2.1	Customer Relationship Management and Internet Sales	106
4.2.2	Sales Force Automation	107
4.2.3	E-Marketing	109
4.3	Manufacturing and Supply Chain Planning	109
4.3.1	Manufacturing Planning	109
4.3.2	Production and Process Management	110
4.3.3	Plant Maintenance and Quality Management	111
4.4	Supplier Relationship Management	111
4.4.1	Backbone Functions	112
4.4.2	Service Functions	113

4.4.3 Processing	113
4.5 E-Logistics Resource Management	113
4.5.1 Warehouse Management	114
4.5.2 Transportation Management	114
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	156
5.1 Simpulan	156
5.2 Saran	157
DAFTAR PUSTAKA	158
RIWAYAT HIDUP	160
LAMPIRAN	
SURAT SURVEI	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Perbedaan antara Manajemen Logistik dan <i>Supply Chain Management</i>	34
Tabel 2.2	Matriks IFE	43
Tabel 2.3	Matriks EFE	45
Tabel 2.4	Matriks SWOT	46
Tabel 2.5	Matriks <i>Internal - Eksternal</i>	47
Tabel 2.6	Matriks QSPM	48
Tabel 3.1	<i>Value Chain Analysis</i> PT. Mahkota Indonesia	75
Tabel 3.2	Ukuran Keberhasilan <i>Value Chain</i> PT. Mahkota Indonesia	76
Tabel 3.3	Hasil Kuisisioner Pembobotan Faktor Internal PT. Mahkota Indonesia	83
Tabel 3.4	Hasil Kuisisioner Pembobotan Faktor Eksternal PT. Mahkota Indonesia	85
Tabel 3.5	Hasil Kuisisioner Penilaian Faktor Internal PT. Mahkota Indonesia	87
Tabel 3.6	Hasil Kuisisioner Penilaian Faktor Eksternal PT. Mahkota Indonesia	88
Tabel 3.7	Penentuan Bobot dengan Perbandingan Berpasangan Faktor Internal PT. Mahkota Indonesia	89
Tabel 3.8	Normalisasi Bobot Faktor Internal PT. Mahkota Indonesia	90
Tabel 3.9	Penentuan Bobot dengan Perbandingan Berpasangan Faktor Eksternal PT. Mahkota Indonesia	91
Tabel 3.10	Normalisasi Bobot Faktor Eksternal PT. Mahkota Indonesia	92
Tabel 3.11	Matriks IFE PT. Mahkota Indonesia	93
Tabel 3.12	Matriks EFE PT. Mahkota Indonesia	94
Tabel 3.13	Matriks SWOT PT. Mahkota Indonesia	95
Tabel 3.14	Matriks IE PT. Mahkota Indonesia	96
Tabel 3.15	QSPM PT. Mahkota Indonesia	98
Tabel 4.1	Perubahan nilai bisnis bila menggunakan <i>e-supply chain management</i>	102
Tabel 4.2	database admin	149
Tabel 4.3	database bahan_baku	149
Tabel 4.4	database customer	149
Tabel 4.5	database customer_inbox	150
Tabel 4.6	database delivery_mahkota	150
Tabel 4.7	database delivery_supplier	150
Tabel 4.8	database mahkota_delivery_inbox	151
Tabel 4.9	database mahkota_inbox	151
Tabel 4.10	database mahkota_purchase_inbox	151
Tabel 4.11	database mahkota_sales_inbox	152
Tabel 4.12	database mahkota_stock_inbox	152
Tabel 4.13	database order_mahkota	152
Tabel 4.14	database order_supplier	153

Tabel 4.15	database payment_mahkota	153
Tabel 4.16	database payment_supplier	154
Tabel 4.17	database produk	154
Tabel 4.18	database supplier	154
Tabel 4.19	database supplier_inbox	155

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	<i>Upstream dan Downstream Supply Chain</i> 27
Gambar 2.2	<i>Proses Supply Chain Management</i> 28
Gambar 2.3	Model Lima Kekuatan Porter 37
Gambar 2.4	<i>Value Chain Analysis</i> 50
Gambar 2.5	<i>Preliminary Steps</i> 52
Gambar 2.6	Kerangka Berpikir dan Kerja 55
Gambar 3.1	Struktur Organisasi PT Mahkota Indonesia 59
Gambar 3.2	<i>Rich Picture</i> pembelian bahan baku PT. Mahkota Indonesia 64
Gambar 3.3	<i>Rich Picture</i> proses produksi PT. Mahkota Indonesia 65
Gambar 3.4	<i>Rich Picture</i> proses penjualan produk PT. Mahkota Indonesia 65
Gambar 4.1	Rancangan Layar <i>Form Login</i> 115
Gambar 4.2	Rancangan Layar <i>Register New Customer</i> 116
Gambar 4.3	Rancangan Layar <i>Online Catalogs</i> 117
Gambar 4.4	Rancangan Layar <i>Sales Order</i> 118
Gambar 4.5	Rancangan Layar <i>Shopping Chart</i> 119
Gambar 4.6	Rancangan Layar <i>Confirm Payment to PT. Mahkota Indonesia</i> 120
Gambar 4.7	Rancangan Layar <i>Inbox</i> 121
Gambar 4.8	Rancangan Layar <i>Literature Fulfillment</i> 122
Gambar 4.9	Rancangan Layar <i>View Customer</i> 123
Gambar 4.10	Rancangan Layar <i>Contact Management</i> 124
Gambar 4.11	Rancangan Layar <i>Account Management</i> 125
Gambar 4.12	Rancangan Layar <i>Stock Product</i> 126
Gambar 4.13	Rancangan Layar <i>Payment from Customer</i> 127
Gambar 4.14	Rancangan Layar <i>edit validation payment</i> 128
Gambar 4.15	Rancangan Layar <i>Promotions</i> 129
Gambar 4.16	Rancangan Layar <i>Marketing Events</i> 130
Gambar 4.17	Rancangan Layar <i>Capacity requirements planning</i> 131
Gambar 4.18	Rancangan Layar <i>Material Requirements Planning</i> 132
Gambar 4.19	Rancangan Layar <i>Floor Control</i> 133
Gambar 4.20	Rancangan Layar <i>Edit Product</i> 134
Gambar 4.21	Rancangan Layar <i>Supplier Materials</i> 135
Gambar 4.22	Rancangan Layar <i>Purchase Order</i> 136
Gambar 4.23	Rancangan Layar <i>Payment Status Materials</i> 137
Gambar 4.24	Rancangan Layar <i>Confirm Payment to Supplier</i> 138
Gambar 4.25	Rancangan Layar <i>Purchasing Planning</i> 139
Gambar 4.26	Rancangan Layar <i>View Supplier</i> 140
Gambar 4.27	Rancangan Layar <i>Register New Supplier</i> 141
Gambar 4.28	Rancangan Layar <i>Order from PT. Mahkota Indonesia</i> 142
Gambar 4.29	Rancangan Layar <i>Validation Payment from PT. Mahkota Indonesia</i> 143

