

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Asumsi dan Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Posisi Penelitian.....	9
BAB III.....	10
LANDASAN TEORI.....	10
3.1 <i>City Logistic</i>	10

3.2 <i>Last Mile Delivery</i>	10
3.3 Kolaborasi Horizontal	11
3.4 <i>Receiver-Led Consolidation</i>	12
3.5 <i>Uncapacitated Facility Location Problem</i>	12
3.6 <i>Travelling Salesman Problem</i>	13
3.7 <i>Vehicle Routing Problem</i>	13
3.8 <i>Scree Test Criterion</i>	14
3.9 Perhitungan Emisi	15
3.10 <i>Mean Percentage Error (MPE)</i>	15
3.11 Uji T Dependen	16
3.12 Teori Central Limit.....	16
BAB IV	17
METODE PENELITIAN	17
4.1 Objek Penelitian	17
4.2 Tahapan Penelitian	17
4.2.1 <i>Data Input</i>	18
4.2.2 Alat pada Tahap Proses Data	19
4.2.3 Data Output Hasil Proses Data	24
4.3 Alat Penelitian	24
4.4 Alur Penelitian.....	26
BAB V	29
HASIL DAN PEMBAHASAN	29
5.1 Analisis Data	29
5.1.1 Visualisasi Data	29
5.1.3 Strategi Perusahaan.....	29
5.2 Skenario Sebelum Konsolidasi.....	30
5.2.1 Proses Bisnis Sebelum Konsolidasi	30
5.2.2 Asumsi Permasalahan	31
5.2.3 Hasil Analisis	32
5.3 Skenario Sesudah Konsolidasi	32
5.3.1 Proses Bisnis Skema Konsolidasi	32

5.3.2 Asumsi Permasalahan	33
5.3.3 Distribution Center Konsolidasi Location Selection	34
5.3.4 Hasil Perhitungan Jarak Tempuh	39
5.4 Analisis Perbandingan Sebelum dan Sesudah Konsolidasi	42
5.5 Pemetaan Keuntungan dan Akibat terhadap Masing-Masing Stakeholders pada Kondisi Ideal (100% Partisipasi)	44
5.5.1 Konsumen	44
5.5.2 Kurir	45
5.5.3 Provider terpilih	45
5.5.4 Provider A dan B	46
5.6 Analisis Sensitivitas	47
5.6.1 Hasil Analisis Sensitivitas Faktor Partisipasi Konsumen terhadap Efektivitas Skema RLC	47
5.6.2 <i>Managerial Insight</i>	50
BAB VI	51
SARAN DAN KESIMPULAN	51
6.1 Kesimpulan	51
6.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	62