

## **Bab I Pendahuluan**

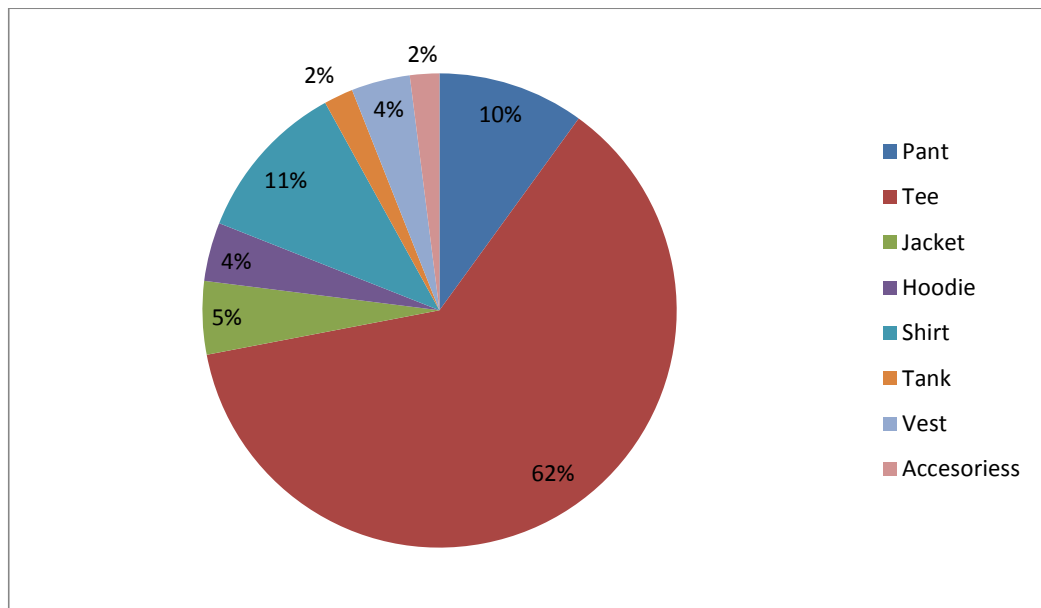
Bab ini berisi latar belakang penelitian yang akan mengarahkan penelitian menuju topik yang akan dibahas, merumuskan masalah yang menjadi permasalahan bagi perusahaan, menentukan tujuan penelitian yang akan menjadi dasar dalam melakukan perancangan, menjelaskan manfaat penelitian, menentukan batasan masalah untuk mempersempit ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan, dan sistematika penulisan.

### **I.1 Latar Belakang**

Suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya harus didukung oleh semua kegiatan yang ada didalamnya. Salah satunya adalah hal-hal yang menyangkut pengelolaan persediaan. Persediaan berpengaruh terhadap besarnya biaya operasi, sehingga kesalahan dalam mengelola persediaan akan mengurangi keuntungan. Perusahaan sering kali mengalami masalah persediaan. Persediaan yang terlalu banyak menimbulkan modal yang tertanam untuk pengadaan terlalu besar. Sebaliknya jika terjadi kekurangan persediaan proses operasional akan terganggu dan produktivitas perusahaan akan menurun. Kedua kondisi tersebut memiliki konsekuensi biaya yang besar. Oleh karena itu diperlukan manajemen persediaan yang tepat untuk mengkondisikan tingkat persediaan yang optimum.

Peter Says Denim lahir pada tahun 2008 dan merupakan suatu produsen penghasil busana, khususnya yang berbahan dasar denim, yang telah memanfaatkan teknologi internet untuk memasarkan produknya. Selain *online* Peter Says Denim juga memiliki toko *offline* yang berada di Bandung, Bali, dan Canada. Namun penjualan *offline* tidak sebanyak penjualan secara *online*. Pemasaran produk-produk Peter Says Denim telah mencakup hampir seluruh wilayah Indonesia, Malaysia, Singapura, Australia, Jepang, dan Canada. Peter Says Denim memiliki pelanggan dalam jumlah besar yang mampu menghasilkan omzet ratusan juta setiap bulannya melalui penjualan *online* dan *offline*.

