

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi ini menuntut perusahaan untuk menyusun kembali strategi dan taktik bisnisnya. Jika dilihat secara lebih mendalam ternyata esensi dari persaingan terletak pada bagaimana sebuah perusahaan dapat mengimplementasikan proses penciptaan produk dan atau jasanya secara lebih murah, lebih baik, dan lebih cepat (*cheapter, defter, and faster*) di bandingkan dengan pesaing bisnisnya. Usaha untuk menciptakan rangkaian proses tersebut bukanlah merupakan target saja, melainkan sifatnya dinamis, dalam arti harus selalu di upayakan secara terus menerus dan berkesinambungan. Sejauh perusahaan dapat tetap bertahan dalam ketatnya kompetisi global.

Untuk meningkatkan ataupun menghasilkan suatu produk perusahaan harus melihat terlebih dahulu beberapa jenis produk yang dapat diperjual belikan ataupun dikonsumsi untuk para konsumen sehingga perusahaan mampu ataupun dapat mengetahui kegiatan memproduksi atau menghasilkan barang tersebut. Dalam kegiatan untuk menambah kegunaan sistem produksi sehingga dimungkinkan dilakukan pertransformasian masukan yang berupa peralatan, tenaga, dana sebagai faktor – faktor produksi serta pengelolaan aliran produk yang efektif dan bermanfaat bagi suatu perusahaan.

Setiap bidang usaha mempunyai *competitive base* yang berbeda dan pesaing – pesaing semakin lama juga semakin inovatif dalam melancarkan

manufer – manufer bisnisnya. Ada beberapa penyebabnya meningkatnya persaingan, yaitu banyak serta beragamnya pemain pasar di bisnis tersebut, produk yang bersifat komoditi, serta kecilnya kapasitas. Semua faktor tersebut menyebabkan perang harga diantara persaingan. Tingkat persaingan yang tinggi menyebabkan sebuah perusahaan merasa perlu melakukan terobosan radikal untuk tidak sekedar sama atau sedikit diatas pesaing, akan tetapi melakukan lompatan luar biasa untuk meningkatkan pesaingnya jauh dibelakang. Tekanan dari pemasok sangat mempengaruhi, sebab pemasok yang dihandalkan jumlahnya sangat sedikit. Pemasok akan mempunyai posisi tawar relatif tinggi, dan kadang – kadang memaksa produsen untuk mengikuti irama pemasok. Hal lain yang mempengaruhi adalah keterbatasan dalam bahan baku, ancaman pemasok akan masuk sebagai pesaing. Tekanan dari pelanggan karena pelanggan memerlukan produk bermutu, murah dengan layanan yang baik dan cepat.

Dalam hubungannya dengan pengelolaan aliran produk distribusi yang dilakukan perusahaan, maka produk atau jasa yang digunakan adalah hasil dari serangkaian proses panjang yang melewati beberapa tahapan fisik maupun non fisik. Sebuah produk akan sampai ke tangan pemakai akhir setelah setidaknya melalui beberapa proses dari pencarian bahan baku, proses produksi, dan proses distribusi penggunaan transportasi yang efisien sehingga dapat sampai ketangan konsumen dengan cepat. Pengiriman bahan baku dari pemasok maupun produk jadi kepara distributor seringkali menggunakan jasa pihak ketiga ( pihak luar ).

*Supply Chain Management (SCM)* merupakan cara melihat bisnis sebagai suatu mata rantai aliran material maupun informasi yang terjadi antara produsen dengan pelanggan. Dalam melaksanakan SCM digunakan metodologi rantai nilai yang menyatakan bahwa setiap perusahaan merupakan sekumpulan kegiatan yang dilakukan untuk merencanakan, memproduksi, memasarkan, menyampaikan dan mendukung produknya. SCM merupakan mekanisme untuk mengidentifikasi, memprioritaskan dan mengambil tindakan untuk memperbaiki pada operasional yang sampai pada akhir adalah perbaikan yang berkesinambungan.

Perusahaan Garment Nissas Tulungagung, diharapkan lebih teliti dalam pengelolaan aliran produk, dimana dalam pengelolaan aliran produk yang tepat di harapkan dapat memperoleh hasil yang memuaskan yaitu dapat tercapainya kepuasan pelanggan, pengurangan biaya – biaya pada saluran distribusi, serta terjaminnya kelancaran penyediaan barang sehingga produk tersebut dapat sampai ketangan konsumen dengan tepat waktu.

## **B. Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang rumusan masalahnya adalah : “ Bagaimanakah perusahaan garmen NISSAS, struktur organisasi, kualitas dan jumlah karyawan, sistem penggajian, produksi, pemasaran, penetapan harga jual, target dan realisasi produksi serta penjualan perusahaan garmen di Tulungagung. ✓

### C. Perumusan Masalah

Pada penulisan tugas akhir ini ruang lingkup pembahasan dibatasi pada aliran material yaitu persediaan bahan baku berupa kain yang harus di peroleh dari luar kota. Hal ini di dasarkan pada pemikiran rantai pengadaan yang tepat merupakan kunci sukses dalam usaha.

### D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui tentang perusahaan garmen NISSAS di Tulungagung.
- b. Untuk mengetahui struktur organisasi, kualitas dan jumlah karyawan, sistem penggajian, produksi, pemasaran dan penetapan harga jual pada perusahaan garmen NISSAS di Tulungagung.
- c. Untuk mengetahui target dan realisasi produksi serta penjualan pada perusahaan garment NISSAS di Tulungagung.

#### 2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Perusahaan : merupakan alat bantu dalam pengelolaan perusahaan untuk aliran produk guna mempermudah pengaturan persediaan bahan baku serta dapat mengetahui pasar yang cepat berubah.
- b. Bagi Penulis : sebagai implementasi dari ilmu pengetahuan yang telah diterima selama mengikuti kuliah.
- c. Bagi pihak lain : dapat memperoleh pengetahuan tentang produksi di perusahaan dengan metode SCM ( Supply Chain Manajement ).