

**EVALUASI PEMASOK DVD, DISPENSER, DAN
MAGIC COM PADA TOKO MAKMUR SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1
Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2010**

Halaman Motto

***"Prayer is the strongest power
that human can ever do"***



HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Rendy Iwanoto
NIM : 06.30.0096
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : “Evaluasi Pemasok DVD, Dispenser, dan Magic Com Pada
Toko Makmur Semarang”



Semarang, Februari 2010

Dosen Pembimbing,

(Bayu Prestianto,SE,MM)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : “Evaluasi Pemasok DVD, Dispenser, dan Magic Com Pada
Toko Makmur Semarang”

Disusun Oleh:

Nama : Rendy Iwanoto

NIM : 06.30.0096

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik
Soegijapranata

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada tanggal: Februari 2010

Koordinator Tim Penguji, Anggota
(Anggota)

(Meniek Sringing Prapti, SE, MSi) (A.Eva Maria Sukesi, SE, MM) (Bayu Prestianto, SE, MM)

Dekan

Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata

(DR. Andreas Lako)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

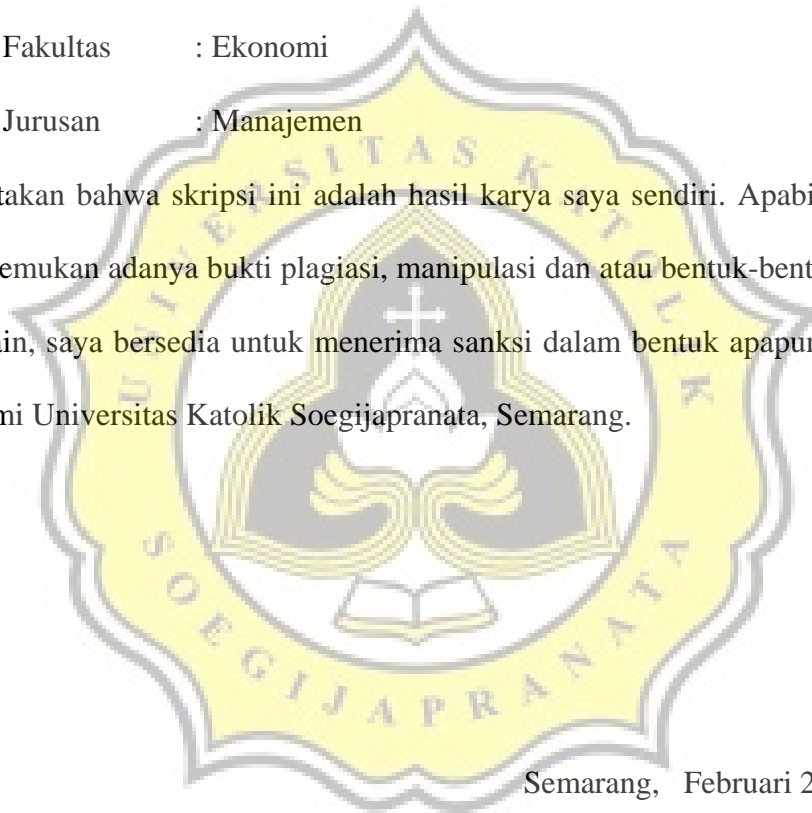
Nama : Rendy Iwanoto

NIM : 06.30.0096

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.



Semarang, Februari 2010

(RENDY IWANOTO)

KATA PENGANTAR

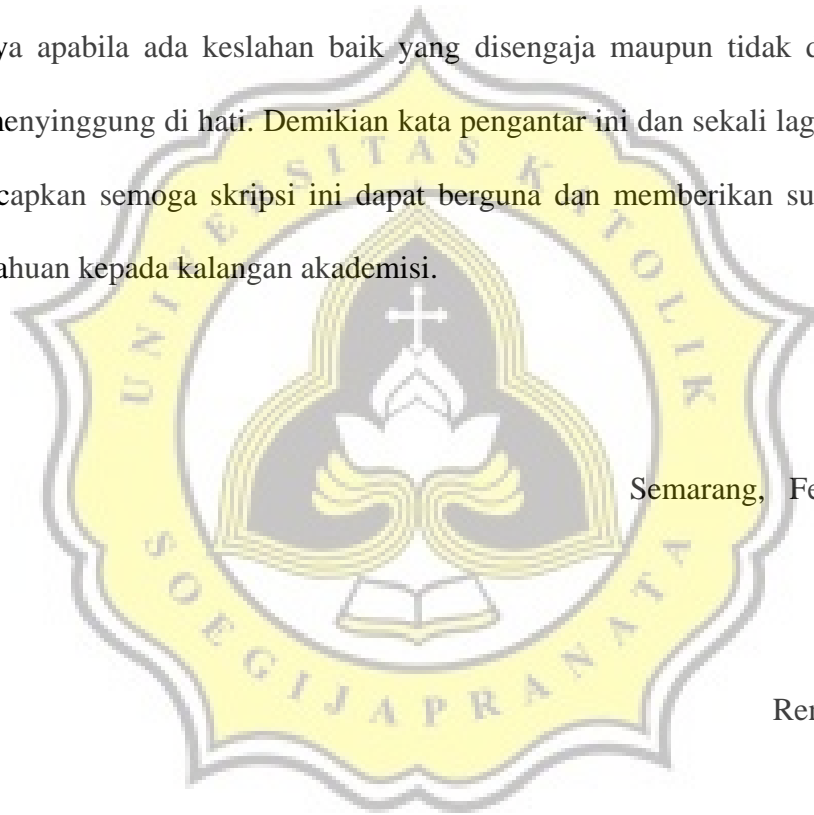
Puji syukur peneliti haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan anugerah-Nya, peneliti akhirnya berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Evaluasi Pemasok DVD, Dispenser, dan Magic Com Pada Toko Makmur Semarang” ini.

