

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

“*Outdoor Adventure*” merupakan salah satu bidang kegiatan yang sudah memiliki sejarah panjang dalam peradaban manusia. Sehingga sampai saat ini kegiatan penjelajahan atau *Adventure* ini makin digandrungi dari kalangan muda hingga tua. Kegiatan luar ruang atau *outdoor* ini pun harus di tunjang dengan peralatan dan perlengkapan yang khusus dan lebih spesifik. Maka bisnis dalam bidang ini sangat menjanjikan dan terus berkembang. Lebih spesifik lagi dalam kategori tas ransel dengan berbagai macam variasi fungsi, desain, dan material pengembangannya yang telah melahirkan dunianya tersendiri sebagai sebuah industri dan bisnis.

Tas Ransel saat ini telah menjadi bagian dari bisnis “gaya hidup”, Tas Ransel melekat mulai dari dunia penggiat alam terbuka sehari - hari hingga ke medan pertempuran. Tas Ransel ini sama hal-nya dengan dunia militer yang tidak lagi eksklusif. Utamanya industri *fashion* dan perlengkapan *outdoor*, yang tentu saja termasuk tas ransel didalamnya turut mendapatkan dampak positif menjadi sebuah industri dan bisnis yang menjanjikan. Di Tanahair sendiri *trend* dengan gejala serupa sudah mulai tumbuh dan berkembang. Lihat saja saat ini semakin marak komunitas penggiat alam bebas, Munculnya para pengrajin tas rumahan, sampai dengan munculnya generasi baru para pemburu tas ransel dengan kualitas terbaik dengan kapasitas daya beli yang cukup mahal. Adapun mereka saat ini sudah merasa tidak asing lagi dengan harga tas ransel yang di-“bandrol” hingga jutaan rupiah.

Seiring pertumbuhan minat pasar diatas industri Bisnis perlengkapan outdoor mulai tumbuh dan berkembang. Industri ini menjadi semakin kompetitif dengan mulai masuknya importir skala kecil yang mendatangkan produk – produk dengan kualitas terbaik dan bertitel *collectible item* dari manca negara. Di Indonesia sendiri sudah banyak perusahaan outdoor yang mana bisa kita tahu seperti produk Eiger, Consina, Rei, Jayagiri, Alpina-Giant dan masih banyak yang lainnya. Belum juga perusahaan kecil yang semakin hari semakin marak bermunculan untuk ikut bersaing dengan raksasa perusahaan besar. Setiap perusahaan produk *outdoor* memiliki karakternya masing-masing yang khas seperti pemilihan bahan dan model itu menjadi *brand identity* dari perusahaan tersebut,. Dan juga setiap perusahaan outdoor memiliki *market place* tersendiri, untuk kalangan mana dan dari tingkat ekenomi konsumennya. Dan di Indonesia sendiri, perusahaan outdoor yang paling besar adalah perusahaan Eiger, yang mana perusahaan tersebut terbilang sukses memikat para konsumennya dengan model yang bisa digunakan di kegiatan *outdoor* namun tetap *fashionable* dan kualitas terbaik yang mengacu pada *Brand Outdoor International*, seperti The North Face, Columbia, Deuter, Helicon, Salomon, Black yack, Patagonia, dan masih banyak yang lainnya. Eiger juga merupakan perusahaan yang melakukan invasi bisnisnya dengan multi produk yang mana peruntukan produknya pun bermacam – macam, ada yang digunakan jelas untuk kegiatan outdoor, ada yang digunakan untuk kegiatan sehari – hari, ada yang digunakan untuk atlet para penggiat alam bebas.

Oleh karena itu **PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI** sebagai industri peralatan *outdoor* terbesar di Tanahair dengan mencakup industrti

produk, serta memiliki pabrik yang besar dan outlet yang lebih dari 100 tersebar di Indonesia yang dirasa perlu untuk meningkatkan kapasitas manufaktur maupun modernisasi bisnisnya. mengingat pasar yang terus tumbuh dan berkembang baik dari segi bisnis *retail* maupun pemenuhan kebutuhan produksi masal untuk instansi. Dalam hal ini utamanya dunia petualangan atau industri pertahanan di Tanahair yang juga sudah mulai sadar akan kualitas dan penampilan tas ransel sebagai sebuah perlengkapan individual, yang juga sekaligus menjadi indikator performa (*brand identity*) dari individu masing-masing.

