

**ANALISIS PENGENDALIAN PERSEDIAAN TEH KOTAK
JASMINE 300ML PADA PT. SURAINDA PANJIJAYA
DI SAMARINDA**

S K R I P S I



**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Sarjana Ekonomi**

Oleh:

DIAS PRAMUDANA
NIM. 2013.11.1151

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
2017



BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/ TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Skripsi Tahun Akademik 2017 Sarjana Ekonomi (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Samarinda Program Studi Manajemen, setelah melaksanakan ujian pada hari *Jum'at* tanggal *Dua Belas* bulan *Januari* tahun *Dua Ribu Delapan Belas* bertepatan di Kampus Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Samarinda.

MEMPERHATIKAN

1. Jawaban dan Sanggahan yang diberikan selama ujian berlangsung.
2. Hasil Ujian yang dicapai dalam skripsi dengan Susunan Anggota Panitia Penguji.

No	Nama	Tanda Tangan	
1	Drs. H. Abdul Syahid, M.Si		
2	H. Adisjanto, S.E., M.M.		2
3	Praja Hadi Saputra, S.E., M.Sc Ak	3	
4	Mursidah Nurfadillah, S.E., M.M.		4

MEMUTUSKAN

Menetapkan

Nama : Dias Pramudana
 NIM : 2013.11.1151
 Program Studi : Manajemen Keuangan
 Judul Skripsi : Analisis Pengendalian Persediaan Teh Kotak Jasmine 330 Ml Pada PT Suraimda Panji Jaya Di Samarinda
 Dengan Nilai : A, B, C, D (*pilih salah satu)
 Dinyatakan : LULUS/ TIDAK LULUS

Samarinda, 12 Januari 2018

Ketua Tim Penguji,

Drs. H. Abdul Syahid, M.Si

Mengetahui
 an. Ketua Program Studi Manajemen,
 Sekretaris

Vera Antri, S.E., M.M.

SKRIPSI

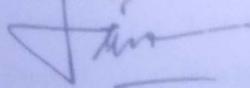
**ANALISIS PENGENDALIAN PERSEDIA TEH KOTAK
JASMINE 300ML PADA PT. SURAINDA PANJLJAYA
DI SAMARINDA**

Oleh:

DIAS PRAMUDANA
NIM. 17111024310761

Diterima dan disetujui
Pada Tanggal Desember 2017

Pembimbing I,



Drs. Abdul Syahid Abidin, M.Si
NIDN.

Dekan Fakultas Sosial Humaniora

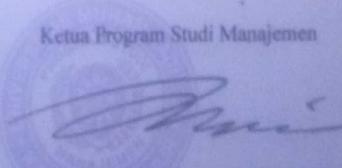

Prof. Dr. M. Wahyudin, S.E., M.Si
NIDN.

Pembimbing II,



H. Adi Sujianto, SE, M.Si
NIDN.

Ketua Program Studi Manajemen


Irwana Susila, S.E., M.Si, Phd
NIDN.

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGENDALIAN PERSEDIA TEH KOTAK
JASMINE 300ML PADA PT. SURAINDA PANJLJAYA
DI SAMARINDA

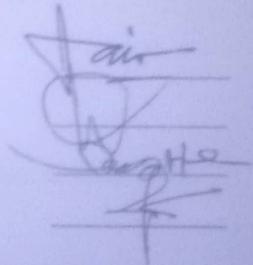
Yang disetujui dan disetujui oleh :

DIAS PRAMUDANA
NIM. 17111024310761

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada hari tanggal Desember 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua : Drs. Abdul Syahid Abidin, M. Si
Sekretaris : H. Adi Sujianto, SE, M.Si
Penguji I : Praja Hadi Saputra, SE, M.Sc.Ak
Penguji II : Mursidah Nurfaillah, SE, MM



Dekan Fakultas Sosial Humaniora

Prof. Dr. M. Wahyudin, S.E., M.Si

Ketua Program Studi Manajemen

Ihwan Susila, S.E., M.Si., Phd

ABSTRAK

Pramudana, Dias, 2017. Analisis Pengendalian Persediaan Teh Kotak Jasmine 300ML Pada PT Surainda Panjjaya Di Samarinda Periode 2014 sampai dengan 2015. Pembimbing 1 Bapak Drs. Abdul Syahid Abidin M.si. dan Pembimbing 2 Bapak Adji Sijianto SE, MM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jumlah pemesanan Teh Kotak Jasmine 300ml secara efisien dan ekonomis dimana diajukan dua perbandingan metode dari metode Surainda dan metode EOQ. Objek penelitian merupakan perusahaan perdagangan distribusi Produk makanan dan minuman maka metode yang digunakan adalah Metode EOQ. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dari awal januari hingga desember 2016. Tahap pertama menghitung jumlah biaya setiap kali pesan dengan Metode Surainda. Tahap kedua menghitung jumlah biaya setiap kali pesan dengan metode EOQ. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode EOQ sangat efisien dan sangat berpengaruh terhadap keuangan perusahaan.

