

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 latar Belakang**

Industri manufaktur merupakan industri yang memproduksi bahan baku menjadi barang jadi atau industri yang memproduksi bahan baku menjadi barang setengah jadi. Tujuan industri manufaktur sendiri adalah untuk memproduksi barang secara ekonomis agar dapat mendapatkan keuntungan. Selain tujuannya untuk mendapatkan keuntungan tersebut industri manufaktur juga memiliki keinginan agar produksinya dapat terus berjalan dan berkembang sehingga kelangsungan hidup perusahaan pun dapat terjamin.

Banyaknya industri manufaktur di Indonesia menuntut para pelaku usahanya untuk lebih kompetitif sehingga dapat bersaing untuk mendapatkan pasar yang ada. Banyak sekali faktor yang menentukan suatu usaha dapat terus berjalan dan dapat bersaing secara kompetitif dengan pesaingnya. Salah satu faktor pendukung untuk suatu perusahaan agar dapat bersaing dengan pesaingnya adalah dengan melakukan berbagai strategi pemasaran. Dengan kemajuan teknologi saat ini, strategi pemasaran tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satu cara melakukan strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi saat ini adalah dengan melakukan strategi pemasaran melalui media elektronik. Dengan memanfaatkan strategi pemasaran

tersebut perusahaan dapat memperkenalkan produk yang dijualnya secara luas kepada konsumen.

Dalam industri manufaktur khususnya perusahaan yang memproduksi barang yang sejenis dengan pesaingnya, strategi pemasaran menjadi faktor penentu produk tersebut dapat di ketahui oleh konsumen. Namun dengan banyaknya pesaing yang memiliki produk yang lebih unggul dan kurang pekanya perusahaan dengan strategi pemasaran tersebut, membuat produk perusahaan kurang diketahui oleh konsumen dan membuat tingkat penjualan pun menjadi rendah. Dengan rendahnya tingkat penjualan tersebut yang disebabkan oleh pesaing yang memiliki produk yang lebih unggul, perusahaan harus membuat strategi untuk mengantisipasi permasalahan tersebut. Untuk menghadapi masalah tersebut, salah satu yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melakukan variasi produk atau yang biasa disebut dengan bauran produk. Bauran produk (*product mix*) adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu (Kotler dan Keller, 2008:16). Tujuan dari bauran produk itu adalah menciptakan lini produk untuk meningkatkan penjualan. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan bauran produk untuk mengantisipasi kurang memuaskannya tingkat penjualan dari salah satu produk demi kelangsungan perusahaan tersebut.

Di Indonesia sendiri banyak ditemukan perusahaan di industri manufaktur. Salah satu industri manufaktur di Indonesia adalah industri pengrajin tas. Salah satu kota di Indonesia yang banyak ditemukan industri tas adalah di Kota Bandung. Banyak

sekali ditemukan industri pengrajin tas di Kota Bandung baik di daerah yang hanya terdapat satu pengrajin tas maupun daerah yang memang menjadi sentral pengrajin tas. Dengan banyak pengrajin tas tersebut menuntut para produsennya untuk dapat memberikan kualitas produk terbaik untuk konsumennya. Namun tidak hanya kualitas produknya saja yang membuat konsumen puas tapi waktu pengerjaan dari tas tersebut dan pemasaran yang dilakukan produsen yang membuat konsumen puas.

Kota Bandung menjadi salah satu Kota yang memiliki banyak produsen tas di dalamnya, ini dikarenakan mudahnya mendapatkan bahan baku untuk membuat tas. Salah satu pengrajin tas yang ada di Kota Bandung adalah CV. Idola Indonesia. CV. Idola Indonesia merupakan produsen pembuat tas yang memberikan jasa pembuatan tas khususnya untuk souvenir. Tas yang di produksi oleh CV. Idola Indonesia antara lain adalah tas Rapim (rapat pimpinan), tas laptop, tas wanita, tas ransel, tas travel haji, tas slempang, tas pinggang dan masih banyak lagi produk yang di produksi oleh CV. Idola Indonesia. Tas yang diproduksi oleh CV. Idola Indonesia di produksi berdasarkan permintaan konsumen baik di *design* oleh CV. Idola Indonesia sendiri maupun oleh konsumennya. Untuk penjualan tas satuan yang mencapai 35 persen dari produknya disalurkan ke outlet-outlet yang telah menjalin kerja sama dengan CV. Idola Indonesia yang tersebar luas di Kota Bandung.

