

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Syamsudin (2017) mengemukakan bahwa manajemen merupakan serangkaian kegiatan yang didalamnya terdapat suatu proses yang tidak sama meliputi *planning, organizing, actuating* dan *controlling* sehingga mampu memanfaatkan sumber daya yang sudah ada guna tercapainya tujuan secara efisien dan efektif.

Setiap perusahaan selalu memiliki sistem manajemen yang berbeda-beda tergantung tata kelola perusahaan dan bagaimana manajemen yang diterapkan dengan selalu memperhatikan fungsi-fungsi manajemen 4P meliputi suatu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian. Untuk menghadapi persaingan global yang kian pesat perusahaan harus mampu memanaajemen perusahaannya dengan maksimal untuk mampu bersaing dengan kompetitornya (Nurhayati, 2017). Misalnya perusahaan manufaktur yang bisa mengolah dari barang mentah berubah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi diperlukan manajemen yang baik untuk mengolah kegiatan perusahaan dimulai dari manajemen pembelian bahan baku hingga manajemen penjualan barang jadi untuk mendapatkan produktivitas yang optimal.

Manajemen pembelian juga diartikan sebagai salah satu fungsi pokok atau vital dari suatu perusahaan. Perusahaan bahkan tidak akan mampu bekerja secara maksimal tanpa adanya fungsi tersebut. *Purchasing* atau pembelian bahan baku yang merupakan salah satu fungsi pokok atau penting didalam tercapainya keberhasilan proses produksi suatu perusahaan, dikarenakan fungsi ini memiliki peran tanggung jawab yang

besar. Tanggung jawab yang dimaksud guna memperoleh bahan baku dengan kuantitas yang baik, kualitas yang baik, sesuai kebutuhan, harga yang layak, dan penyerahan tepat waktu sesuai dengan ketentuan (Efrianti dkk., 2015). Selain itu fungsi pembelian bahan baku dirasa sangat penting dan vital guna dikelola dengan baik dikarenakan wilayah lingkungannya juga berkaitan dengan bagaimana cara menemukan strategi-strategi kemitraan antar banyak perusahaan yang efektif.

Purchasing didalam organisasi manufaktur sudah menjadi fungsi didalam proses pengadaan bahan baku dan fungsi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. *Purchasing* mampu memilih perencanaan pada pengadaan material serta hubungan antara tahapan-tahapan dalam siklus proses produksi menggunakan memasukkan pertimbangan faktor syarat material, harga serta perusahaan *supplier* (Supriyanto dan Masruchah, 2000 dalam Shidqi dan Supriono, 2018).

Didalam merencanakan suatu pembelian dibutuhkan penggambaran suatu hal-hal yang akan dihadapi dimasa yang akan datang dan mempunyai kemungkinan akan berpengaruh terhadap perencanaan pembelian meliputi peluang ataupun tantangan. Dengan adanya perencanaan ini, maka arah untuk pembelian akan lebih jelas terarah tentang apa yang telah difikirkan akan tepat seperti kesepakatan, lalu akan dievaluasi guna memeriksa kemajuan apa saja yang telah diperoleh (Shidqi dan Supriono, 2018).

Pengendalian persediaan ialah salah satu proses yang sangat penting bagi suatu perusahaan, sebab tanpa pengendalian persediaan yang tepat perusahaan akan mengalami persoalan didalam mencukupi kebutuhan konsumen baik pada bentuk barang juga jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan tadi. Suatu perusahaan diwajibkan bijak pada saat memilih berapa jumlah persediaan barang yang akan digunakan pada proses

produksi. Sebab tanpa adanya manajemen yang sempurna perusahaan akan mengalami kerugian akibat biaya-biaya yang seharusnya tidak dikeluarkan oleh perusahaan meliputi beban operasional pabrik, beban gedung, beban kehilangan dan beban kerusakan barang dampak dari terlalu usang disimpan (Sulaiman dan Nanda, 2015).

Manajemen pembelian ialah suatu hal yang tak mampu terpisahkan dari terbentuknya sistem perencanaan perusahaan itu sendiri. Bila pembelian terhadap *supplier* tidak mampu memenuhi bahan-bahan yang diperlukan pada jumlah barang atau biaya yang memungkinkan, maka produk yang didapatkan akan menjadi harga yang bersaing di pangsa pasar. Bila pembelian telah terintegrasi pada perencanaan produk tadi, maka kesalahan pada alokasi sumber daya serta biaya bisa dihindari (Shidqi dan Supriono, 2018). Selain itu menurut Culturianingtyas., dkk (2014) bahwa perencanaan pembelian bahan baku mampu memperbaiki produktivitas yang mengalami penurunan, dimana perencanaan dilakukan agar perusahaan dapat lebih efisien dalam menghasilkan *output* dan meningkatkan penerimaan.