Kata kunci : Teh Kotak Jasmine 300ml, Metode EOQ, PT Surainda Panjjaya

ABSTRACT

Pramudana, Dias, 2017. Analysis of Tea Tea Supply Control Box Jasmine 300ML At PT Surainda Panjjaya In Samarinda Period 2014 until 2015. Advisor 1 Mr Drs. Abdul Syahid Abidin M.si. and Supervisor 2 Mr. Adji Sijianto SE, MM. This study aims to find out the number of orders of Jasmine 300ml Box Tea efficiently and economically where two comparative methods of Surainda and EOQ methods are proposed. The object of research is a trading company distribution of food and beverage products then the method used is EOQ Method. This research was conducted by data collection method from early January to December 2016. The first stage counts the cost per message with Surainda Method. The second stage calculates the cost amount each time a message with the EOQ method. The results showed that EOQ method is very efficient and very influential on corporate finance.

Keywords: Tea Box Jasmine 330ml, EOQ Method, Surainda Panjjaya

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berawal dari penulis mulai masuk kerja pada salah satu perusahaan swasta yang bergerak pada usaha pendistribusian produk makanan dan minuman, dimana pada saat awal penulis masuk PT Surainda Panjijaya persediaan Teh Kotak Jasmine 300ml ini masih optimal, hingga pada akhir tahun 2015 penulis merasakan persediaan stock Teh Kotak yang kurang optimal karena turunnya tingkat service level pada outlet pareto seperti Indogrosir, Alfamidi, Lotte, dll. Sehingga penulis ingin melakukan sebuah analisa persediaan Teh Kotak ditempatnya bekerja. Manajemen persediaan yang baik merupakan kunci keberhasilan setiap perusahaan, baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan dagang. perusahaan manufaktur mempertahankan persediaan, baik persediaan bahan baku maupun persediaan barang setengah jadi dalam jumlah tertentu selama masa produksi. Dalam perusahaan manufaktur terdapat jenis-jenis persediaan seperti persediaan barang jadi, persediaan barang setengah jadi, dan persediaan bahan baku atau bahan mentah. Sedangkan pada perusahaan dagang, persediaan yang ada merupakan persediaan barang dagangan.

Persediaan berkaitan dengan penyimpanan stok barang digudang untuk dapat memastikan lancarnya suatu sistem distribusi atau kegiatan bisnis bagi suatu perusahaan. Persediaan merupakan salah satu faktor yang penting bagi perusahaan. Pengadaan persediaan yang terlalu banyak akan menyebabkan

perusahaan mengeluarkan biaya yang besar untuk menyimpan barang tersebut, seperti biaya perawatan, biaya sewa, atau biaya asuransi. Namun sebaliknya, pengadaan persediaan yang sedikit akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan, seperti biaya pesan (*setup cost*) yang meningkat, berhentinya distribusi akibat kekurangan stok barang gudang sehingga mengakibatkan kehilangan pendapatan yang potensial, dan dampak lebih lanjut adalah hilangnya kepercayaan konsumen karena konsumen berpindah pada perusahaan/produk lain. Oleh sebab itu, pengaturan mengenai persediaan bagi perusahaan sangatlah penting. Banyak model-model persediaan yang telah dikaji dan diulas pada berbagai bukuan literatur yang ada. Namun, model-model persediaan yang dikembangkan pada dasarnya tidak memiliki atau melihat faktor masa batas waktu pakai (kadaluarsa) barang. Informasi merupakan unsur yang mengkaitkan fungsi – fungsi manajemen yang terdiri dari perencanaan, pengoprasian, dan pengendalian perusahaan. Tanpa informasi suatu perusahaan tidak akan bisa menjalankan kegiatan operasional perusahaan dengan baik. Oleh sebab itu untuk menunjang pelaksanaan informasi perusahaan yang baik dan teratur, maka diperlukan suatu sistem yang terkomputerisasi.

Salah satu informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan yaitu informasi mengenai persediaan barang. Bagian gudang harus mencatat setiap kali terjadi transaksi, yaitu barang yang masuk, barang yang keluar, barang yang ada digudang atau biasa disebut stok barang. Hal ini membutuhkan ketelitian dari bagian gudang, supaya dalam setiap laporan tidak terjadi kesalahan yang berakibat bahwa barang yang ada digudang masih banyak, tapi masih tetap memesan barang

atau sebaliknya barang yang sudah habis justru tidak dipesankan. Hal ini akan menjadi masalah bagi perusahaan. Hal-hal tersebut diatas, dapat dihindarkan dengan menggunakan suatu sistem laporan persediaan barang dengan menggunakan aplikasi komputer. Hal ini perlu dilakukan agar dapat menyajikan informasi persediaan barang yang lengkap dan dapat mengakses data dan informasi secara cepat, efisien, dan akurat. Kecepatan dan ketepatan dalam mendapatkan suatu informasi dapat didukung oleh sistem komputerisasi yang dapat memudahkan dalam pengumpulan, pengolahan, dan penyimpanan data suatu perusahaan tersebut.

