

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri mode di Indonesia dewasa ini semakin berkembang, menurut Menteri Perindustrian Saleh Husin menyampaikan bahwa pada tahun 2014 sampai 2015, nilai tambah dari sektor ekonomi kreatif diestimasi mencapai Rp. 111,1 triliun, penyumbang nilai tambah tertinggi tersebut, antara lain subsektor mode, kuliner, dan kerajinan¹. Industri mode Indonesia saat ini telah melesat menjadi salah satu primadona subsektor industri kreatif bahkan sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 641,8 trilyun rupiah terhadap produk domestik bruto (PDB), sedikit di atas sektor pengangkutan dan komunikasi, serta sektor keuangan, real estat, dan jasa perusahaan. Sejalan dengan hal itu kesadaran masyarakat akan mode juga sudah lebih berkembang dan sudah mengarah pada pemenuhan gaya hidup. Meningkatnya permintaan di pasar terkait dengan trend *fashion* menjadi salah satu faktor berkembangnya industri mode di Indonesia, demi mendapatkan keuntungan, para pelaku bisnis berlomba memanfaatkan tren *fashion* yang sedang populer untuk menarik minat para pembeli.

Gaung perkembangan mode muslim belakangan ini memang kian terdengar, mode muslim terus melakukan transformasi dari gaya konservatif menjadi lebih kontemporer. Beragam faktor telah mempengaruhi mode muslim ditengah perkembangannya yang semakin positif, mulai dari diselenggarakannya beragam

¹ <http://www.kemenperin.go.id/artikel/12797/Menperin:-Industri-Kreatif-Tumbuh-7-Per-Tahun>, diakses juli 2017

bazar, dan peragaan busana muslim hingga bermunculannya banyak komunitas penyuka mode muslim. Dampaknya, jika dulu wanita berhijab lebih banyak kalangan wanita dewasa, saat ini hijab semakin dikenal dan digemari oleh kalangan wanita muda, bahkan remaja-remaja putri. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, pada tahun 2007 hingga tahun 2012, industri mode telah menjadi kontributor terbesar dari 14 industri kreatif terhadap produk domestik bruto (PDB). Rata-rata, tiap tahun industri mode menyumbang 5,9 persen atau Rp71,9 triliun. Sedangkan pendapatan devisa yang dihasilkan industri mode mencapai Rp50,3 triliun. Tidak hanya itu, industri ini juga menyerap 54,5 persen tenaga kerja atau setara dengan empat juta orang. Untuk para pelaku bisnis yang bersaing di industri ini, tidaklah cukup mengandalkan terus meningkatnya permintaan dipasar, melainkan diperlukannya pengelolaan secara menyeluruh dan optimal pada aspek aspek produksi maupun permasalahan seperti tenaga kerja, mesin, bahan bahan mentah, ataupun pemilihan produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Pengambilan keputusan – keputusan oprasional yang mendasar seperti desain produk, mutu produk yang dihasilkan, hingga perencanaan dan penjadwalan produksi, harus didukung oleh kemampuan manajemen oprasional yang mumpuni yang dimiliki oleh para pelaku bisnis.

Bisnis besar tidak diperoleh begitu saja dari proses yang instan. Begitu juga dengan Elzatta, label busana muslimah khususnya hijab ini sudah merasakan getirnya persaingan di dunia bisnis mode. Hingga saat ini, Elzatta **hijab** sudah memiliki total 63 toko yang tersebar di seluruh Indonesia, diantaranya di Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Madiun, Pontianak, Makasar, Pekanbaru, Padang dan masih banyak kota lagi. Dengan mengusung konsep awal yakni simpel, Elzatta tidak sepi

peminatnya, terlihat dari permintaan konsumen yang selalu tinggi. Elzatta tetap dengan konsep yakni menghadirkan koleksi simpel untuk wanita aktif dan dinamis, untuk koleksi sendiri. Elzatta **hijab** selalu mengeluarkan puluhan busana setiap empat bulan sekali. Menggunakan bahan yang diimpor dari Turki, produknya dibandrol mulai dari harga Rp 60.000,00 sampai Rp 250.000,00. Walaupun permintaan cenderung naik tetapi jumlahnya yang fluktuatif dapat berdampak pada terjadinya kelebihan maupun kekurangan stok produk. Kelebihan produk mengakibatkan terjadinya penumpukan barang jadi di gudang yang berdampak pada membengkaknya biaya penyimpanan, sedangkan kekurangan produk mengakibatkan tidak terpenuhinya permintaan konsumen. Hal tersebut disebabkan oleh perencanaan dan penjadwalan produksi yang dilakukan masih bersifat subyektif, yakni hanya berdasarkan perkiraan dan pengalaman masa lalu. Di samping itu, tidak terdapatnya suatu perencanaan produksi yang baik juga mengakibatkan perusahaan kesulitan untuk memanfaatkan kapasitas dan sumber daya yang ada secara maksimal, sehingga proses produksi yang terjadi di perusahaan berjalan kurang efektif dan efisien, yang mana secara tidak langsung hal tersebut mengakibatkan membengkaknya biaya produksi. Maka dari itu pentingnya sebuah perusahaan untuk melakukan perencanaan jangka menengah yang salah satunya meliputi perencanaan produksi dan pengelolaan persediaan.

