

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengoperasikan mesin proses untuk mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi yang mempunyai nilai jual. Semua proses dan tahapan yang ada di perusahaan manufaktur dilakukan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang dimiliki masing-masing perusahaan. Dalam kegiatan manufaktur, distribusi memiliki peranan yang penting dalam pendistribusian produk supaya dapat dipasarkan secara merata di setiap wilayah. Jika suatu barang tidak terdistribusi secara merata maka konsumen akan mengalami kesulitan dalam mendapatkan produk tersebut, beberapa perusahaan melakukan pendistribusian ke distributor dan agen supaya produk yang dihasilkan perusahaan dapat terdistribusikan secara merata (Mikael Hang Suryanto, 2016).

Untuk melakukan pendistribusi yang efektif dan efisien ada 3 faktor penting. Faktor pertama adalah wilayah, pemilihan wilayah yang tepat maka akan mempermudah proses pendistribusi produk. Faktor kedua adalah persediaan, persediaan yang telah ditetapkan oleh perusahaan harus dapat memenuhi kuantitas yang akan didistribusikan kepada konsumen. Faktor ketiga adalah transportasi, pemilihan moda transportasi yang tepat adalah hal yang sangat penting dalam melakukan pendistribusian. Selain itu, perlu ditetapkannya perencanaan dan jadwal pengiriman untuk mengatur pendistribusi barang supaya konsumen mudah mendapatkan produk tersebut.

Pada perusahaan manufaktur tidak hanya distribusi yang memiliki peran penting, produksi pun memiliki peranan penting pada perusahaan. Produksi merupakan biaya yang terdiri biaya bahan, biaya overhead pabrik, dan biaya tenaga kerja. Biaya bahan sendiri adalah biaya yang digunakan untuk proses produksi. Produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi karena adanya pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Proses produksi pada

perusahaan tentunya mengeluarkan biaya yang cukup banyak untuk pengolahan bahan baku menjadi bahan jadi (Mulyadi, 2009). Hal tersebut harus selalu diperhatikan oleh perusahaan karena biaya-biaya yang dikeluarkan akan menjadi penentu harga produk saat dijual di pasar.

Untuk memperkenalkan barang supaya dapat diketahui oleh banyak orang, diperlukannya kegiatan promosi. Kegiatan tersebut dilakukan supaya tujuan dari perusahaan dapat tercapai dan itu memerlukan biaya, biaya ini disebut dengan Promosi. Promosi adalah kegiatan yang menginformasikan keunggulan produk serta membujuk sasaran target untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, perusahaan membangun komunikasi dengan sebaik mungkin kepada konsumen serta calon konsumen melalui promosi. Promosi adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan promosinya. Artinya, dengan promosi yang baik maka konsumen maupun calon konsumen dapat lebih mengetahui produk yang dijual oleh perusahaan (Rangkuti, 2009).

Hasil penjualan yang meningkat tentu akan menjadikan perusahaan yang lebih baik untuk ke depannya, karena bagi perusahaan tingkat penjualan yang tinggi akan meningkatkan laba perusahaan. Peningkatan penjualan sangat penting bagi suatu perusahaan untuk kehidupan perusahaan, karena sumber penghasilan utama perusahaan didapatkan dari hasil penjualan yang meningkat (Rika Dwi Yulihartika, 2015). Dalam meningkatkan penjualan bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan, karena banyak perusahaan diluar sana yang berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan penjualan dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan mengadakan potongan harga di waktu tertentu.

Persediaan pun juga memiliki nilai yang cukup tinggi. Persediaan pada sebuah perusahaan mengandung implikasi ada atau tidaknya persediaan. Jika persediaan yang tersedia cukup besar, maka dampak biaya yang dibutuhkan untuk menjaga keberadaan persediaan juga cukup besar (Dewi Lestari, 2019). Sebaliknya jika persediaan tidak tersedia, maka implikasi ke proses produksi dan

penjualan akan menjadi terganggu. Persediaan barang merupakan kunci utama pada perusahaan karena persediaan merupakan kebutuhan primer jika terjadi masalah dalam persediaan, maka akan terganggu pula semua kegiatan operasional perusahaan.

Pada tahun 2020, Pemerintah Indonesia menyatakan COVID-19 sebagai bencana nasional dan Pemerintah telah menetapkan beberapa langkah mitigasi. Kebijakan yang diambil adalah melakukan pembatasan social dan bekerja, belajar, beribadah dari rumah untuk mengurangi potensi penyebaran penyakit yang dianggap sangat mudah menular ini. Interpretasi dari strategi tersebut mau tidak mau mempengaruhi sektor transportasi karena berkaitan dengan berkurangnya mobilitas masyarakat. Dampak lain dari praktik pembatasan sosial adalah lonjakan permintaan akan barang-barang kebutuhan pokok. Hal ini bisa terjadi karena adanya pembatasan kegiatan perdagangan, berkurangnya sumber daya manusia karena tertular COVID-19, maupun penutupan atau pengurangan jam operasi fasilitas pendistribusian barang seperti pelabuhan, bandara, dan terminal.

Secara garis besar, kebijakan transportasi dalam masa pandemi COVID-19 di Indonesia harus tetap berpegang pada dua prinsip: efektivitas pembatasan sosial dan kepastian kelangsungan distribusi barang-barang terutama kebutuhan pokok. Pada akhirnya, kebijakan-kebijakan transportasi hanyalah sebagian dari strategi nasional dalam menghadapi bencana pandemi COVID-19 dan harus bersinergi dengan sektor lain. Selain itu, pemerintah juga harus menjamin bahwa produksi maupun impor bahan dan komoditas pokok bagi masyarakat saat pandemi dapat terus berlangsung sebagaimana kegiatan penimbunan persediaan di gudang untuk menjamin pasokan barang tetap terjaga.

Persediaan di PT.Hitachi Astemo Bekasi Manufacturing mengalami peningkatan dalam beberapa dekade. Tetapi, selama tahun 2020 persediaan mengalami penurunan, dikarenakan situasi pandemi covid-19 yang dimana semua dibatasi. Seperti distribusi, promosi, dan produksi hingga penjualan

dikurangi untuk menghindari terjadinya kerugian yang cukup besar. Distribusi sendiri adalah proses kegiatan yang memiliki peran penting untuk menyalurkan hasil dari produksi, promosi adalah kegiatan untuk mempromosikan barang untuk meningkatkan penjualan, penjualan meningkat maka produksi barang yang dibuat harus juga meningkat sehingga stok persediaan harus dapat terpenuhi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, saya akan menganalisis pengaruh distribusi, promosi, dan produksi terhadap persediaan melalui penjualan dimasa sebelum dan saat pandemi di PT. Hitachi Astemo Bekasi Manufacturing.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

Bagaimana pengaruh pengaruh distribusi, promosi, dan produksi terhadap persediaan melalui penjualan dimasa sebelum dan saat pandemi di PT. Hitachi Astemo Bekasi Manufacturing?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk melihat bagaimana pengaruh distribusi, promosi, dan produksi terhadap persediaan melalui penjualan dimasa sebelum dan saat pandemi di PT. Hitachi Astemo Bekasi Manufacturing.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Teoritis

Sebagai sarana dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan serta menguji tingkat pemahaman tentang teori yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan. Memiliki bekal ilmu terhadap perhitungan biaya yang berpengaruh terhadap persediaan melalui penjualan barang pada perusahaan. Serta meningkatkan dan menambah wawasan terhadap penelitian dan penulisan laporan tugas akhir.

2. Praktis

Mengetahui bagaimana pengaruh distribusi, promosi, dan produksi terhadap persediaan melalui penjualan dimasa sebelum dan saat pandemi di PT. Hitachi Astemo Bekasi Manufacturing dengan menggunakan metode path analysis dan pengaplikasian menggunakan *software IBM SPSS Statistics*.

3. Bagi PT. Hitachi Astemo Bekasi Manufacturing

Penelitian ini dapat dijadikan salah satu referensi oleh perusahaan dalam mengetahui bagaimana pengaruh distribusi, promosi, dan produksi terhadap persediaan melalui penjualan dimasa sebelum dan saat pandemi untuk tetap menstabilkan penjualan sehingga laba dapat tercapai sesuai target dan menghindari kerugian karena pandemi.

4. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk bahan ajar ataupun referensi bahan yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, dapat dijadikan sebagai aset ilmu pengetahuan di perpustakaan STIMLOG.

5. Bagi Masyarakat

Untuk masyarakat luas, penelitian ini dapat sebagai referensi dalam mengetahui pengaruh distribusi, promosi, dan produksi terhadap persediaan melalui penjualan di perusahaan dengan metode path analysis, kemudian dapat menambah referensi untuk memecah masalah yang sama dengan penelitian ini.

1.5. Batasan Penelitian

Bedasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian yang dijelaskan, maka diperlukan batasan penelitian. Agar masalah yang ada dalam penelitian ini tidak melebar ke masalah lain, adapun batasan penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada salah satu perusahaan manufacturing di Kota Bekasi yaitu PT. Hitachi Astemo Bekasi Manufacturing.
2. Data yang digunakan adalah distribusi, promosi, produksi, penjualan, dan persediaan barang di PT. Hitachi Astemo Bekasi Manufacturing pada tahun 2019 - 2020.
3. Metode yang digunakan ialah metode path analysis atau analisis jalur dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS.

4. Hanya menghitung pengaruh distribusi, promosi, dan produksi terhadap persediaan melalui penjualan.
5. Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan dari hasil meminta langsung ke perusahaan PT. Hitachi Astemo Bekasi Manufacturing.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara garis besar terkait pembahasan dalam laporan tugas akhir, sehingga penulisan laporan tugas akhir ini dapat fokus dengan tujuan yang ingin dicapai. Serta sistematika penyusunan ini dapat memudahkan pembaca untuk melihat pembahasan penelitian, adapun sistematika dalam penulisan laporan tugas akhir sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang yang terkait dengan sektor perusahaan manufacturing dan faktor distribusi, promosi, produksi yang mempengaruhi penjualan dan persediaan serta uraian permasalahan pengaruh distribusi, promosi, dan produksi terhadap persediaan melalui penjualan. Selain itu berisi juga rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori – teori mengenai topic dari penelitian yang relevan dari permasalahan yang akan dibahas seperti biaya, struktur biaya, penjualan, distribusi, promosi, produksi, persediaan, path analysis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengatasi atau menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini dengan gambaran / *flowchart* pemecah masalah penelitian.

BAB IV PENGUMPLAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum tempat penelitian yang berlokasi di Bekasi, pengumpulan data dilakukan dengan secara online melalui email kepada

manajer PT. Hitachi Astemo Bekasi Manufacturing. Pengolahan data yang dilakukan untuk memecahkan masalah pengaruh distribusi, promosi, produksi terhadap persediaan melalui penjualan.

BAB V ANALISIS

Bab ini berisi mengenai analisa dan pembahasan yang telah dilakukan dengan tujuan untuk melihat hubungan dan pengaruh distribusi, promosi, dan produksi terhadap persediaan melalui penjualan dimasa sebelum dan saat pandemi di PT. Hitachi Astemo Bekasi Manufacturing sehingga hasil tersebut dapat digunakan untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari penulis yang diambil dari pembahasan yang telah dilakukan, serta adanya saran yang diberikan penulis untuk dijadikan sebagai referensi penelitian selanjutnya.