UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS PENETAPAN PROMOSI DISKON TERHADAP DUAL-CHANNEL SUPPLY CHAIN PRODUK SEPATU
MUHAMMAD ARIEF WICAKSONO, Sinta Rahmawidya Sulistyo, S.T., M.SIE
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL **i**

HALAMAN PENGESAHAN **ii**

HALAMAN PERNYATAAN **iii**

NASKAH SOAL TUGAS AKHIR **iv**

HALAMAN PERSEMBAHAN **v**

KATA PENGANTAR **vi**

UCAPAN TERIMA KASIH **vii**

DAFTAR ISI **ix**

DAFTAR GAMBAR **xii**

DAFTAR TABEL **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN **xv**

DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN **xvi**

INTISARI **xvii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Perumusan Masalah 5

1.3. Asumsi dan Batasan Masalah 5

1.4. Tujuan Penelitian 6

1.5. Manfaat Penelitian 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **7**

BAB III LANDASAN TEORI **10**

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS PENETAPAN PROMOSI DISKON TERHADAP DUAL-CHANNEL SUPPLY CHAIN PRODUK SEPATU
MUHAMMAD ARIEF WICAKSONO, Sinta Rahmawidya Sulistyo, S.T., M.SIE
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.1. *Dual Channel Supply Chain* (DCSC) 10

3.2. Diskon 13

3.2.1. Definisi Diskon 13

3.2.2. Klasifikasi Diskon 13

3.2.3. Hubungan Diskon dengan Harga dan Profit 15

3.3. Skema Penetapan Harga 16

3.4. Elastisitas Permintaan Terhadap Harga 17

3.5. Optimasi 18

3.5.1. *Quadratic Programming* 19

3.5.2. MATLAB 20

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN 22

4.1. Objek Penelitian 22

4.2. Alat Penelitian 22

4.3. Tahapan Penelitian 23

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN 27

5.1.Deskripsi Karakterisik Sistem 27

5.1.1. Batasan dan Asumsi Sistem 28

5.2. Model Awal 29

5.2.1.Fungsi Awal Permintaan *Offline Channel* (Ds) 29

5.2.2.Fungsi Awal Permintaan *Online Channel* (Do) 31

5.2.3. Fungsi Tujuan Profitabilitas Model Awal 32

5.2.4. Fungsi Pembatas Model Awal 32

5.3. Pengembangan Model Matematis 33

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS PENETAPAN PROMOSI DISKON TERHADAP DUAL-CHANNEL SUPPLY CHAIN PRODUK SEPATU
MUHAMMAD ARIEF WICAKSONO, Sinta Rahmawidya Sulistyo, S.T., M.SIE
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

