

**PERENCANAAN PEMBELIAN GABAH  
PADA  
CV. KAMAL LESTARI Jember**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember



Oleh :

Terima 15 JAN 2004  
No. Induk:

Klass  
678.8  
ARI  
P

**NYIMAS SRI ARINA**  
NIM. 010810291600

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2003**

## JUDUL SKRIPSI

PERENCANAAN PEMBELIAN GABAH PADA

CV. KAMAL LESTARI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : NYIMAS SRI ARINA

N. I. M. : 010810291600

Jurusan : MANAJEMEN

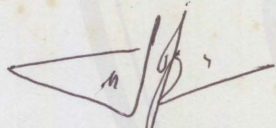
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

23 DESEMBER 2003

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

### Susunan Panitia Penguji

Ketua,

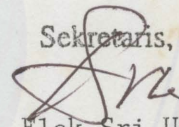


Dra. Istifadah, M.Si

NIP. 131 877 448



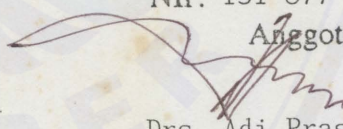
Sekretaris,



Dra. Elok Sri Utâmi, M.Si

NIP. 131 877 449

Anggota,



Drs. Adi Prasodjo, MP

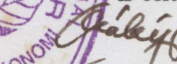
NIP. 131 691 014

Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Drs. Liakip, SU

NIP. 130 531 976



**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

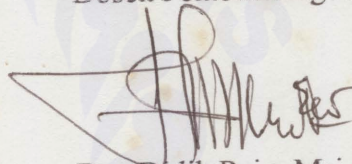
Judul Skripsi : Perencanaan Pembelian Gabah pada CV. Kamal Lestari  
Jember.  
Nama Mahasiswa : Nyimas Sri Arina  
Nim : 010810291600  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dosen Pembimbing I



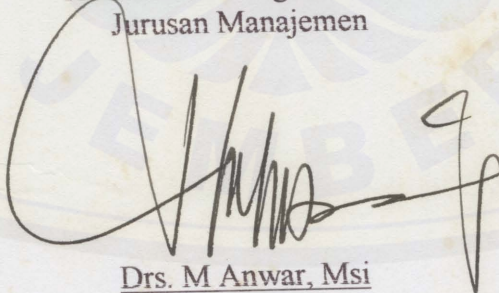
Drs. Adi Prasajo, MP  
NIP.131 691 014

Dosen Pembimbing II



Drs. Didik Pujo, Msi  
NIP. 131 627 513

Koordinator Program Studi  
Jurusan Manajemen



Drs. M Anwar, Msi  
NIP.131 759 767

Tanggal Persetujuan : 18 November 2003

*Kupersembahkan karya ini kepada :*

- *Allah SWT atas segala rahmat dan petunjuk yang diberikan-Nya padaku.*
- *Ayahanda tercinta "Almarhum Drs. Kimas Iskandar Z" atas didikan, petuah-petuahmu yang selalu setia mengiringi dan mengikuti setiap langkahku.*
- *Ibunda tercinta "Soedarsih" atas curahan kasih sayang, do'a-do'a yang setiap malam menemani langkahku serta semua nasehat dan semangat yang tercurah padaku.*
- *Adikku tercinta "Kimas Arya Udayana" atas dukungan dan motivasimu semoga dirimu dapat melebihi Ayuk dalam meraih cita-cita.*
- *Sahabatku terkasih "Praptiningtiyas" atas semua kebersamaan yang selama ini kita jalani, semoga persahabatan ini kekal abadi dan tak lekang oleh waktu.*
- *Keluarga Bapak dan Ibu "Edi Suprpto" atas kehangatan yang selama ini bapak dan ibu berikan, semoga Allah SWT membalas kebaikan-kebaikan itu.*
- *Sobat lamaku : June, Shanty dan Ani semoga kalian bahagia selalu.*
- *Rekan-rekan Manajemen '01 dan Keluarga Besar Ekstensi. Thank's for Everything.*

MOTTO

*Minta tolonglah kamu kepada Allah SWT dengan bersikap sabar dan mengerjakan sholat. Sesungguhnya yang demikian itu amat berat, kecuali bagi orang-orang yang khusuk, (Q.S. Al Baqarah : 45)*

