

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Persaingan di dunia bisnis semakin sengit dan ketat, mengikuti perkembangan dunia ekonomi yang juga sedang bergejolak. Tujuan perusahaan seharusnya bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan semata, akan tetapi perusahaan juga harus mampu bertahan dan berkembang dalam menghadapi pesaing. Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu memenuhi kepuasan konsumen, mengembangkan produk tepat waktu dan mengeluarkan biaya yang rendah berkaitan dengan persediaan dan penyerahan produk. Perusahaan diharapkan mampu mengelola semua itu secara cermat.

Bisnis retail waralaba di Indonesia dapat dibedakan menjadi 2 kelompok besar, yakni Retail Tradisional dan Retail Modern. Retail modern merupakan pengembangan dari retail tradisional. Format retail ini muncul dan berkembang seiring dengan perubahan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat yang membuat masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam hal berbelanja. Retail modern pertama hadir di Indonesia saat Toko serba ada Sarinah didirikan pada tahun 1962. Saat era tahun 1970 s/d tahun 1980-an, bisnis retail maju dan terus berkembang. Awal dekade 1990-an merupakan tonggak sejarah masuknya retail asing ke Indonesia. Hal tersebut di tandai dengan beroperasinya retail terbesar Jepang 'Sogo' di Indonesia. (ACNielsen, dalam Marina L. Pandin, 2009).

PT. Rasa Prima Sejati perusahaan yang menyalurkan produk kecap bango kemasan 6,5 kg ke daerah bekasi dan distributor yang di bidang pangan dengan menyalurkan produk-produk PT. Unilever yang berfokus pada *food solutions* seperti kecap bango kemasan 1,6 kg, kecap bango derigen, royco ayam, sapi kemasan 460g dan 1kg, mayones, *knorr chicken powder* dan buavita *juice*. Menjalankan bisnisnya, seiring berjalannya waktu perusahaan ini mengalami

kendala pada permintaan dan pengendalian produk kecap bango kemasan derigen.

Kesempatan ini akan dilakukan analisa lebih dalam terhadap permintaan yang terjadi di PT. Prima Rasa sejati yang merupakan salah satu perusahaan distributor yang menyediakan produk Unilever *Food Solutions* dalam meningkatkan penjualannya di masa yang akan datang maka perlu dilakukan pengambilan keputusan berkaitan erat dengan peramalan permintaan. Peramalan permintaan dilakukan karena adanya ketidakpastian dimasa mendatang yang dihadapi oleh pelaku usaha

Pengendalian pembuatan ramalan permintaan akan dapat membantu perusahaan dalam pengendalian barang yang ada di gudang. Hal ini penting dilakukan agar perusahaan mempunyai keputusan yang tepat mengenai persediaan barang yang dijual. Perusahaan harus benar-benar memperhatikan persediaan barang yang ada digudang sesuai pada sistem perusahaan. Berdasarkan observasi lapangan di PT. Rasa Prima Sejati mengambil masalah yang sering.

Tabel 1.1 Data hasil permintaan dan penerimaan kecap bango kemasan derigen tahun 2012 - 2018.

No	Tahun	Permintaan (pcs)	Penerimaan (pcs)
1	2012	42752	42760
2	2013	40728	40741
3	2014	40387	40382
4	2015	40226	40233
5	2016	39446	39440
6	2017	41195	41211
7	2018	38485	38489

Sumber : PT. Rasa Prima Sejati (2019)

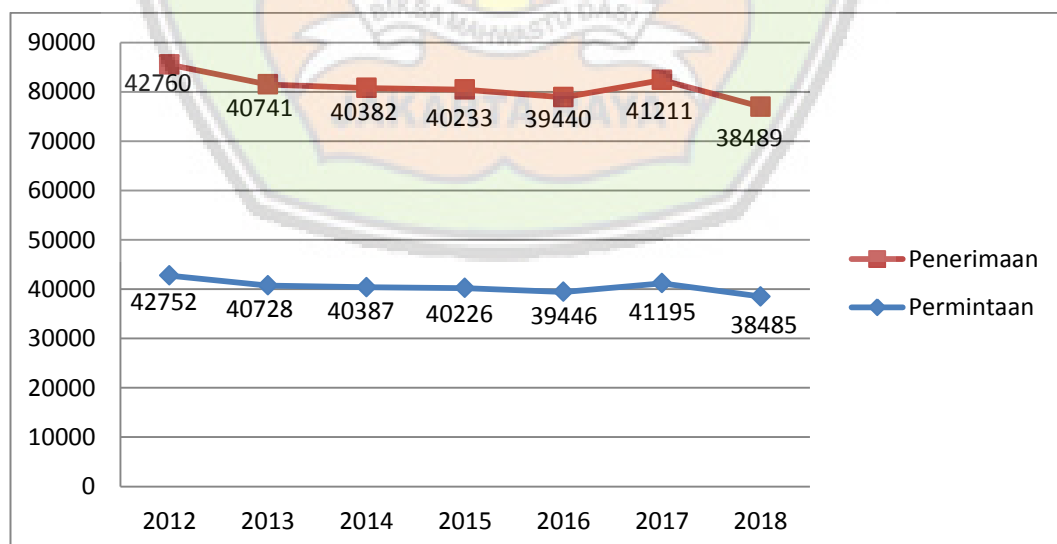
Tabel 1.2 Data persediaan dan penjualan kecap bango kemasan derigen tahun 2012 - 2018.

