

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Lingkup Penelitian	13
1.7 Sistematika Penulisan	13
LANDASAN TEORI.....	15
2.1 Kanal Distribusi (<i>Distribution Channel</i>).....	15
2.2 Manajemen Rantai Pasokan (<i>Supply Chain Management/ SCM</i>)	25
2.3 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
2.4 Struktur Organisasi	32
2.5 Penelitian Terdahulu	35
2.6 Kerangka Pemikiran.....	39
METODE PENELITIAN	40
3.1 Desain Penelitian.....	40
3.2 Fokus Penelitian	41
3.3 Objek Penelitian	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5 Narasumber Inti Penelitian.....	43

3.6	Kerangka Konsep Penelitian dan Panduan Wawancara	44
3.7	Teknik Analisis Data.....	46
HASIL DAN ANALISIS.....		47
4.1	Deskripsi PT XYZ (PT XYZ).....	47
4.2	Deskripsi Masalah Kanal Distribusi PT XYZ.....	48
4.3	Strategi Kanal Distribusi melalui Struktur Organisasi.....	56
4.4	Strategi Kanal Distribusi Melalui Manajemen Rantai Pasokan.....	71
SIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1, Transkrip Wawancara Narasumber 1 (Modern Channel)	88
Lampiran 2, Transkrip Wawancara Narasumber 2 (Traditional – Sales Manager)	92
Lampiran 3, Transkrip Wawancara Narasumber 3 (Toko Tradisional).....	97
Lampiran 4, Transkrip Wawancara Narasumber 4 (HOD).....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Lima Perusahaan Pangsa Pasar Tertinggi di Indonesia (Selular.id, 2019).....	2
Gambar 1. 2 <i>Most Preferred Single Answer/ MPSA</i> (Internal Research PT XYZ 2018)...	3
Gambar 1. 3 Pangsa Pasar PT XYZ vs Merek China Semester 1 tahun 2018 (Riset Internal PT XYZ 2018 by GFK)	4
Gambar 1. 4 <i>Pangsa pasar Kanal distribusi Tradisional Jakarta</i>	5
Gambar 1. 5 Pangsa Pasar Kanal Distribusi Tradisional Bodetabek	5
Gambar 1. 6 Struktur Kanal distribusi PT XYZ (<i>Telepon pintar</i>)	7
Gambar 1. 7 Skema Distribusi dan Perang Harga (<i>Price War</i>) Produk PT XYZ.....	9
Gambar 2. 1 Pernanan Pada Saluran Perdagangan Tingkat Akhir.....	23
Gambar 2. 2 Visi Strategis Manajemen Rantai Pasokan (Choon, 2001)	28
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT XYZ.....	33
Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Departemen Penjualan PT XYZ (Telepon Pintar)	34
Gambar 2. 5 Rerangka Pemikiran	40
Gambar 4. 1 Persaingan Pangsa Pasar Merek Telepon Pintar di Indonesia.....	49
Gambar 4. 2 MPSA dan <i>Costumer Decision</i>	52
Gambar 4. 3 Struktur Kanal Distribusi PT XYZ (Telepon Pintar)	57
Gambar 4. 4 Praktik Struktur Kanal Distribusi PT XYZ (Telepon Pintar).....	59
Gambar 4. 5 Overlapping Tugas dan Fungsi pada Struktur Kanal distribusi PT XYZ (Telepon Pintar).....	61
Gambar 4. 6 Penyelarasan Struktur Kanal Distribusi PT XYZ (Telepon Pintar)	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Contoh Saluran Perdagangan Tingkat Akhir (Dent, 2008: 120).....	20
Tabel 2. 2 Proses Rantai Pasokan (Choon, 2001)	28
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3. 1 Teknik Pengumpulan Data.....	43
Tabel 3. 2 Key Informan Penelitian (Narasumber)	43
Tabel 3. 3 Panduan Wawancara	44