

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Dunia telah memasuki era globalisasi, dimana terjadi suatu proses antar individu, antar kelompok, dan antar negara saling berinteraksi, bergantung, terkait, dan mempengaruhi satu sama lain yang melintasi batas negara. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat sehingga menyebabkan semakin tipisnya batasan-batasan antarnegara dalam bekerja sama. Dengan adanya globalisasi, pasar internasional menjadi terbuka sehingga muncullah persaingan yang ketat dalam maupun luar negeri.

Agar dapat bersaing dengan produk luar negeri dan produk lokal lainnya maka perusahaan harus memberikan kualitas terbaik dalam produk mereka untuk memenuhi keinginan para konsumen. Dalam era globalisasi ini, perusahaan dapat memanfaatkan banyak peluang untuk melakukan bisnis, namun di sisi lain bekerja keras pun sangat diperlukan bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan yang ketat dalam era globalisasi.

Kemampuan perusahaan untuk mengelola perusahaan, menganalisis pasar, mendapatkan peluang yang ada, membuat strategi pemasaran, serta memanfaatkan sumber daya, diperlukan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat memenuhi kepuasan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen tetap

menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan secara berkesinambungan.

Setiap pengelolaan di dalam perusahaan memiliki empat fungsi yang saling berkaitan satu sama lain untuk dapat bertahan dalam persaingan. Fungsi-fungsi tersebut diantaranya yaitu fungsi operasi (*operation*), fungsi pemasaran (*marketing*), fungsi keuangan (*financial*), dan fungsi sumber daya manusia (*human resource*).

Fungsi operasi berperan penting dalam perusahaan karena fungsi tersebut terkait dengan pengelolaan input yang ditransformasikan menjadi output, dimana output tersebut akan digunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Fungsi operasi diantaranya mencakup penyusunan perencanaan produksi. Perencanaan produksi merupakan suatu aktivitas untuk menetapkan produk yang akan diproduksi, waktu berproduksi, sumber daya yang dibutuhkan dan jumlah produk yang harus dihasilkan.

Dasar untuk melakukan perencanaan produksi adalah dengan data historis penjualan. Perencanaan produksi dilakukan agar perusahaan dapat mengetahui seberapa besar jumlah produk yang harus dihasilkan agar tidak terjadi kekurangan atau kelebihan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Ada beberapa jenis perencanaan produksi, salah satunya adalah perencanaan agregat. Perencanaan agregat merupakan perencanaan untuk jangka menengah, yaitu tiga sampai delapan belas bulan ke depan untuk menghadapi permintaan yang fluktuatif. Perencanaan agregat akan menunjukkan tingkat produksi, jumlah kebutuhan tenaga kerja, dan persediaan yang dihitung berdasarkan estimasi permintaan dan kapasitas

perusahaan, dengan demikian hasil dari perencanaan agregat akan berupa keputusan yang berkaitan dengan lembur, perekrutan tenaga kerja, pemberhentian tenaga kerja sementara, dan tingkat persediaan.

PT. XYZ adalah perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang membuat aneka ragam bentuk produk yang berbahan dasar biji plastik. Produk yang dihasilkan PT. XYZ yang utama berupa gulungan benang, namun tidak menutup kemungkinan perusahaan membuat produk lain sesuai dengan pesanan dari konsumen. Permintaan dari konsumen terhadap produk PT. XYZ merupakan permintaan yang mengalami fluktuasi.

Dengan demikian sudah selayaknya apabila dilakukan penelitian di PT. XYZ dan kemudian hasilnya dilaporkan dalam bentuk tulisan atau karya ilmiah (skripsi) dengan judul “ *Analisis Perencanaan Agregat untuk Meminimalisasi Biaya Produksi pada PT. XYZ*”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Selama ini PT. XYZ menghadapi permintaan dari konsumen yang fluktuatif. Hal ini dapat ditunjukkan oleh data historis penjualan PT. XYZ pada tahun 2009 sampai Februari 2011. Data tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Data penjualan PT. XYZ**  
**Periode Januari 2009 – Februari 2011**

<b>Tahun</b>	<b>Bulan</b>	<b>Penjualan</b>
Tahun 2009	Januari	741.166 unit
	Februari	802.450 unit
	Maret	492.809 unit
	April	546.934 unit
	Mei	665.850 unit
	Juni	491.289 unit
	Juli	513.778 unit
	Agustus	483.710 unit
	September	534.050 unit
	Oktober	577.786 unit
	November	552.826 unit
	Desember	408.103 unit
Tahun 2010	Januari	473.344 unit
	Februari	642.440 unit
	Maret	908.550 unit
	April	539.500 unit
	Mei	683.570 unit
	Juni	600.800 unit
	Juli	686.080 unit
	Agustus	599.720 unit
	September	406.720 unit
	Oktober	567.260 unit
	November	634.580 unit
	Desember	582.233 unit
Tahun 2011	Januari	644.750 unit
	Februari	432.570 unit

*Sumber: Bagian Administrasi Perusahaan PT. XYZ*

Dari tabel data penjualan diatas dapat digambarkan dalam bentuk grafik sebagai berikut:



Berdasarkan pokok bahasan tersebut, maka masalah yang dihadapi dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perencanaan produksi di PT. XYZ yang diberlakukan selama ini?
2. Apabila perencanaan agregat diterapkan, strategi manakah yang sebaiknya diterapkan di PT. XYZ?
3. Berapa biaya produksi yang harus ditanggung oleh PT. XYZ bila menggunakan strategi agregat?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan pada PT. XYZ adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana perencanaan produksi di PT. XYZ yang diberlakukan selama ini.
2. Untuk mengetahui strategi perencanaan agregat mana yang sebaiknya diterapkan PT. XYZ bila melakukan perencanaan agregat.
3. Untuk mengetahui biaya produksi yang harus ditanggung oleh PT. XYZ bila menggunakan strategi agregat.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi PT. XYZ

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengambilan keputusan dalam menghadapi masalah yang berkaitan dengan perencanaan produksi.

2. Bagi Lingkungan Universitas Kristen Maranatha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan berguna untuk penelitian selanjutnya, dan sebagai referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dalam bidang kajian yang serupa.

3. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan teori yang sudah dipelajari dan mempraktikkan di lapangan.