Adapun skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana S-1 pada Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang. Di dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit hambatan yang dialami oleh penulis, oleh sebab itu dukungan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan. Maka pada kesempatan yang berbahagia ini penueliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak:

1. Bapak DR Andreas Lako, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
2. Bapak Bayu Prestianto, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang dengan penuh perhatian telah membimbing peneliti hingga skripsi ini selesai.
3. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang yang selama ini telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
4. Seluruh keluargaku, yang selama ini telah memberikan dukungan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Teman-teman dan sahabatku yang selama ini memberikan doa dan semangat serta dorongan kepada peneliti.
6. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Pada akhir kata peneliti ingin mengucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila ada kesalahan baik yang disengaja maupun tidak disengaja yang telah menyinggung di hati. Demikian kata pengantar ini dan sekali lagi peneliti ingin mengucapkan semoga skripsi ini dapat berguna dan memberikan sumbangan ilmu pengetahuan kepada kalangan akademisi.



Semarang, Februari 2010

Rendy Iwanoto

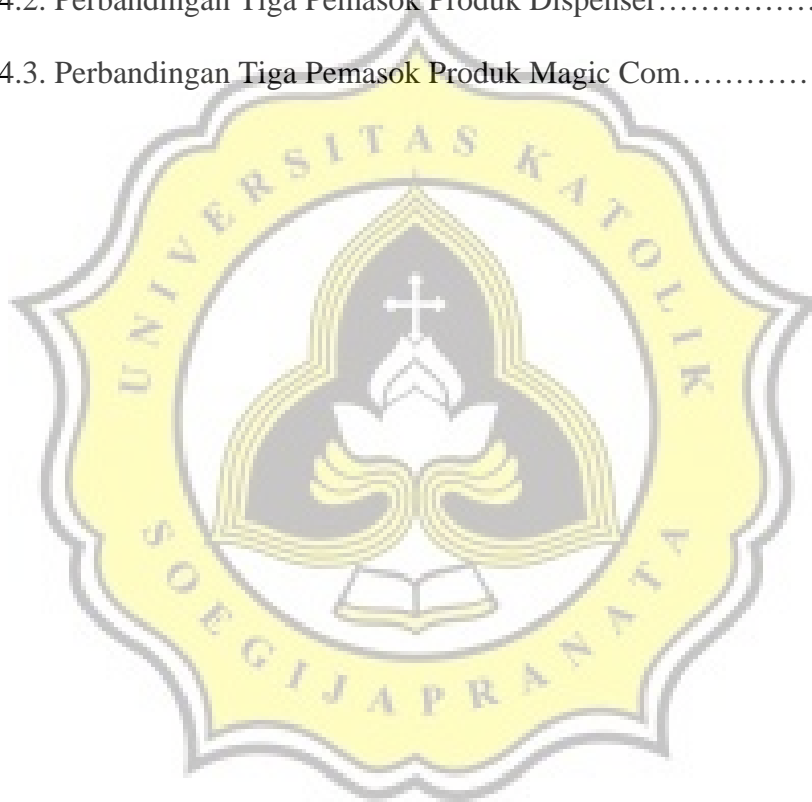
DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Motto	ii
Halaman Persetujuan Skripsi	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Keaslian Skripsi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xi
Abstraksi	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Pembatasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.6. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II: LANDASAN TEORI	6
2.1. Definisi Pemasok.....	6