Persaingan perekonomian di dunia *Outdoor* saat ini menuntut perusahaan untuk mempersiapkan perencanaan produksi yang tepat dimasa yang akan datang. Perencanaan produksi adalah aktivitas untuk menetapkan produk yang akan diproduksi, jumlah yang dibutuhkan, kapan produk tersebut selesai diproduksi dan faktor-faktor produksi yang dibutuhkan. Fungsi dari perencanaan produksi yaitu sebagai acuan untuk menyusun rencana produksi barang atau jasa, mengarahkan penyusunan dan pelaksanaan jadwal produksi, serta memonitor hasil produksi yang sebenarnya terhadap rencana produksi. Tujuan dari perencanaan produksi adalah untuk meminimalkan biaya atau memaksimalkan laba serta memaksimalkan pemanfaatan pabrik atau mesin secara optimal.

Salah satu keputusan penting dalam perusahaan yang dilakukan oleh manajemen adalah menentukan tingkat produksi barang atau jasa yang perlu disiapkan dimasa yang akan datang. Penentuan tingkat produksi dipengaruhi pula oleh jumlah daya beli masyarakat yang dapat dipenuhi. Jika permintaan pasar dan penjualan lebih rendah dari tingkat penawaran, maka akan mengakibatkan terjadinya pemborosan biaya. Oleh karena itu untuk tercapainya keputusan yang

optimal diperlukan cara yang tepat serta sistematis dan dapat dipertanggung jawabkan dari proses pengambilan keputusan ialah dengan menggunakan metode peramalan (*forecasting*).

Peramalan atau *forecasting* merupakan cara menentukan jumlah pada waktu yang akan datang dengan menggunakan data pada waktu yang lalu. Adapun fakta dilapangan tidak bisa melihat dari satu sudutpandang yang mana hanya melihat dari penjualan waktu lalu saja, melainkan ada beberapa aspek yaitu dari *Brand Identity company, competitor, market place*. Apabila peramalan dilakukan 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 akan terjadi.

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 merupakan suatu proses untuk menentukan jumlah produk yang diproduksi dan menentukan waktu penyelesaian proses produksi

yang tepat. 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.

Tingkat penjualan produk berhubungan dengan masalah permintaan konsumen terhadap produk, daya beli, dan prediksi jumlah produk yang akan terjual, berkaitan dengan hal itu PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI melakukan prediksi mengenai jumlah produk yang akan terjual masih bersifat kualitatif atau belum menggunakan metode ilmiah secara matematis, yakni secara intuisi atau berdasarkan pertimbangan subyektif pemilik.

Peramalan merupakan kebutuhan yang penting untuk mengukur atau menafsirkan keadaan dimasa yang akan datang. Ketepatan estimasi produksi perusahaan sangat diperlukan agar tidak terjadi kesenjangan antara permintaan dengan produksi yang dilakukan. Namun dalam hal ini untuk membuat suatu peramalan yang baik tetap harus memiliki bahan dasar perusahaan untuk melakukan metode ini, yaitu dengan melihat hasil kejadian masa lalu. Dimana dalam hal ini, perusahaan PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI memiliki data produksi dan penjualan dari tahun 2016, agar menjadi acuan untuk membuat perencanaan produksi dan penjualan di tahun yang akan datang, yaitu:

Tabel 1.1
Penjualan Tas Ransel Seri Dyno di PT. EIGERINDO MULTI PRODUK
INDUSTRI dalam kurun waktu sepanjang tahun 2016

| No | Bulan | Tahun 2016 | | | |
|----|----------|-----------------|------------------|---------------------|----------------------|
| | | Jumlah Produksi | Jumlah Penjualan | Omset | Sisa Penjualan (Pcs) |
| 1 | Januari | 5000 | 2600 | Rp 5,070,000,000.00 | 2400 |
| 2 | Februari | 5000 | 2550 | Rp 4,972,500,000.00 | 2450 |