*Janganlah kamu terlalu menyesali terhadap kegagalan yang telah kamu alami dan janganlah kamu terlalu gembira terhadap kesuksesan yang telah kamu capai, Allah SWT tidak menyukai kepada orang-orang yang sombong dan bersifat angkuh. (Al Hadid : 23)*

*Tidaklah cukup hanya dengan pemikiran yang baik, yang lebih pokok adalah menerapkannya dengan sebaik-baiknya. (Rene Descartes)*

*Menanamkan cinta kasih dan kesetiaan dalam merenda hidup diantara sesama, merupakan pancaran sinar hidup yang damai. (Anonim)*

## ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul “Perencanaan Pembelian Gabah Pada CV.KAMAL LESTARI Jember” ini, bertujuan untuk mengetahui kebutuhan bahan baku gabah yang akan dibeli tahun 2003, serta mengetahui rencana anggaran pembelian bahan baku gabah tahun 2003. Penelitian ini dilakukan di CV. KAMAL LESTARI Jember dengan menggunakan data-data dasar selama 5 tahun yaitu tahun 1998 s/d 2002.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan data sekunder berupa laporan penjualan, laporan persediaan bahan baku dan laporan yang terkait lainnya dari perusahaan yang menjadi obyek penelitian. Adapun alat analisis yang digunakan adalah metode *Least Square*, *Geometric Mean*, dan ITO (*Inventory Turn Over*).

Berdasarkan atas penelitian yang telah dilakukan, maka diketahui kebutuhan bahan baku tahun 2003 diramalkan sebesar 24.615.597 Kg dengan rincian sebagai berikut : 6.643.487 Kg untuk bahan baku beras Cobra, 4.770.671 Kg untuk bahan baku beras KL, dan 13.201.439 Kg untuk bahan baku beras Banteng. Untuk dapat memenuhi kebutuhan bahan baku tersebut dapat digunakan dua alternatif anggaran pembelian yaitu alternatif I (Pembelian secara periodik/bulanan) dan alternatif II (Pembelian pada saat musim panen raya). Dari perbandingan dua alternatif tersebut dipilih alternatif yang paling efisien.

Berdasarkan atas dua perbandingan tersebut, alternatif II dipilih sebagai alternatif yang paling efisien karena dengan menggunakan alternatif II perusahaan dapat menghemat dananya sebesar Rp. 2.038.134.423.00.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul "**Perencanaan Pembelian Gabah pada CV. Kamal Lestari Jember**". Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, pengarahan, petunjuk, saran dan dorongan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak M. Anwar, MSi selaku ketua Koordinator Program Studi Jurusan Manajemen
2. Bapak Adi Prasajo, MP selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak Didik pujo, MSi selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah memberikan saran, masukan dan koreksi terhadap penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah banyak memberi ilmunya kepada penulis selama masa studi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Karyawan Tata Usaha dan petugas perpustakaan di lingkungan Universitas Jember yang banyak membantu kelancaran administrasi.
6. Seluruh staff dan karyawan, khususnya bapak Dewanto atas kesempatan dan bantuannya selama penulis mengadakan penelitian di CV. Kamal Lestari
7. Sahabatku Titik, Yuyun, Santi, kalian adalah sahabat terbaikku dalam segala hal.
8. Teman – teman baikku : Sari, Ima, Titin, Diah, Eva, Wiwin, dan Edi. Makasih atas motivasi dan dukungan kalian semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

## Digital Repository Universitas Jember

9. Teman – teman Manajemen '01 dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam masa studi maupun penyusunan skripsi.

