

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xiv
INTISARI	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	1
1.3. Asumsi dan Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Penelitian	2
1.5. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tata Letak Pabrik	4
2.1.1. Tipe-tipe Tata Letak	5
2.1.2. Pola Aliran	11
2.1.3. Analisa Pendekatan Aliran Material	13
2.2. Analisa Biaya	13
2.2.1. <i>Net Present Value</i> (NPV)	13
2.2.2. <i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	14
2.2.3. <i>Break Even Point</i> (BEP)	15
2.2.4. <i>Payback Perriod</i>	16
2.3. Mesin Produksi	16

BAB III LANDASAN TEORI

3.1. Perencanaan Lokasi	19
3.2. Aspek Tata Letak Pabrik (<i>Plant Layout</i>)	19
3.2.1. <i>Systematic Layout Planning</i> (SLP)	22
3.2.2. Pengumpulan Data Masukan dan Aktivitas	24
3.2.3. Analisa Aliran Material dan Aktivitas Operasional ...	25
3.2.4. Pola Aliran	26
3.2.5. Penentuan Tipe <i>Layout</i> yang Akan Diaplikasikan	27
3.3. Analisa Pendekatan Aliran Material	27
3.4. <i>Activity Relationship Analysis</i>	28
3.5. Kebutuhan Luas Area (<i>Space Requirement</i>) dan yang Tersedia	29
3.5.1. Metode Pusat Kegiatan Produksi (<i>Production Center Method</i>)	29
3.5.2. Metode Konversi (<i>Converting Method</i>)	29
3.5.3. Metode Perbandingan Antara Kecenderungan dan Proyeksi Luasan yang Ada	29
3.6. Perancangan <i>Layout</i>	30
3.7. Perencanaan Fasilitas	32
3.8. Perencanaan Sistem Penanganan Material	33
3.9. Aspek Analisa Biaya	34
3.9.1. Nilai Sekarang Bersih (<i>Net Present Value</i>)	34
3.9.2. Analisa Titik BEP	35
3.9.3. IRR	38
3.9.4. <i>Payback Period</i>	39
3.10. Manajemen Operasi	40
3.11. Aspek Pasar	41
3.11.1. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	41
3.11.2. Unsur-unsur <i>Marketing Mix</i>	42

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1. Penelitian Pendahuluan	44
4.1.1. Obyek Penelitian	44
4.1.2. Lokasi Penelitian	44
4.2. Perumusan Permasalahan	44
4.3. Tujuan Penelitian	44
4.4. Pengumpulan Data	45
4.5. Pengolahan Data	45
4.6. Analisis Data	46
4.7. Kesimpulan dan Saran	46
4.8. <i>Flow Chart</i> Perancangan <i>Layout</i> Pabrik Gula Jawa	47

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Analisa Aspek Pasar	48
5.1.1. Menilai situasi	48
5.1.2. Menentukan Strategi Pemasaran	51
5.1.3. Pengumpulan Data dan Informasi Pasar	52
5.1.4. Permintaan Produk	52
5.2. Analisa Aspek Tata Letak Pabrik	52
5.2.1. Deskripsi Produk yang Dibuat	52
5.2.2. Menentukan Kapasitas Pabrik	53
5.2.3. Kebutuhan <i>Raw Material</i>	54
5.2.4. Menentukan Proses Produksi Gula Jawa	56
5.2.5. Menentukan Waktu Standar Tiap Proses Operasi ...	57
5.2.6. Menentukan <i>Plant Rate</i>	59
5.2.7. Menentukan Jumlah Mesin yang Dibutuhkan	59
5.2.8. <i>Study the Flow Requirement</i>	60
5.2.9. Pemilihan <i>Material Handling</i>	61
5.2.10. Menentukan Luas Area <i>Workstation</i> Pabrik Gula Jawa	68

5.2.11. Menentukan Jumlah Tenaga Kerja yang Dibutuhkan	70
5.2.12. Menentukan Kebutuhan Luasan Kantor	71
5.2.13. Perancangan <i>Layout</i> Pabrik Gula Jawa	72
5.3. Analisa Kelayakan dari Aspek Keuangan	81
5.3.1. Perkiraan Investasi Awal	81
5.3.2. Proyeksi Pendapatan	82
5.3.3. Penilaian Investasi	84
5.4. Mesin dan Peralatan Produksi	85
5.4.1. Mesin Produksi	86
5.4.2. Alat Pencetak Gula Kelapa	87
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	89
6.2. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	93