

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan mempunyai keinginan untuk terus hidup dan berkembang, serta harapan agar produknya dapat memenuhi kebutuhan/selera konsumen sehingga produk yang tersedia dapat dijual dengan baik dan meningkat. Namun pada kenyataannya, keinginan dan harapan itu harus diperjuangkan sebab banyak bermunculan perusahaan lain yang saling bersaing. Menghadapi situasi yang demikian, pihak manajer perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan kebutuhan konsumen agar apa yang ditawarkan/dijual nanti dapat mencapai target penjualan sehingga dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

Sebuah perusahaan yang bergerak sebagai distributor produk PT. Sinar Sosro memerlukan jaringan distribusi yang baik agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, karena perusahaan yang didukung jaringan distribusi mampu menjangkau konsumen lebih banyak (banyak pengecernya). Distribusi sebagai salah satu unsur *marketing mix* sangat berpengaruh terhadap perusahaan. Salah satu tujuan akhir yang utama adalah agar konsumen dengan mudah dapat membeli produk perusahaan atau *distribution coverage*.

Dalam upaya mengelola barang dagangan yang merupakan urat nadi usaha eceran yang cabang-cabangnya tersebar, dibutuhkan mobilitas barang dagangan secara sentral dan rumit. *Distribution Requirement Planning* (DRP) mencoba memberikan solusi terhadap masalah yang muncul dalam pengelolaan persediaan pada usaha eceran tersebut.

Persediaan barang dagangan merupakan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan untuk dijual kembali. Bagi perusahaan umumnya, hal ini belum tentu merupakan masalah, lain halnya dengan perusahaan *retail* (eceran). Persediaan barang dagangan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan eceran

Pentingnya pengelolaan persediaan merupakan tuntutan dengan semakin tumbuhnya usaha eceran selaras dengan meningkatnya pendapatan masyarakat. Salah satu tolak ukur yang harus dilakukan dalam sistem distribusi adalah tingkat persediaan, dimana tingkat persediaan yang dilakukan harus mampu memenuhi kebutuhan disetiap pengecer untuk mengurangi resiko terjadinya kehilangan penjualan dan beban bunga yang bertumpuk. Penguasaan manajemen persediaan yang baik akan sangat membantu dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengendalian persediaan pada jalur distribusi (persediaan di gudang pusat, sub distributor maupun di pengecer). Permasalahannya adalah bagaimana perusahaan akan mengalokasikan produk yang dihasilkan untuk didistribusikan kepada konsumen lewat agen atau outlet (pengecer) agar dapat dicapai tingkat efisiensi tinggi yang akan mengurangi biaya dan memenuhi kebutuhan konsumen. Saat ini telah dikembangkan beberapa metode perhitungan persediaan, seperti model *Economic Order Quantity* (EOQ), metode *Fixed Order Quantity* (FOQ), metode *Fixed Order Interval* (FOI), EOQ dengan potongan harga serta *Material Requirement Planning* (MRP) serta aplikasi lain dari MRP yaitu *Distribution Requirement Planning* (DRP) yang digunakan untuk mengendalikan persediaan pada usaha *retail*. Dengan berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bila pendistribusian produk juga memerlukan perencanaan agar permintaan produk pada tiap-tiap mata rantai distribusi dapat terpenuhi.

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan semakin berkembangnya PT. Sasanamaya Tirtamukti dan ketatnya persaingan usaha penjualan di Yogyakarta menuntut tersedianya Fruit Tea Genggam di setiap outlet (pengecer) agar dapat memenuhi konsumen akan Fruit Tea Genggam. Pemenuhan kebutuhan Fruit Tea Genggam di setiap outlet (pengecer) tersebut menuntut perhitungan yang tepat karena terkait dengan modal dan peluang diperolehnya keuntungan, bila Fruit Tea Genggam yang disediakan banyak artinya modal yang ditanamkan juga banyak sedang bila kurang maka akan terjadi kehilangan penjualan.

Sehubungan dengan hal tersebut maka akan diteliti bagaimana seharusnya Fruit Tea Genggam disediakan oleh cabang atau outlet agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen, namun ini bukanlah hal yang mudah karena untuk mengetahui berapa banyak Fruit Tea Genggam harus disediakan berarti harus mengetahui terlebih dahulu berapa banyak kebutuhan Fruit Tea Genggam di setiap outlet atau di distributor itu sendiri. Dalam kesempatan ini digunakan metode *Distribution Requirement Planning (DRP)* yang merupakan metode pengendalian persediaan bagi usaha eceran.

1.3. Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan judul penelitian, yaitu **Perencanaan Kebutuhan Fruit Tea Genggam pada Jaringan Pemasaran dengan Metode *Distribution Requirement Planning (DRP)***, penulis berusaha untuk menganalisa permasalahan sebagai berikut :

1. Berapa banyak target penjualan Fruit Tea Genggam untuk periode mendatang ?
2. Berapa banyak Fruit Tea Genggam yang harus disediakan oleh distributor?
3. Berapa banyak Fruit Tea Genggam harus disediakan di setiap outlet ?
4. Kapan Fruit Tea Genggam harus disediakan ?

