

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Abstrak.....	xii
<b>Bab 1. Pendahuluan</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Ruang Lingkup atau Batasan Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	11

## **Bab 2. Tinjauan Pustaka**

2.1 <i>Supply Chain</i> .....	12
2.2 <i>Bullwhips Effect</i> .....	13
2.3 Analisa Faktor menggunakan <i>Multiple Regression</i> .....	15
2.4 Alternatif Perbaikan.....	19

## **Bab 3. Metode Penelitian**

3.1 Desain Penelitian.....	20
3.1.1 Tahap Identifikasi.....	21
3.1.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	22
3.1.2.1 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.1.2.2 Metode Pengolahan Data.....	23
3.1.3 Tahap Analisis Data.....	23
3.1.4 Tahap Kesimpulan.....	24
3.2 Definisi Istilah atau Operasional.....	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	25
3.4 Instrumen Penelitian.....	26
3.4.1 Objek penelitian.....	26
3.4.2 Alat Analisa Data.....	29

## **Bab 4. Hasil dan Pembahasan**

4.1 Sistem Rantai Pasok <i>SIM-card</i> Telkomsel.....	30
4.2 Profile Rantai Pasok <i>SIM-card</i> Telkomsel di Magelang.....	31

4.3 Identifikasi <i>Bullwhip Effect</i> yang Terjadi pada Rantai Pasok.....	33
4.4 Pengukuran Koefisien <i>Bullwhips Effect level</i> Distribusi.....	39
4.4.1 Pengukuran Koefisien Bullwhips Effect pada Aliran Penjualan dan Pemesanan antara Telkomsel dan <i>Distributor</i> .....	40
4.4.2 Pengukuran Koefisien <i>Bullwhips Effect</i> pada Aliran Penjualan dan Pemesanan antara <i>Distributor</i> dan <i>Wholesaler</i> .....	41
4.4.3 Pengukuran Koefisien <i>Bullwhips Effect</i> pada Aliran Penjualan dan Pemesanan antara <i>Distributor</i> dan <i>Reseller_2</i> .....	43
4.4.4 Pengukuran Koefisien <i>Bullwhips Effect</i> pada Aliran Penjualan dan Pemesanan antara <i>Wholesaler</i> dan <i>Reseller_2</i> .....	45
4.5 Perbandingan Nilai Koefisien <i>Bullwhips Effect</i> pada Masing <i>level</i> ...	47
4.6 Identifikasi Faktor-Faktor Penyebab <i>Bullwhips Effect</i> .....	51
4.7 Pengukuran Faktor-Faktor Penyebab <i>Bullwhips Effect</i> Menggunakan <i>Multiple Regression</i> .....	53
4.8 Penyusunan Alternatif Perbaikan.....	58
4.8.1 Penyusunan Alternatif Perbaikan Menggunakan PDCA <i>cycle</i> .....	58
4.8.2 Manfaat aleternatif perbaikan bagi <i>distributor</i> dan Telkomsel.....	62
 <b>Bab 5. Kesimpulan dan Saran</b>	
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
Daftar Pustaka.....	66
Lampiran.....	68

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Definisi istilah operasional.....	25
Tabel 3.2 Data sekunder.....	26
Tabel 4.1 Teritori tenaga penjual.....	32
Tabel 4.2 Data <i>wholesaler</i> aliran SIM-card.....	33
Tabel 4.3 Identifikasi <i>bullwhip effect</i> pada Telkomsel ke <i>end-user</i> .....	34
Tabel 4.4 Data sekunder untuk perhitungan <i>bullwhip effect</i> .....	38
Tabel 4.5 Detail data untuk perhitungan <i>bullwhips effect</i> .....	38
Tabel 4.6 Perhitungan <i>bullwhips effect</i> Telkomsel dengan <i>distributor</i> .....	40
Tabel 4.7 Perhitungan <i>bullwhips effect</i> pada level <i>distributor-wholesaler</i> ...	42
Tabel 4.8 Perhitungan <i>bullwhips effect</i> pada level <i>distributor-reseller_2</i> .....	44
Tabel 4.9 Perhitungan <i>bullwhips effect</i> pada level <i>wholesaler-reseller1</i> .....	46
Tabel 4.10 Perbandingan nilai <i>bullwhip effect</i> di masing-masing aliran.....	48
Tabel 4.11 Perhitungan <i>multiple regression</i> .....	53
Tabel 4.12 <i>Output</i> Anova persamaan regresi.....	54
Tabel 4.13 <i>Output</i> SPSS <i>Model Summary</i> .....	54
Tabel 4.14 <i>Output</i> SPSS <i>Coefficients</i> .....	55
Tabel 4.15 <i>Output</i> SPSS <i>Coefficients</i> (Iterasi ke-2).....	56
Tabel 4.16 PDCA <i>cycle</i> alternatif perbaikan.....	59
Tabel 4.17 Penilaian alternatif perbaikan.....	60

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Aliran produk dan <i>supply chain SIM-card</i> Telkomsel.....	5
Gambar 1.2 Aliran Distribusi produk dari Telkomsel ke <i>reseller</i> .....	6
Gambar 1.3 Ruang lingkup produk.....	10
Gambar 2.1 PDCA <i>cycle</i> untuk penyusunan alternatif perbaikan.....	19
Gambar 3.1 Metodologi penelitian.....	20
Gambar 3.2 Struktur organisasi Telkomsel berdasarkan wilayah.....	28
Gambar 3.3 <i>Branch office distributor</i> Telkomsel.....	29
Gambar 4.1 Alur sistem distribusi.....	30
Gambar 4.2 Penjualan dan pemesanan pada rantai pasok Telkomsel ke <i>end-user</i> .....	35
Gambar 4.3 Diagram pengambilan data pada rantai pasok <i>SIM-card</i> .....	37
Gambar 4.4 Data penjualan dan pemesanan Telkomsel dan <i>distributor</i> .....	41
Gambar 4.5 Data penjualan dan pemesanan Distributor dan <i>wholesaler</i> .....	43
Gambar 4.6 Data penjualan dan pemesanan antara <i>distributor</i> dan <i>reseller2</i>	45
Gambar 4.7 Data penjualan dan pemesanan antara <i>wholesaler</i> dan <i>reseller1</i>	47
Gambar 4.8 Hasil perhitungan <i>bullwhip effect</i> pada rantai pasok <i>SIM –card</i> .	49
Gambar 4.9 Model hubungan faktor penyebab terjadinya <i>bullwhip effect</i> ...	52