BAB III

PROYEKSI PENJUALAN DAN PENGENDALIAN PERSEDIAAN PADA UD. JAYA ABADI

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Gambaran umum perusahaan

UD. Jaya Abadi merupakan usaha rumahan atau yag lebih sering dikenal dengan home industri. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 27 November 2006 yang merupakan bentuk perusahaan perseorangan dengan ijin usaha SIUP Nomor : 503/675-K/414.045/2006, yang ditanda tangani kepala kantor Departemen Perdagangan Kabupaten Tuban Drs. Budaeri, MM yang saat itumenjabat sebagai kepala dinas perindustrian, perdagangan dan koperasi Kabupaten Tuban. Pada awal berdirinya, UD. Jaya Abadi berkedudukan di Desa Panyuran Kecamatan Palang Kabupaten Tuban. Namun seiring berjalannya waktu perusahaan terus berkembang dan membutuhkan tempat yang lebih luas untuk menjalankan usahanya, akhirnya Jl. Tuban-Pakah Dsn. Ngejen, Ds. Kowang RT/RW 01/01 Kab. Tuban dipilih menjadi lokasi yang dirasa tepat oleh pemilik usaha untuk melanjutkan usahanya.[1] Lokasi ini dipilih karena lokasinya yang luas dan berada di tengah-tengah ladang serta tidak terlalu dekat dengan rumah penduduk sehingga aroma kopi yang menyengat tidak mengganggu aktifitas penduduk, dari alasan itulah lokasi ini dirasa cock untuk melanjutkan usahanya.

[1] Data Sekunder Perusahaan, 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

UD. Jaya Abadi memproduksi kopi sangrai baik yang berupa kopi bubuk maupun masih dalam bentuk biji. Jenis kopi yang diproduksi adalah kopi Arabika. Kopi Arabika dipilih karena bahan baku yang mudah didapat dan rasanya yang sudah akrab dan tidak asing dikalangan masyarakat. Produk olahan kopi perusahaan ini diberi merek Cap 2 cangkir dengan *tagline* "Harga Hemat, Rasa Nikmat" dengan segmentasi pasar untuk kalangan menengah ke bawah. Bentuk kemasannya pun masih sederhana, menggunakan plastik biasa dengan disablon bagian depannya. Merek Cap 2 Cangkir memiliki makna tentang penggambaran penduduk Indonesia yang sering minum kopi tak hanya dinikmati sendiri tetapi lebih sering berkumpul bersama teman-teman yang lain dengan berbincang-bincang membahas mengenai hal apapun, sehingga minum kopi sudah menjadi budaya masyarakat karena itulah produk ini menggunakan merek 2 cangkir bukan 1 cangkir.

2. Visi-Misi UD. Jaya Abadi[2]

a. Visi

Menjadi pelopor perusahaan kopi terkemuka yang berkualitas dengan cita rasa tinggi di tingkat nasional.

b. Misi

1) Menghasilkan produk yang berkualitas dan menjadi produk unggulan.
2) Menyediakan produk pilihan dengan cita rasa tinggi, inovatif, harga terjangkau.
3) Memastikan ketersediaanya bagi pelanggan

[2] Data Sekunder Perusahaan, 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Berkomitmen untuk senantiasa meningkatkan kopetensi karyawan, proses produksi yang efisien dengan teknologi modern dan meningkatkan nilai-nilai perusahaan secara berkesinambungan.

