

ABSTRAK

Konsumen merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan karena tanpa konsumen perusahaan tidak akan hidup. Selain itu, adanya persaingan yang semakin ketat antar perusahaan-perusahaan lain yang sejenis menyebabkan konsumen harus diperlakukan sebaik mungkin agar mereka semakin loyal dan menjadi pelanggan yang tetap. Banyak cara memperlakukan konsumen dengan baik, salah satunya memulai sistem persediaan yang baik, karena dengan sistem persediaan yang baik konsumen tidak menunggu terlalu lama untuk barang yang dipesannya, apalagi konsumen tersebut membutuhkan dengan cepat. Selain membuat konsumen semakin loyal kepada perusahaan, sistem persediaan yang baik juga menghilangkan biaya kekosongan barang (*stock out cost*) yang pada akhirnya semakin menguntungkan perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tujuan penggunaan pengendalian persediaan yang baik, untuk mengetahui cara-cara yang digunakan dalam pengendalian persediaan dengan menerapkan sistem DRP pada perusahaan.

Penelitian ini dilakukan di PT. X yang berlokasi di Ahmad Yani, Bandung, yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang distributor khususnya elektrik, untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai saluran distribusi dan pengendalian persediaan yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualannya.

Dari penelitian yang dilakukan, maka hasil keseluruhan yang didapatkan proses pengendalian persediaan yang baik dengan meminimumkan biaya pengiriman yaitu dengan menggunakan metode *pull system*, sedangkan *push system* dapat meminimumkan biaya penyimpanan, namun kenyataannya perusahaan hanya menggunakan insting dan pengalaman masa lampau sehingga bisa menimbulkan kekurangan (*stock out*) dan kelebihan (*stock over*).

Adapun saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan pelayanan perusahaan, dan untuk mencegah agar barang tidak terlambat sampai ke tangan konsumen, perusahaan juga dapat mempertimbangkan pembukaan kantor cabang di lokasi yang dianggap perusahaan merupakan lokasi strategis. Perusahaan perlu memperluas pasarnya yang belum terlayani, dengan cara menambah jumlah *sales* di daerah yang belum terlayani, sehingga penjualan perusahaan dapat terus meningkat.

DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Pemikiran.....	7
1.6 Metode Penelitian.....	12
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	12
1.8 Sistematika Penulisan.....	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Manajemen Operasi.....	14
2.2 Pengendalian Persediaan.....	16
2.3 Model Pengendalian Persediaan.....	17
2.4 Biaya Persediaan.....	17
2.5 Pengertian Sistem DRP.....	18

2.6 Pengertian <i>Push System</i> dan <i>Pull System</i>	19
--	----

BAB III OBJEK PENELITIAN

3.1 Sejarah Singkat PT.X.....	25
3.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	26
3.3 Proses Distribusi.....	30
3.4 Lokasi Distribusi dan Pemasaran.....	32
3.5 Sumber Daya Manusia.....	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyaluran Distribusi.....	34
4.2 Faktor-Faktor Penghambat Kegiatan Saluran Distribusi dan <i>Personal Selling</i>	35
4.3 Data Biaya Saluran Distribusi Pada PT.X.....	35

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan.....	3
Tabel 1.2 Data Pembelian.....	4
Tabel .3.1 Proses <i>Flow Chart</i>	31
Tabel 4.1 Data Biaya Saluran Distribusi.....	36
Tabel 4.2 Data Pembelian	37
Tabel 4.3 Data Penjualan	38
Tabel 4.4 Data Penjualan Dari Tiap Pangsa Pasar.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	27