Dalam proses produksi dan penjualannya CV. Idola Indonesia memiliki tempat yang berdekatan, ini di karenakan CV. Idola Indonesia memang berada di sentral pembuatan tas. Walaupun CV. Idola Indonesia berada di daerah yang memang menjadi

sentral pembuatan tas dimana terdapat banyak pesaing di dalamnya yang membuat persaingan pun menjadi kompetitif tapi tidak membuat konsumen sulit untuk menemukan dan mengetahui keberadaan dan produk yang di jualanya. Ini di karenanya CV. Idola Indonesia melakukan berbagai macam strategi pemasaran yang memudahkan para konsumen untuk mengetahui informasi mengenai keberadaan dan produknya. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Idola Indonesia adalah dengan memanfaatkan media elektronik sebagai media pemasarannya dengan membuat *website* yang berisi tentang perusahaanya tersebut, katalog dari produknya, lokasi produksi dan penjualan hingga pemesanan secara online. Dengan kemudahan tersebut membuat konsumen menjadi mudah mengetahui informasi dan melakukan pemesanan tas di CV. Idola Indonesia dan tingkat penjualan pun menjadi meningkat berkat pemasaran tersebut.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Idola Indonesia tersebut dapat dikatakan efektif karena membuat tingkat pemesanan dan penjualan pun meningkat. Dengan tingginya jumlah permintaan pasar terhadap produk perusahaan tersebut membuat perusahaan harus terus melakukan proses produksi setiap waktu. Namun di sisi lain dalam proses produksi CV. Idola Indonesia memiliki kendala dalam pelaksanaannya. Permasalahan ini mencakup keterbatasan modal yang dimiliki yang membuat terbatasnya bahan baku yang dapat disediakan, rendahnya kinerja karyawan dan kurangnya jumlah tenaga kerja, dan proses produksi yang terbilang lama yang berakibat pada belum didapatkannya keuntungan yang maksimal dari kendala tersebut

karena perusahaan belum menggunakan metode apapun untuk mengetahui titik yang optimal dari sumber daya terbatas tersebut atau kendala untuk mendapatkan keuntungan yang optimal. Keuntungan yang belum optimal tersebut dapat terlihat dari Tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1**

**Informasi mengenai tiga jenis bauran tas, jumlah produksi, dan total keuntungan Bulan April 2015**

Produk	Jumlah produksi	Keuntungan
Tas Rapim	416	Rp.9.305.504
Tas Laptop	572	Rp.13.595.296
Tas Wanita	572	Rp.13.886.444
Total	1560	Rp.36.787.244

Sumber: CV. Idola Indonesia

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, dapat diketahui bahwa dalam satu bulan proses produksi dengan tiga macam bauran tas yang memiliki bahan baku yang sama yaitu tas dengan bahan baku golden, CV. Idola indonesia dapat memproduksi memproduksi 416 unit tas rapim, 572 unit tas laptop, dan 572 unit tas wanita dengan total keuntungan perbulan sebesar Rp.36.787.244. Perhitungan dalam Tabel 1.1 diatas belum menggunakan metode apapun untuk mengetahui titik optimal dari penggunaan sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Melihat permasalahan yang dimiliki oleh CV. Idola Indonesia tersebut, salah satu cara yang dapat digunakan untuk memecahkan permasalahan tersebut adalah dengan menggunakan metode operasi dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas di CV. Idola Indonesia menggunakan program linier. Program Linier merupakan suatu metode pemecahan optimasi secara matematik melalui pengalokasian sumber daya yang terbatas atau langka di antara tipe penggunaan yang bersaing. Optimasi tersebut dapat berupa maksimisasi kontribusi dan dapat pula merupakan minimisasi biaya (Chase, Aquilano dan Jacobs;2011) yang di kutip dari (Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, 2014;317). Sedangkan metode yang di gunakan untuk memecahkan permasalahan program linier tersebut dapat menggunakan metode grafik dan metode simpleks. Metode simpleks merupakan suatu algoritma yang dikembangkan oleh Dantzig untuk menyelesaikan berbagai permasalahan proramasi linier (Heizer dan Render, 2005:611). Metode ini berguna sebagai suatu alat bantu manajemen dalam pengambilan keputusan (*decision making*), yang berkenaan dengan penentuan optimasi bauran produk (Muhardi, 2011:13).

