



**MEMENUHI 'ORDER WINNING CRITERIA' DALAM
MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI
PEMANTAPAN SUPPLY KOMPONEN
PADA PT INDO MOBIL**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu Tugas Akademik dan
melengkapi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



OLEH

N a m a : INDRIATI
N I M : 89420021
N I R M : 893123340250014

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
1995**



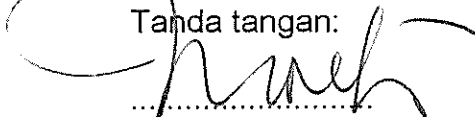

UNIVERSITAS DARMA PERSADA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

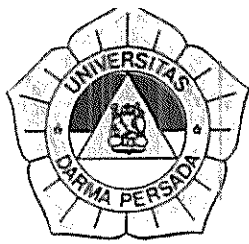
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : INDRIATI
N.I.M. : 89420021
N.I.R.M. : 893123340250014
JURUSAN : MANAJEMEN
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN PERDAGANGAN
JUDUL SKRIPSI : "MEMENUHI 'ORDER WINNING
CRITERIA' DALAM MENCAPAI
KEUNGGULAN BERSAING
MELALUI PEMANTAPAN SUPPLY
KOMPONEN PADA PT.INDOMOBIL"

Telah diujikan di depan Panitia Penguji Skripsi pada tanggal 29 Agustus
1995.-

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Nama:	Jabatan:	Tanda tangan:
1. Drs. Moeljadi Suthoyo	Ketua	
2. Drs. Alif Martadi	Anggota	
3. H. Chalid Ismail, S.E.	Anggota



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Indriati
N I M : 89420021
N I R M : 893123340250014
Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Perdagangan
Judul Skripsi : MEMENUHI "ORDER WINNING CRITERIA"
DALAM MELALUI PEMANTAPAN SUPPLY KOMPONEN
PADA PT INDO MOBIL

Telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dan diujikan di hadapan Panitia Penguji Skripsi.

Jakarta,

1995

Mengetahui

a/n Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

(Drs. Victor Senobua)

Menyetujui

1. Pembimbing Materi

(Drs. Alif Martadi)

2. Pembimbing Teknis

(Setyo Utomo Said, M.Sc)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah S.W.T, karena atas rahmat dan karuniaNya-lah Skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul "MEMENUHI 'ORDER WINNING CRITERIA' DALAM MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI PEMANTAPAN SUPPLY KOMPONEN PADA PT INDO MOBIL" ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jurusan Manajemen.

Dalam penyusunan skripsi ini, Penulis menyadari bahwa Penulis tidak luput dari kesalahan, namun berkat bimbingan, bantuan, kesempatan dan petunjuk dari berbagai pihak, akhirnya Penulis dapat juga menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini perkenankanlah Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- 1. Bapak Drs. Sartono , Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
 - 2. Bapak Drs. Victor Senobua, Ketua Jurusan Manajemen / Pembantu Dekan II Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada.
 - 3. Bapak Drs. Alif Martadi sebagai Dosen Pembimbing Materi, yang telah memberikan bimbingan dari awal sampai akhir penulisan.
 - 4. Bapak Setyo Utomo Said, M.Sc sebagai Dosen Pembimbing Teknis yang telah memberikan bimbingan dari awal sampai akhir penulisan.
 - 5. Bapak Sudarman, B.Sc bagian HRD & G.A PT INDO MOBIL.
- Seluruh Direksi, Staff dan Karyawan PT INDO MOBIL yang telah memberikan segala bantuan kepada penulis dalam riset yang dilakukan.

7. Teman-temanku yang baik yaitu Untari, Tia , Wahyu dan Palesman yang telah meluangkan waktu dan dorongannya sehingga terlaksananya skripsi ini, serta teman-teman semua yang tidak bisa Penulis sebutkan satu persatu.

8. Ibu dan Bapakku tercinta yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kasih sayang serta adik-adikku atas do'a restunya sejak Penulis kecil hingga saat ini.

Kehadapan Allah jualah Penulis panjatkan do'a semoga kepada mereka semua dilimpahkan pahala yang sesuai dengan amal baik yang telah mereka berikan.

