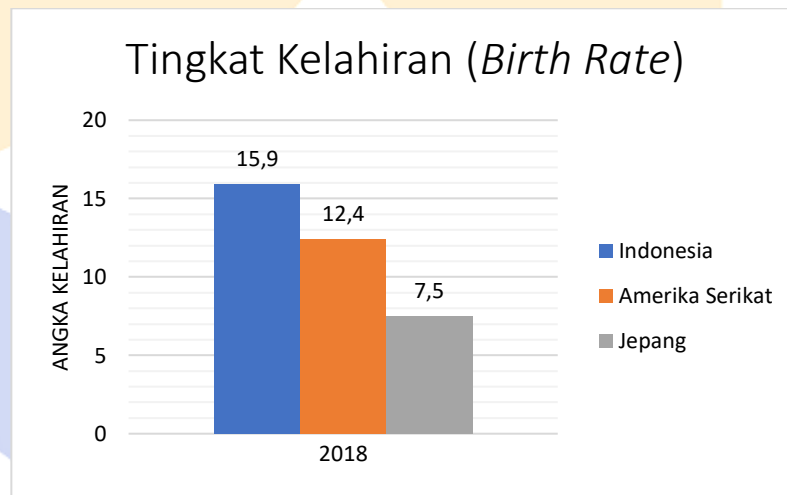


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi sehingga dapat mempengaruhi tingkat konsumsi nasional. Berdasarkan data *Worldometers* di tahun 2020, Indonesia merupakan negara ke – 4 (empat) yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di dunia yaitu dengan jumlah 274 juta jiwa. Hal ini didukung dengan data *Central Intelligence Agency* (CIA) yang diluncurkan pada tahun 2019, bahwa tingkat kelahiran (*birth rate*) Indonesia berada di angka 15,9. Angka ini melebihi tingkat kelahiran Amerika Serikat yang berada pada angka 12,4 serta Jepang dengan angka 7,5.



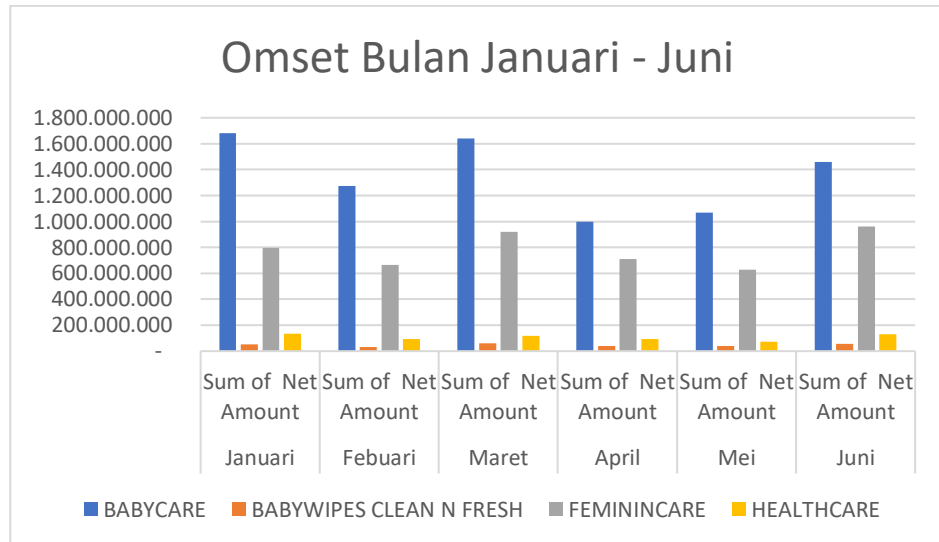
Gambar 1. 1 Tingkat Kelahiran (*Birth Rate*) Dunia Tahun 2019

Sumber Data: *Central Intelligence Agency World Factbook 2019*

Berdasarkan gambar 1.1 dapat diketahui bahwa tingkat kelahiran Indonesia melebihi tingkat kelahiran pada Amerika Serikat dan Jepang. Hal tersebut dapat menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar yang potensial dalam bisnis industri produk perawatan bayi, salah satunya adalah produk popok bayi sekali pakai. Potensi ini juga didukung oleh kecenderungan pola konsumtif dan praktis yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia terutama pada era modernisasi dimana masyarakat cenderung memilih sesuatu yang cepat dan praktis dengan menggunakan popok bayi sekali pakai (Lulu S, 2018). Menurut

Presiden Direktur PT. Unicharm Indonesia Yuji Ishii, Indonesia merupakan pasar yang menjanjikan bagi bisnis industri produk perawatan bayi karena jumlah penduduknya banyak dan didominasi kelas menengah. PT. Unicharm sudah memulai operasi bisnisnya di Indonesia sejak tahun 1997 dan telah mempunyai fasilitas produksi di Karawang dan Surabaya. PT. Unicharm Indonesia merupakan salah satu perusahaan industri popok bayi dengan merek dagang Mamy Poko, selain memproduksi produk popok bayi, perusahaan Jepang tersebut juga memproduksi perawatan wanita dan produk kesehatan. Dalam pemasaran produknya, PT. Unicharm bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan distributor untuk menyalurkan produknya hingga dapat dikonsumsi oleh konsumen.

