

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai evaluasi *Bullwhip Effect multi-level* di PG. Madukismo, dapat disimpulkan sebaga berikut:

1. Adanya *Bullwhip Effect* yang terjadi yaitu pada *level retail* ke *level marketing* secara global, *retail* “Superindo”, *retail* “Indogrosir”, *retail* “Progo”, dan *retail* “Lotte”.
2. Nilai *Bullwhip Effect* dari *level retail* ke *level marketing* secara global, *retail* “Superindo”, *retail* “Indogrosir”, *retail* “Progo”, *retail* “Pamela”, dan *retail* “Lotte” secara berturut-turut adalah 1,008; 1,087; 1,088; 1,162; 1,070;.
3. Dalam metode DRP, diantara ketiga metode *Lot sizing* (LUC, LFL, *Silver Meal*), yang terpilih untuk masing-masing *retail* adalah metode *Silver Meal*.

6.2. Saran

6.2.1. Saran Untuk Perusahaan

Saran untuk perusahaan lebih khususnya PG. Maduksimo adalah untuk *Lot sizing* dapat menggunakan metode *silver meal* sebagai metode terpilih dari penelitian ini

6.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Dengan data yang penulis miliki sekarang dapat dijadikan acuan sebagai data perbandingan untuk dapat menekan nilai *Bullwhip Effect*.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode *forecasting* sebagai metode penelitian untuk dapat menekan nilai dari *Bullwhip Effect*.



