

ANALISIS KRITERIA PEMASOK IDEAL DAN KONFLIK DISTRIBUSI UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN MENJUAL PRODUK KAOS KAKI PT. LESTARI GIAT JAYA

Jemie - 0800756644

ABSTRAK

Semakin pesatnya perkembangan industri dan perdagangan yang akhir-akhir ini menjadi topik pembicaraan di dunia ekonomi. Sering banyaknya kemunculannya produsen dari luar negeri yang mencoba pasar di Indonesia, tentunya di sertai dengan berbagai strategi bisnis yang mencoba mengalihkan perhatian konsumen dalam negeri untuk beralih mengkonsumsi produk-produk dari luar negeri.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemilihan kriteria pemasok ideal yang tepat, mengetahui konflik distribusi yang terjadi dan mengetahui sejauh mana pengaruh pemilihan kriteria pemasok ideal dan konflik distribusi terhadap peningkatan kemampuan menjual, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya guna mencapai omzet penjualan yang lebih baik. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian *deskriptif* dengan jenis penelitian *metric SCOR*, data kualitatif dan regresi. Teknik analisis data menggunakan skala likert.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *best in class* yang didapat dari *Metric SCOR* menunjukkan rata-rata yang didapat 70-80%, maka dari penelitian ini diharapkan PT. Lestari Giat Jaya dapat menetapkan standart baku sesuai dengan *metric SCOR* yang telah dianalisis didalam penelitian ini agar dapat menilai hasil kinerja pemasok yang memenuhi standart. Konflik *vertical* dan *horizontal* harus selalu diperhatikan untuk jangka waktu panjang agar terhindar dari konflik distribusi, serta adanya pengaruh antara pemilihan kriteria pemasok ideal dan konflik distribusi, serta adanya pengaruh antara pemilihan kriteria pemasok ideal dan konflik distribusi berperan dalam meningkatkan kemampuan menjual sebesar 45.6% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas produk, harga, kemasan produk dan lain-lain.

Kata Kunci : *Kriteria Pemasok, Konflik Distribusi, dan Kemampuan Menjual*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penelitian skripsi dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Dengan rahmat-Nya juga, segala kendala maupun kesulitan dalam proses penelitian skripsi ini menjadi lebih mudah.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari tanpa bantuan dari pihak-pihak yang ikut membantu memberikan saran, kritik dan bantuan, tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Bapak Prof. Dr. Gerardus Polla, M.App.Sc., Rektor Universitas Bina Nusantara
- Bapak Engkos Achmad Kuncoro, SE., MM., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara.
- Bapak Idris Gautama, SE, S.Kom., MM., MBA., CBC Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara.
- Ibu Masruroh SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dengan penuh kesabaran dan perhatian serta membimbing dan memberikan petunjuk-petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
- PT. Lestari Giat Jaya, selaku obyek penelitian
- Bapak Willy selaku Direktur PT. Lestari Giat Jaya yang telah banyak membantu dalam memberikan data dan informasi yang dibutuhkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
- Mama dan Papa tercinta serta adik yang selalu memberikan doa, nasehat, semangat maupun materiil selama penulis menuntut ilmu dan menyelesaikan skripsi ini. Dan terpenting kasih setia Tuhan Yesus yang selalu diberikan selama penulisan skripsi ini.

- Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, serta teman-teman seperjuangan dan seangkatan, terima kasih atas dorongan dan motivasinya. Love you all.
- Seluruh staff perpustakaan Universitas Bina Nusantara yang telah banyak membantu dalam peminjaman buku-buku untuk penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan pengalaman dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca terutama mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara dan pihak lain yang membutuhkan.

Jakarta, 15 Juli 2008

Penyusun,

Jemie

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan <i>Hardcover</i>	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
Bab 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
Bab 2. LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 <i>Supply Management</i>	7
2.1.1 Definisi <i>Supply Chain</i>	7
2.1.2 Definisi <i>Supply Chain Management</i>	7
2.1.3 Area Cakupan SCM	9
2.1.4 Karakteristik Produk dan Pasar	9
2.1.5 Klasifikasi Kegiatan Supply Chain	11
2.1.6 Tantangan dalam mengelola Supply Chain	11
2.1.7 Strategi Supply Chain dengan Kebijakan Taktis	13
2.1.8 Inventory Turn Over (Perputaran Persediaan)	15
2.1.9 Kriteria Dasar dan Pentingnya Pemasok yang Ideal	16

2.1.10	Jenis-jenis Kekuatan Seorang Produsen	17
2.1.11	Memodifikasi Pengaturan Jaringan	17
2.1.12	Pengertian Model SCOR (<i>Supply Chain Operations Reference</i>)	19
2.1.13	Matrik pada Model SCOR	21
2.2	Pemasaran	22
2.2.1	Bauran Pemasaran	23
2.3	Distribusi	25
2.3.1	Definisi Distribusi	25
2.3.2	Komponen dalam saluran distribusi	26
2.3.3	Strategi Saluran Distribusi	27
2.3.4	Intensitas Distribusi	27
2.3.5	Fungsi dan Aliran Saluran	28
2.3.6	Tingkat Saluran Distribusi	30
2.3.7	Evaluasi Saluran Distribusi	34
2.3.8	Hubungan antara Saluran Distribusi dan Penjualan	35
2.3.9	Konflik dalam Saluran Distribusi	36
2.3.9.1	Macam-macam Konflik Distribusi	36
2.3.9.2	Penyebab-penyebab Konflik	37
2.3.9.3	Kendali dalam Saluran Distribusi	37
2.4	Kemampuan Menjual	38
2.4.1	Definisi Penjualan	38
2.4.2	Faktor-faktor dalam Penjualan	39
2.5	Kerangka Pemikiran	42
2.6	Hipotesis	43