Sistem informasi persediaan barang ini sangat penting untuk mendukung kegiatan operasional suatu perusahaan. Sistem Informasi yang dibutuhkan perusahaan khususnya tentang persediaan barang dengan aplikasi komputer, diharapkan dapat mempercepat dalam menyelesaikan pekerjaan perusahaan dan dihasilkan data yang akurat dengan waktu yang lebih cepat. Bagi perusahaan distribusi yang bergerak dalam pendistribusian produk *perishable* (penurunan nilai setelah waktu tertentu), seperti pada perusahaan/industri makanan dan bahan kimia, masa kadaluarsa produk merupakan faktor penting yang tidak dapat dilepaskan dalam perencanaan model persediaan. Stok barang yang baik tentunya akan meningkatkan kenyamanan dan keamanan produk pada saat dikonsumsi.

Persediaan (*inventory*) merupakan salah satu aset yang sangat mahal dalam suatu perusahaan. Manajemen persediaan (*inventory management*) yang baik merupakan kunci keberhasilan setiap perusahaan, baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan dagang. Perusahaan manufaktur mempertahankan persediaan,

baik perusahaan bahan baku maupun persediaan setengah jadi dalam jumlah tertentu selama masa produksi. Seharusnya dengan adanya kebijakan persediaan bahan baku yang diterapkan dalam perusahaan, biaya persediaan tersebut dapat ditekan sekecil mungkin. Untuk meminimumkan biaya persediaan tersebut dapat digunakan analisis “*Economic Order Quantity*” (EOQ). EOQ adalah volume atau jumlah pembelian yang paling ekonomis untuk dilakukan pada setiap kali pembelian (Prawirosentono,2001:49). EOQ adalah jumlah kuantitas bahan yang dibeli pada setiap kali pembelian dengan biaya yang paling minimal. Metode EOQ berusaha mencapai tingkat persediaan yang seminimum mungkin, biaya rendah dan mutu yang lebih baik. Perencanaan metode EOQ dalam suatu perusahaan akan mampu meminimalisasi terjadinya *out of stock* sehingga tidak mengganggu proses dalam perusahaan dan mampu menghemat biaya persediaan yang dikeluarkan oleh perusahaan karena adanya efisiensi persediaan bahan baku di dalam perusahaan yang bersangkutan. Selain itu dengan adanya penerapan metode EOQ perusahaan akan mampu mengurangi biaya penyimpanan, penghematan ruang, baik untuk ruangan gudang dan ruangan kerja, menyelesaikan masalah-masalah yang timbul dari banyaknya persediaan yang menumpuk sehingga mengurangi resiko yang dapat timbul karena persediaan yang ada digudang seperti kayu yang sangat rentan terhadap api.

Analisis EOQ ini dapat digunakan dengan mudah dan praktis untuk merencanakan berapa kali suatu bahan dibeli dan dalam kuantitas berapa kali pembelian. Perusahaan harus bisa mengelola persediaan dengan baik agar dapat memiliki persediaan yang seoptimal mungkin demi kelancaran operasi perusahaan

dalam jumlah, waktu, mutu yang tepat serta dengan biaya yang serendah rendahnya. Melihat akan pentingnya persediaan barang, maka penulis tertarik untuk mengangkat topik dalam skripsi mengenai pengendalian persediaan Teh Kotak di perusahaan tersebut dengan judul “ **ANALISIS PENGENDALIAN PERSEDIAAN TEH KOTAK JASMINE 300ML PADA PT. SURAINDA PANJIJAYA DI SAMARINDA** “.

B. Rumusan Masalah

Maka dapat diketahui bahwa masalah merupakan kesenjangan antara tujuan yang telah direncanakan dengan kenyataan yang terjadi. Untuk itu maka kesenjangan tersebut harus dihilangkan untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan. Dalam menjalankan aktifitasnya persediaan produk Teh Kotak Jasmine 300 ml pada PT Surainda Panjijaya di Samarinda, saat ini dihadapkan dengan masalah pengaturan persediaan optimal dalam memenuhi permintaan konsumennya.

Dari uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah : “**Apakah Pengendalian Persediaan Produk Teh Kotak Jamine 300 ml pada PT Surainda Panjijaya di Samarinda sudah optimal ?**”

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui jumlah persediaan Produk Teh Kotak Jasmine 300 ml yang optimal pada PT Surainda Panjijaya di Samarinda.