2.2. Hubungan dengan Pemasok (<i>Supplier Interfaces</i>).....	6
2.2.1. Hubungan Eksternal (<i>External Relationship</i>).....	7
2.2.2. Hubungan Internal (<i>Intracompany Relationship</i>).....	8
2.2.3. Hubungan Antar Pabrik (<i>Interplant Relationship</i>).....	9
2.3. Perluasan Model Ishikawa ke Manajemen Mutu Pemasok.....	11
2.4. Evaluasi Pemasok.....	16
2.5. Kerangka Pikir.....	18
2.6. Definisi Operasional.....	20
BAB III: METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Lokasi Penelitian.....	28
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	28
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4. Alat Analisis Data.....	29
BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.2. Hasil Analisis dan Pembahasan.....	36
4.3. Hasil Analisis Deskriptif.....	58
4.4. Implikasi Manajerial.....	61
BAB V: PENUTUP.....	67
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran.....	67

DAFTAR GAMBAR/GRAFIK

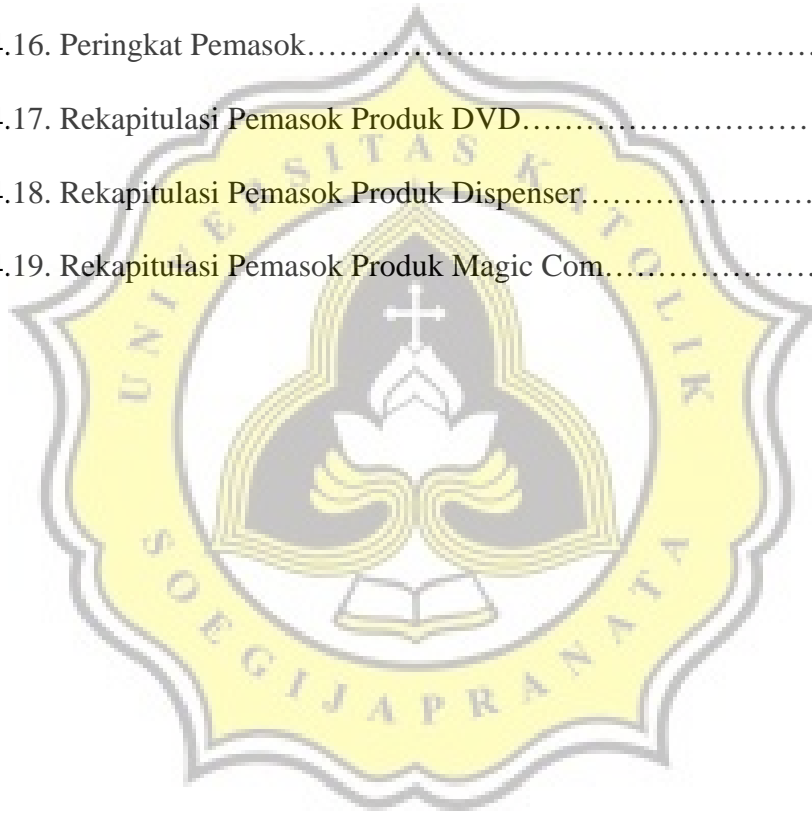
	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian.....	19
Grafik 4.1. Perbandingan Tiga Pemasok Produk DVD.....	59
Grafik 4.2. Perbandingan Tiga Pemasok Produk Dispenser.....	60
Grafik 4.3. Perbandingan Tiga Pemasok Produk Magic Com.....	61



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Penjualan Produk Toko Makmur.....	3
Tabel 1.2. Keluhan Toko Makmur terhadap Pemasok 3 Produk Elektronik.....	3
Tabel 2.1. Evaluasi Pemasok Berdasarkan Analisis Nilai.....	17
Tabel 3.1. Pemberian Bobot Masing-Masing Pemasok	30
Tabel 3.2. Rekapitulasi Formulir Evaluasi Pemasok.....	31
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Toko Makmur.....	34
Gambar 4.2. Proses Operasi Toko Makmur.....	35
Tabel 4.1. Pemberian Bobot Masing-Masing Pemasok DVD.....	38
Tabel 4.2. Nilai Pemasok DVD Toko Makmur UD. Buana Mas.....	39
Tabel 4.3. Nilai Pemasok DVD Toko Makmur UD. Fajar Baru.....	40
Tabel 4.4. Nilai Pemasok DVD Toko Makmur UD. Sumber Terang.....	41
Tabel 4.5. Rekapitulasi Formulir Evaluasi Pemasok Produk DVD Toko Makmur...43	
Tabel 4.6. Pemberian Bobot Masing-Masing Pemasok Dispenser.....	45
Tabel 4.7. Nilai Pemasok Dispenser Toko Makmur UD. Buana Mas.....	46
Tabel 4.8. Nilai Pemasok Dispenser Toko Makmur UD. Fajar Baru.....	47
Tabel 4.9. Nilai Pemasok Dispenser Toko Makmur UD. Sumber Terang.....	48
Tabel 4.10. Rekapitulasi Formulir Evaluasi Pemasok Produk Dispenser Toko Makmur.....	50
Tabel 4.11. Pemberian Bobot Masing-Masing Pemasok Magic Com.....	52