No	Tahun	Persediaan (pcs)	Penjualan (pcs)
1	2012	42760	43122
2	2013	40741	41682
3	2014	40382	40689
4	2015	40233	38764
5	2016	39440	40118
6	2017	41211	40972
7	2018	38489	38868

Sumber : PT. Rasa Prima Sejati (2019)

Berdasarkan tabel 1.1 dan 1.2 kecap bango kemasan derigen Permintaan, dan Penerimaan Kecap Bango Kemasan Derigen Tahun 2012 – 2018 mengalami selisih antara penermintaan dan penjualan.

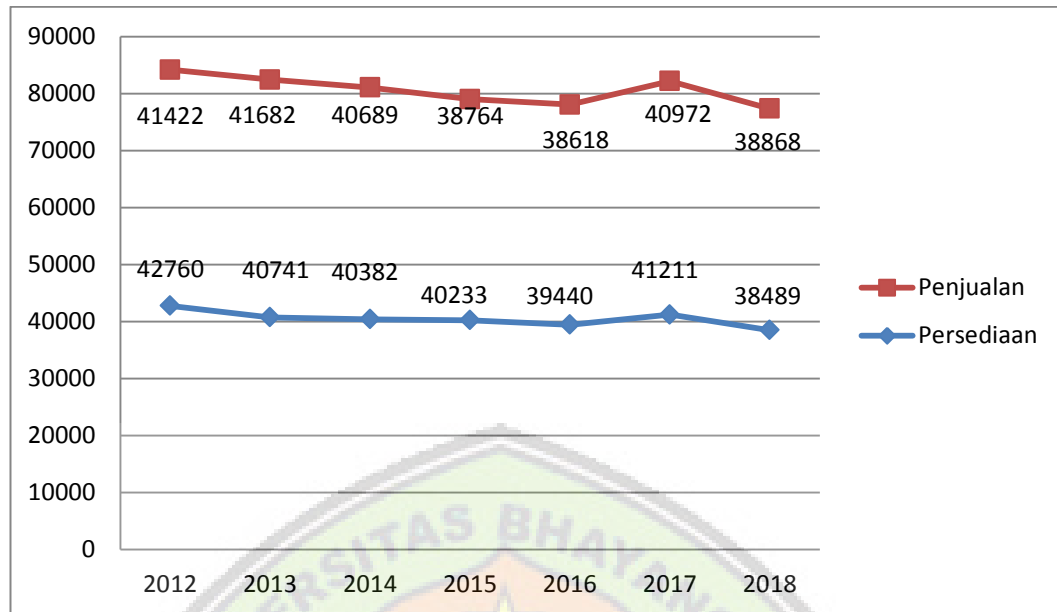
Permintaan dan Penerimaan Kecap Bango Kemasan Derigen Tahun 2012 - 2018.



Gambar 1.1 Data Permintaan dan Penerimaan Kecap Bango Kemasan Derigen Tahun 2012 - 2018.

Sumber : PT. Rasa Prima Sejati.

Persediaan dan Penjualan Kecap Bango Kemasan Derigen Tahun 2012 - 2018.



Gambar 1.2 Data Persediaan dan Penjualan Kecap Bango Kemasan Derigen Tahun 2012 - 2018.

Sumber : PT. Rasa Prima Sejati.

Data tabel 1.1 dan 1.2 tersebut menunjukkan terdapat masalah pada beberapa tahun, ada yang mengalami kelebihan perbedaan dan kekurangan produk sehingga mengakibatkan kerugian setiap produk kecap bango kemasan derigen Rp 160.000 x 383 pcs dimana tahun 2018 perusahaan mengalami kerugian mencapai Rp. 61.280.000. Hal ini dianggap perusahaan belum bisa secara optimal memperkirakan permintaan kecap bango kemasan derigen dengan menjadikan distributor bekasi sebagai penelitian. Maka perlu dilakukan penelitian, untuk itu penulis tertarik meneliti lebih jauh masalah kendala ini sebuah penelitian tentang pembuatan suatu sistem pendukung pengambilan keputusan untuk mengatasi masalah peramalan permintaan produk kecap bango kemasan derigen untuk tahun 2019.

