

BAB I

PENDAHULUAN

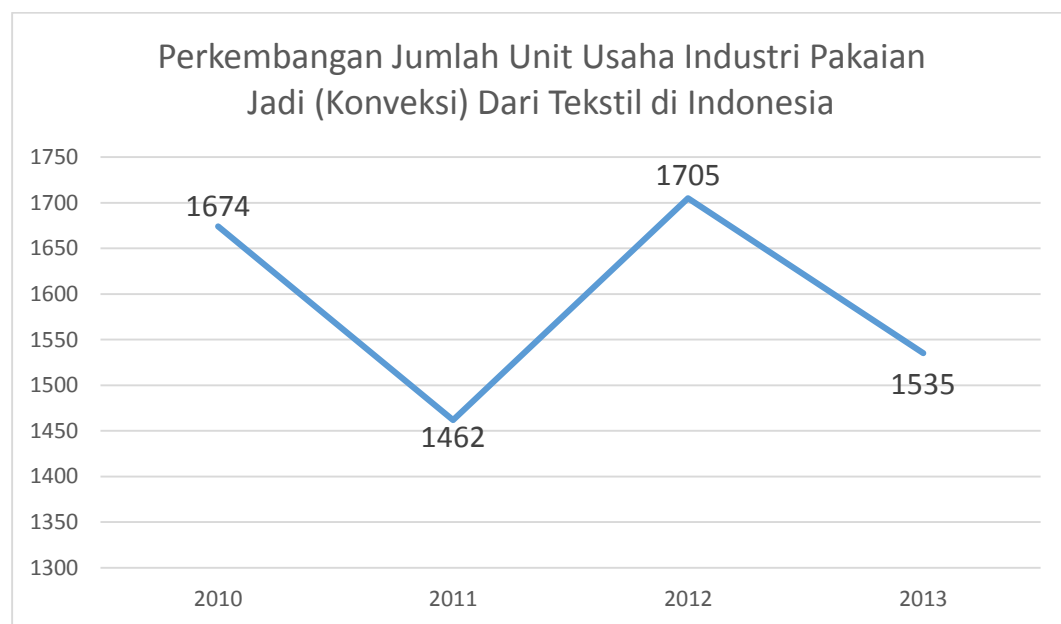
1.1 Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia saat ini banyak bermunculan perusahaan yang bergerak di bidang industri konveksi. Dalam perkembangannya perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang sangatlah ketat diantara mereka yang memproduksi produk sejenis. Perubahan-perubahan yang cepat dalam bisnis menuntut mereka harus lebih mampu beradaptasi, mempunyai ketahanan dalam bersaing, mampu melakukan perubahan arah dengan cepat dan memusatkan perhatian pada konsumen. Dalam suasana bisnis seperti sekarang ini perusahaan harus mampu menjadi mitra kerja yang handal bagi para konsumen ditengah persaingan yang semakin ketat. Industri konveksi yang dalam persaingannya yaitu mengenai produk-produk seperti baju, celana dan lain-lain, saat ini semuanya beracuan pada biaya bahan baku sebagai pertimbangan untuk pembuatan produk agar dapat diterima oleh masyarakat.

Persaingan di dunia industri konveksi membuat perusahaan harus ekstra keras memutar otak untuk mengeluarkan ide-ide baru yang kreatif dan inovatif, serta dapat mengelola sumber daya-sumber daya yang ada sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Kegiatan perusahaan mempunyai hubungan yang erat dengan kegiatan produksi. Perusahaan mengadakan kegiatan produksi untuk memenuhi permintaan pasar. Untuk mengadakan kegiatan produksi tersebut harus

ada fasilitas-fasilitas produksi, antara lain bahan baku, tenaga kerja, mesin dan lain-lain. Semua fasilitas produksi itu mempunyai kapasitas yang terbatas dan membutuhkan biaya. Penggunaan fasilitas produksi yang tidak tepat akan membuat perusahaan tidak dapat mencapai target produksinya dan terjadi pemborosan biaya produksi, sehingga perusahaan harus mampu mengelola fasilitas produksi dengan baik. Dalam hal ini terjadi suatu masalah dalam pengalokasian sumber daya yang terbatas diantara kapasitas yang bersaing.