3. Struktur Organisasi

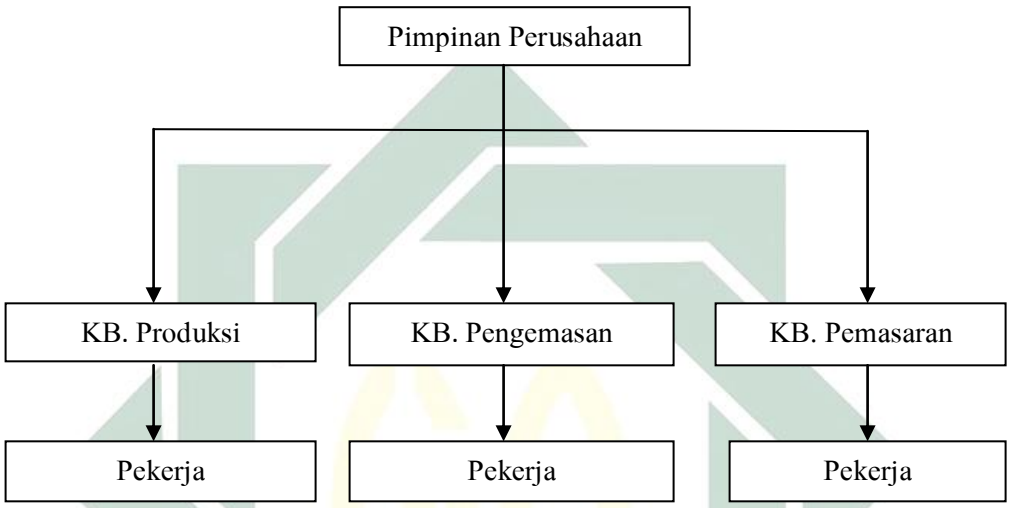
Keberhasilan suatu perusahaan pada umumnya adalah berkat adanya kerja sama yang baik antar karyawan. Oleh karena itu diperlukan adanya pengorganisasian yang baik dalam seluruh kegiatan yang dilakukan oleh masing-masing divisi dan setiap kelompok yang ada dalam perusahaan.

Home Industri kopi bubuk cap 2 cangkir "UD. Jaya Abadi" merupakan perusahaan perseorangan sehingga pimpinan perusahaan dipegang langsung oleh pemiliknya yaitu Bapak Shidiq Ismail. Awal mula perusahaan ini terdiri dari 2 karyawan, kini berkembang menjadi 8 karyawan.[3] Struktur organisasi yang ada pada Home Industri kopi bubuk cap 2 cangkir yang berlokasi di semanding - Tuban dengan sistem *job description* yang jelas dapat mempengaruhi kelancaran kegiatan perusahaan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. *Home Industri* memiliki struktur organisasi yang sesuai dengan rincian berdasarkan susunan organisasi yang kepemimpinannya secara langsung dipimpin oleh Manager Perusahaan. Setiap bawahan mendapat perintah dari kepala bagian secara langsung untuk melakukan tugas dan tanggung jawabnya sendiri-sendiri sesuai dengan masing-masing bagian.[4]

[3] Shiddiq Ismail, *Wawancara*, 20 September 2014
[4] Observasi, Tuban 20 September 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambaran secara skematik tentang pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab antar bagian dalam "UD. Jaya Abadi" dapat dilihat pada struktur berikut ini[5]:



Gambar 1 : Struktur Organisasi UD. Jaya Abadi Semanding –Tuban

Berikut adalah penjabaran dari tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian:

a. Pimpinan Perusahaan :

1) Menentukan kebujaksanaan pokok, dibidang perencanaan, pengendalian, pengawasan dan pengembangan perusahaan.
2) Menyediakan bahan yang diperlukan dengan efisien.
3) Bertanggung jawab merencanakan produksi sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

[5] Data sekunder perusahaan, 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Mengusahakan produksi pada standart kualitas dan mempersiapkan serta menjamin kelancaran proses produksi.
5) Membina kegiatan di dalam perusahaan kepada semua bagian.
6) Mengatur jalannya pelaksanaan proses produksi.

b. Kepala Bagian Produksi

1) Bertugas untuk pengawasan dalam produksi.
2) Mengajukan permintaan bahan kopi sesuai kebutuhan proses produksi.
3) Memeriksa dan melaksanakan pembelian bahan baku kopi.

c. Kepala Bagian Pengemasan

1) Bekerja dan pengawas dalam pengemasan
2) Mengajukan permintaan plastik atau toples sesuai kebutuhan
3) Melaporkan ketika ada alat pengemasan rusak

d. Kepala Bagian Pemasaran

1) Melakukan kegiatan strategi penentuan harga.
2) Melakukan kegiatan penjualan produksi dengan baik.
3) Merencanakan penjualan hasil produksi dengan baik.
4) Melakukan proses penjualan barang-barang hasil produksi.
5) Mengadakan promosi dan distribusi.