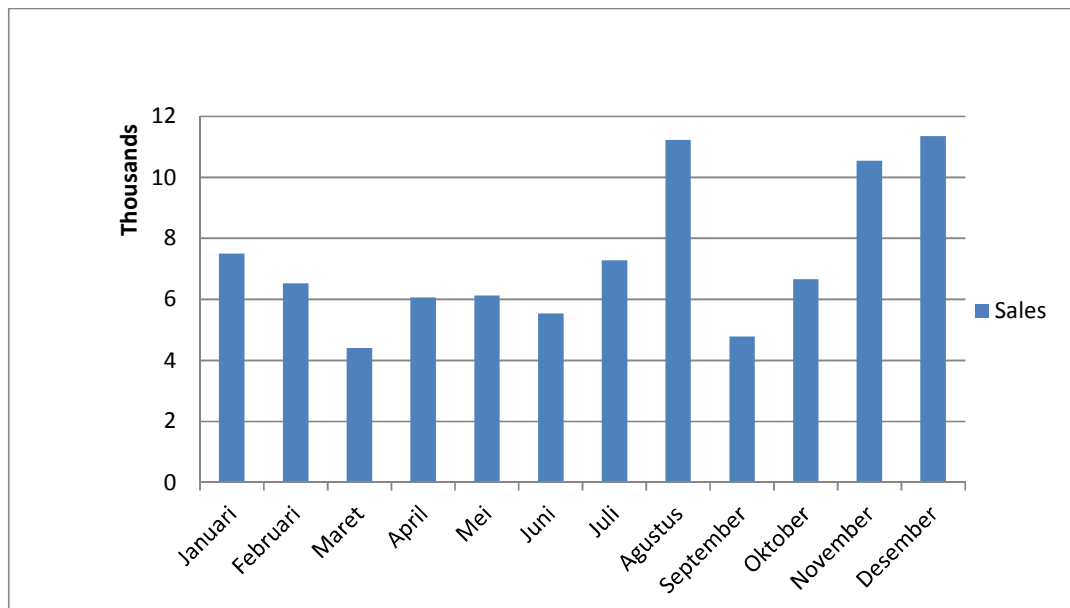
Secara umum produk yang ditawarkan Peter Says Denim ini dapat dikelompokkan menjadi *pant, tee, jacket, hoodie, shirt, tank, vest* dan *accessoriess*. Persentase jenis produk yang paling banyak diminati dapat dilihat pada gambar I.2.



Gambar I.1 Persentase produk yang diminati pada Peter Says Denim 2012 (Peter Says Denim, 2012)

Pada Gambar 1.2 Produk *tee* merupakan jenis produk yang paling banyak diminati setiap bulannya. Urutan produk dari yang paling banyak diminati adalah *tee, shirt, pant, jacket, hoodie, vest, tank, dan accessories*.

Data penjualan Produk *Tee Peter Says Denim* dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar 2.1 Data Penjualan Produk *Tee Peter Says Denim* 2012 (Peter Says Denim, 2012)

Berdasarkan Gambar I.1 dapat diketahui bahwa penjualan Peter Says Denim sangat berfluktuatif setiap bulan. Menurut *Managing Director* Peter Says Denim besarnya penjualan setiap bulan dipengaruhi oleh keberagaman produk, hari-hari besar, adanya promosi dan kualitas layanan yang diberikan.