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

- a. Dapat dijadikan sumber informasi dalam mempertimbangkan dan menentukan kebijaksanaan persediaan optimal agar lebih efektif dan efisien.
- b. Sebagai dasar atau acuan bagi pengusaha dalam mengambil kebijaksanaan dimasa yang akan datang.
- c. Merupakan penerapan ilmu teori yang didapat selama menjalani aktivitas perkuliahan dengan permasalahan yang sebenarnya terjadi dalam perusahaan.
- d. Sebagai bahan studi bagi mahasiswa dan menambah perbendaharaan perpustakaan.
- e. Penelitian penting bagi mahasiswa untuk menempuh ujian akhir, sekaligus melengkapi sarat, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ekonomi Muhammadiyah Samarinda

D. Sistematika Penelitian

Dalam pembahasan skripsi ini, penulisan menguraikan semua materi yang didapat dan dibahas secara garis besarnya terlebih dahulu sehingga mudah untuk di pahami, adapun pembahasan skripsi ini terdiri dari 3 (Tiga) bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membantu latar belakang penulisan penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai manajemen produksi yang terdiri dari beberapa bagian diantaranya : Pengertian Manajemen pemasaran, konsep pemasaran dan unsur-unsur pokoknya, pengertian persediaan, jenis-jenis persediaan, arti dan tujuan pengawasan persediaan, penentuan jumlah pembelian, konsep *Economic Order Quantity*, *Safety Stock*, serta hipotesis dan definisi konseptual.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mengemukakan tentang definisi operasional, jangkauan penelitian, rincian data yang diperlakukan, teknik pengumpulan data, serta alat analisis dan pengujian hipotesis

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini dibahas mengenai Gambaran Umum Perusahaan yang terdiri dari : Sejarah Perusahaan, Struktur Organisasi dan Penyajian Data.

BAB V : ANALISIS

Pada bab ini dibahas mengenai Analisis

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini dibahas mengenai Kesimpulan dan Saran

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Pengertian manajemen pemasaran tidak terlepas dari pengertian manajemen dan pemasaran. Manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu kata *to manage* yang artinya mengatur. Peraturan dilakukan melalui proses manajemen dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi – fungsi manajemen itu sendiri. Jadi, merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan. Ada beberapa pengertian manajemen pada umumnya. Walau definisi itu beragam bunyinya, tetapi unsur yang ada didalamnya sama diantaranya yaitu : Menurut Mary Parker Pollet (dalam buku Ernie dan Kurniawan 2005:5) yaitu “manajemen merupakan seni dalam menyelesaikan sesuatu melalui orang lain dalam rangka pencapaian tujuan tertentu”.

Menurut Stephen dan Mary (2010:7) manajemen adalah “ aktivitas kerja yang melibatkan koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain, sehingga pekerjaan tersebut dapat diselesaikan secara efisien dan efektif “. Menurut George R Terry (dalam buku M Manullang 2009:3) yaitu “pencapaian tujuan yang ditetapkan terlebih dahulu dengan mempergunakan kegiatan orang lain”. Menurut Malayu S P Hasibuan (2006:2) yaitu “ilmu dan seni mengatur

proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu”.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah proses untuk mencapai suatu tujuan yang dilakukan sekelompok orang. Yang perlu diperhatikan agar tujuan sasaran perusahaan tercapai adalah diadakan suatu organisasi yang manajemennya dapat dilaksanakan dengan mudah dan tidak menyulitkan karyawan didalam pekerjaannya. Apabila manajemennya seperti termasuk diatas dijalankan sebagaimana mestinya dan ditunjang dengan pengawasan yang mudah maka keinginan perusahaan yang terus berkembang semakin terbuka. Kunci keberhasilan untuk menaikkan laba atau keuntungan ang maksimal juga terletak pada kebijaksanaan penjualan yang merupakan suatu usaha untuk memasarkan hasil produksinya. Beberapa ahli telah mengemukakan definisi pemasaran yang berbeda meskipun maksudnya sama. Perbedaan tersebut disebabkan mereka dalam meninjau suatu masalah yang ada menitik beratkan pada segi fungsi, segi barang, segi kelembagaan dan segi manajemennya. Ada pula yang menyebutkan bahwa perbedaan tersebut adalah sebagai suatu sistem pemasaran yang tepat bagi perusahaan. Pada umumnya dalam pemasaran barang dan jasa perusahaan berusaha menghasilkan laba. Namun demikian pemasaran juga dilakukan untuk mengembangkan, mempromosikan program – program yang disponsori perusahaan tersebut untuk mencapai tujuan.

Menurut Andrew F Sikula (dalam buku Malayu, 2006:2) menyatakan sebagai berikut :

“manajemen pada umumnya dikaitkan dengan aktivitas-aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi dan penembilan keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sehingga akan dihasilkan suatu produk atau jasa secara efisien”.

Menurut G.R Terry (dalam buku Malayu, 2006:2) menyatakan sebagai berikut :

“manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia atau sumber-sumber lainnya”.

Dalam hal ini pemasaran merupakan proses pertemuan antara individu dan kelompok dimana pembeli berusaha memenuhi keinginannya sedangkan penjual berusaha memperoleh laba. Kedua kepentingan ini dipertemukan dengan mengadakan pertukaran yang menguntungkan.