Tabel 4.12. Nilai Pemasok Magic Com Toko Makmur UD. Buana Mas	53
Tabel 4.13. Nilai Pemasok Magic Com Toko Makmur UD. Fajar Baru.....	54
Tabel 4.14. Nilai Pemasok Magic Com Toko Makmur UD. Sumber Terang.....	55
Tabel 4.15. Rekapitulasi Formulir Evaluasi Pemasok Produk Magic Com Toko Makmur	57
Tabel 4.16. Peringkat Pemasok.....	62
Tabel 4.17. Rekapitulasi Pemasok Produk DVD.....	63
Tabel 4.18. Rekapitulasi Pemasok Produk Dispenser.....	64
Tabel 4.19. Rekapitulasi Pemasok Produk Magic Com.....	65



ABSTRAKSI

Persaingan yang semakin kompetitif dewasa ini mendorong setiap bidang usaha untuk dapat selalu menjalankan bisnisnya masing-masing. Jika suatu perusahaan atau organisasi memiliki keunggulan kompetitif yang membedakannya dengan organisasi atau perusahaan lain, maka hal ini telah menjadi sesuatu yang lain dari lain dan membedakannya dengan pesaingnya yang sejenis. Salah satu hal yang patut mendapatkan perhatian dari sebuah perusahaan adalah pemasok atau supplier. Hal ini disebabkan karena pemasok merupakan pihak yang memasok produk kepada perusahaan, apabila pemasoknya memiliki kualitas yang baik, maka akan membuat perusahaan yang dipasok juga memiliki citra baik di mata masyarakat. Selain itu apabila pihak pemasok selalu tepat waktu, harganya bersaing, dan memiliki berbagai kelebihan lainnya, maka akan menjadikan perusahaan yang dipasok untuk lebih sukses lagi. Hal ini juga berlaku untuk perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan jasa. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah Toko Makmur. Toko Makmur merupakan sebuah toko yang menjual peralatan rumah tangga dan barang elektronik. Maka penelitian ini akan melakukan evaluasi produk terlaru Toko Makmur yaitu DVD, dispenser dan magic com.

Perumusan masalah yang dapat dikemukakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut: "Bagaimana evaluasi pemasok prioritas produk DVD, dispenser dan Magic com bagi Toko Makmur Semarang?" Pada penelitian ini dilakukan pembatasan masalah yaitu fokus pada pemasok tiga produk yaitu: DVD, dispenser dan Magic com karena tiga jenis produk inilah yang paling laku dan sering mengalami kesulitan atau kendala dalam pengadaan barang-barang ini. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah: untuk menentukan evaluasi pemasok prioritas produk DVD, dispenser dan Magic com bagi Toko Makmur Semarang.

Lokasi pada penelitian ini adalah pada Toko Makmur yaitu di: Jalan M.T. Haryono No. 966, Semarang. Alasan dipilihnya perusahaan ini sebagai obyek pada penelitian ini adalah karena Toko Makmur belum pernah dijadikan penelitian tentang topik serupa, maka diharapkan dengan adanya evaluasi pemasok ini perusahaan dapat menemukan pemasok yang terbaik. Jenis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut: data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara: Kuesioner dan wawancara. Alat atau teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis nilai.

Dari hasil analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Prioritas pemasok produk DVD bagi Toko Makmur adalah: UD. Buana Mas, UD. Fajar Baru, dan UD. Sumber Terang. (2) Prioritas pemasok produk Dispenser bagi Toko Makmur adalah: UD. Buana Mas, UD. Fajar Baru, dan UD. Sumber Terang. (3) Prioritas pemasok produk Magic Com

bagi Toko Makmur adalah: UD. Buana Mas, UD. Sumber Terang, dan UD. Fajar Baru.

Saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah:

- (1) Sebaiknya pihak Toko Makmur memilih pemasok terbaik untuk masing-masing produknya karena akan dapat memaksimalkan kinerjanya di masa mendatang.
- (2) Pada penelitian serupa di masa mendatang dapat dilakukan perbandingan antara pemasok yang sama tetapi toko yang berbeda atau beberapa toko dengan bidang bisnis yang sama.