Berikut adalah grafik perkembangan jumlah unit usaha industri pakaian jadi (konveksi) dari tekstil di Indonesia :



Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Unit Usaha Industri Pakaian Jadi (Konveksi) Dari Tekstil di Indonesia (Sumber : kemenperin.go.id/statistik/ibs_indikator=1&tahun=2010)

Melihat dari grafik perkembangan jumlah unit usaha industri pakaian jadi (konveksi) dari tekstil, ada penurunan jumlah unit usaha industri konveksi, walaupun pada tahun 2012 sempat mengalami kenaikan kembali. Hal ini bisa

dipengaruhi beberapa faktor, seperti misalnya persaingan di dunia industri konveksi yang sangatlah ketat dimana masing-masing para pelaku industri konveksi haruslah memikirkan strategi-strategi dalam menjalankan usahanya agar dapat bersaing dan bertahan dalam persaingan di dalam dunia industri konveksi.

Faktor lain yang menyebabkan adanya penurunan jumlah unit usaha industri pakaian jadi (Konveksi) dari tekstil di Indonesia adalah menjamurnya produk pakaian jadi asal China, seperti yang diceritakan oleh jurnalis online Efendy Tambunan dalam website (www.tubasmedia.com/garmen-china-kuasai-pasar-tanah-abang/#.WTexMcbulbqB;) diakses tanggal 7 Juni 2017) Ironisnya, 70 persen pakaian yang dijual di Pasar Tanah Abang saat ini dikuasai oleh produk buatan China. Timbul pertanyaan, mengapa produk China menguasai pasar pakaian di Indonesia? Menurut survey penulis di Pasar Tanah Abang selama 2 tahun, pakaian produk China menguasai Pasar Tanah Abang karena unggul dalam beberapa faktor. Pertama, desain lebih menarik. Kedua, teknologi bahan pakaian lebih baik dan variatif. Ketiga, mode pakaian selalu memenuhi selera pasar warga Indonesia dan yang terakhir stok pakaian selalu tersedia dan yang terpenting adalah harga yang ditawarkan produk asal China lebih murah ketimbang produk di dalam negeri.

Penurunan jumlah unit usaha industri konveksi juga bisa diakibatkan oleh banyaknya industri yang gulung tikar karena tidak dapat bertahan dengan persaingan yang ada. Ada juga perusahaan yang kurang mampu mengelola semua sumber daya dalam perusahaan dengan baik, seperti misalnya kurangnya modal untuk mengembangkan usaha, kurang kompetennya pegawai yang dipekerjakan, kebijakan penetapan perencanaan produksi yang masih menggunakan intuisi

pemilik terkadang justru dalam realisasinya masih jauh dari harapan. Hal-hal inilah yang kedepannya diharapkan dapat diperbaiki agar industri konveksi di Indonesia dapat kembali menjadi tuan rumah di negeri sendiri, tidak dikuasai oleh produk asing.

Kabupaten Bandung sendiri sudah lama terkenal sebagai salah satu sentra industri konveksi dan juga tekstil di Jawa Barat. Mulai dari UMKM sampai perusahaan besar yang bergelut di bidang usaha industri konveksi dan tekstil banyak tersebar di sekitaran daerah Soreang, Jelegong, Rancaekek dan lain-lain. Perkembangan unit usaha industri konveksi dan tekstil di Kabupaten Bandung juga bergantung kepada bagaimana para pelaku usaha memikirkan bagaimana agar usaha mereka dapat bertahan. Banyak bermunculan unit usaha industri baru namun juga tidak sedikit para pelaku usaha yang gulung tikar karena kurang dapat bersaing dengan perusahaan lain bahkan produk dari negara lain. Berikut adalah daftar UMKM konveksi yang berada di Kabupaten Bandung :