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi cara dan keberhasilan usaha tersebut terhadap pemasarannya, yaitu :

- a. Lingkungan eksternal sistem pemasaran. Lingkungan ini tidak dapat dikendalikan perusahaan. Misalnya kebebasan masyarakat dalam menerima atau menolak produk perusahaan, kependudukan serta munculnya pesaing.
- b. Variable internal system pemasaran. Variabel ini dapat dikendalikan oleh pengusaha, terdiri atas dua kelompok, yaitu sumber bukan pemasaran (kemampuan produksi, keuangan, dan personL). Dan komponen-komponen bauran pemasaran yang meliputi : produk, harga, promosi, dan distribusi.

Berdasarkan dari beberapa definisi di atas maka manajemen adalah ilmu dan seni untuk membuat perencanaan, pengorganisasian, penempatan, pengarahan dan pengendalian suatu kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Ben M. Eniy (dalam buku Buchari Alma 2007:130) manajemen pemasaran merupakan proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2008:1) manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

2. Konsep Pemasaran dan Unsur-unsur Pokoknya

Pentingnya pemasaran dalam mencapai kesuksesan pengusaha akan melibatkan adanya cara dan falsafah tarip yang terlibat didalamnya. Dengan adanya era baru dalam bisnis, maka muncul pula pemikiran mengenai cara dan falsafah baru yang disebut dengan konsep pemasaran. *Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan, pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Kita dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Sedangkan Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.*

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Konsep pemasaran yang telah diungkapkan dengan berbagai cara:

- a. Temukan keinginan pasar dan penuhi.
- b. Buatlah apa yang dapat dijual dan jangan berusaha menjual apa yang dapat dibuat.
- c. Cintailah pelanggan, bukan produk anda.
- d. Lakukanlah menurut cara anda (Burger king)
- e. Adalah yang menentukan (United Airlines)
- f. Melakukan segalanya dalam batas kemampuan untuk menghargai uang pelanggan yang sarat dengan nilai, mutu dan kepuasan (JC. Penney).

Dalam pemasaran terdapat enam konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi yaitu : konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, konsep pemasaran sosial, dan konsep pemasaran global.

1. Konsep produksi

Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dimana-mana dan harganya murah. Konsep ini berorientasi pada produksi dengan mengerahkan segenap upaya untuk mencapai efisiensi produk tinggi dan distribusi yang luas.

2. Konsep produk

Konsep produk mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan ciri-ciri yang terbaik. Tugas manajemen disini adalah membuat produk berkualitas, karena konsumen dianggap menyukai produk berkualitas tinggi dalam penampilan dengan ciri – ciri terbaik

3. Konsep penjualan

Konsep penjualan berpendapat bahwa konsumen, dengan dibiarkan begitu saja, organisasi harus melaksanakan upaya penjualan dan promosi yang agresif.

4. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kungsi untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

5. Konsep pemasaran sosial

Konsep pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan cara yang lebih efektif dan efisien daripada para pesaing dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

6. Konsep Pemasaran Global

Pada konsep pemasaran global ini, manajer eksekutif berupaya memahami semua faktor- faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran melalui

manajemen strategis yang mantap. tujuan akhirnya adalah berupaya untuk memenuhi keinginan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

3. Pengertian Persediaan

Menurut Lalu Sumayang, Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan operasi (2003:197) adalah sebagai berikut:

” Persediaan merupakan simpanan material yang berupa bahan mentah, barang dalam proses dan barang jadi, yang merupakan investasi modal yang dibutuhkan untuk menyimpan material pada kondisi tertentu ”.

Menurut Prawirosentono, persediaan adalah aktiva lancar yang terdapat dalam perusahaan dalam bentuk persediaan bahan mentah (bahan baku / raw material, bahan setengah jadi / work in process dan barang jadi / finished goods). Persediaan adalah bagian utama dari modal kerja, merupakan aktiva yang pada setiap saat mengalami perubahan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan persediaan adalah suatu aktiva yang harus tersedia dalam perusahaan pada saat diperlukan untuk menjamin kelancaran dalam menjalankan perusahaan.

4. Jenis-jenis Persediaan

Jenis-jenis persediaan dalam suatu perusahaan menurut fungsinya dapat dibedakan atas:

- a. Bath Stock/Lot Size Inventory adalah persediaan yang diadakan karena kita membeli atau membuat bahan-bahan atau barang-barang dalam jumlah yang lebih besar daripada jumlah yang dibutuhkan pada saat itu.

Keuntungannya:

1. Potongan harga pada harga pembelian.
 2. Efisiensi produksi.
 3. Penghematan biaya angkutan.
- b. Fluctuation Stock adalah persediaan yang diadakan untuk menghadapi fluktuasi permintaan konsumen yang tidak dapat diramalkan.
- c. Anticipation Stock adalah persediaan yang diadakan untuk menghadapi fluktuasi permintaan yang dapat diramalkan, berdasarkan pola musiman yang terdapat dalam satu tahun dan untuk menghadapi penggunaan, penjualan, atau permintaan yang meningkat.