Meskipun disadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, namun Penulis berharap bahwa kripsi ini ada manfaatnya baik bagi diri Penulis maupun bagi para pembaca serta pihak-pihak yang memerlukannya.



Jakarta, Agustus 1995

Penulis,

Indriati

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Alasan Pemilihan Thema dan Judul	1
B. Latar Belakang dan Alasan Pemilihan Judul	3
C. Metode Pengumpulan Data	4
D. Sistematika Pembahasan	6
BAB II. LANDASAN TEORI	8
A. PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN	8
1. Fase-fase Perkembangan Pemasaran	8
2. Konsepsi Pemasaran Dewasa ini	15
3. Total Selling Concept	16
B. STRATEGI PEMASARAN	17
1. Tujuan Strategi Pemasaran	18
2. Dasar Pemikiran Manajemen Strategis	20
3. Pelaksanaan Strategi Pemasaran	37
C. STRATEGI MENCAPAI	
"ORDER WINNING CRITERIA"	42
1. "Time Based Competition"	43
2. Strategic Sourcing	43
3. Kartel dan Keiretsu	44

D. MANAJEMEN PERSEDIAAN BAHAN	52
1. Fungsi Manajemen Material	53
2. Tata Cara Pemesanan kepada Supplier/Sub- Kontraktor	57
3. Pengendalian Persediaan "Just-In-Time"	59
 BAB III. TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN	
PT INDO MOBIL	61
A. Sejarah Perkembangan	61
B. Organisasi dan Manajemen	64
C. Bidang Usaha	68
D. Fungsi Ekonomi dan Sosial	70
 BAB IV. UPAYA MENCAPAI "ORDER WINNING CRITERIA" MELALUI PEMANTAPAN SUPPLY BAHAN/KOMPONEN PADA PT INDO MOBIL	73
A. Alliansi Strategis dan Upaya Menghadapi Persaingan	73
B. Arti Pentingnya Pengadaan Bahan/Komponen	75
C. Kemitraan Bisnis	77
D. Pembinaan Supplier Melalui Kemitraan	79
E. Pasokan Komponen Pada PT Indo Mobil	80
F. Pola Pengadaan Komponen	82
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran-saran	88

DAFTAR KEPUSTAKAAN 89

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

1. Tabel Jenis Komponen dan Jumlah Pemasoknya.
2. Tabel Model Suzuki.
3. Daftar Nama Suplier.



BAB I

PENDAHULUAN

A. ALASAN PEMILIHAN THEMA DAN JUDUL

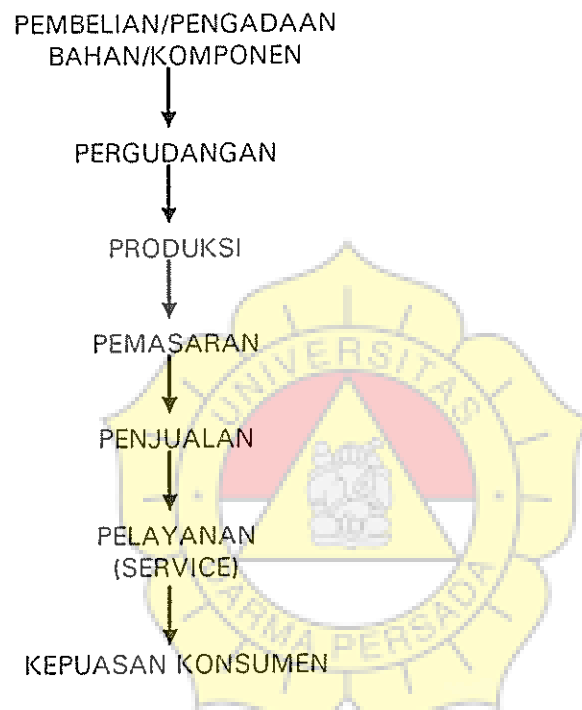
Dewasa ini dunia bisnis semakin ditandai dengan meningkatnya persaingan di pasaran. Oleh karena itu untuk mencapai keunggulan bersaing setiap perusahaan semakin merasakan perlunya Strategi Perusahaan untuk diterapkan dalam menghadapi persaingan di pasaran.