Tabel 1.1
Daftar UMKM Konveksi di Kabupaten Bandung

No	Nama UMKM	Jenis Konveksi
1	AA Batik Jalak Harupat	Konveksi Batik
2	Sabar Subur	Konveksi Jaket Kulit
3	Dania Collection	Konveksi Pakaian Muslim
4	S'Hoppy Collection	Konveksi Pakaian Jadi
5	Dhaione Jeans	Konveksi Jeans
6	Tiara Fashion	Konveksi Busana Muslim
7	Arbi Collection	Konveksi Kerudung/Baju
8	CV. Bahagia	Kain Sarung
9	Correl Distartian	Konveksi Pakaian Jadi
10	Pd. Az-Zahra	Konveksi Pakaian Jadi
11	Dimas Collection	Konveksi Baju Anak
12	Yulifar	Konveksi Busana Muslim

13	DK EMRO Pratama	Busana Muslim
14	Putri Masito	Konveksi Kerudung
15	House of Fashion	Konveksi Baju Anak
16	Drafika	Konveksi Baju Bayi & Tas
17	RMH Collection	Konveksi Kerudung
18	Dian Putra	Konveksi Ciput
19	HR. Klasik Collection	Konveksi Kerudung
20	Zahdan Baby Clothes	Konveksi Baju Bayi

Sumber:<http://www.jabarprov.go.id/assets/data/menu/Produk%20UKM%20di%20Kabupaten%20Bandung.pdf>

Dapat dilihat dari Tabel 1.1, cukup banyak UMKM yang bergerak di bidang konveksi pakaian jadi yang berada di Kabupaten Bandung, tentunya *Zahdan Baby Clothes* perlu memikirkan strategi-strategi dalam proses produksi mereka demi bertahan dalam persaingan industri yang ketat. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan ini untuk mengetahui lebih jauh mengenai permasalahan yang dihadapi perusahaan.

Zahdan Baby Clothes merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang konveksi khususnya pakaian bayi. Perusahaan ini sudah berdiri pada tahun 2013 sampai dengan sekarang. Untuk legalitas hukumnya sendiri adalah perseorangan. Pada awalnya perusahaan ini memproduksi pakaian bayi dengan jumlah yang masih sangat terbatas karena masih terbatasnya juga tenaga kerja, mesin yang digunakan dan modal yang dimiliki pemilik masihlah terbatas, penjualannya pun masih sekitar daerah Kabupaten dan Kota Bandung, belum seluas pasar saat ini. Namun seiring dengan perkembangannya perusahaan ini terus dapat menambah kapasitas produksinya dengan diawali penambahan tenaga kerja dan juga mesin yang menunjang proses produksi serta memperluas pasar mereka dengan mempunyai toko di Tanah Abang Jakarta dan memasarkannya ke seluruh Indonesia. Pada proses produksinya, perusahaan melakukan banyak produksi

(*Mass Production*) dan tidak berdasarkan permintaan konsumen (*Job Order*). Dalam menjalankan aktivitas produksinya perusahaan melibatkan mesin, tenaga kerja dan bahan baku.

Perusahaan selama ini masih melakukan prediksi untuk menetapkan perencanaan produksi baju dan celana yang akan dijual belum menggunakan metode ilmiah, yakni secara intuisi atau berdasarkan pertimbangan subjektif pemilik, sehingga masih sering terjadi *over production* dimana jumlah produk yang dihasilkan tidak sebanding dengan realisasi penjualan. Usaha dalam bidang konveksi khususnya pakaian bayi memiliki prospek yang menjanjikan mengingat pakaian bayi merupakan salah satu kebutuhan pokok yang termasuk dalam kebutuhan primer.