4. Proses Produksi

Pada awalnya proses menyangrai kopi masih dengan cara manual dengan menggunakan tenaga manusia. Dengan berkembangnya perusahaan dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bertambahnya permintaan produk yang terus bertambah menjadikan para karyawan kewalahan. Dengan berbagai pertimbangan, proses produksi UD. Jaya Abadi kini sudah menggunakan beberapa mesin yang dioperasikan oleh karyawan. Mesin penyangrai kopi menggunakan bahan bakar berupa kayu bakar untuk tetap mencaga cita rasa dan aroma yang khas serta jika dilhat dari segi biaya lebih murah.[6]

Dalam perusahaan manufaktur untuk menghasilkan barang jadi cenderung melakukan suatu proses-proses tertentu dengan urutan yang tidak bisa dipisahkan antara yang satu dengan yang lainnya. Untuk mengolah menjadi barang yang lebih bermanfaat, maka perusahaan memperhatikan dengan cermat dalam menentukan faktor-faktor produksi dan bahan bakunya. Perusahaan kopi dalam proses produksinya bersifat kontiniu yaitu perusahaan yang memproduksi barang yang sama secara terus menerus.

Dalam proses produksi yang berjalan di home industri kopi bubuk cap 2 cangkir Tuban, Bahan baku yang dipergunakan adalah :

1. Kopi pilihan
2. Coklat
3. Gula

Adapun peralatan - peralatan yang ada pada unit produksi home industri kopi bubuk cap 2 cangkir Tuban adalah[7] :

[6] Muntamah, *Wawancara*, 4 Oktober 2014
[7] Observasi, Tuban, 30 Oktober 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Alat penyangrai kopi
2. Alat selep
3. Alat mesin otomatis packing
4. Alat manual packing

Adapun tahap proses produksi yang dilakukan perusahaan adalah meliputi sebagai berikut :

1. Memilih kopi pilihan
2. Mengsangrai kopi sampai matang
3. Setelah kopi matang di tuang ke wadah yang tersedia lalu siram dengan air + gula + coklat secukupnya
4. Biarkan kopi sampai dingin
5. Baru setelah itu kopi dihaluskan atau di selep
6. Yang terakhir kopi siap di kemas menurut kebutuhan ukuran

UD. Jaya Abadi terus mengembangkan perusahaanya terbukti Pada tahun 2011 dengan sudah adanya mesin otomatis *packing* yang mana kemasannya pun sudah menggunakan alumunium foil yang dicetak secara modern. Meskipun demikian kemasan lama tidak lantas dihapus dalam proses produksi karena pasar segmentasi bawah masih terbuka lebar. Produk olahan kopi bubuk ini dikemas dalam berbagai ukuran diantaranya[8]:

1. Kemasan yang dengan tempat bak dengan isi 4 kg
2. Kemasan plastik dengan ukuran 50 gr

[88] Observasi, Tuban, 25 Oktober 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Kemasan plastik ukuran 250 gr
4. Kemasan toples ukuran 500 gr.