Pembuat produk akan menjadikan distribusi sebagai penyalur untuk memasarkan produknya agar konsumsi akan produknya dapat meningkat. CV. Sinar Anugrah adalah perusahaan yang bergerak pada bidang distribusi yang berada di Padalarang. CV. Sinar Anugrah mendistribusikan produknya di kabupaten Bandung Barat dan kota madya Cimahi. Sasaran utama dari CV. Sinar Anugrah adalah GT (*General Trade*) yaitu toko tradisional serta MT (*Modern Trade*) yaitu toko *modern* atau toko-toko besar seperti supermarket. Salah satu produk yang didistribusikan oleh CV. Sinar Anugrah adalah produk dari Unicharm yang dikirim langsung dari pabrik Unicharm Indonesia yang berada di Karawang. Produk Unicharm yang didistribusikan oleh CV. Sinar Anugrah dibagi menjadi 4 (empat) kategori produk yaitu produk *Baby care*, *Baby wipes*, *Feminin care*, dan *Health care*. Masing-masing kategori produk tersebut memiliki tingkat penjualan yang berbeda-beda dan tentunya menghasilkan nilai omset yang berbeda-beda.



Gambar 1. 2 Data Omset Bulan Januari – Juni

Sumber: Data perusahaan (telah diolah kembali)

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa pada bulan Januari-Juni 2020, produk kategori *Baby care* memberikan kontribusi omset yang lebih besar dibandingkan dengan kategori produk yang lainnya. Tabel 1.1 di bawah ini menunjukkan total omset dan total barang terjual dari masing-masing kategori produk selama bulan Januari-Juni 2020. Total barang terjual dari paling tinggi hingga paling rendah selama 6 (enam) bulan adalah produk kategori *Baby care*, *Baby wipes*, *Feminin care*, dan *Health care*.

Tabel 1. 1 Total Penjualan Bulan Januari-Juni

Kategori	Total Penjualan (Pcs)	Total Value
<i>BABYCARE</i>	2,359,217	Rp 8,119,936,128
<i>BABYWIPES</i>	20,261	Rp 278,025,096
<i>FEMININCARE</i>	2,990,713	Rp 4,682,425,736
<i>HEALTHCARE</i>	50,158	Rp 639,313,930

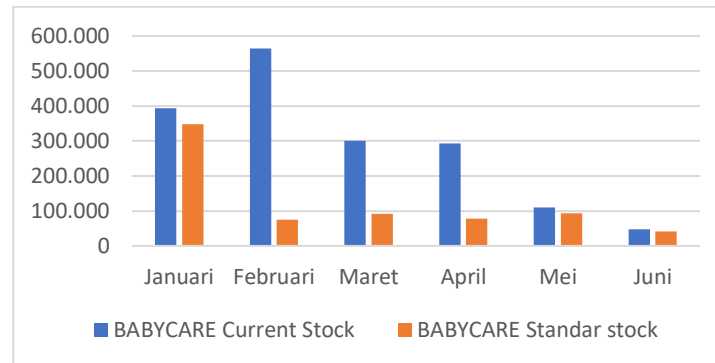
Sumber: Data perusahaan (telah diolah kembali)

Berdasarkan nilai omset, penelitian ini difokuskan pada kategori produk *Baby care* karena kategori tersebut memiliki nilai omset paling tinggi selama 6 (enam) bulan dibandingkan dengan kategori produk lainnya.