Strategi Pemasaran yang akan diterapkan perusahaan perlu senantiasa sejalan dengan prinsip-prinsip Pemasaran yang diterima secara luas dewasa ini. Strategi Pemasaran diterapkan untuk mencapai keunggulan dalam menghadapi para saingan, untuk mampu merebut pangsa pasar (*market share*) yang lebih besar, dan dengan demikian dapat menjamin kelangsungan hidup (*survival*) perusahaan.

Keunggulan dalam persaingan yang ingin dicapai perusahaan dapat dicapai melalui kemampuan perusahaan untuk memenuhi "*Order Winning Criteria*" atau Kriteria untuk Menarik Pesanan. Adapun kriteria itu adalah:

1. Mutu (*Quality*)
2. Harga (*Price*)
3. Ketepatan Waktu sampainya di tangan pembeli (*Time*)
4. Penyesuaian dengan kehendak Konsumen (*Flexibility*).

Upaya untuk memenuhi “*Order Winning Criteria*” dapat dicapai melalui implementasi Strategi Pemasaran yang terpadu. Seluruh proses dalam perusahaan ikut terlibat, yang pada akhirnya adalah untuk memenuhi Kepuasan Konsumen:



Karena itu usaha untuk mencapai “*Order Winning Criteria*” yang tujuannya adalah untuk menunjang keberhasilan Pemasaran, tetapi dimulai dari tahap yang lebih awal, ialah Pengadaan/Pembelian Bahan/Komponen yang akan diproduksi. Tanpa menaruh perhatian pada tahap yang lebih awal, kegiatan Pemasaran akan sia-sia karena apa yang harus dipasarkan adalah produk yang sudah jadi dengan kriteria yang sudah terpaku mati, sehingga bidang Pemasaran tidak dapat ikut menentukan lagi kriterianya sesuai dengan kemauan Konsumen, Padahal apa yang menjadi pilihan dan kemauan Konsumen, bagian Pemasaran-lah yang paling mengetahui.

Dalam kajian ini Penulis memakai cara pendekatan Strategik, yaitu memandang kegiatan perusahaan sebagai suatu kesatuan, dan tidak terpecah-pecah berdasar pembagian fungsional: Pemasaran, Produksi, Keuangan, Sumber Daya Manusia dan sebagainya. Tindakan di satu bidang sangat erat kaitannya dengan keberhasilan bidang lainnya. Keberhasilan di bidang Pengadaan Bahan Baku/Komponen sangat penting artinya bagi keberhasilan Pemasaran.

B. LATARBELAKANG DAN ALASAN PEMILIHAN JUDUL

Penulis memilih sebagai obyek studi adalah perusahaan perakitan dan pemasaran mobil, PT Indo Mobil, di Jakarta. Pilihan jenis produk dan perusahaan yang dijadikan obyek studi itu adalah karena kondisi yang khas di bidang industri perakitan mobil, yaitu ketergantungan yang erat dengan Merk, Kualitas dan Kriteria Pemasaran yang ditentukan oleh pihak "*principal*" yaitu produsen merk mobil bersangkutan.

Di lain pihak dewasa ini terlihat adanya persaingan yang semakin keras dari berbagai merk dan type kendaraan bermotor yang dipasarkan di Indonesia.

Karena itu kajian mengenai pencapaian "*order winning criteria*", termasuk pendekatan dari titik awal yaitu Pengadaan Bahan/Komponen, dapat dilakukan terhadap obyek studi yang dipilih.

Dalam hal ini Penulis memfokuskan aspek Pengadaan/Pembelian Bahan/Komponen sebagai salah-satu unsur penentu dalam menciptakan "*order winning criteria*" yang menjamin keunggulan perusahaan dan produknya dalam

persaingan. Untuk itu Penulis memilih judul: **“MEMENUHI ‘ORDER WINNING CRITERIA’ DALAM MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI PEMANTAPAN SUPPLY KOMPONEN PADA PT INDO MOBIL”**

Pilihan thema dan judul itu adalah dilandasi pemikiran bahwa aspek Pengadaan/Pembelian Bahan/Komponen sangat besar pengaruhnya terhadap:

1. Ketepatan Waktu penyerahan produk kepada Konsumen
2. Mutu produk.
3. Harga produk
4. *Flexibility* untuk menyesuaikan model produk dengan kemauan konsumen.