B. Deskripsi Data

Data yang diperlukan untuk penelitian ini terdiri dari tiga data, dengan deskripsi sebagai berikut:

1. Pemasaran

Dari segi segmentasi demografis pasar UD. Jaya Abadi terdiri dari beberapa variabel seperti pria dewasa, remaja, dan ibu-ibu. Segmentasi dari segi Geografis sudah masuk ke beberapa Kabupaten di Jawa Timur seperti Tuban, Bojonegoro, Jombang, Nganjuk, Kediri dan Gresik. Produk kopi bubuk milik UD. Jaya Abadi tidak menetapkan wilayah sasaran geografik, karena dianggap dapat melayani semua segmen pasar. Untuk mendukung keberadaannya, produk kopi bubuk ini banyak menyebar dan ditargetkan di toko-toko dan dipasar-pasar.

Tempat pemasaran kopi bubuk produksi UD. Jaya Abadi ini ditempatkan di pasar dan toko-toko kecil. Kopi bubuk ini terdapat dalam berbagai kemasan, plastik, toples dan bak. Harga kemasan dengan tempat bak berisi 4 kg dengan harga Rp 64.000, kemasan plastik dengan ukuran 50 gr dijual dengan cara dikemas menjadi 1 ball berisi 20 bungkus dengan harga Rp 17.000, kemasan plastik ukuran 250 gr dijual dengan harga Rp 4.500 dan kemasan toples ukuran 500 gr dijual dengan harga Rp 10.000. Harga yang ditawarkan ditentukan dari pertimbangan-pertimbangan dari berbagai hal seperti harga wajar di pasar, bahan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

baku, penyusutan kopi, tenaga kerja dann harga kopi mentah, penentuan harga dilakukan agar harga yang dikeluarkan tidak terlalu mahal dan memberatkan konsumen serta tidak terlalu murah dan merugikan perusahaan. Promosi dilakukan oleh *salesman* yang terjun langsung ke lapangan menawarkan produknya.[9]

2. Proyeksi Volume Penjualan

Bapak Shiddiq selau pemilik usaha selalu mengontrol langsung usaha miliknya sesibuk apapun beliau. Semua keputusan mengenai perusahaan beliaulah yang menentukan. Namun, dalam menentukan keputusan atau kebijaksanaan yang akan diambil beliau tidak serta merta memutuskannya. Beliau dengan hati-hati mempertimbangkan kebijaksanaan apa yang akan diambil termasuk dalam hal seberapak biji kopi yang akan digiling untuk diproduksi diproduksi dan dan seberapa banyak yang akan dijual di masa yang akan datang. Beliau sering bertanya kepada karyawan tentang bagaimana keadaan pasar sekarang untuk mendapatkan informasi. Selain informasi dari karyawan tersebut beliau juga mengamati perkembangan situasi dan ekonomi yang terjadi disekitar penjualan produk kopi bubuk tersebut. Informasi yang beliau dapat dari karyawan-karyawan dan hasil pengamatan yang beliau lakukan tersebut menjadi dasar untuk mengambil kebijakan apa yang sesuai untuk diterapkan pada masa yang akan datang.[10]

---

[9] Roy, *Wawancara,* Tuban, 11 Jfebruari 2015
[10] Shiddiq Ismail, *Wawancara*, Tuban, 1 Desember 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Pengendalian persediaan

a. Penyimpanan dan penanganan mutu produk

Karena tenaga kerja yang jumlahnya masih minim kepala bagian Produksi juga merangkap sebagai kepala bagian Persediaan. Meskipun demikian tidak berarti salah satu tugas menjadi terbengkalai. Kepala Bagian telah melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab menjaga kualitas tetap terjaga agar pelanggan tetap setia dan ingin kembali lagi untuk terus membeli produk kopi dari UD. Jaya Abadi ini, pada tahun 2013 jumlah pelanggan berjumlah 244 orang dan pada tahun 2014 jumlah pelanggan bertambah menjadi 308 orang. Hal ini menandakan kualitas kopi yang diolah benar-benar baik sehingga memiliki citarasa yang apabila orang telah meminumnya ingin kembali meminumnya lagi.