Manajemen Operasi merupakan kegiatan untuk mengatur dan mengelola secara optimal atas sumber daya (*resources*) yang tersedia dalam suatu proses transformasi, sehingga menjadi output yang memiliki manfaat lebih dari sebelumnya (Danang, 2010:2). Karena perannya itu, Manajemen Operasi yang efektif dan efisien dipandang sangat perlu dalam mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan. Sebelum

perusahaan melangsungkan proses produksi untuk menghasilkan output, dilakukan perencanaan terlebih dahulu khususnya dalam jangka menengah agar dapat tepat waktu dalam pengiriman barang, juga dalam hal kualitas yang dijanjikan serta jumlah produk yang dihasilkan. Perencanaan jangka menengah atau agregat ditujukan sebagai suatu perencanaan taktis dalam rangka memberikan keputusan pengelolaan sumber daya yang dimiliki perusahaan dalam memenuhi permintaan akan produk yang dihasilkan. Perencanaan agregat memegang peranan yang penting dalam perencanaan kapasitas dan operasional di dalam suatu proses produksi. Menurut T. Hani Handoko (1997) perencanaan agregat merupakan proses perencanaan kuantitas dan pengaturan waktu keluaran selama periode waktu tertentu (tiga bulan sampai satu tahun) melalui penyusunan variabel-variabel tingkat produksi karyawan, persediaan, dan variabel yang dapat dikendalikan lainnya. Tujuan perencanaan agregat adalah menentukan tingkat produksi dan tingkat tenaga kerja dengan maksud memenuhi permintaan pada tingkat biaya yang minimum.

Kegiatan produksi sangat ditentukan oleh tingkat kapasitas produksi dan jumlah permintaan. Sebuah perusahaan perlu untuk memperhatikan kapasitasnya, baik itu kapasitas produksi, transportasi, dan gudang (persediaan) sebab kapasitas berhubungan dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk keseluruhan produksi. Persediaan sendiri merupakan asset bagi sebuah perusahaan yang dapat berbentuk bahan baku, barang dalam produksi, maupun barang jadi. Apabila jumlah persediaan dan tingkat produksi tidak sesuai dengan jumlah permintaan akan mengakibatkan kegagalan perusahaan dalam memenuhi permintaan, yang berdampak hilangnya penjualan, dan dapat merugikan sebuah perusahaan. Perencanaan agregat akan menyesuaikan produksi

dengan sumber daya yang dimiliki untuk memenuhi permintaan konsumen yang akan datang, seperti kapasitas produksi, pembatasan tenaga kerja dan pembatasan waktu lembur yang mana permasalahan tersebut merupakan masalah optimisasi. Saat ini masih banyak perusahaan yang merancang perencanaan produksi berdasarkan intuisi semata, yaitu hanya didasarkan pada perkiraan dan pengalaman dari periode sebelumnya. Dampak dari hal ini adalah tingkat efisiensi dan efektivitas produksi belum mencapai titik optimal. Pentingnya peranan perencanaan agregat dapat dilihat dari fungsinya dalam mengintegrasikan berbagai perencanaan jumlah tenaga kerja, perencanaan waktu tenaga kerja, perencanaan persediaan, perencanaan unit yang diproduksi, dan variabel lain yang bisa ditentukan pada tahap perencanaan oleh perusahaan. Dengan penerapan perencanaan agregat yang baik diharapkan perusahaan dapat menekan biaya produksi yang meliputi biaya tenaga kerja, biaya persediaan, dan lain-lain. Oleh karena itu, perencanaan agregat yang sesuai dengan situasi, kondisi dan tujuan yang telah ditetapkan sangat menunjang keberhasilan perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan mengkaji proses perencanaan produksi di Elzatta Hijab, dan mengusulkan beberapa strategi perencanaan agregat, dengan beberapa variasi strategi untuk perusahaan. Melalui penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mengaplikasikan strategi perencanaan produksi jangka menengah yang lebih baik sehingga dapat memenuhi permintaan dengan strategi yang paling sesuai dengan kapasitas sumberdaya perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka masalah yang akan muncul adalah:

- Bagaimana perencanaan produksi yang dilakukan oleh perusahaan Elzatta hijab saat ini?
- Strategi perencanaan agregat apakah yang sebaiknya diterapkan oleh Elzatta hijab dalam memenuhi tingkat permintaan konsumen?
- Apakah penerapan strategi perencanaan agregat dapat menghasilkan tingkat produksi yang lebih efektif dan efisien pada Elzatta hijab jika dibandingkan dengan perencanaan produksi saat ini?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

- Mengetahui perencanaan produksi yang saat ini diterapkan oleh perusahaan.
- Mengetahui strategi perencanaan agregat yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan.
- Mengetahui dan memilih strategi yang lebih baik jika dibandingkan dari efektifitas dan efisiensi produksi.

1.4 Manfaat Penelitian

- Bagi pelaku usaha, kontribusi dari penelitian ini adalah diharapkan dapat membantu dalam pengambilan keputusan perusahaan sehingga dapat menjadi lebih baik di waktu yang akan datang, terutama pada permasalahan perencanaan jangka menengah perusahaan sehingga dapat meminimalkan ketidakpastian yang akan terjadi setiap tahun dan tidak menghambat perkembangan perusahaan.
- Bagi peneliti selanjutnya dan pembaca, hasil penyusunan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memecahkan permasalahan yang sejenis dan dapat menambah wawasan bagi pembaca.
- Bagi Penulis, hasil penyusunan penelitian ini menjadi sarana penulis untuk menyelesaikan tugas akhir serta menambah wawasan penulis mengenai topik perencanaan agregat.