Dari sekian banyaknya usaha bidang konveksi, penulis memilih untuk meneliti konveksi pakaian bayi dikarenakan untuk pakaian bayi sendiri kuantitas penjualannya tidak terpengaruh oleh adanya musim-musim tertentu, seperti misalnya menjelang Idul Fitri atau lebaran biasanya penjualan pakaian dewasa akan meningkat, hal itu tidak terjadi pada pakaian bayi. Ada juga faktor seperti model dan juga corak yang tidak terlalu menjadi faktor penting alasan orang tua membeli pakaian bayi, orang tua cenderung lebih memilih bahan pakaian yang nyaman untuk anak mereka ketimbang model pakaian itu sendiri. Angka kelahiran bayi pun bisa menjadi peluang pasar bagi para pelaku usaha konveksi pakaian bayi. Seperti yang dilansir oleh Kompas dalam website (<http://ekonomi.kompas.com/read/2015/06/08/202714226/Data.Angka.Kelahiran.Menjadi.Peluang.Pasar>) Data angka kelahiran Badan Pusat Statistik (BPS) menjadi

peluang pasar di Indonesia. Tiap tahun, angka kelahiran meningkat rerata 1,49 persen. Sampai dengan akhir 2015, sebagaimana laman data dari laman BPS.go.id pada Senin (8/6/2015) menunjukkan angka kelahiran bayi di Indonesia menyentuh angka 4.880.951 orang. Tingginya pertumbuhan angka kelahiran bayi menjadikan potensi segmen pasar produk bayi dan anak berusia di bawah dua tahun (baduta) menjadi segmen pasar potensial dan sangat menarik untuk digarap. Pada tahapan baduta, orangtua cenderung memanjakan anaknya dengan memberikan “hanya” produk berkualitas terbaik untuk anak mereka, terutama oleh para ibu baru (newly moms). Hal-hal tersebut menjadi alasan mengapa penulis memilih usaha bidang konveksi pakaian bayi untuk diteliti.

Pakaian bayi merupakan salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi dan dibutuhkan oleh banyak orang tua untuk para anaknya. Pakaian bayi ini pada umumnya merupakan sandang yang memiliki bahan dasar kain yang selanjutnya mengalami proses produksi sampai menjadi pakaian jadi. Pakaian bayi sendiri ini dibagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu baju dan celana. Persaingan konveksi jenis pakaian bayi ini sangatlah banyak khususnya di Kabupaten Bandung, perusahaan harus cepat dan tepat dalam mengambil keputusan-keputusan, dan mengeluarkan ide-ide yang kreatif, inovatif dan modern agar dapat diterima oleh masyarakat sehingga persaingan dalam dunia konveksi pakaian bayi dapat bertahan.

Peramalan merupakan kebutuhan yang penting untuk mengukur atau menafsirkan keadaan di masa yang akan datang. Ketepatan estimasi produksi perusahaan sangat diperlukan agar tidak terjadi kesenjangan antara permintaan dengan produksi yang dilakukan. Oleh karena itu ilmu pengetahuan peramalan

diperlukan untuk menyusun perencanaan produksi pada perusahaan ini, adapun target produksi dan capaian penjualan selama bulan Januari 2016 sampai dengan Desember 2016 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2
Target Produksi dan Capaian Penjualan Pakaian Bayi Zahdan *Baby Clothes*
Januari 2016 – Desember 2016 (dalam satuan lusin)

No	Bulan	Baju Bayi			Celana Bayi		
		Jumlah Produksi	Jumlah Terjual	Persediaan (Sisa)	Jumlah Produksi	Jumlah Terjual	Persediaan (Sisa)
1	Januari	4.000	3.738	262	4.700	4.312	388
2	Februari	4.000	3.609	391	4.600	4.409	191
3	Maret	3.900	3.743	157	4.600	4.398	202
4	April	4.000	3.912	88	4.700	4.502	198
5	Mei	4.000	3.575	425	4.700	4.198	502
6	Juni	4.500	4.291	209	5.000	4.821	179
7	Juli	4.000	3.765	235	4.700	4.591	109
8	Agustus	4.000	3.812	188	4.700	4.291	409
9	September	3.900	3.598	302	4.600	4.197	403
10	Oktober	4.000	3.811	189	4.700	4.451	249
11	November	4.500	4.371	129	5.000	4.781	219
12	Desember	3.900	3.811	89	4.600	4.401	199