Permintaan pelanggan pada CV. Sinar Anugrah selalu berubah-ubah setiap waktunya dan berbeda-beda jumlahnya dari masing-masing kategori produk. Prediksi permintaan pelanggan merupakan masalah yang dapat timbul akibat adanya permintaan yang tidak pasti tersebut. Untuk menghindari terjadinya *stock out* atau permintaan pelanggan yang tidak terpenuhi, CV. Sinar Anugrah membuat kebijakan dalam persediaan dengan melakukan peningkatan ukuran pemesanan ke pihak *principal* dan menentukan jumlah persediaan di gudang CV. Sinar Anugrah. Penentuan jumlah persediaan di CV. Sinar Anugrah hanya berdasarkan rata-rata penjualan dari data penjualan masa lalu, sehingga jumlah persediaan terkadang terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan arus permintaan. Di sisi lain, CV. Sinar Anugrah menentukan jumlah pemesanan barang ke pihak *principal* sesuai dengan perhitungan yang sudah dibuat oleh distributor. Pemesanan barang ke *principal* dilakukan dalam interval waktu pemesanan yang sudah disepakati oleh kedua perusahaan yaitu selama 1 (satu) minggu sekali. Meskipun pemesanan produk ke pihak *principal* sudah tetap yaitu 1 (satu) minggu, namun jumlah barang yang dipesan dapat ditentukan oleh distributor sesuai dengan kebutuhan. Distributor menetapkan jumlah pemesanan barang ke pihak PT. Unicharm dengan melakukan perhitungan rata-rata penjualan per minggu berdasarkan histori data penjualan 3 (tiga) bulan yang lalu. Rata-rata penjualan per minggu akan dikalikan dengan kapasitas *buffer stock* perusahaan yaitu 2 (dua) minggu. *Buffer stock* adalah jumlah ketersediaan barang yang harus ada dalam kurun waktu tertentu, CV. Sinar Anugrah menentukan kapasitas *buffer stock* nya selama 2 (dua) minggu. Kemudian hasil dari perhitungan jumlah *buffer stock* akan ditambah dengan hasil perhitungan dari rata-rata penjualan per minggu yang sudah dikalikan dengan ketentuan *moving stock* yaitu 1 (satu) minggu. *Moving stock* adalah pergerakan barang yang akan keluar dari perusahaan, CV. Sinar Anugrah memiliki *moving stock* 1 (satu) minggu. Hasil dari perhitungan akhir akan menentukan jumlah barang yang harus dipesan oleh distributor.

CV. Sinar Anugrah memiliki batas toleransi *over stock* dan *stock out* di bawah 10% (<10%) dari standar *stock*, namun dalam kondisi sesungguhnya jumlah persediaan produk *Baby care* di akhir bulan pada bulan Januari-Juni

2020 mengalami *over stock* di atas 10% dari standar *stock*. Gambar 1.3 menunjukkan selisih antara *stock* yang tersedia di gudang dengan standar *stock* yang seharusnya ada di gudang pada masing-masing kategori.



Gambar 1. 3 Selisih Standar *Stock* dengan *Current Stock* Produk Kategori *Babycare*

Sumber: Data Perusahaan (telah diolah kembali)

Berdasarkan selisih antara *current stock* dengan standar *stock* yang ditunjukkan pada Gambar 1.3 dapat disimpulkan bahwa persediaan produk *Baby care* mengalami *over stock* dengan presentase sebagai berikut.

Tabel 1. 2 Presentase *Over Stock*

Bulan	Presentase <i>over stock</i>
Januari	12%
Februari	87%
Maret	69%
April	74%
Mei	15%
Juni	15%

Sumber: Data Perusahaan (telah diolah kembali)

Persediaan yang terlalu berlebih atau *over stock* pada CV. Sinar Anugrah menyebabkan aset perusahaan menjadi mengendap atau tidak mengalir. Adapun nilai aset yang mengendap pada bulan Januari – Juni 2020 adalah sebagai berikut.

Tabel 1. 3 Nilai Aset yang Mengendap

Bulan	Nilai Produk
Januari	Rp1,369,652,354.64
Februari	Rp1,717,629,101.38
Maret	Rp1,146,806,386.27
April	Rp1,019,522,774.87
Mei	Rp 674,014,019.53
Juni	Rp 719,138,560.52

Sumber: Data Perusahaan

Selain aset yang mengendap, dampak lain yang dapat diakibatkan dari *overstock* adalah kapasitas barang lain di gudang menjadi berkurang karena terpenuhi oleh barang-barang yang mengalami *over stock*.

CV. Sinar Anugrah sangat ingin memaksimalkan persediaan yang pada gudangnya, namun belum mengetahui aspek mana yang harus ditingkatkan atau diperbaiki. Analisis pengendalian persediaan penting untuk dilakukan oleh CV. Sinar Anugrah saat ini. Pengendalian persediaan yang baik dapat meminimasi biaya yang dibutuhkan untuk proses pengadaan persediaan. Hal yang diatur dalam pengendalian persediaan adalah kuantitas barang persediaan yang disimpan di gudang, kuantitas barang yang akan dipesan dan kapan mulai melakukan pemesanan untuk mengisi stok di gudang (A. Aisyati, 2012). Permasalahan tingginya jumlah *stock* dan kemungkinan kekurangan *stock* pada gudang CV. Sinar Anugrah dapat diminimasi dengan melakukan perencanaan persediaan. Perbaikan manajemen persediaan produk kategori *Baby care* di gudang CV. Sinar Anugrah diperlukan melakukan optimasi periode interval antara waktu pemesanan dan menentukan jumlah persediaan maksimum. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka judul pada penelitian ini adalah **“Analisis Pengendalian Persediaan Produk Unicharm Pada Gudang Distributor CV. Sinar Anugrah, Padalarang Jawa Barat Menggunakan Metode Inventori Probabilistik Model P”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka didapatkan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana cara menentukan alternatif antara waktu pemesanan produk Unicharm yang baik pada distributor CV. Sinar Anugrah?
2. Bagaimana cara menentukan inventori maksimum dalam pengendalian persediaan produk Unicharm agar dapat meningkatkan efisiensi perusahaan?
3. Bagaimana cara meminimasi biaya simpan pada gudang CV. Sinar Anugrah?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengendalian persediaan produk Unicharm pada distributor CV. Sinar Anugrah.
2. Dapat mengetahui alternatif pengendalian persediaan produk Unicharm pada distributor CV. Sinar Anugrah.
3. Dapat meminimasi biaya-biaya pengadaan persediaan pada gudang CV. Sinar Anugrah.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1.4.1 Manfaat Keilmuan

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Sekolah Tinggi Manajemen Logistik Indonesia dalam mengetahui pengendalian persediaan produk Unicharm pada distributor CV. Sinar Anugrah.
2. Sebagai sarana penerapan ilmu logistik yang telah diperoleh di bangku perkuliahan dan implementasinya dalam kehidupan bermasyarakat.

#### 1.4.2 Manfaat Praktisi

1. Mengetahui pengendalian persediaan produk Unicharm pada distributor CV. Sinar Anugrah agar dapat meningkatkan efisiensi pada proses distribusi produk Unicharm.

### 1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada pengendalian persediaan produk Unicharm pada distributor CV. Sinar Anugrah.
2. Obyek penelitian ini hanya berfokus pada produk Unicharm yaitu kategori *Babycare* dengan klasifikasi A.
3. Data yang diambil dari penelitian ini adalah data persediaan dan data permintaan atau penjualan selama bulan Januari-Juni 2020, serta biaya penyimpanan, pemesanan, dan biaya kekurangan barang.

### 1.6 Asumsi Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Permintaan barang bersifat probabilistik dan berdistribusi normal dengan rata-rata ( $D$ ) dan deviasi standar ( $S$ ).
2. Harga barang ( $p$ ) konstan terhadap kuantitas barang yang dipesan dan waktu.
3. Ongkos pesan ( $A$ ) merupakan biaya *purchasing order* dan konstan untuk setiap kali pemesanan yaitu sebesar Rp 25.000,- dan ongkos simpan ( $h$ ) sebesar 20% per unit barang dari biaya penyimpanan.



## 1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, pembahasan dan analisisnya diklasifikasikan secara sistematis ke dalam 6 (enam) bab yaitu:

### 1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, dipaparkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, asumsi penelitian, dan sistematika penelitian.

### 2. BAB II STUDI PUSTAKA

Dalam bab ini dipaparkan berbagai tinjauan pustaka yang mendukung penulisan laporan ini. Berisi dasar-dasar teori mengenai *Supply Chain Management*, Logistik, Distribusi, Gudang, *Diapers*, Persediaan, Sistem Inventori Deterministik, Sistem Inventori Probabilistik, Metode *Continuous Review (Q)*, Metode *Periodic Review (P)*, Peramalan (*Forecasting*), Uji Distribusi Normal, Klasifikasi ABC.

### 3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini dipaparkan mengenai metodologi penelitian apa yang digunakan beserta dengan deskripsi alurnya.

### 4. BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menguraikan profil perusahaan / organisasi / instansi, pengumpulan dan pengolahan data.

### 5. BAB V ANALISIS DATA

Dalam bab ini menguraikan hasil penelitian, mengintegrasikan hasil penelitian ke dalam kumpulan pengetahuan, dan menganalisis hasil penelitian.

### 6. BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran.

### 7. DAFTAR PUSTAKA

Berisi referensi dari berbagai sumber yang digunakan dalam penelitian ini.

### 8. LAMPIRAN