Pihak perusahaan harus mempunyai manajemen persediaan produk yang baik untuk mengatur persediaan produk agar tidak mengganggu proses operasional yang lain. Namun pada kenyataannya perusahaan belum mampu merealisasikan hal tersebut. Terbukti dengan sering terjadinya masalah tentang persediaan produk, misalnya habisnya *stock* persediaan pakaian tertentu di gudang pada saat dibutuhkan. Bahkan kadang kala pelanggan harus menunggu untuk beberapa minggu untuk mendapatkan pakaian yang diinginkan. Selain itu Peter Says Denim, jumlah produk yang dipesan ditentukan oleh divisi produksi berdasarkan pengalamannya. Hal ini bisa menyebabkan jumlah *stock* di gudang menjadi tidak seimbang dalam pemesanan persediaan produk. Dengan kata lain ada potensi

besar terjadi kelebihan dan kekurangan *stock*. Selain itu, jumlah *stock* yang keluar dari gudang tidak dimonitor dengan baik.

Kelebihan *stock* produk *tee* bisa dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Perbandingan Jumlah Penjualan dan Jumlah Pesanan Produk *Tee* pada Peter Says Denim 2012 (Peter Says Denim, 2012)

<b>No</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Penjualan (pcs)</b>	<b>Jumlah Pengadaan (pcs)</b>	<b>Selisih (pcs)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	Januari	7505	8000	495	6,2
2	Februari	6524	8000	1476	18,5
3	Maret	4400	6000	1600	26,6
4	April	6065	8000	1935	24,2
5	Mei	6128	8000	1872	23,4
6	Juni	5534	6000	466	7,8
7	Juli	7280	8000	720	9
8	Agustus	11232	13000	1768	13,6
9	September	4792	6000	1208	20,1
10	Oktober	6668	8000	1332	16,7
11	November	10550	12000	1450	12,1
12	Desember	11359	13000	1641	12,7
<b>Total</b>			<b>104000</b>	<b>20963</b>	<b>15,9</b>

Pada Tabel I.1 dapat diketahui perbandingan jumlah penjualan dan jumlah pesanan produk *tee* pada Peter Says Denim tahun 2012. Jumlah penjualan yang berfluktuatif tiap bulannya.

Jumlah produk *tee* yang dipesan ke *supplier* berdasarkan pengalaman dari divisi produksi, setiap kali pemesanan sebanyak 22.000 pcs untuk 1 edisi yang kemudian dibagi menjadi 3 kali pengiriman setiap bulannya. Penjualan produk

Peter Says Denim yang dipengaruhi oleh musim maka dibulan-bulan tertentu khususnya hari besar terjadi pelonjakan penjualan sehingga pemesanan ke *supplier* jumlahnya lebih besar. Jumlah pesanan dihitung berdasarkan rata-rata penjualan produk *tee* dari edisi tahun sebelumnya dan memprediksikan adanya peningkatan penjualan yaitu sebesar 25% dari edisi tahun sebelumnya.

Kapasitas produksi vendor (*supplier*) adalah 1000 pcs perhari, minimal jumlah *lot* pemesanan adalah 1 lusin untuk setiap pemesanan 1 jenis produk *tee*. Waktu siklus pemesanan mulai dari tahap desain sampai barang datang adalah 3 bulan. Barang dari *supplier* akan dikirim secara serempak tiap bulannya tergantung kebutuhan dari Peter Says Denim, sedangkan waktu siklus untuk penjualan setiap edisi adalah 3 bulan.

Sistem perhitungan pemesanan produk yang berpatokan pada pengalaman divisi produksi tanpa melakukan perencanaan kebutuhan produk sehingga terjadi *over stock* yang mengakibatkan kerugian dengan membengkaknya biaya persediaan.

Persentase selisih rata-rata antara jumlah pesanan dan penjualan produk *tee* yaitu sebesar 15,9% dari jumlah pesanan produk *tee* selama tahun 2012. Peter Says Denim hingga saat ini masih belum memberlakukan standar toleransi pemesanan setiap bulannya dan tidak memiliki metode khusus dalam melakukan perencanaan persediaan produknya. Dalam kondisi perusahaan saat ini, permintaan produk bersifat tidak pasti dan berfluktuasi setiap bulannya sesuai dengan kebutuhan konsumen.