Gambar 4.30	Rancangan Layar <i>Minimum Stock Products</i>	144
Gambar 4.31	Rancangan Layar <i>Alert Products</i>	145
Gambar 4.32	Rancangan Layar <i>Delivery Status</i>	146
Gambar 4.33	Rancangan Layar <i>Edit Status Delivery</i>	147
Gambar 4.34	Rancangan Layar <i>Status Delivery Customer</i>	148

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman	
Lampiran 1	Wawancara Faktor Internal dan Faktor Eksternal	L1
Lampiran 2	Perbandingan Berganda Faktor Internal	L2
Lampiran 3	Perbandingan Berganda Faktor Eksternal	L4
Lampiran 4	Penilaian Peringkat Faktor Internal	L6
Lampiran 5	Penilaian Peringkat Faktor Eksternal	L7
Lampiran 6	Penilaian Perbandingan Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Alternatif Strategi Bisnis	L8
Lampiran 7	Home	L9
Lampiran 8	About Us	L10
Lampiran 9	Product	L11
Lampiran 10	Procedure	L12
Lampiran 11	Contact Us	L13
Lampiran 12	Login	L14
Lampiran 13	Register	L15
Lampiran 14	Forgot Password Customer	L16
Lampiran 15	Login as customer:HOME	L17
Lampiran 16	Login as customer:INBOX	L18
Lampiran 17	Login as customer:Send Message	L19
Lampiran 18	Login as customer:PERSONAL INFORMATION	L20
Lampiran 19	Login as customer:ORDER	L21
Lampiran 20	Login as customer:Sales Order	L22
Lampiran 21	Login as customer:CONFIRM	L23
Lampiran 22	Login as customer:Confirm Payment	L24
Lampiran 23	Login as customer:DELIVERY	L25
Lampiran 24	Login as admin sales & marketing:HOME	L26
Lampiran 25	Login as admin sales & marketing:INBOX	L27
Lampiran 26	Login as admin sales & marketing:Send Message	L28
Lampiran 27	Login as admin sales & marketing:CUSTOMER	L29
Lampiran 28	Login as admin sales & marketing:Detail Customer	L30
Lampiran 29	Login as admin sales & marketing:STOCK	L31
Lampiran 30	Login as admin sales & marketing:Alert Stock Product	L32
Lampiran 31	Login as admin sales & marketing>Edit Price Product	L33
Lampiran 32	Login as admin sales & marketing: PAYMENT	L34
Lampiran 33	Login as admin sales & marketing:Validation Payment	L35
Lampiran 34	Login as admin sales & marketing: SALES & MARKETING	L36
Lampiran 35	Login as admin sales & marketing: Sales Order from Customer	L37
Lampiran 36	Login as admin stock:HOME	L38
Lampiran 37	Login as admin stock:INBOX	L39
Lampiran 38	Login as admin stock:STOCK	L40
Lampiran 39	Login as admin stock:Alert Product & Material	L41
Lampiran 40	Login as admin purchase:HOME	L42

Lampiran 41	Login as admin purchase:INBOX	L43
Lampiran 42	Login as admin purchase:SUPPLIER	L44
Lampiran 43	Login as admin purchase:Detail Supplier	L45
Lampiran 44	Login as admin purchase:STOCK	L46
Lampiran 45	Login as admin purchase:ORDER	L47
Lampiran 46	Login as admin purchase:Purchase Order	L48
Lampiran 47	Login as admin purchase:Purchase Order	L49
Lampiran 48	Login as admin purchase:CONFIRM	L50
Lampiran 49	Login as admin purchase:Cofirm Payment	L51
Lampiran 50	Login as admin delivery:HOME	L52
Lampiran 51	Login as admin delivery:INBOX	L53
Lampiran 52	Login as admin delivery:DELIVERY	L54
Lampiran 53	Login as supplier:HOME	L55
Lampiran 54	Login as supplier:INBOX	L56
Lampiran 55	Login as supplier:ID & PASSWORD	L57
Lampiran 56	Login as supplier:STOCK	L58
Lampiran 57	Login as supplier:Set Price	L59
Lampiran 58	Login as supplier:ORDER	L60
Lampiran 59	Login as supplier:PAYMENT	L61
Lampiran 60	Login as supplier:DELIVERY	L62
Lampiran 61	Super Admin Mahkota	L63