Setiap jenis persediaan memiliki karakteristik tersendiri dan cara pengelolaan yang berbeda, sehingga dapat dilihat dari jenis dan posisi barang. Persediaan menurut jenis dan posisi barang dapat dibedakan menjadi beberapa jenis:

- a. Persediaan bahan mentah (raw material) yaitu persediaan barang-barang berwujud, seperti besi, kayu, serta komponen-komponen lain yang digunakan dalam proses produksi.
- b. Persediaan bagian produk atau komponen-komponen rakitan (purchased parts/components), yaitu persediaan barang-barang yang terdiri dari komponen-komponen yang diperoleh dari perusahaan lain yang secara langsung dapat dirakit menjadi suatu produk.

- c. Persediaan bahan pembantu atau penolong (supplies), yaitu persediaan barang-barang yang diperlukan dalam proses produksi, tetapi bukan merupakan bagian atau komponen barang jadi.
- d. Persediaan barang dalam proses (work in process), yaitu persediaan barang-barang yang merupakan keluaran dari tiap-tiap bagian dalam proses produksi atau yang telah diolah menjadi suatu bentuk, tetapi masih perlu diproses lebih lanjut menjadi barang jadi.
- e. Persediaan barang jadi (finished goods), yaitu persediaan barang-barang yang telah selesai diproses atau diolah dalam pabrik dan siap dijual atau dikirim kepada pelanggan.

5. Arti dan Tujuan Pengawasan Persediaan

Pengertian Pengawasan Persediaan : Perusahaan harus dapat mempertahankan suatu jumlah persediaan yang optimum yang dapat menjamin kebutuhan bagi kelancaran kegiatan dalam jumlah dan mutu yang tepat serta dengan biaya yang serendah-rendahnya.

Rangkaian kegiatan produksi dan distribusi ini mulai dari pembelian bahan baku, terus produksi melalui semua kegiatan operasi dalam pabrik sampai di gudang barang jadi dan dari gudang barang jadi ini terus ke tempat-tempat distribusi sampai akhirnya pada konsumen yang terakhir.

Menurut Supriyono (2000) pengertian dari pengawasan persediaan bahan adalah :

“ Sebagai suatu fungsi terkoordinasi dalam organisasi yang terus menerus disempurnakan untuk meletakkan pertanggungjawaban atas pengelolaan bahan baku dan

persediaan pada umumnya, serta menyelenggarakan suatu pengendalian internal yang menjamin adanya dokumen dasar pembukuan yang mendukung sahnya suatu transaksi yang berhubungan dengan bahan baku”.

Ahyari (1999) menambahkan cara melakukan pengawasan fisik terhadap persediaan barang adalah :

- a. setelah bahan baku diterima, pada umumnya segera dimasukkan kedalam gudang fasilitas penyimpanan bahan baku.
- b. Penulisan identitas yang jelas bagi masing-masing gudang dan isinya untuk mencegah terjadinya kekeliruan atau pencampuran bahan baku.
- c. pembungkusan/pengepakan yang cukup baik agar tidak terjadi kerusakan selama masa tunggu
- d. pengadaan bahan untuk mencegah terjadinya penungguan yang tidak merata
- e. untuk bahan baku yang punya batas waktu penggunaan, maka batas waktu tersebut harus ditulis agar bahan tidak kadaluarsa
- f. mengadakan pemeriksaan gudang atau perhitungan fisik (stock opname) secara berkala, misal sebulan sekali atau akhir periode.

6. Penentuan Jumlah Pembelian

Kebutuhan bahan baku atau barang untuk keperluan persediaan pengusaha dapat diramalkan. Dalam hal ini pengusaha memilih bentuk peramalan yang paling cocok bagi usahanya. Dengan diketahui jumlah kebutuhan permintaan, bukan berarti pengusaha harus membeli semuanya dalam sekali, dua kali bahkan

berpuluh kali untuk menutup kebutuhan bahan selama satu periode. Untuk melaksanakan pembelian sedapat mungkin pengusaha menentukan jumlah yang paling optimal. Masalah yang sering timbul adalah berapa kali pengusaha tersebut melaksanakan pembelian agar kebutuhan pengusaha dapat tercukupi, akan tetapi pengusaha juga mendapatkan tingkat biaya persediaan yang paling minimal.

Secara umum biaya-biaya persediaan bahan baku ini dapat dipisahkan menjadi dua kelompok, yaitu :

a. Biaya penyimpanan (carrying cost)

Jumlah dari pada biaya-biaya ini akan semakin besar apabila kualitas bahan baku yang dibeli semakin banyak. Berapa biaya penyimpanan antara lain adalah :

1. Biaya gudang
2. Biaya asuransi
3. Biaya pemeliharaan
4. Biaya pengepakan kembali
5. Biaya atas modal yang ditanamkan dalam persediaan
6. Biaya kerusakan bahan dalam penyimpanan
7. Tidak terpakainya bahan karena using

Biaya penyimpanan dapat menyatakan dalam dua bentuk, yaitu sebagai persentasi dari unit harga / nilai persediaan rata-rata dalam periode tertentu.

b. Biaya pemesanan (ordering cost) (pemesanan berharga)

yaitu biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan kegiatan pemesanan bahan atau barang, sejak dari penempatan pemesanan sampai tersedianya barang digudang.