Kualitas kopi yang baik bukan hanya ditentukan dari pilihan biji kopi yang baik saja. Faktor penyimpanan sagat mempengaruhi kesegaran dan kualitas biji kopi itu sendiri. Bagi biji kopi terbaik pun jika salah dalam penyimpanannya hanya dalam waktu kurang dari 5 bulan akan berjamur dan tidak dapat diolah.[11] Hal ini sagat diperhatikan oleh UD. Jaya Abadi. Dengan pelanggan yang tersebar di banyak kabupaten di Jawa Timur, seperti Kabupaten Bojonegoro dengan jumlah pelanggan 113, Kabupaten Gresik 64, Kabupaten Kediri 51, Kabupaten Jombang 17, Kabupaten Tuban 26, dan Kabupaten Nganjuk 13 orang mereka dituntut

[11] M. Udaidillah, Wawancara, 1 Desember 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk menyediakan kopi berkualitas. Dalam penyimpanan biji kopinya mereka menggunakan karung yang terbuat dari kain bukan dari plastik dan tidak meletakkannya langsung di atas lantai melainkan diletakkan diatas balok kayu sebagai tatakan untuk menjaga agar biji kopi tetap kering dan tidak lembab sehingga menimbulkan jamur. Setiap kali barang datang (biji kopi), barang langsung dimasukkan ke gudang. Karena ini kopi, maka tidak bisa disimpan di karung plastik, menyimpannya harus di karung kain agar tidak cepat jamuran. Karena gudangnya tidak terlalu besar maka cara penyusunan barang ditumpuk, saat produksi barang yang dipakai adalah barang yang terletak paling bawah karena barang yang baru datang letaknya diatas jadi barang yang lama dulu yang dipakai".[12]

Penyimpanan di gudang, karung terbuat dari kain, dan tidak diletakkan langsung di atas lantai bertujuan untuk menghindarkan biji kopi dari pengaruh fisik lingkungan yang buruk seperti angin, panas, hujan dan menjaga agar biji kopi tidak terlalu lembab agar bisa bertahan lebih lama dan kesegarannya terjaga.

b. Sistem Pengendalian Persediaan

UD. Jaya Abadi selama ini belum menggunakan metode atau cara perhitungan tertentu dalam menentukan tingkat persediaan yang harus dimiliki atau yang harus dipesan. Pesanan ditentukan berdasarkan penilaian pemilik Usaha dengan informasi dari para pegawainya. Kondisi

[12] M. Ubaidillah, *Wawancara,* Tuban, 1 Desember 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

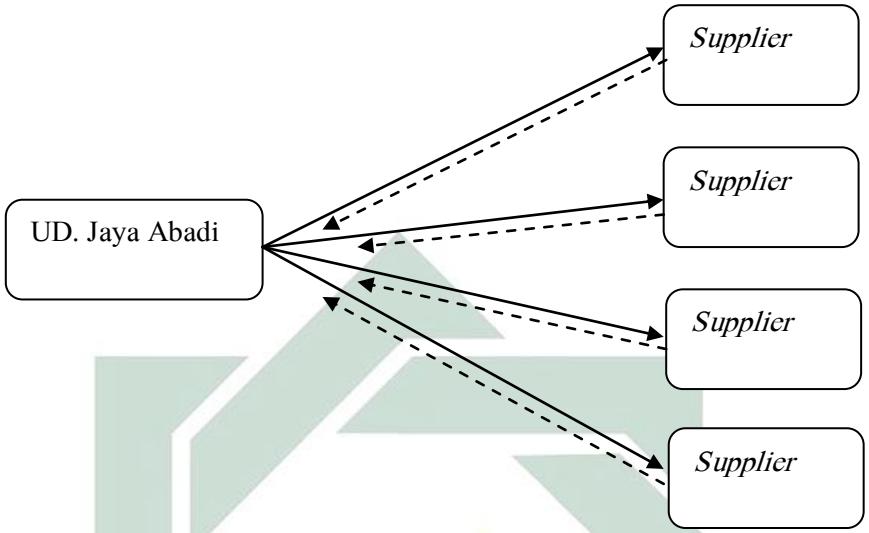
ini dapat menyebabkan frekuensi pemesanan dan besarnya pesanan tidak diperhitungkan dengan baik sehingga dapat menimbulkan penumpukan atau kurangnya persediaan yang akan menimbulkan dampak negatif bagi perusahaan.