1.4. Batasan Masalah dan Asumsi

Penelitian mengenai **Perencanaan Kebutuhan Fruit Tea Genggam pada Jaringan Pemasaran dengan Metode *Distribution Requirement Planning (DRP)*** ini dibatasi oleh beberapa batasan masalah sebagai berikut, yaitu :

1. Penelitian dilakukan di PT. Sasanamaya Tirtamukti (Distributor PT. Sinar Sosro) di Yogyakarta, yang meliputi outlet-outlet di Yogyakarta yang terbagi menjadi 8 wilayah dan penelitian dilakukan pada beberapa jenis produk PT. Sinar Sosro, yaitu Fruit Tea Genggam dengan rasa Apel, Lemon, Strawberry, Jambu dan Orange yang pemasarannya meliputi \pm 5000 outlet yang berada di Yogyakarta dan terbagi dalam 8 wilayah

- a. Outlet-outlet Wilayah Kranggan – Daerah UGM
 - b. Outlet-outlet Wilayah Malioboro – Wates
 - c. Outlet-outlet Wilayah Janti – Kusumanegara
 - d. Outlet-outlet Wilayah Parangtritis – Bantul – Wates Selatan
 - e. Outlet-outlet Wilayah Alun-alun – Krapyak
 - f. Outlet-outlet Wilayah Umbulharjo – Kotagede
 - g. Outlet-outlet Wilayah Gejayan – Babarsari
 - h. Outlet-outlet Wilayah Kaliurang – Prambanan
2. Penelitian dilakukan sebagai usulan untuk menerapkan teknik kebutuhan distribusi pada beberapa jenis produk dari beberapa jenis produk yang ada, yaitu Fruit Tea Genggam dengan rasa Apel, Lemon, Strawberry, Jambu dan Orange.
 3. Aspek utama dalam penentuan persediaan di gudang distributor adalah peramalan penjualan periode mendatang yang datanya diperoleh dari penjualan masing-masing wilayah yang terdiri dari beberapa outlet pada periode sebelumnya, sedangkan aspek kuantitatif dan kualitatif yang tidak tercakup dalam model pemecahan tidak dibahas.
 4. Data-data penjualan didasarkan atas data penjualan Fruit Tea Genggam pada PT. Sasanamaya Tirtamukti untuk periode bulan April 2002 sampai Maret 2003.
 5. Obyek penelitian dilakukan pada jenis produk yang paling banyak terjual, yaitu Fruit Tea Genggam dengan rasa Apel, Lemon, Strawberry, Jambu dan Orange, yang penyalurannya melalui pengecer maupun supermarket.
 6. Data-data yang diambil dianggap cukup random dan representatif.
 7. Bidang yang tidak ada hubungannya dengan bidang di atas dianggap berada di luar bidang penelitian.

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada PT. Sasanamaya Tirtamukti ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui berapa banyak target penjualan Fruit Tea Genggam untuk periode mendatang.
2. Mengetahui berapa banyak Fruit Tea Genggam yang harus disediakan oleh distributor.
3. Mengetahui berapa banyak Fruit Tea Genggam yang harus disediakan di setiap outlet.
4. Mengetahui kapan Fruit Tea Genggam harus disediakan.

1.6. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian di PT. Sasanamaya Tirtamukti, diharapkan mampu :

1. Memberikan sumbangan dan pemikiran terhadap permasalahan yang dihadapi terutama yang berkaitan dengan penentuan kebutuhan produk di setiap outlet ataupun di distributor itu sendiri.
2. Mendapatkan kuantitas pemesanan produk yang paling optimal (ekonomis) untuk memenuhi kebutuhan perusahaan.
3. Meminimalkan biaya persediaan (biaya pesan dan biaya simpan) yang pada akhirnya akan mempengaruhi *margin* keuntungan perusahaan.

1.7. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan tugas akhir ini, sistematika penulisan laporan diberikan secara urut, bab per bab untuk memudahkan pemahaman dan analisa permasalahannya. Dari pokok-pokok permasalahan yang ada dapat dibagi menjadi 7 bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar permasalahan yang dibahas, seperti latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan penjelasan secara terperinci mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan untuk memecahkan masalah, memberikan penjelasan garis besar metode yang digunakan oleh peneliti sebagai kerangka pemecahan masalah.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini merupakan perincian dari metode-metode yang akan digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB IV : DATA HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi hasil penelitian secara terpadu. Hasil penelitian berupa gambaran umum dari perusahaan dan penyajian data-data yang diperoleh dari perusahaan sesuai dengan usulan pemecahan yang digunakan.

BAB V : PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi perhitungan-perhitungan terhadap data-data yang diperoleh dari perusahaan untuk pemecahan masalah.

BAB VI : PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisa yang dilakukan terhadap data-data yang diperoleh dari perusahaan serta hasil perhitungan untuk memecahkan masalah.

BAB VII : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan yang diperoleh dari analisa pemecahan masalah maupun pengumpulan data, serta saran-saran perbaikan bagi perusahaan.