Biaya pemesanan ini meliputi :

1. Mengadakan pemesanan barang
2. Biaya administrasi dan penempatan pemesanan
3. Biaya pemilihan vendor atau pemasok
4. Biaya pengangkutan dan bongkar muat
5. Biaya penerimaan dan pemeriksaan barang

Biaya pemesanan ini dinyatakan dalam rupiah per pesanan. Tidak tergantung dari jumlah yang dipesan, tetapi tergantung dari berapa kali pesanan. Dengan tingkat kebutuhan yang sama pada suatu periode, semakin besar kualitas bahan baku yang dibeli pada setiap pembelian, maka biaya penyimpanan semakin besar. Sedangkan biaya persiapan pemesanan akan semakin mengecil. Sehingga total biaya persediaan mula-mula besar, akan turun pada titik tertentu akan naik lagi.

B. Konsep Economic Order Quantity (EOQ)

Economic Order Quantity (EOQ) merupakan salah satu model manajemen persediaan. EOQ sangat berguna untuk menentukan kuantitas pesanan persediaan yang dapat meminimalkan biaya penyimpanan dan biaya pemesanan persediaan. EOQ juga berguna untuk mengatasi masalah berkaitan dengan ketidakpastian melalui persediaan pengaman (safety stock).

Untuk memperjelas pengertian tentang Economic order Quantity (EOQ), ada beberapa pendapat tentang Economic Order Quantity diantaranya adalah :

- a. Menurut Gitosudarmo, (2002) Economic Order Quantity (EOQ) adalah merupakan volume atau jumlah pembelian yang paling ekonomis untuk dilaksanakan pada setiap kali pembelian.
- b. Menurut Yamit, (1999) Economic Order Quantity (EOQ) adalah jumlah pesanan yang dapat meminimumkan total biaya persediaan, pembelian yang optimal.
- c. Menurut Riyanto (2001) Economic Order Quantity (EOQ) adalah jumlah kuantitas barang yang dapat diperoleh dengan biaya yang minimal, atau sering dikatakan sebagai jumlah pembelian yang optimal.

EOQ adalah jumlah kuantitas barang yang dapat diperoleh dengan biaya yang minimal, atau sering dikatakan sebagai jumlah pembelian yang optimal. Pada pendekatan Economic Order Quantity (EOQ), tingkat ekonomis dicapai pada keseimbangan antara biaya pemesanan dan biaya penyimpanan. Jika persediaan besar maka biaya pemesanan akan turun tetapi biaya penyimpanan naik. Sebaliknya, jika persediaan kecil maka biaya pemesanan akan naik tetapi biaya penyimpanan turun. Dalam menentukan EOQ sangat dipengaruhi oleh faktor tinggi rendahnya tingkat permintaan bahan baku hingga datangnya pesanan. Dengan adanya faktor tersebut maka EOQ diklasifikasikan menjadi 2 model yaitu EOQ model deterministik dan probabilistik.

Dalam menentukan kebijaksanaan penyediaan bahan dasar yang tepat dalam arti agar tidak mengganggu proses produksi, ada beberapa metode untuk melakukan manajemen persediaan, salah satunya adalah dengan cara titik pesanan ekonomis yang disebut metode *Economic Order Quantity* (EOQ)

Menurut Rangkuti (2007) *Economic Order Quantity* (EOQ) adalah sejumlah pembelian bahan mentah pada setiap kali pesan dengan biaya yang paling rendah.

C. Hipotesis

Berdasarkan dari uraian latar belakang dan perumusan masalah serta dukungan dasar teori yang terkait, maka dapat dikemukakan suatu hipotesis sebagai berikut :**“Jumlah Persediaan Teh Kotak Jasmine 300ml yang dilakukan PT Surainda Panjjaya di Samarinda belum optimal”**.

D. Definisi Konseptional

Definisi konseptional adalah kumpulan definisi atau pengertian yang terkandung dalam topik atau judul penelitian yang penulisannya disesuaikan dengan maksud peneliti itu sendiri terhadap variabel-variabel yang diteliti, sehingga jelas batasannya walaupun dalam bentuk yang masih abstrak dan belum bisa diukur. Batasan-batasan yang dibutuhkan untuk menjelaskan konsep-konsep yang dipergunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

Mulyadi (2008) mendefinisikan pengendalian intern sebagai berikut :

“Pengendalian intern meliputi organisasi dan semua metode serta ketentuan-ketentuan yang terkoordinasi dalam suatu perusahaan untuk mengamankan kekayaan, memelihara kecermatan dan sampai seberapa jauh dapat dipercaya dalam akuntansi. Meningkatkan efisiensi usaha dan mendorong dipatuhinya kebijakan pemimpin yang telah ditetapkan”.