*Owner* Peter Says Denim sering mengeluhkan membengkaknya biaya persediaan sedangkan sering terjadi *over stock* karena tidak bisa menyesuaikan dengan permintaan *customer*. Dengan memesan produk *tee* ke *supplier* dalam jumlah besar yang dilakukan oleh divisi produksi diharapkan bisa mendapatkan keuntungan yang besar, Peter Says Denim memang unggul dalam hal kualitas produk dan dikenal sebagai pelopor distro lokal pertama yang sukses memasarkan produknya secara *online*. Namun, bila tidak diimbangi dengan persediaan yang sesuai dengan permintaan konsumen maka akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

Permasalahan *over stock* membuat manajemen Peter Says Denim selalu kebingungan sehingga untuk mengatasi permasalahan *over stock management*

Peter Says Denim sepakat untuk melakukan diskon besar agar bisa memberikan ruang digudang untuk produk edisi terbaru. Hal ini bukanlah solusi dari permasalahan *over stock* tersebut, management Peter Says Denim sadar dengan memberikan diskon besar hanya akan menurunkan kualitas produknya dan menimbulkan kerugian karena menjual barang tanpa mendapatkan keuntungan terkadang juga menjual produk di bawah harga modal bila persediaan masih banyak yang menumpuk. Efek lain adalah *customer* dimanjakan oleh diskon besar setiap bulannya sehingga membuat *customer* lebih memilih menunggu adanya diskon daripada membeli produk saat harga tidak diskon. Hal ini mengakibatkan minat beli akan produk Peter Says Denim menurun, bukan tidak mungkin kalau akan terjadi lebih banyak *over stock* lagi.

*Owner* Peter Says Denim menuntut untuk menyesuaikan persediaan produk dengan kebutuhan permintaan konsumen setiap bulannya agar tidak terjadi *over stock* dan *under stock* sehingga bisa mendapatkan keuntungan maksimal.

Perusahaan yang baik harus didukung dengan sistem persediaan yang baik, bila persediaan terganggu maka akan mempengaruhi proses yang lain, tak terkecuali proses pemasaran. Sebagai apapun proses pemasaran kalau tidak didukung persediaan yang baik maka akan terganggu.

Berikut adalah bukti strategi pemasaran Peter Says Denim yang baik:

1. Penerapan *E-Business*

Kegiatan E-Business yang dilakukan oleh *petersaysdenim* dengan cara melakukan promosi via situs jejaring social seperti Facebook dan Twitter. Ini bisa dilihat dari jumlah orang yang menyukain laman *petersaysdenim* berjumlah 122.033 orang dari seluruh dunia dan yang mem-follow (istilah pertemanan dalam situs Twitter) ada 23.522 orang dari seluruh dunia (termasuk Indonesia). System promosi yang dilakukan *petersaysdenim* dalam E-Business adalah dengan cara meng-update catalog dari produk terbaru mereka lengkap dengan bagaimana cara pemesanan, no. telepon, rekening bank, dan tidak menggunakan ongkos kirim untuk pesanan di seluruh Indonesia.

2. Meng- endorse band-band lokal maupun internasional.

Band-band yang di endorse memang bukan band nomer satu, tapi inovasi yang dilakukan Peter itu patut mendapat apresiasi. Bahkan menjadi inspirasi brand yang lain untuk melakukan hal yang sama, berkat inovasinya itu penjualannya pun semakin meningkat. Misalnya saja Silverstein dari Kanada, August Burns Red dari Amerika, Not Called Jinx dari Jerman, dan masih banyak lagi. Sementara itu ada juga Superman Is Dead, St. Loco, Rocket Rockers, serta sederet band asal Indonesia lainnya.