“PERAMALAN PERMINTAAN KECAP BANGO KEMASAN DERIGEN DENGAN METODE TIME SERIES DI PT. RASA PRIMA SEJATI DEPO CIBITUNG BEKASI”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi, antara lain :

1. Adanya perbedaan (deviasi) antara jumlah permintaan dengan aktual penjualan kecap bango 6,5 kg kemasan derigen.
2. Belum adanya metode peramalan yang sesuai sehingga masalah ini masih terjadi.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana meramalkan permintaan kecap bango kemasan derigen 6,5 kg dengan menggunakan metode peramalan sehingga hasilnya mendekati kesesuaian ?
2. Metode peramalan manakah yang paling mendekati kesesuaian atas permintaan barang ?

1.4. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar mempermudah penelitian menjadi lebih terfokus pada pokok bahasan dan tidak melebar ke permasalahan lainnya.

Maka penulis melakukan batasan-batasan masalah, yaitu :

1. Data yang digunakan adalah data dari tahun 2012 - 2018.
2. Fokus hanya dilakukan pada kecap bango kemasan derigen.
3. Penelitian dilakukan divisi *sales taskforce* berlokasi di jl.Bosih raya, Cibitung, Bekasi
4. Peramalan yang dilakukan dengan menggunakan metode *time series*, *moving average*, *weight moving average*, *exponensial smoothing* dan *regresi linear* sederhana.

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Menentukan jumlah peramalan permintaan kecap bango kemasan derigen 6,5 kg dengan menggunakan metode peramalan.
2. Menentukan metode peramalan yang paling tepat untuk digunakan perusahaan untuk kecap bango 6,5 kg kemasan derigen.

1.6. Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat pada penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut :

1.6.1. Manfaat bagi perusahaan

- a. Memahami dan menganalisa suatu masalah yang ada pada perusahaan mengenai kecap bango 6,5 kg kemasan derigen.
- b. Terjadinya kerjasama dalam hal perbaikan di dalam industri dan pendidikan tentang dunia industri.

1.6.2. Manfaat bagi penulis

- a. Pembelajaran tentang teknik industri mengenai perencanaan permintaan kecap bango kemasan derigen 6,5 kg dengan menggunakan metode peramalan.
- b. Acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan hal serupa tentang perhitungan metode peramalan dalam permintaan kecap bango kemasan derigen 6,5 kg.

1.7. Tempat dan Waktu Penelitian

1.7.1 Tempat

Penelitian ini dilakukan di PT. Rasa Prima Sejati, pada Divisi *Sales Taskforce*, berlokasi di jl. Bosih Raya, Wanasari, Cibitung, Kabupaten Bekasi.

1.7.2 Waktu penelitian

Kegiatan penelitian dilaksanakan pada bulan Juli 2018 sampai dengan desember 2018 dan disesuaikan dengan kebijakan perusahaan yang telah ditetapkan mengenai pelaksanaan waktu penelitian.

1.8. Metode Penelitian

Metode yang dilakukan yaitu dengan Penelitian Historis (*Historical Reseaech*), Deskriptif (*Descriptive Research*), Penelitian kasus dan lapangan (*Case Study and Field Research*).

1.8.1 Penelitian Historis (*Historical Reseaech*)

Rekonstruksi masa lalu secara sistematis dan obyek dengan mengumpulkan, mengevaluasi, memverifikasi serta menyitiesikan bukti-bukti untuk menegakan fakta dalam memperoleh kesimpulan yang kuat.

1.8.2 Deskriptif (*Descriptive Research*)

Penggambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu .

1.8.3 Penelitian Kasus dan Lapangan (*Case Study and Field Research*)

Mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.

1.9. Sistematika Penulisan

Mempermudah pemahaman mengenai penelitian ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, penelitian historis, deskriptif, penelitian kasus lapangan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASANTEORI

Bab ini dikemukakan tinjauan pustaka yang berisikan teori-teori pada pemikiran yang digunakan sebagai landasan serta pemecahan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini disajikan tentang bagaimana data penelitian diperoleh serta bagaimana menganalisa data. Oleh karena itu pada bab ini menguraikan tentang lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, digunakan diagram alir dan analisis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang diskripsi responden, pengujian instrument penelitian, analisis data dan hasil analisis data

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan, analisis data serta saran-saran yang bisa diberikan berdasarkan penelitian yang dilakukan..

DAFTAR PUSTAKA