Bagi suatu pengusaha mengadakan persediaan dalam jumlah yang cukup besar mungkin lebih menguntungkan. Kekurangan persediaan akan menghambat proses pemenuhan permintaan konsumen atau pemasaran, sebaliknya kelebihan persediaan akan terjadi pemborosan pada dana yang ditanam pada persediaan.

Adapun yang dimaksud dengan pembelian dalam penulisan adalah pembelian Teh Kotak. Sedangkan untuk menganalisa jumlah pembelian Teh Kotak agar tercapai efisiensi dalam rangka pengadaan persediaan, maka dapat dilihat dari segi:

1. Jumlah Teh Kotak yang dibutuhkan selama satu periode
2. Waktu dimana harus diadakan pemesanan kembali sedemikian rupa, sehingga kedatangan Teh Kotak yang dipesan tepat waktu.
3. Dari segi biaya, berapa besarnya biaya pemesanan (*ordering cost*) dan biaya penyimpanan (*carrying cost*)
4. Persediaan aman adalah merupakan suatu persediaan yang direncanakan sebagai pengaman dari kelangsungan perusahaan.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengendalian persediaan Teh kotak tahun 2016 pada PT Surainda Panjjaya, maka penulis memberikan suatu kesimpulan bahwa hipotesis mengenai “Pengendalian persediaan Teh kotak yang dilakukan oleh PT Surainda Panjjaya belum efisien” adalah dapat diterima dengan alasan sebagai berikut :

1. Hasil yang diperoleh dari perhitungan dimana jumlah pemesanan yang paling efisien harus dilakukan pada PT Surainda Panjjaya adalah sebanyak sepuluh kali pesan dalam setahun.
2. *Reorder point* dimana perusahaan harus memesan kembali pada saat stock yang telah ditentukan sesuai dengan *lead time* nya, agar memenuhi permintaan konsumen.
3. Hasil dari perhitungan sebelumnya dapat dilihat bahwa dengan melakukan pemesanan yang efisien maka perusahaan dapat menghemat biaya dan perusahaan juga mendapatkan investasi persediaan serta dapat menghasilkan pengendalian persediaan yang efisien.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang diperoleh, maka pada penulisan ini diberikan saran kepada pihak PT Surainda Panjjaya sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan pemesanan sebaiknya perusahaan melakukan perhitungan terlebih dahulu untuk jumlah pemesanan yang efisien pertahun, perusahaan dapat menerapkannya dengan menggunakan metode EOQ, yang sudah terbukti dilakukan oleh penulis pada kesempatan ini.
2. Sebaiknya pihak perusahaan mengontrol pemesanan, karena pengendalian stock adalah hal utama yang harus diperhatikan dalam perusahaan yang bergerak dibidang distributor.
3. Dengan melakukan pemesanan secara teratur maka dapat menghemat biaya pada perusahaan, terutama biaya pemesanan dan pemeliharaan.
4. Bagaimanapun juga dengan memaksimalkan perhitungan EOQ pada setiap persediaan dan pada perusahaan apapun, maka akan dapat dipastikan akan efisien dan berkembang itu pun jika ditunjang dengan 4.551.690.000 marketing yang baik dan tersistem.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari. 1999. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media.
- Ernie, Kurniawan. 2005. *Pokok-pokok Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: BFEE Yogyakarta.
- Eniy,Ben M. 2007. *Analisis Krisis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Gitosudarnoo. 2002. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hasibuan. 2006, *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: AMP-YKPN.
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Keuangan : Berbasis balanced scorecard*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Keown, J. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Mulyadi. 2008. *A to Z Manajemen Keuangan*. Jakarta: Harvarindo.
- Nova Harvina. 2009. *Analisis Kinerja Keuangan Pada PT. Bumi Resources Tbk*. Pekanbaru: Skripsi
- Prawirosentono. 2001 *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.
- Riyanto. 2001 *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Edisi keempat Ekonisia.
- Rangkuti. 2007. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Edisi kelima Ekonisia.
- Stephen, Mary. 2010. *Memahami Laporan Keuangan*. Jakarta. Terjemahan Dwi Prabaningtyas, PPM.
- Sikula, F Andrew. 2006. *Teori Akuntansi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Sumayang, Lalu 2003. *Financial Statement Analysis*. Jakarta: Mondial.
- Supriyono. 2000. *Analisis Kinerja Keuangan*. Jakarta: Alfabet
- Sawir Agnes. 2003. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soemarso. 2004. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Terry, R George . 2009. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Erlangga.
- Toni Nurman. 2005. *Analisis Kinerja Keuangan Pada PT. Timah Tbk*. Pekanbaru.
- Umar, Husein. 2004. *Metodelogi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persaja.
- Yadiati . Winwin. 2007. *Teori Akuntansi*. Jakarta: Kencana.
- Yenny Muthia. 2005. *Analisis Kinerja Keuangan Pada PT. Astra Otoparts Tbk*. Pekanbaru: Skiripsi.
- Yamit. 1999. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta:Kencana.