Di samping melalui cara pendekatan analitis berdasar pengetahuan Manajemen Pemasaran dari Barat, dalam kajian ini Penulis juga membandingkan dengan cara perusahaan otomotif Jepang dan Amerika mengatasi masalah yang serupa, melalui *Keiretsu* atau “Kelompok Perusahaan” atau dengan melalui *Strategic Alliance*.

C. METODE PENGUMPULAN DATA.

Untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan didalam pembuatan Skripsi ini, maka langkah yang diambil Penulis adalah dengan melakukan penelitian langsung pada PT INDO MOBIL dan mengunjungi “dealer” mobil yang diproduksinya. dengan tujuan agar Penulis mendapat masukan sebagai bahan Skripsi ini. Penulis memperoleh data langsung dari

perusahaan dan informasi lainnya dari manajer dan karyawan pada perusahaan tersebut.

Adapun metode penelitian lain yang dipakai penulis sebagai bahan penulisan skripsi ini, penulis dapatkan dengan cara sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*).

Penelitian ini dilakukan dengan mempelajari buku-buku dan diktat-diktat yang ada pada UNSADA sendiri maupun Universitas lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung sebagai bahan studi perbandingan antara teori dan praktek yang diperoleh.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*).

Penelitian ini dilakukan dengan mengadakan tinjauan langsung pada PT. INDO MOBIL dengan cara mendapatkan keterangan serta penjelasan-penjelasan dari :

- Kepala bagian
- Kepala bagian humas.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Methode Wawancara (*Interview*).

Yaitu dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pimpinan, staf dan karyawan perusahaan yang mempunyai wewenang untuk memberikan datayang diperlukan.

b. Methode Daftar Pertanyaan (Questionnaire).

Yaitu dengan mengajukan serangkaian pertanyaan yang telah dipersiapkan penulis untuk melengkapi data yang telah diperoleh dari hasil wawancara.

c. Methode Observasi.

Yaitu dengan mengamati langsung dan mengadakan pencatatan pada hal-hal yang perlu atau penting, guna melengkapi data yang telah ada.

C. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Untuk lebih menghadirkan secara sistematis isi Skripsi ini, Penulis menggunakan suatu Sistematika pembahasan yang baku untuk Skripsi S-1, agar mempermudah penelaahannya secara komprehensif bagi pembaca. Adapun penulisan Skripsi ini terbagi menjadi beberapa Bab seperti berikut ini :

BAB I. PENDAHULUAN.

Alasan Pemilihan Thema dan Judul, Latarbelakang Pokok Permasalahan, Metode Penelitian dan Sistematika Penghidangan Skripsi.

BAB II. LANDASAN TEORI.

Mengemukakan dasar-dasar ilmiah Pemasaran dan Strategi Pemasaran, dan pola bisnis berbentuk *Keiretsu* dan *Strategic Alliance*. Dikemukakan faham-

faham yang kini berlaku dalam bidang Pemasaran dan Strategi Pemasaran, terutama Strategi yang dipergunakan oleh Industri Manufaktur, dengan melalui usaha mencapai “Order Winning Criteria”.

BAB III. TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN PT INDO MOBIL

Mengemukakan Sejarah Perusahaan, Bidang Bisnis dan Manajemen perusahaan PT INDO MOBIL yang dijadikan obyek studi.

Juga digambarkan keterkaitan perusahaan dengan para pemasok atau *supplier*.

BAB IV. UPAYA MENCAPAI “ORDER WINNING CRITERIA” MELALUI PEMANTAPAN SUPPLY BAHAN/KOMPONEN PADA PT. INDO MOBIL.

Pengkajian mengenai peranan Manajemen Pengadaan Bahan/Komponen untuk menunjang Strategi Pemasaran guna mencapai “*Order Winning Criteria*” yang dapat diterapkan pada PT INDO MOBIL.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.

Dalam bab terakhir ini, Penulis akan menyimpulkan semua isi dari Skripsi ini, dengan mengemukakan pendapat dan saran-saran yang dapat sebagai bahan masukan bagi perusahaan.-

LAMPIRAN-LAMPIRAN