Dengan adanya permasalahan yang ada di CV. Idola Indonesia tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menganalisis bauran produk menggunakan metode Simpleks di CV. Idola Indonesia dengan judul penelitian **“ANALISIS BAURAN PRODUK DENGAN MENGGUNAKAN METODE SIMPLEKS UNTUK MEMAKSIMALKAN KEUNTUNGAN (Studi Kasus Pada CV. IDOLA INDONESIA BANDUNG)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bauran produk yang dilakukan di CV. Idola Indonesia?
2. Bagaimana bauran produk dengan menggunakan metode simpleks pada CV. Idola Indonesia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan peneliti mengadakan penelitian ini adalah untuk memperoleh data yang akan dipergunakan dalam penyusunan sebagai salah satu syarat untuk Skripsi S-1 dalam Program Studi Ekonomi jurusan Manajemen di Universitas Islam Bandung. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Bauran produk yang dilakukan di CV. Idola Indonesia.
2. Bauran produk dengan menggunakan metode simpleks pada CV. Idola Indonesia.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian dilakukan agar memberi manfaat bagi semua pihak, antara lain:

1. Bagi penulis

Hasil penelitian dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan khususnya di dalam bidang pengambilan keputusan dalam bauran produk.

## 2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan menjadi masukan dan informasi dalam rangka pengambilan keputusan dalam bauran produk di CV. Idola Indonesia.

## 3. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi, menjadi sumber informasi dan bahan perbandingan untuk topik yang sama.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Produksi merupakan aspek penting dalam pembuatan suatu barang mulai dari bahan baku menjadi barang jadi. Perusahaan perlu melakukan perhitungan dalam kegiatan produksinya yang memiliki kendala dalam keterbatasannya modal yang dimiliki yang membuat terbatasnya bahan baku yang dapat disediakan, rendahnya kinerja karyawan dan kurangnya jumlah tenaga kerja, dan proses produksi yang terbilang lama. Ini dilakukan agar perusahaan dapat menghasilkan barang yang optimal dengan kendala yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Kegiatan produksi erat sekali kaitanya dengan Manajemen Operasi. Seperti yang diketahui bahwa Manajemen Operasi berhubungan dengan penciptaan barang atau yang lebih dikenal dengan produksi. Berikut ini dijelaskan pengertian-pengertian Manajemen Operasi menurut para ahli:

Manajemen operasi menurut Heizer & Render (2015:3) adalah aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan barang dan jasa melalui proses transformasi dari input (masukan) ke output (hasil).

Menurut William J. Stevenson & Sum Chee Chuong (2014:4) mendefinisikan Manajemen Operasi merupakan manajemen dari bagian organisasi yang bertanggung jawab untuk menghasilkan barang dan jasa. Operasi bertanggung jawab menghasilkan barang atau menyediakan jasa yang ditawarkan organisasi untuk mengilustrasikannya, jika organisasi bisnis adalah mobil, dalam organisasi bisnis, operasi akan menjadi mesinnya, karena mesin adalah inti dari apa yang dilakukan organisasi. Manajemen operasi bertanggung jawab mengelola inti tersebut. Oleh karena itu, manajemen operasi (*operation management*) adalah manajemen *system* atau proses yang menciptakan barang dan atau menyediakan jasa.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Manajemen Operasi merupakan aktivitas yang berhubungan dengan pembuatan barang dan jasa sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan dilaksanakan dalam suatu sistem terpadu. Sehingga barang atau jasa tersebut dapat bermanfaat bagi orang yang memerlukannya. Pelaksanaan kegiatan pembuatan barang dan jasa tersebut dapat direncanakan dengan tujuan untuk mendapatkan suatu titik optimal (optimasi) atau minimisasi dari kegiatan produksi dengan suatu metode yaitu dengan program linier.

Program Linier merupakan suatu metode pemecahan optimasi secara matematik melalui pengalokasian sumber daya yang terbatas atau langka di antara tipe penggunaan yang bersaing. Optimasi tersebut dapat berupa maksimisasi kontribusi dan dapat pula merupakan minimisasi biaya (Chase, Aquilano dan Jacobs;2001) yang di kutip dari (Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, 2014;317).