Sumber Data : Zahdan *Baby Clothes*

Selama bulan Januari 2016 sampai dengan Desember 2016 masih terdapat *gap* yang cukup besar antara jumlah produk yang diproduksi dengan produk yang terjual atau jumlah yang terjual selalu dibawah jumlah yang diproduksi, yaitu *Over Production* (produksi berlebih), hal ini terjadi karena pemilik usaha dalam menentukan perencanaan produksi masih menggunakan kisaran jumlah produksi di periode sebelumnya, sehingga seringkali perusahaan harus mengeluarkan biaya tambahan seperti biaya persediaan dan lain-lain. Perusahaan pun harus memutar otak untuk dapat menanggulangi permasalahan ini agar perusahaan tidak terlalu menderita kerugian yang besar. Seperti misalnya untuk produk yang belum terjual

pada bulan dimana terjadi *over production*, biasanya perusahaan akan menjualnya dengan harga yang tidak sesuai dengan harga jual. Selain itu, perusahaan juga harus menambah biaya penyimpanan di gudang atau dengan kata lain menambah biaya penyimpanan gudang, dan juga produk yang disimpan terlalu lama di gudang akan mengalami kerusakan dan tidak bisa dijual pada konsumen. Jika hal ini terjadi berulang-ulang tanpa adanya perbaikan maka akan menimbulkan biaya berlebih yang akibatnya akan mempengaruhi keuntungan. Seperti misalnya perusahaan pernah mengalami kerugian yang cukup besar dikarenakan produk yang tersisa dan tersimpan di gudang mengalami kerusakan yang tidak hanya merusak *packaging* namun juga merusak produk itu sendiri dalam jumlah yang cukup banyak. Tentunya produk ini tidak dapat dipasarkan dan otomatis perusahaan mengalami kerugian.

Untuk memperoleh keuntungan, perusahaan mengambil selisih dari harga jual per lusin pakaian bayi dengan seluruh biaya yang dikeluarkan dengan target memaksimalkan keuntungan. Perusahaan sempat meminimalkan biaya produksi, tetapi justru peroleh keuntungannya mengecil. Hal ini dikarenakan kualitas pakaian bayi yang dihasilkan menjadi menurun, sehingga konsumen beralih ke pakaian bayi merek lain.

Melakukan suatu perencanaan merupakan faktor penentu bagi para manajer untuk menentukan bagaimana yang seharusnya dilakukan untuk menjalankan setiap aktivitas perusahaan dengan lebih baik untuk melihat efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Perencanaan produksi merupakan suatu kegiatan yang mencakup keseluruhan organisasi baik dalam jangka panjang

atau jangka pendek. Oleh karena itu, perencanaan dapat diterapkan dalam kegiatan perusahaan, salah satunya perencanaan produksi.

Perencanaan produksi juga sebagai alat bagi seorang manajer dalam hal pengambilan keputusan. Manajer dalam hal ini memiliki tanggung jawab yang besar kepada para *stakeholders* seperti para pimpinan di atasnya, para pemegang saham, para bawahan dan tentunya juga konsumen. Jika manajer sudah menggunakan alat yang baik untuk membantunya dalam pengambilan keputusan, maka dia bisa mempertanggung jawabkan keputusannya karena keputusan yang dia ambil sudah bersifat rasional atau bisa dijelaskan dengan baik dan juga objektif.

