

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan kebutuhan masyarakat dalam berbagai aspek mendorong para pelaku usaha untuk meningkatkan upaya mereka pada pemenuhan kebutuhan tersebut. Perkembangan bisnis yang berupaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut mengakibatkan munculnya persaingan pada setiap industri untuk berlomba memenuhi kebutuhan di masyarakat.

Salah satu bidang industri yang mengalami persaingan ketat adalah industri manufaktur khususnya pada bidang dunia percetakan. Kebutuhan masyarakat akan perusahaan percetakan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan promosi yang dilakukan oleh para pengusaha, memberikan informasi acara yang berupa kartu undangan ataupun penyebaran brosur pada kegiatan kampanye. Kegiatan diatas mengakibatkan bisnis percetakan mulai berkembang dan tentunya berdampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat akan mendorong persaingan yang ketat antar perusahaan lama dan juga diikuti dengan munculnya pendatang baru dalam berbagai sektor bisnis yang tidak hanya dari dalam negeri, melainkan dari asing. Salah satu cara untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain adalah meningkatkan kecepatan dalam produksi. Oleh karena itu, industri manufaktur sekarang ini harus mempunyai perencanaan fasilitas dalam tata letak yang efektif, sehingga dapat meminimalkan waktu dalam proses produksi.

Industri-industri yang ada sekarang ini, terdapat beberapa industri yang lebih menonjol dan dikategorikan ke dalam industri kreatif. Industri Kreatif merupakan kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang masing-masing memiliki keterkaitan dalam proses pengeksploitasian ide atau kekayaan intelektual (*intellectual property*) menjadi nilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. (<http://arifh.blogdetik.com/ekonomi-kreatif/industri-kreatif/>). Berdasarkan hasil studi, negara Inggris mengelompokkan Industri Kreatifnya dalam 13 sektor (*Advertising; Architecture; Art & Antiques Markets; Craft; Design; Designer Fashion; Film & Video; Interactive Leisure Software; Music; Performing Arts; Publishing; Software & Computer Services; Television and Radio*). Mengadopsi pengklasifikasian tersebut dan didasari dengan beberapa pertimbangan, maka Indonesia mengelompokkan Industri Kreatifnya ke dalam 14 kelompok industri (subsektor), berupa: 1. Fesyen (*fashion*), 2. Kerajinan, 3. Periklanan, 4. Televisi dan radio, 5. Arsitektur, 6. Musik, 7. Penerbitan dan percetakan, 8. Desain, 9. Film, video dan fotografi, 10. Layanan komputer dan piranti lunak, 11. Pasar barang seni, 12. Permainan interaktif, 13. Riset dan pengembangan, 14. Seni pertunjukan.

Departemen Perdagangan RI telah memetakan 14 sektor industri kreatif yang salah satunya merupakan industri penerbit dan percetakan. Menteri Perdagangan mengatakan bahwa sektor industri kreatif telah menyumbangkan sekitar 4,75% pada PDB 2006 (sekitar Rp 170 triliun) dan 7% dari total ekspor pada 2006. Pertumbuhan ekonomi kreatif juga telah mencapai 7,3% pada 2006 atau lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,6%. Sektor ekonomi ini juga mampu menyerap sekitar 3,7 juta tenaga kerja setara 4,7% total penyerapan tenaga kerja baru.

Berdasarkan 14 sektor ini, penerbitan dan percetakan merupakan kontributor ke tujuh setelah fesyen (*fashion*), kerajinan, periklanan, televisi dan radio, arsitektur dan musik. Industri percetakan juga merupakan sektor industri nonmigas dalam kategori kertas dan barang cetakan (Togar M. Simatupang, 2008). Salah satu industri percetakan yang terdapat di Bandung adalah PT. Rumah Kreasi Utama.