c. Prosedur Pembelian Biji Kopi

Pemilik usaha beserta KB. Persediaan yang menentukan berapa tingkat kebutuhan biji kopi setiap kali produksi dan tingkat pembelian yang akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan produksi. KB. Persediaan akan menghubungi *supplier* untuk melakukan pemesanan. UD. Jaya Abadi tidak hanya tergantung pada 1 *supplier* hal ini untuk berjaga-jaga agar pesanan biji kopi selalu ada dan menghindari jika suatu saat terjadi kelangkaan.[13]

[13] Roy, Wawancara, Tuban, 10 Oktober 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 2. Alur pemesanan biji kopi UD. Jaya Abadi

Sumber: (Data primer diolah, 2014)

Dari gambar tersebut terlihat bahwa UD. Jaya Abadi memesan lagsung ke *supplier* untuk memenuhi kebutuhannya. Pemesanan biasanya dilakukan satu bulan tiga kali pesan. *Supplier* akan mengirimkan biji kopi sesuai dengan pesanan. Tidak jarang pihak UD. Jaya Abadi langsung mendatangi *supplier* tanpa melakukan pemesanan terlebih dahulu. Pembelian yang seperti demikian biasanya dilakukan menggunakan sepeda motor atau mobil tergantung jumlah pembeliannya. Barang yang telah diterima dilakukan penginputan data penerimaannya kemudian disimpan di dalam gudang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Volume penjualan

Sistem pemakaian bahan baku yang dilakukan oleh UD. Jaya Abadi menggunakan sistem FIFO (*First In First Out*), bahan baku atau biji kopi yang pertama kali masuk aka digunakan terlebih dahulu untuk proses produksi. Pada awalnya setiap kali produksi UD. Jaya Abadi menggiling 1 kwintal biji kopi, dengan mengikuti perkembangan penjualan yang kadang naik kadang turun UD. Jaya Abadi menggiling 2-3 kwintal biji kopi setiap kali produksi. Setiap usaha pasti akan mengalami pasang surut, bgitupun UD. Jaya Abadi. Penjualan tertinggi produk kopi bubuk terjadi pada bulan November 2014 sebesar 2588.75 kg. penjualan tertinggi pada bulan november karena pada bulan ini disebagan wilayah yang daerahnya banyak berupa area persawahan seperti, Tuban, Bojonegoro, Nganjuk, dan Kediri merupakan musim tanam, pada musim tanam ini banyak petani yang membeli kopi lebih dari biasanya untuk menyediakan suguhan pada buruh yang bekerja saat musim tanam[14]. Mengalami penurunan pada bulan Desember 2014 menjadi 2302.5 kg. hal ini terjadi karena kenaikkan harga BBM yang mengakibatkan harga bahan baku naik sehingga UD. Jaya Abadi harus menaikkan produk mereka serta konsumen mulai berbikir dua kali untuk membelanjakan uang mereka. Berikut adalah volume penjualan UD. Jaya Abadi selama tahun 2014.

[14] Juwariyah dan Zainul Hasan, *Wawancara*, Tuban 11 Februari 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1. Volume Penjualan Kopi Bubuk Januari-Desember 2014

No.	Bulan	Volume penjualan (kg)
1	Januari	1505
2	Februari	1729
3	Maret	2166.6
4	April	2242
5	Mei	2410.25
6	Juni	2379.25
7	Juli	2339.25
8	Agustus	2120.75
9	September	2275.75
10	Oktober	2151.75
11	November	2588.75
12	Desember	2302.5

Sumbe: (Data primer diolah, 2014)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id