Perencanaan produksi juga merupakan suatu perencanaan penjualan yang akan dilakukan oleh perusahaan, karena sebenarnya dengan perusahaan menentukan perencanaan produksi atau dalam hal ini jumlah yang akan diproduksi, maka sebenarnya jumlah itu adalah jumlah yang diperkirakan perusahaan akan terjadi penjualan yang sebenarnya dan diharapkan tidak akan terjadi *gap* yang terlalu besar antara jumlah yang diproduksi dan jumlah penjualan yang sebenarnya agar perusahaan dapat memaksimalkan keuntungannya.

Perencanaan produksi merupakan suatu proses untuk menentukan jumlah produk yang diproduksi dan menentukan waktu penyelesaian proses produksi yang tepat. Di dalam perencanaan produksi juga terdapat unsur-unsur seperti bahan baku, tenaga kerja dan juga biaya *overhead* pabrik yang perlu diperhatikan oleh manajer sebelum mengambil keputusan. Penyusunan perencanaan produksi memerlukan peramalan dengan menggunakan metode peramalan yang tepat serta faktor-faktor

yang sesuai dengan metode yang diterapkan. Oleh karena itu, manajer produksi terlebih dahulu melakukan peramalan sebelum mengambil keputusan berapa jumlah produk yang akan di produksi.

Peramalan atau *forecasting* merupakan suatu cara untuk menentukan jumlah pada waktu yang akan datang dengan memanfaatkan data pada waktu yang lalu. Apabila perusahaan melakukan peramalan dengan baik, maka kegiatan perusahaan akan menjadi lebih baik. Kegiatan perusahaan yang dimaksud adalah kemampuan perusahaan memanfaatkan faktor-faktor produksi secara efektif dan efisien. Kemudian perusahaan yang melakukan kegiatan peramalan harus menentukan metode-metode peramalan. Selain itu, perencanaan juga digunakan untuk proses pengambilan keputusan dalam hal pemilihan proses, pengembangan, penetapan suatu tindakan dan pemecahan masalah yang kemungkinan terjadi.

Berdasarkan Tabel 1.2, penulis melihat masih adanya masalah dalam peramalan penjualan dan juga perencanaan produksi, dilihat dari adanya *gap* yang lumayan besar antara jumlah produk yang dihasilkan dengan realisasi penjualan di perusahaan. Maka penulis memutuskan untuk meneliti peramalan penjualan pada pakaian bayi baju dan celana, agar kedepannya dapat menentukan perencanaan produksi yang baik dan antara produksi dan realisasi penjualan di perusahaan ini tidak terdapat lagi *gap* yang besar. Berikut ini tabel penjualan Zahdan *Baby Clothes* pada bulan Maret 2017:

Tabel 1.3
Data Penjualan Zahdan *Baby Clothes* pada Bulan Maret 2017 (dalam satuan lusin)

No	Jenis Pakaian	Harga Jual/Lusin	Jumlah Terjual	Total Penjualan
1	Baju Bayi	Rp.80.000,00	3.781	Rp.302.480.000
2	Celana Bayi	Rp.75.000,00	4.388	Rp.329.100.000
	Jumlah	Rp.155.000,00	8.199	Rp.631.580.000

Sumber Data : Zahdan *Baby Clothes*

Data yang dipaparkan penulis diatas merupakan data penjualan selama Bulan Maret 2017 yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Peramalan Penjualan (*Sales Forecast*) Pakaian Bayi Sebagai Dasar Penyusunan Perencanaan Produksi Pada Zahdan *Baby Clothes*”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Dalam sub-bab berikut akan dipaparkan mengenai identifikasi masalah dalam penelitian ini serta rumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis, pemaparan tersebut sebagai berikut :

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas dapat diidentifikasi permasalahan yaitu :

1. Peramalan masih berdasarkan intuisi pemilik.
2. Perencanaan produksi hanya berdasarkan penjualan bulan sebelumnya dan jumlahnya selalu sama.

3. Jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan terlalu banyak.
4. Penentuan jumlah masing-masing produk masih kurang optimal.
5. Masing-masing produk belum memberikan keuntungan yang maksimal.
6. Terjadi produksi yang berlebih dalam setiap bulannya.
7. Penjualan masih banyak tidak mencapai target.
8. Adanya biaya penyimpanan gudang dikarenakan barang yang belum terjual disimpan terlalu lama.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dvan identifikasi masalah diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peramalan penjualan yang dilakukan oleh *Zahdan Baby Clothes*.
2. Bagaimana perencanaan produksi yang dilakukan oleh *Zahdan Baby Clothes*.
3. Bagaimana peramalan penjualan dengan menggunakan metode peramalan kuantitatif pada *Zahdan Baby Clothes*.
4. Bagaimana perencanaan produksi dengan menggunakan strategi perencanaan produksi pada *Zahdan Baby Clothes*.
5. Bagaimana hasil perbandingan keuntungan antara metode yang digunakan *Zahdan Baby Clothes* dengan berbagai strategi perencanaan produksi.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Peramalan penjualan yang dilakukan oleh *Zahdan Baby Clothes*.
2. Perencanaan produksi yang dilakukan oleh *Zahdan Baby Clothes*.
3. Peramalan penjualan dengan menggunakan metode peramalan kuantitatif pada *Zahdan Baby Clothes*.
4. Perencanaan produksi dengan menggunakan berbagai strategi perencanaan produksi pada *Zahdan Baby Clothes*.
5. Hasil perbandingan yang diperoleh antara metode yang digunakan perusahaan dan menggunakan berbagai strategi perencanaan produksi pada *Zahdan Baby Clothes*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dalam sub-bab ini akan dijelaskan mengenai kegunaan dari penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis yang dilakukan di *Zahdan Baby Clothes* sehingga berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan, perusahaan dan masyarakat secara umum. Kegunaan penelitian yang dimaksud tersebut dapat dilihat lebih jelas seperti dibawah ini :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini semoga dapat memberikan pengetahuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang peramalan, dan menjadi lebih mengenal penerapan metode peramalan dalam suatu perusahaan terutama di *Zahdan Baby Clothes* yang baik dan benar.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat bagi pihak yang membutuhkan antara lain :

1. Bagi Penulis

- a. Sebagai ajang untuk mengimplementasikan teori dan ilmu yang diperoleh dari perkuliahan pada dunia kerja.
- b. Memberikan gambaran aktivitas operasional perusahaan secara lebih nyata dan menyeluruh yang otomatis memberikan nilai tambah dan meningkatkan daya saing dalam lingkungan kerja yang saat ini dijalani.
- c. Membuka peluang untuk memperoleh jejaring karir dan kompensasi yang lebih tinggi di perusahaan.
- d. Mengetahui secara langsung proses peramalan penjualan dan perencanaan produksi yang dilakukan oleh *Zahdan Baby Clothes*.
- e. Dapat memahami bagaimana proses produksi pakaian bayi pada *Zahdan Baby Clothes*.

2. Bagi Perusahaan

- a. Dapat memberikan masukan maupun saran bagi pihak perusahaan, serta dapat menjadi pertimbangan untuk menggunakan teori dari penulis mengenai metode peramalan penjualan dan perencanaan produksi sehingga dapat menjadi hal yang bermanfaat di masa yang akan datang.
- b. Sebagai bahan evaluasi terhadap peramalan yang selama ini digunakan oleh perusahaan juga perencanaan produksi yang selama digunakan di *Zahdan Baby Clothes*.

3. Bagi Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung

Penulis berharap hasil penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran dan informasi untuk dijadikan pelengkap kepustakaan di Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan dalam rangka upaya pengembangan keilmuan dan menjadi bahan kajian untuk penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

4. Bagi Peneliti Lain

Dapat dijadikan sebagai referensi penulis lain untuk dapat memahami metode peramalan dan perencanaan produksi dalam suatu perusahaan dan sebagai bahan referensi untuk penyusunan skripsi dan materi dalam perkuliahan.