Selain manajemen pembelian, manajemen penjualan barang jadi yang baik juga mampu memperbaiki bahkan meningkatkan produktivitas. Definisi penjualan sendiri ialah sebuah perjuangan atau langkah nyata yang dilakukan buat memindahkan suatu produk, baik itu barang atau jasa serta dari penghasil kepada konsumen menjadi mangsanya (Syarifuddin dan Lisa, 2014). Selain itu penjualan yang diungkapkan Kertajaya dalam bukunya (2006:15) ialah suatu langkah bagaimana mampu mewujudkan hubungan dalam jangka yang panjang dengan pelanggan melalui produk dan jasa oleh perusahaan itu sendiri. Dalam hal ini, penjualan juga berarti sebuah seni manajemen yang bisa mengintegrasikan perusahaan, pelanggan, serta

rekanan antara keduanya. Sedangkan yang diutarakan Moekijat (2000: 488) penjualan merupakan suatu aktivitas yang diperuntukkan buat mencari pembeli, mempengaruhi pembeli, dan memberikan petunjuk supaya pembeli bisa menyesuaikan apa keperluannya melalui produk yang ditawarkan dan mengadakan perjanjian tentang harga yang menguntungkan bagi sama-sama kedua belah pihak.

Sedangkan manajemen penjualan ialah suatu proses yang didalamnya terdapat suatu perencanaan, pengorganisasian, pengaplikasian, serta pengendalian terhadap kegiatan-kegiatan menjual yang dilakukan oleh suatu perusahaan melalui seorang tenaga penjualan. Selain itu sistem penjualan dapat juga didefinisikan sebagai suatu proses melalui mekanisme-mekanisme yang mencakup urutan aktivitas semenjak diterimanya pesanan yang berasal dari pembeli, lalu dilakukan pengecekan barang terdapat atau tidak ada dan diteruskan melalui pengiriman barang disertai menggunakan pembuatan faktur serta mengadakan pencatatan atas penjualan yang berlaku (Mcleod, Raymond, 2001). Definisi manajemen penjualan berdasarkan (Basu Swastha serta Irawan, 2008:403) merupakan perencanaan, pengarahan, serta pengawasan personal *selling* termasuk penarikan pemilihan, perlengkapan, penentuan rute, pengawasan, pembayaran serta motivasi menjadi tugas yang di berikan pada para tenaga penjual.

Melalui definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian tugas dari manajemen penjualan begitu cukup luas. Bahkan selain tugas-tugas tersebut didalam perusahaan ia harus bisa membentuk struktur organisasi yang mampu mewujudkan komunikasi yang efisien tidak hanya didalam departemen lainnya. Ia juga berperan sebagai penghubung antara perusahaan dan pembeli, serta masyarakat lain agar bertanggung jawab

untuk mewujudkan dan mempertahankan jaringan pendistribusian yang efektif. Sebagai Manajer penjualan yang berperan dalam menjalankan aktivitasnya juga harus menggunakan serta berkontribusi untuk menyediakan informasi dalam pengambilan suatu keputusan pemasaran, meliputi penentuan jumlah anggaran, kuota dan wilayah penjualan, produk, distribusi, promosi dan ketetapan harga (Basu Swastha dan Irawan,2008:403). Sehingga manajemen penjualan barang jadi menjadi sangat penting bagi perusahaan. Hal ini karena manajemen pembelian bahan baku hingga manajemen penjualan barang jadi mempengaruhi produktivitas perusahaan.

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) mengartikan bahwa produktivitas sebagai *output* dibagi melalui elemen-elemen produksi yang dimanfaatkan. Selanjutnya Sinungan (2003:17) berpendapat bahwa produktivitas ialah suatu pendekatan interdisipliner guna menemukan tujuan-tujuan yang efektif, pembuatan suatu rencana, serta aplikasi pemakaian cara yang produktif guna memakai sumber-sumber yang efisien serta selalu menjaga adanya kualitas yang tinggi. Produktivitas juga mengikutsertakan sumber daya yang ada meliputi SDM dan *Skill* atau keterampilan, barang, modal, teknologi, manajemen informasi, energi serta sumber daya lainnya. Tjutju Yuniarsih (2009:156) juga berpendapat jika produktivitas kerja bisa diartikan sebagai hasil produk yang dihasilkan oleh individu dan kelompok, dalam satuan waktu tertentu didalam suatu proses kerja.

Jadi, jika produk yang dihasilkan semakin tinggi dalam waktu yang semakin singkat maka bisa dikatakan jika ukuran produktivitasnya memiliki nilai yang tinggi begitu pun juga sebaliknya. Nawawi dalam Tjutju Yuniarsih (2009:157) menambahkan sedikit jika produktivitas kerja ialah perbandingan

antara hasil yang didapat (*output*) dengan total sumber daya yang dipakai sebagai masukan (*input*). Bahkan Nanang Fattah dalam Tjutju Yuniarsih (2009:157) juga menyimpulkan jika dalam konsep produktivitas berkembang dari pengertian teknis sampai pada pengertian perilaku. Produktivitas dalam arti teknis mengacu pada derajat keefektifan dan efisiensi dalam pemakaian berbagai sumber daya. Sedangkan dalam pengertian perilaku, produktivitas juga merupakan sikap mental yang senantiasa berusaha untuk selalu berkembang. Ungkapan Agus Dharma (1985:55) standar cara pengukuran produktivitas meliputi tiga hal, yaitu kualitas kerja, kuantitas kerja, dan ketepatan waktu. Produktivitas sering dipandang sebagai tolak ukur yang berperan penting terhadap suatu perusahaan.