3. Memiliki *Offline Store* di dalam dan luar negeri

Peter Says Denim memiliki *National Offline Dealer* yang tersebar diseluruh kota-kota besar di Indonesia, total ada 30 *Authorized Dealer*. Sedangkan *International Offline Dealer* total ada 8 *Authorized Dealer* yang berada di Japan, Canada, Australia, Singapura dan Malaysia.

Untuk mengatasi permasalahan *over stock* harus didukung oleh pengendalian persediaan yang baik yaitu dengan menentukan ukuran pemesanan yang optimal guna memperoleh persediaan yang tepat dan sesuai pada waktu yang dibutuhkan. Menentukan besarnya inventori yang harus disediakan dalam rangka meredam fluktuasi permintaan yang tidak beraturan sehingga total biaya persediaan yang dikeluarkan perusahaan dapat diminimasi dan tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Perumusan masalah yang berlandaskan pada latar belakang dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Berapa jumlah pemesanan optimum produk *tee* dalam setiap kali pemesanan?
2. Kapan waktu pemesanan yang tepat untuk setiap kali pemesanan produk *tee*?
3. Berapa besarnya cadangan pengamanan (*safety stock*) produk *tee* untuk meredam fluktuasi kebutuhan produk *tee*.

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menentukan jumlah produk *tee* yang optimum dalam setiap kali pemesanan sehingga dapat memenuhi kebutuhan produk *tee* tanpa terjadi *over stock*.
2. Menentukan waktu pemesanan yang tepat untuk setiap kali pemesanan produk *tee*.
3. Menentukan besarnya cadangan pengamanan (*safety stock*) produk *tee* untuk meredam fluktuasi kebutuhan produk *tee*.

### **I.4 Batasan Masalah**

Batasan penelitian ini adalah:

1. Data historis penjualan, pengadaan, dan permintaan produk yang digunakan adalah data pada bulan Januari hingga Desember 2012.
2. Data mengenai ongkos pemesanan diasumsikan tetap selama penelitian.
3. Penelitian dilakukan dibagian gudang dan *office store* di Bandung.

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Perusahaan dapat mengurangi *over stock* produk *tee* yang ada di gudang.
2. Perusahaan dapat melakukan minimasi total biaya persediaan untuk produk *tee*.
3. Perusahaan dapat menentukan besarnya cadangan pengaman (*safety stock*) dan titik pemesanan kembali (*reorder point*) produk *tee* untuk meredam fluktuasi kebutuhan produk *tee*.



## **I.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **Bab I      Pendahuluan**

Pada bab pendahuluan ini diuraikan latar belakang pemilihan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan laporan.

### **Bab II     Landasan Teori**

Pada bab ini, diuraikan dasar teori yang berhubungan dengan penelitian, yaitu pengertian persediaan, fungsi persediaan, jenis persediaan, dan metode yang digunakan untuk memecahkan masalah.

### **Bab III    Metodologi Penelitian**

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian sesuai permasalahan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

### **Bab IV    Pengolahan Data**

Bab ini berisi pengumpulan data yang akan digunakan untuk pengolahan data. Pengolahan data dilakukan untuk menentukan jumlah pemesanan produk *tee*, waktu pemesanan kembali dan total biaya persediaan yang minimum agar tidak terjadi *overstocking* di Peter Says Denim. Pada bab ini juga berisi perhitungan sensitivitas yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dampak yang ditimbulkan dari perubahan-perubahan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kriteria total biaya persediaan.

### **Bab V     Analisis**

Pada bab ini berisi analisis terhadap perbandingan metode yang mendapatkan total biaya persediaan yang minimum. Selain itu juga berisi analisis tentang hasil yang didapatkan dari metode yang sesuai

dan analisis sensitivitas untuk mengetahui seberapa besar dampak yang ditimbulkan dari perubahan-perubahan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kriteria total biaya persediaan.

## **Bab VI Kesimpulan dan saran**

Pada bab ini berisi kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang disesuaikan dengan hasil yang didapatkan pada pengolahan data. Selain itu juga diberikan saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya