

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

PT. XYZ adalah perusahaan distributor independen yang terfokus di Indonesia bagian timur. Didirikan oleh *Hady Karyono*, perusahaan berkembang pesat dan pada tahun 1988 dengan memulai distribusi produk konsumtif. Didorong oleh pertumbuhan yang cepat dari divisi distribusi produk konsumtif, Sampai sekarang mendistribusikan berbagai macam produk konsumtif termasuk perawatan pribadi & kebersihan, makanan dan minuman. Prinsipal dari PT. XYZ adalah pemimpin pasar dalam segmennya masing-masing dan mencakup perusahaan multinasional serta perusahaan berkembang.

Perusahaan ini juga mengatur atau mendistribusikan sarana untuk media iklan (material iklan) dari produk yang disebarakan ke *retailer* di Jawa dan Bali. Semua media sarana prasarana untuk material iklan dikenal sebagai *Point Of Sales Material* (POSM). Dalam perusahaan PT. XYZ beberapa yang digunakan produknya terbagi menjadi beberapa jenis POSM, dalam pemakaiannya di *retailer* yaitu :

1. *Hanger*



Gambar 1 *Hanger*

Hanger adalah POSM (material iklan) dalam perusahaan digunakan untuk *display* produk yang dalam bentuk renceng. Dalam posisi *display hanger* biasanya diletak pada *fronttade* (bagian depan *retailer*). Ditempat

fronttade untuk lebih mengetahui *retailer* tersebut juga menjual suatu produknya.

2. *Window hanger*



Gambar 2 *Window Hanger*

Window Hanger adalah POSM (material iklan) dalam perusahaan digunakan untuk *display* produk yang dalam bentuk renceng. Dalam posisi *display window hanger* biasanya diletak pada bagian samping toko yang sudah adanya *display* dari pihak produk lain dan *window hanger* ini bisa dibuka dan ditutup seperti pintu . Ditempat dibagian samping untuk lebih mengetahui *retailer* tersebut juga menjual suatu produknya.

3. Lampion



Gambar 3 Lampion

Lampion adalah POSM (material iklan) dalam perusahaan digunakan untuk *display* produk yang dalam bentuk renceng. Dalam posisi *display lampion* biasanya diletak pada suatu *retailer* yang sudah adanya *display* dari pihak produk lain dan lampion ini bisa dipasang pada tempat

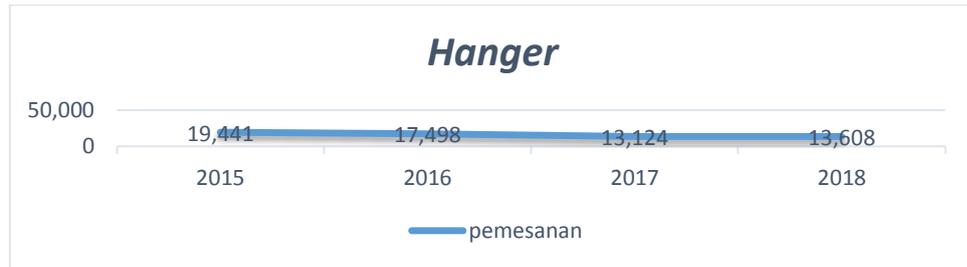
manapun saat keadaan *space retailer* tidak memadai untuk lebih mengetahui *retailer* tersebut juga menjual suatu produknya.

Sebagai pendistribusian POSM (material iklan) PT. XYZ memiliki kesulitan dalam menentukan setiap item atau setiap barang POSM yang dipesan sehingga terjadi *over stock*. Berdasarkan data 4 tahun terakhir ini adanya naik dan turun pemesanan disebabkan oleh suatu yang tidak diketahui dari pihak pemesanan POSM (material iklan) pihak PT. XYZ. Karena dari pihak pemesanan POSM (material iklan) hanya mengetahui jumlah toko (kebutuhan POSM sendiri).

Maka apa yang dibutuhkan dari pemesan POSM (material iklan) untuk mengetahui terjadinya *over stock* dengan beberapa faktor-faktor yang membuat POSM (material iklan) sendiri tidak *terdisplay* (terpakai) karena kurangnya ruang untuk pemasangan POSM (material iklan), pemberian uang kontrak yang lebih kecil dibanding kompetitor, target pembelian yang terlalu banyak dari bentuk uang atau macam produk (merek) juga. Kondisi ini mengakibatkan terjadinya ketidak terpakainya (*over stock*) POSM (material iklan) yang besar maka diperlukan pengendalian pemesanan persediaan yang maksimal untuk memenuhi kebutuhan POSM (material iklan) dalam perusahaan sendiri.

Metode Economic Order Quantity (EOQ) adalah tingkat persediaan yang meminimalkan total biaya menyimpan persediaan dan biaya pemesanan. Ini adalah salah satu model tertua penjadwalan produksi klasik. Kerangka kerja yang digunakan untuk menentukan kuantitas pesanan ini juga dikenal sebagai Wilson EOQ Model atau Wilson Formula. Model ini dikembangkan oleh FW Harris pada tahun 1913. Dengan adanya EOQ maka PT. XYZ akan semakin terbantu dan memahami mengenai berapa jumlah persediaan yang tepat untuk dibeli sehingga meminimalkan angka persediaan sehingga dengan semakin kecilnya persediaan akan semakin memperkecil juga kerugian yang muncul dari terjadinya *over stock* di PT. XYZ karena untuk pemesanan ditambah 5% dari kebutuhan POSM.

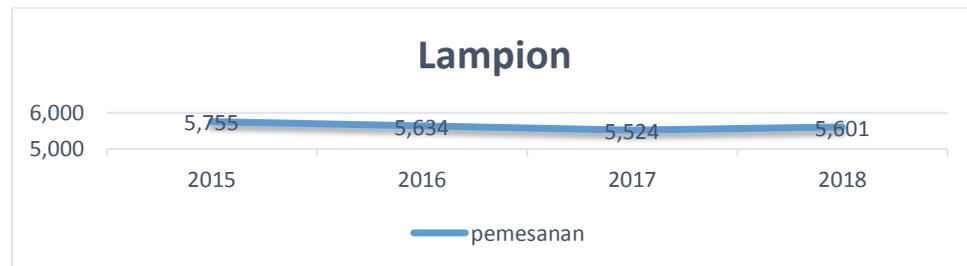
Dalam penelitian ini saya akan menerapkan metode EOQ sebagai upaya menurangi *over stock* pada POSM (material iklan) untuk mengurangi biaya persediaan POSM, yang dapat merugikan perusahaan dalam hal persediaan POSM. Data yang dibutuhkan dalam pengendalian persediaan POSM (material iklan) adalah jumlah kebutuhan, *lead time*, *safety stock* dan untuk *lead time* adalah 1 bulan dari pemesanan.



Gambar 4 Data Pemesanan *Hanger*



Gambar 5 Data Pemesanan *Window Hanger*



Gambar 6 Data Pemesanan *Lampion*

Dari data ini akan tahu perbandingan penggunaan metode EOQ apa bisa diterapkan untuk persediaan dalam POSM (material iklan) di PT. XYZ dan apa saja kelebihan dari *Economic Order Quantity* (EOQ).

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah kali ini mengacu pada hal sebagai berikut :

1. Berapa jumlah pembelian optimal yang ekonomis dalam POSM (material iklan) ?
2. Berapa *safety stock* POSM (material iklan) untuk kebutuhan mendadak ?
3. Berapa titik *reorder point* untuk POSM (material iklan) ?
4. Berapa *total inventory cost* setelah menggunakan metode EOQ ?

C. Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan

Analisis kali ini bertujuan agar POSM (material iklan) di perusahaan PT. XYZ :

- a. Untuk menentukan kebutuhan POSM (material iklan) yang sesuai diorder dari *vendor*.
- b. Untuk mengetahui berapa jumlah *safety stock* yang dibutuhkan saat keadaan mendadak.
- c. Untuk penyediaan POSM (material iklan) yang tepat waktu dibutuhkan.
- d. Untuk mengetahui *total inventory cost* dalam pemesanan.

2. Manfaat

Manfaat dari analisis POSM (material iklan) di perusahaan PT. XYZ :

- a. Untuk mendapatkan kebutuhan POSM (material iklan) sesuai diorder dari *vendor* dengan tepat.
- b. Untuk menghindari terjadinya tidak adanya POSM (material iklan) saat kebutuhan karena ke tidak tersediaan *safety stock* POSM.
- c. Untuk menghindari terjadinya tidak adanya POSM (material iklan) saat kebutuhan.
- d. Untuk mendapatkan berapa *total inventory cost* yang akan digunakan untuk pengadaan POSM (material iklan) dari seluruhnya.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, POSM (material iklan) sangat lah penting untuk mendukung promosi (media iklan) dan untuk menarik pelanggan ke produk tersebut unuk melakukan pembelian produk tersebut. Maka dari itu sangat penting adanya POSM (material iklan), tetapi untuk POSM (material iklan) sangat banyak yang tidak digunakan akan karena suatu sebab masalah tersebut tetapi display masih berjalan pada bulan itu juga.

Dari pembelian POSM (material iklan) maka ada biaya dalam pengadaan POSM (material iklan) tapi tak maksimal dengan penggunaannya maka akan dapat merugikan perusahaan juga jika sudah melakukan pembelian. Maka dalam kali ini akan dihitung secara efisien dalam kebutuhan yang seharusnya dan agar sesuai dengan kebutuhan bahkan tidak terlalu banyak biaya yang tak terpakai untuk pembelian POSM (material iklan).