5.3.1. Fungsi Permintaan *Offline Channel* Setelah Diskon (Ds') 33

5.3.2. Fungsi permintaan *Online Channel* Setelah Diskon (Do') 34

5.3.3. Fungsi Tujuan Profitabilitas Setelah Diskon 34

5.3.4. Fungsi Pembatas Model Pengembangan 34

5.4.Pengumpulan dan Pengolahan Data Parameter Model 35

5.5. Rasio Elastisitas Permintaan Terhadap Harga (β) 37

5.6.Verifikasi dan Validasi Model 38

5.7. Optimasi 44

5.7.1. Optimasi Po dan Ps 44

5.7.2. Optimasi d 45

5.7.3. Perbandingan Kondisi Riil dengan Setelah Optimasi 46

5.8. Analisis Sensitivitas 47

5.8.1. Analisis Sensitivitas ρ 48

5.8.2. Analisis Sensitivitas $dsmax$ 50

5.8.3. Analisis Sensitivitas β 53

5.9. Analisis Pengaruh Perubahan Diskon Terhadap Harga dan Keuntungan 54

BAB VI PENUTUP **59**

6.1. Kesimpulan 59

6.2. Saran 59

DAFTAR PUSTAKA **60**

LAMPIRAN **62**

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS PENETAPAN PROMOSI DISKON TERHADAP DUAL-CHANNEL SUPPLY CHAIN PRODUK SEPATU
MUHAMMAD ARIEF WICAKSONO, Sinta Rahmawidya Sulistyo, S.T., M.SIE
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia dari tahun 2000-2014 (internetlivestats.com) 2
Gambar 1. 2. Ilustrasi *Dual Channel Supply Chain* 3
Gambar 1. 3. Tipe Produk yang Sering dibeli Melalui *Online Channel* di Asia (Millward, 2014) 4
Gambar 3. 1. Jaringan *Supply Chain* (Chopra, 2002) 10
Gambar 3. 2. Ilustrasi Struktur *Dual Channel Supply Chain* (Widodo dkk., 2011) 12
Gambar 3. 3. Klasifikasi Diskon (Perreault dkk. 2012) 14
Gambar 4. 1. Diagram Metodologi Penelitian 25
Gambar 5. 1. Ilustrasi DCSC pada *Footstep Footwear* 28
Gambar 5. 2. Fungsi *Demand Offline Channel* (Widodo dkk., 2011) 31
Gambar 5. 3. Fungsi *Demand Online Channel* (Widodo dkk., 2011) 31
Gambar 5. 4. Fungsi Tujuan Model Awal pada MATLAB 39
Gambar 5. 5. Output Model Awal MATLAB 40
Gambar 5. 6. Fungsi Tujuan Model Pengembangan pada MATLAB 41
Gambar 5. 7. Output Model Pengembangan pada MATLAB 42
Gambar 5. 8. Grafik Pengaruh Perubahan Permintaan Maksimum *Offline Channel* Terhadap Profit DCSC 43
Gambar 5. 9. Grafik Pengaruh Perubahan Harga Jual *Central Warehouse* terhadap Profit 44
Gambar 5. 10. Sensitivitas ρ terhadap Nilai Diskon 48
Gambar 5. 11. Sensitivitas ρ Terhadap Harga Jual *Offline* dan *Online Channel* 49
Gambar 5. 12. Sensitivitas ρ Terhadap Profit DCSC 50
Gambar 5. 13. Sensitivitas $dsmax$ terhadap Nilai Diskon 51
Gambar 5. 14. Sensitivitas $dsmax$ terhadap Harga Jual 52

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS PENETAPAN PROMOSI DISKON TERHADAP DUAL-CHANNEL SUPPLY CHAIN PRODUK SEPATU
MUHAMMAD ARIEF WICAKSONO, Sinta Rahmawidya Sulistyo, S.T., M.SIE
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Gambar 5. 15. Sensitivitas $dsmax$ terhadap Profit 52
Gambar 5. 16. Sensitivitas β terhadap Diskon 53
Gambar 5. 17. Sensitivitas β terhadap Harga Jual *Online* dan *Offline Channel* 54
Gambar 5. 18. Pengaruh Perubahan Harga Jual *Online Channel* Terhadap Diskon 54
Gambar 5. 19. Pengaruh Perubahan Harga Jual *Offline Channel* Terhadap Diskon 55
Gambar 5. 20. Pengaruh Perubahan Harga Jual *Offline* dan *Online Channel* Terhadap Diskon 56
Gambar 5. 21. Pengaruh Perubahan Harga Jual *Online Channel* dan Diskon terhadap Profit DCSC 57
Gambar 5. 22. Pengaruh Perubahan Harga Jual *Offline Channel* dan Diskon terhadap Profit DCSC 57
Gambar 5. 23. Pengaruh Perubahan Harga Jual *Offline*, *Online Channel* dan Diskon terhadap Profit 58

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS PENETAPAN PROMOSI DISKON TERHADAP DUAL-CHANNEL SUPPLY CHAIN PRODUK SEPATU
MUHAMMAD ARIEF WICAKSONO, Sinta Rahmawidya Sulistyo, S.T., M.SIE
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Pemetaan Penelitian 9
Tabel 3. 1. Nilai Elastisitas dan Pemaknaannya (Case & Fair, 1999) 17
Tabel 3. 2. Nilai *Exitflag* dan Maknanya (Mathworks.com) 21
Tabel 5. 1. Data Penjualan Sepatu Reborn Navy Maret 2014-Februari 2015 36
Tabel 5. 2. Parameter untuk Perhitungan β 38
Tabel 5. 3. Solusi Optimal Harga Jual dan Profitnya 45
Tabel 5. 4. Output Solusi Optimal Nilai Diskon 46
Tabel 5. 5. Perbandingan Kondisi Riil dengan Optimasi 47

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS PENETAPAN PROMOSI DISKON TERHADAP DUAL-CHANNEL SUPPLY CHAIN PRODUK SEPATU
MUHAMMAD ARIEF WICAKSONO, Sinta Rahmawidya Sulistyo, S.T., M.SIE
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Perhitungan ρ dan β 62
Lampiran 2 Percobaan Numerik ρ & β Dengan Excel 63
Lampiran 3 Percobaan Numerik ρ & β Dengan Matlab 64
Lampiran 4 Fungsi Pembatas Model Matematis Awal 65
Lampiran 5 Pengujian Optimal Diskon 66
Lampiran 6 Fungsi Pembatas Model Matematis Pengembangan 66
Lampiran 7 Uji Numerik Validasi 67
Lampiran 8 Analisis Sensitivitas ρ 68
Lampiran 9 Analisis Sensitivitas $dsmax$ 69
Lampiran 10 Analisis Sensitivitas β 69
Lampiran 11 Pengaruh Diskon Terhadap Harga dan Profit 70