Pemrograman linier menggunakan suatu model matematis untuk menggambarkan masalah yang sedang dihadapi. Model dalam pemrograman linier pada dasarnya dinyatakan dalam bentuk fungsi tujuan dan batasannya. Fungsi tujuan merupakan persamaan fungsi dari nilai variabel, sedangkan batasan adalah kendala (*constraints*) yang dihadapi dalam mencapai tujuan tersebut (Eddy Herjanto, 1997:141).

Jika pendapat ahli tersebut diatas dipertemukan, kita dapat merumuskan pengertian Program Linier sebagai sebuah metode matematik yang dipergunakan untuk mencapai pemecahan optimum sebuah fungsi tujuan linier melalui pengalokasian sumber daya yang terbatas yang dimiliki sebuah organisasi atau perusahaan, yang telah disusun menjadi fungsi kendala yang juga linier di antara tipe penggunaan yang bersaing (Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, 2014;317-318).

Dalam pemecahan Program Linier terdapat dua macam metode, yaitu:

1. Metode grafis.
2. Metode simpleks.

Metode simpleks sama dengan grafis merupakan metode yang dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan programasi Linier. Metode simpleks merupakan suatu algoritma yang dikembangkan oleh Dantzig untuk menyelesaikan berbagai permasalahan proramasi linier (Heizer dan Render, 2005:611). Metode ini berguna sebagai suatu alat bantu manajemen dalam pengambilan keputusan (*decision making*),

yang berkenaan dengan penentuan optimasi bauran produk. Apabila metode grafis digunakan untuk mencari solusi optimal terhadap dua jenis produk, maka metode simpleks dapat digunakan dalam mencari solusi optimal untuk bauran produk (*product-mix*) yang terdiri dari dua jenis produk atau lebih. Semakin banyak jenis produk yang digunakan maka semakin rumit pengerjaannya, sehingga metode grafis dan cara manual sulit untuk digunakan dalam penyelesaian masalah programasi Linier (Muhardi, 2011:13).

Menurut Aminudin (2005:29-30) terdapat 6 langkah untuk pemecahan program linier dengan metode simpleks, diantaranya sebagai berikut:

1. Formulasikan dan standarisasi modelnya.
2. Bentuk tabel awal simpleks berdasarkan informasi model diatas.
3. Tentukan kolom kunci di antara kolom-kolm variabel yang ada, yaitu kolom yang mengandung nilai  $(c_j - z_j)$  paling positif untuk kasus maksimisasi dan atau mengandung nilai  $(c_j - z_j)$  paling negatif untuk kasus minimisasi.
4. Tentukan baris kunci di antara baris-baris variabel yang ada, yaitu baris yang memiliki *rasio kuantitas* dengan nilai positif terkecil.

$$\text{Rasio Kuantitas ke-}i = \frac{b_i}{\text{unsur kolom kunci yang positif}}$$

5. Bentuk tabel berikutnya dengan memasukkan variabel pendatang ke kolom variabel dasar dan mengeluarkan variabel perantau dari kolom tersebut, serta

lakukan transformasi baris-baris variabel. Dengan menggunakan rumus transformasi sebagai berikut:

1) Baris baru selain baris kunci =

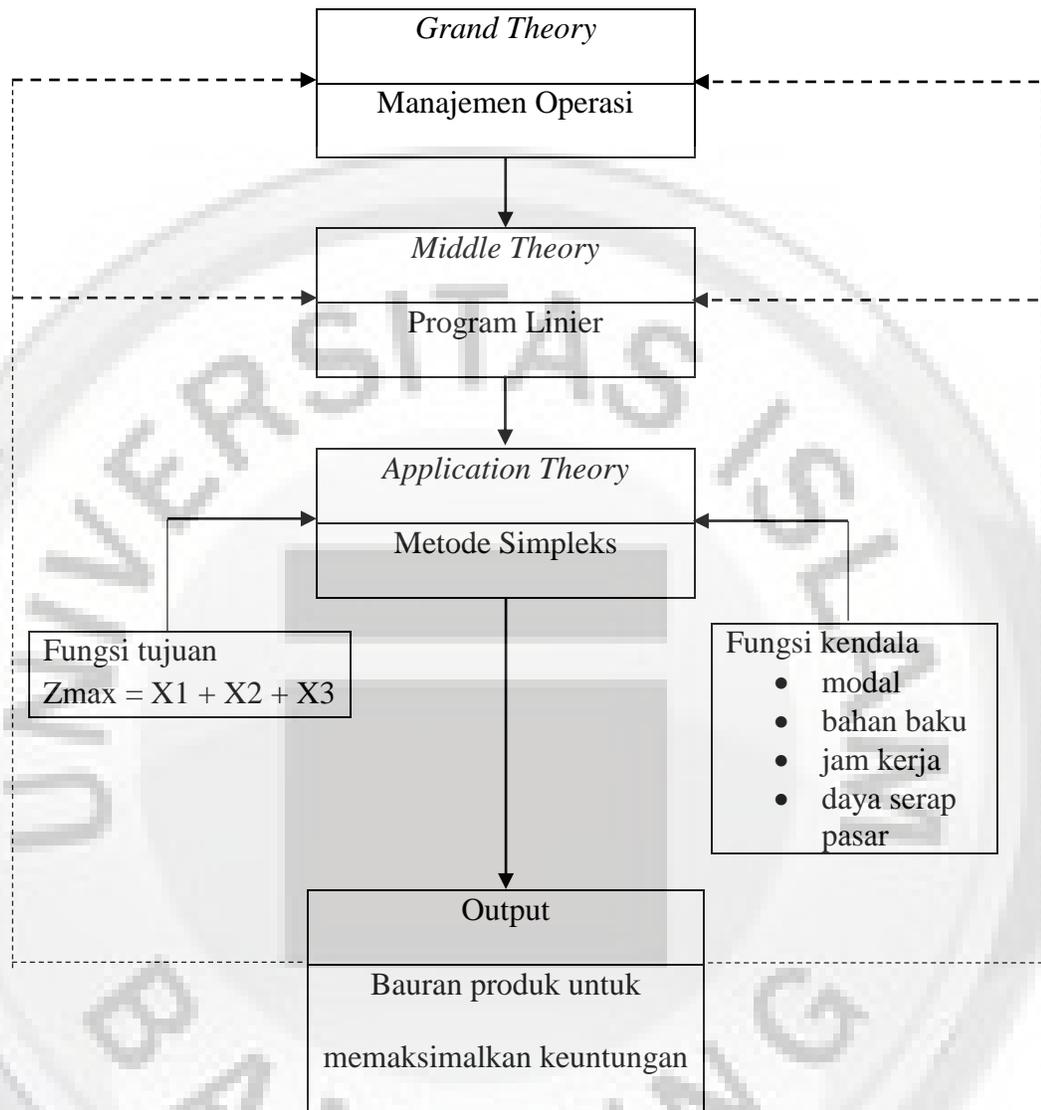
$$\text{Baris lama} - (\text{rasio kunci} \times \text{baris kunci lama})$$

2) Baris kunci baru =  $\frac{\text{baris kunci lama}}{\text{angka kunci}}$

$$\text{Keterangan: rasio kunci} = \frac{\text{unsur kolom kunci}}{\text{angka kunci}}$$

6. Lakukan uji optimalitas. Dengan kriteria jika semua koefisien pada baris ( $c_j - z_j$ ) sudah tidak ada lagi yang bernilai positif (untuk kasus maksimasi) atau sudah tidak ada lagi yang bernilai negatif (untuk kasus minimisasi), berarti tabel sudah optimal. Jika kriteria di atas belum terpenuhi maka diulangi mulai dari langkah ke-3 sampai ke-6, hingga terpenuhi kriteria tersebut.

Berdasarkan kedua metode yang sudah dijelaskan diatas, penulis memilih menggunakan metode simpleks untuk pemecahan masalah programasi Linier di CV.Idola Indonesia. Ini dikarenakan terdapatnya lebih dari dua produk yang ada di CV.Idola Indonesia. Dari uraian di atas bisa disimpulkan dalam bagan kerangka pemikiran sebagai berikut.



**Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran**

Keterangan:

————> = turunan teori

-----> = umpan balik pembentukan teori