| No | Bulan | Tahun 2016 | | | |
|------------------------|-----------|-----------------|------------------|-----------------------------|----------------------|
| | | Jumlah Produksi | Jumlah Penjualan | Omset | Sisa Penjualan (Pcs) |
| 3 | Maret | 5000 | 3000 | Rp 5,850,000,000.00 | 2000 |
| 4 | April | 5000 | 3700 | Rp 7,215,000,000.00 | 1300 |
| 5 | Mei | 5000 | 3400 | Rp 6,630,000,000.00 | 1600 |
| 6 | Juni | 5000 | 4100 | Rp 7,995,000,000.00 | 900 |
| 7 | Juli | 5000 | 4460 | Rp 8,697,000,000.00 | 540 |
| 8 | Agustus | 5000 | 4800 | Rp 9,360,000,000.00 | 200 |
| 9 | September | 5000 | 4500 | Rp 8,775,000,000.00 | 300 |
| 10 | Oktober | 5000 | 3800 | Rp 7,410,000,000.00 | 1200 |
| 11 | November | 5000 | 4000 | Rp 7,800,000,000.00 | 1000 |
| 12 | Desember | 5000 | 5000 | Rp 9,750,000,000.00 | 0 |
| Total Penjualan | | 60000 | 45910 | Rp 89,524,500,000.00 | 13890 |

Sumber: PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI

Dilihat dari fenomena tersebut, dari hasil data penjualan 2016, penjualan yang dihasilkan cenderung fluktuatif. Dimana peningkatan omset penjualan terbilang tidak signifikan. Hasil dari sisa produksi yang tidak terjual oleh perusahaan maka perusahaan melakukan strategi lain agar produk terjual dengan melakukan diskon hingga 50% dan juga diberikan secara cuma – cuma sebagai hadiah pada saat mengadakan kegiatan lomba atau kegiatan lain. Maka disini perusahaan harus betul betul membuat strategi bisnisnya agar pencapaian penjualan dan strategi penjualan mempengaruhi tingkat perencanaan produksi. Maka dari itu, penulis ingin melakukan penelitian berdasarkan fenomena diatas dengan judul **“PENERAPAN PERAMALAN PENJUALAN (SALES FORECAST) TAS RANSEL (CARRIER) SERI EIGER CLASSIC DYNO 75L SEBAGAI DASAR PENYUSUNAN PERENCANAAN PRODUKSI PADA PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI ”**

1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Dalam sub-sub 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 tas ransel yang dilakukan PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI hanya menggunakan metode kualitatif
2. Perencanaan produksi tas ransel pada PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI hanya berdasarkan penjualan tahun sebelumnya
3. Penentuan jumlah masing-masing produk pada PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI kurang optimal.
4. Penjualan tas ransel banyak yang tidak mencapai target.

1.2.2. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah di atas, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peramalan penjualan yang dilakukan pada PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI .
2. Bagaimana perencanaan produksi yang dilakukan pada PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI .
3. Bagaimana peramalan penjualan dengan menggunakan metode peramalan pada PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI .

4. Bagaimana perencanaan produksi dengan menggunakan strategi perencanaan produksi pada PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI .
5. Seberapa besar perbandingan yang diperoleh menggunakan strategi perencanaan produksi pada PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI dengan perencanaan strategi yang dilakukan oleh peneliti.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Peramalan penjualan yang dilakukan pada PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI .
2. Perencanaan produksi yang dilakukan pada PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI .
3. Peramalan penjualan dengan menggunakan metode peramalan pada PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI .
4. Perencanaan produksi dengan menggunakan strategi perencanaan produksi pada PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI .
5. Besarnya perbandingan yang diperoleh dengan menggunakan strategi perencanaan produksi pada PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI dengan perencanaan strategi yang dilakukan oleh peneliti.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dalam sub-sub bab ini akan dijelaskan mengenai kegunaan dari penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis yang dilakukan di PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI 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 PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI yang baik dan benar.

1.4.2. Kegunaan Praktis

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

1. Bagi Penulis

- 1) Untuk mengetahui secara langsung proses peramalan penjualan dan perencanaan produksi yang dilakukan diperusahaan PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI .
- 2) Dapat memahami bagaimana proses pembuatan tas ransel pada PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI .
- 3) Penelitian ini digunakan oleh penulis sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.

2. Bagi Perusahaan

- 1) Hasil penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat membantu masalah-masalah peramalan penjualan yang dialami oleh PT.

EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI .

- 2) 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 dimasa yang akan datang.

3. 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.