Berdasarkan ulasan gambaran diatas, jadi begitu penting untuk dipelajari bagaimana sistem manajemen pembelian bahan baku dan sistem manajemen penjualan barang jadi di suatu perusahaan, apakah sistem manajemen tersebut berdampak pada produktivitas perusahaan. Salah satu perusahaan yang sedang berkembang dan dapat dianalisis sistem pembelian bahan baku dan sistem manajemen penjualan barang jadi adalah PT. Aneka kaca plastindo.

PT. Aneka kaca plastindo merupakan perusahaan yang memproduksi plastik dalam kemasan seperti lapisan kemasan *snack*, *detergent*, dan lain sebagainya. PT.Aneka Kencana Plastindo memiliki berbagai macam jenis bahan baku baik lokal maupun impor. Pembelian bahan baku terjadi pada saat mendapat pesanan produk dari pelanggan. Seringnya permintaan produk barang jadi yang tinggi membuat manajemen perusahaan harus benar-benar selektif dalam melakukan pembelian. Resiko-resiko pada sistem pembelian bahan baku perlu dihindari agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Peraturan-peraturan untuk proses

pembelian bahan baku yang efektif juga termasuk faktor penting dikarenakan mempunyai pengaruh terhadap proses produksi serta besarnya biaya yang akan dikeluarkan suatu perusahaan.

Tidak hanya itu peminat produk barang jadi juga semakin meningkat baik ekspor maupun penjualan dalam negeri, perusahaan harus menunjukkan penampilan terbaiknya dalam melayani pelanggan. Hal –hal kecil yang dapat mengurangi minat pelanggan harus dihindari seperti adanya cacat suatu produk, rusaknya kemasan, ada noda, kurang kebersihan, dsb. Manajemen pembelian bahan baku dan penjualan barang jadi tersebut perlu diterapkan karena keduanya berpengaruh pada produktivitas dan pada akhirnya berpengaruh pada keuntungan. Selain itu, dengan manajemen pembelian membantu lancarnya rantai stok bahan baku yang terkondisikan dengan baik supaya bisa menunjang produktivitas produksi perusahaan. Berdasarkan ulasan latar belakang masalah diatas, penulis sangat tertarik untuk mengetahui lebih dalam serta mengevaluasi tentang manajemen pembelian bahan baku serta penjualan barang jadi pada PT. Aneka Kencana Plastindo. Maka penelitian ini berjudul “ **Analisis Manajemen Pembelian Bahan Baku Dan Penjualan Barang Jadi Pada PT. Aneka Kencana Plastindo, Sidoarjo**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan singkat terhadap latar belakang masalah diatas yang ingin diteliti oleh penulis tentang penelitian Analisis Manajemen Pembelian Bahan Baku Dan Penjualan Barang Jadi Pada PT. Aneka Kencana Plastindo, Sidoarjo, maka rumusan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pentingnya manajemen pembelian bahan baku dan penjualan

barang jadi bagi PT. Aneka Kencana Plastindo ?

2. Bagaimanakah penerapan manajemen pembelian bahan baku dan penjualan barang jadi di PT. Aneka Kencana Plastindo ?
3. Bagaimanakah penerapan manajemen pembelian bahan baku & penjualan barang jadi dapat meningkatkan produktivitas PT. Aneka Kencana Plastindo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pentingnya manajemen pembelian bahan baku dan penjualan barang jadi PT. Aneka Kencana Plastindo.
2. Mengetahui penerapan manajemen pembelian bahan baku dan penjualan barang jadi PT. Aneka Kencana Plastindo.
3. Mengetahui bagaimana penerapan manajemen pembelian bahan baku dan penjualan barang jadi mampu meningkatkan produktivitas PT. Aneka Kencana Plastindo.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis
 - a. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau bahan kajian guna menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang pendidikan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan agar mampu memberikan sumber informasi dan sumbangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan analisis manajemen pembelian bahan baku dan barang jadi pada PT.

Aneka Kencana Plastindo, Sidoarjo.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi pimpinan PT. Aneka Kencana Plastindo sebagai bahan masukan dalam usaha meningkatkan kualitas manajemen pembelian bahan baku dan penjualan barang jadi yang tepat.
- b. Bagi Program Studi Pendidikan Ekonomi mampu memberikan bahan pembelajaran untuk mahasiswa dan mahasiswi Pendidikan Ekonomi dalam manajemen pembelian dan penjualan suatu bisnis bagi para mahasiswa dan mahasiswi.