Bab 3. METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	44
3.2	Operasionalisasi variabel penelitian	45
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian	48
3.4	Teknik dan Pengumpulan Data	48
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	49
3.5.1	Populasi	49
3.5.2	Sampel	49
3.6	Teknik Pengolahan Sampel	50
3.7	Metode Analisis	51
3.7.1	Uji Validitas dan Reabilitas	51
3.7.2	Uji Asumsi Klasik dan Asumsi Dasar	53
3.7.2.1	Uji Normalitas	53
3.7.2.2	Uji Multikolinearitas	54
3.7.2.3	Uji Heterokedastisitas	54
3.7.2.4	Uji Autokorelasi	55
3.7.3	Model SCOR (<i>Supply Chain Operations Reference</i>)	55
3.7.4	Statistik Deskriptif	59
3.7.4.1	Identifikasi Konflik Deskriptif dengan Skala Likert	59
3.7.5	Analisis Regresi	61
3.8	Rancangan Uji Hipotesis	61
3.9	Rancangan Implikasi Hasil Penelitian	62

4.5.6	Pengaruh pemilihan kriteria pemasok ideal dan konflik distribusi terhadap peningkatan kemampuan menjual	106
4.5.6.1	Uji Regresi Berganda	106
4.6	Implikasi Hasil Penelitian	110
Bab 5. SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	112
5.2	Saran	113
Daftar Pustaka		
Riwayat Hidup		
Lampiran		
Lampiran 1	Kuesioner	
Lampiran 2	Uji Validitas dan Realibilitas	
Lampiran 3	Uji Asumsi Dasar dan Klasik	
Lampiran 4	Hasil Analisis Regresi Berganda	
Lampiran 5	Data <i>Metric Scor</i>	
Lampiran 6	Hasil Tabulasi Data	

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3.1	Desain Penelitian	44
Tabel 3.2	Operasionalisasi variable penelitian	45
Tabel 3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian	48
Tabel 3.4	Metode Analisis	51
Tabel 3.5	<i>Performance Metrics Level 1</i>	58
Tabel 4.1	Populasi dan Sampel	72
Tabel 4.2	Skor Penilaian Responden Mengenai Kriteria Pemasok	74
Tabel 4.3	Skor Penilaian Responden Mengenai Konflik Distribusi	76
Tabel 4.4	Skor Penilaian Responden Mengenai Kemampuan Menjual	78
Tabel 4.5	Uji Validitas dan Reabilitas	80
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas	83
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinearitas	84
Tabel 4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas $Lnei^2$ dengan LnX^1	85
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas $Lnei^2$ dengan LnX^2	85
Tabel 4.10	Hasil Uji Autokorelasi	86
Tabel 4.11	<i>Metric SCOR</i>	88
Tabel 4.11.1	Kinerja Pengiriman	90
Tabel 4.11.2	Permintaan dipenuhi tanpa menunggu	91
Tabel 4.11.3	Order yang terkirim sesuai dan tepat waktu	92
Tabel 4.11.4	Waktu Pemesanan	93
Tabel 4.11.5	Flexibilitas Waktu	94
Tabel 4.11.6	Flexibilitas Produksi	95

Tabel 4.11.7	Biaya Pengelolaan Hubungan	96
Tabel 4.11.8	Harga Pokok Penjualan	97
Tabel 4.11.9	Nilai Tambah pada Produk	98
Tabel 4.11.10	Pengeluaran Warranty	99
Tabel 4.11.11	Kecepatan <i>Supply Chain</i>	100
Tabel 4.11.12	Tingkat Persediaan	101
Tabel 4.11.13	Asset	102
Tabel 4.12	Konflik Vertikal	103
Tabel 4.13	Konflik Horizontal	105
Tabel 4.14	Variable Entered/Removed(b)	106
Tabel 4.15	Model Summari (b)	107
Tabel 4.16	Anova (b)	107
Tabel 4.17	Coefficients (a)	108

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Ketidakpastian pada supply chain menimbulkan persediaan Pengaman dimana-mana	12
Gambar 2.2	Strategy Supply Chain	13
Gambar 2.3	Tingkat Pertumbuhan Pasar	18
Gambar 2.4	Lima Proses Inti Supply Chain pada model SCOR	19
Gambar 2.5	Model Konfigurasi Supply Chain	29
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.4	Daerah Penerimaan pada Uji Durbin-Watson	86

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	L - 1
Lampiran 2	Uji Validitas dan Realibilitas	L - 2
Lampiran 3	Uji Asumsi Dasar dan Klasik	L - 3
Lampiran 4	Hasil Analisis Regresi Berganda	L - 4
Lampiran 5	Data Metric SCOR	L - 5
Lampiran 6	Hasil Tabulasi Data	L - 6