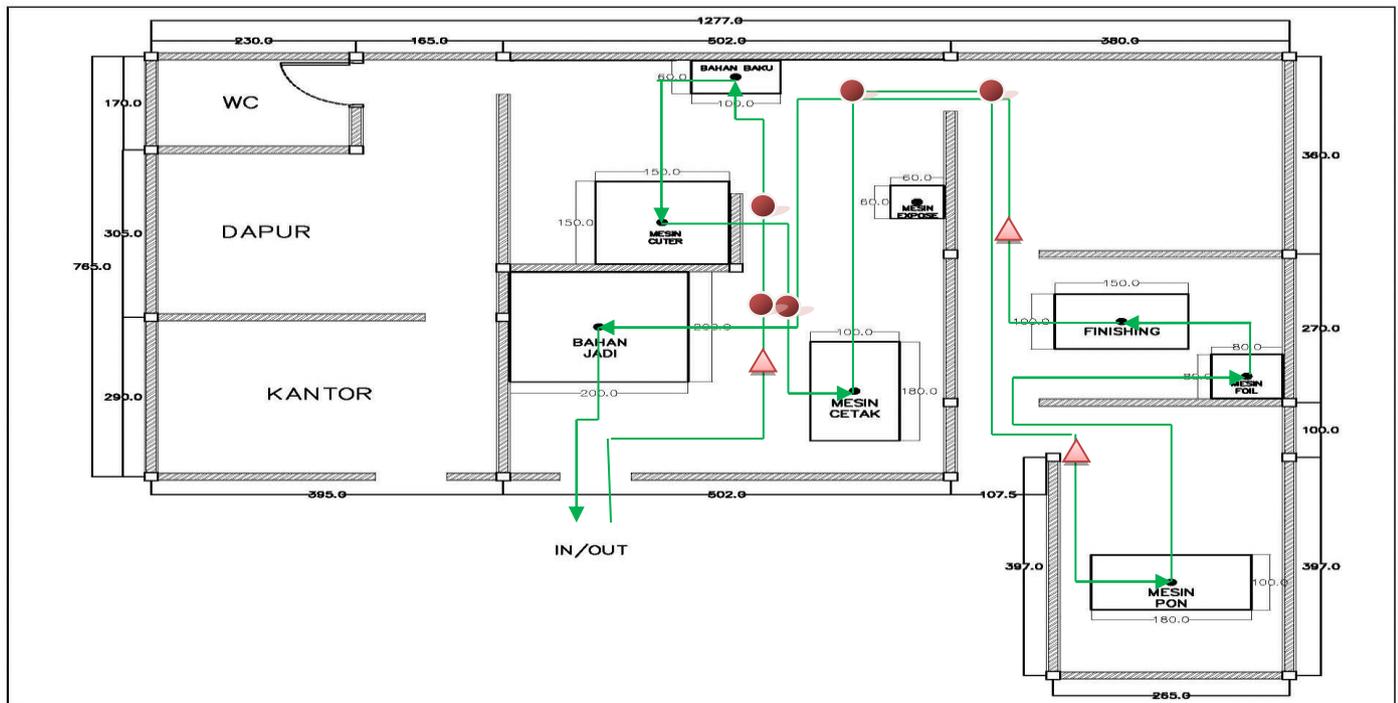
PT. Rumah Kreasi Utama adalah perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dengan konsentrasi di Bandung. Perusahaan ini memproduksi brosur, kartu undangan, faktur, box makanan, name tag (*label tag*), dan lain-lain. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik PT. Rumah Kreasi Utama, maka dapat diketahui masalah-masalah yang menghambat proses produksi pada perusahaan ini. Salah satu masalah yang paling fatal adalah tata letak (*layout*) yang kurang efektif di mana banyak terjadi proses bolak balik pada saat melakukan proses produksi, sehingga mengakibatkan proses produksi menjadi lebih lama. Tata letak (*layout*) merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting dari proses kelancaran produksi, mulai dari bahan baku menjadi barang jadi. Tata letak yang efektif itu harus didukung oleh pemindahan proses yang lancar (tidak bolak balik), minimasi jarak, dan hubungan keterkaitan antar mesin.

Berdasarkan uraian di atas, perusahaan tersebut memerlukan penelitian untuk membuat perencanaan tata letak fasilitas yang lebih tepat untuk memperlancar proses produksi. Oleh karena itu, dengan tujuan untuk mengatasi permasalahan yang terdapat pada perusahaan tersebut, peneliti memberi judul pada skripsi penelitian ini yaitu “**Analisis Tata Letak Dalam Meminimumkan Jarak Perpindahan Barang pada PT. Rumah Kreasi Utama**”.

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

Tata letak PT. Rumah Kreasi Utama diatur oleh *owner* berdasarkan area yang tersedia, mesin, fasilitas, dan bahan baku. Hal tersebut masih belum efisien karena pada saat produksi sering terjadi bolak balik ke ruangan yang lain dan juga terdapat banyak *cross movement*, berikut adalah denah pabrik PT. Rumah Kreasi Utama pada saat ini:

Gambar 1.1 Flow Diagram Pabrik PT. Rumah Kreasi Utama



Sumber: PT. Rumah Kreasi Utama

Keterangan:

 = Proses Produksi

 = panjang jarak perpindahan

 = *Cross Movement*

Berdasarkan uraian di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan tata letak PT. Rumah Kreasi Utama pada saat ini?
2. Bagaimana perencanaan tata letak yang alternatif bagi PT. Rumah Kreasi Utama dalam meminimumkan jarak perpindahan barang?

Peneliti juga mempunyai batasan masalah dalam penelitian di PT. Rumah Kreasi Utama ini, yaitu penelitian dilakukan pada kegiatan produksi kartu undangan yang dihasilkan pada PT. Rumah Kreasi Utama. Hal ini disebabkan oleh kartu undangan merupakan produk yang sering dipesan dan diproduksi oleh perusahaan ini.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, tujuan peneliti melakukan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana perencanaan tata letak PT. Rumah Kreasi Utama pada saat ini.
2. Untuk merancang tata letak alternatif bagi PT. Rumah Kreasi Utama untuk meminimalkan jarak perpindahan barang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak, adapun sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan (PT. RumahKreasiUtama)

- Memberikan informasi bahwa terjadi masalah dalam perencanaan tata letak pabrik.
- Memberikan solusi bagi perusahaan dalam meminimalkan jarak perpindahan barang.
- Sebagai salah satu informasi dan referensi perusahaan dalam merancang tata letak pabrik yang baru.

2. Bagi Pembaca/Akademisi

- Untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pelengkap informasi dalam bidang tata letak pabrik.
- Sebagai salah satu sumber informasi bagimahasiswa untuk pembuatan karya tulis dalam bidang manajemen operasional terutama dalam bidang perencanaan tata letak pabrik.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan metode penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan

Menjelaskan alasan mengapa peneliti tertarik untuk meneliti topik yang dalam judul yang diteliti, serta menjelaskan alasan-alasan dan masalah yang berkaitan dengan topik untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB II Kajian Pustaka

Terdiri dari penjelasan, definisi teori-teori yang berhubungan dengan penelitian untuk memecahkan masalah-masalah sesuai dengan judul skripsi.

BAB III Objek dan Metode Penelitian

Menjelaskan metode penelitian apakah yang dipakai dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data, serta menjelaskan obyek penelitian yang diteliti.

BAB IV Pembahasan

Membahas hasil penelitian keseluruhan dengan menjelaskan proses analisis data hingga solusi yang dapat diterapkan oleh perusahaan yang diharapkan dapat menyelesaikan masalah.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Memaparkan kesimpulan hasil penelitian dan saran berdasarkan hasil penelitian dan analisis bagi perusahaan yang diteliti.