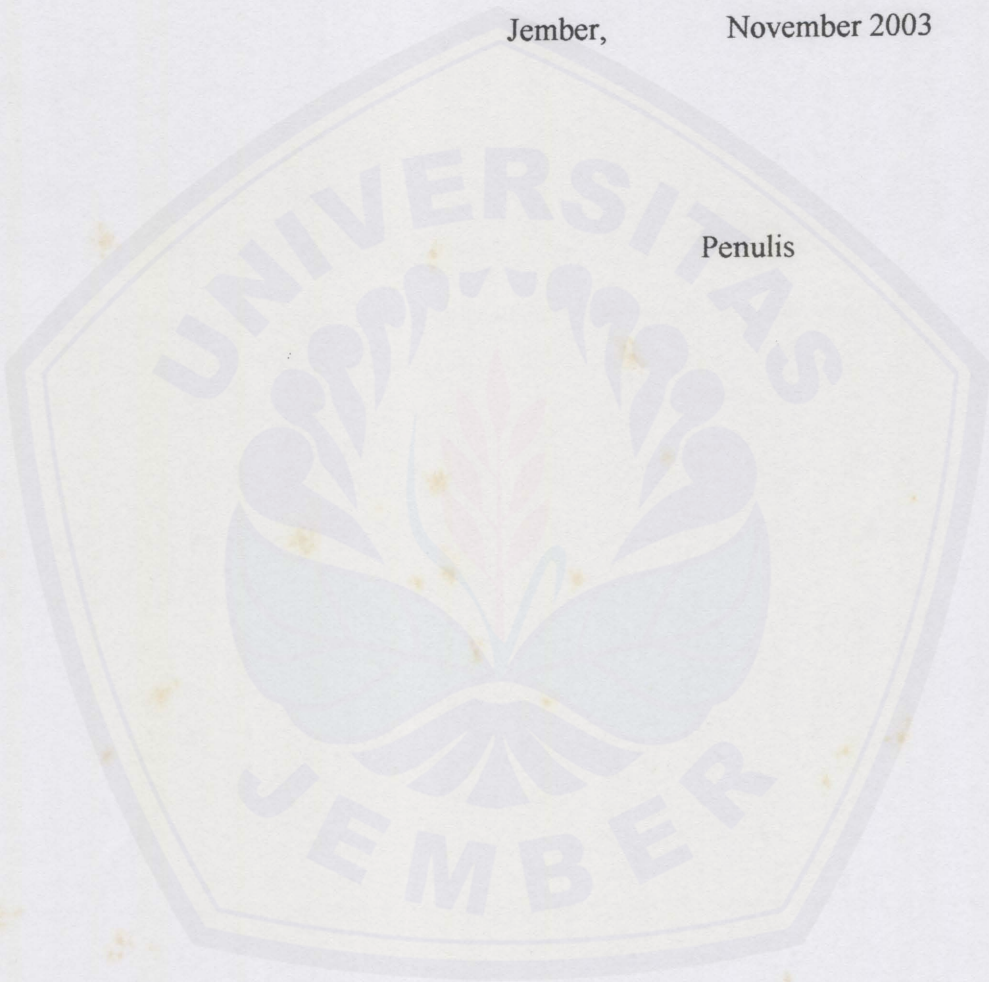
Semoga apa yang telah Bapak, Ibu dan teman- teman berikan untuk penulis mendapatkan balasan yang lebih besar dari Allah SWT.

Akhir kata, semoga skripsi ini mampu memberikan manfaat dan dapat menambah wawasan bagi pembacanya.

Jember,

November 2003

Penulis





DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	3
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	3
II. LANDASAN TEORI.....	4
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	4
2.2 Arti dan Sifat Pemasaran.....	5
2.2.1 Definisi Pasar dan Pemasaran.....	6
2.2.2 Konsep Inti Pemasaran.....	9
2.2.3 Faktor-faktor dalam Sistem Pemasaran.....	12
2.3 Tujuan dan Fungsi Pembelian.....	13
2.4 Strategi Pembelian.....	14
2.5 Proses Pembelian.....	15
2.6 Anggaran Pembelian.....	16

III. METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Rancangan Penelitian .....	18
3.2 Prosedur Pengumpulan Data .....	18
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	18
3.4 Metode Analisa Data .....	19
3.5 Kerangka Pemecahan Masalah.....	22
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	24
4.1.1 Sejarah Singkat CV. Kamal Lestari.....	24
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	25
4.1.3 Aspek Tenaga Kerja .....	28
4.1.3.1 Jumlah Tenaga Kerja.....	28
4.1.3.2 Hari Kerja dan Jam Kerja .....	29
4.1.3.3 Sistem Pengupahan.....	29
4.1.4 Aspek Produksi.....	29
4.1.4.1 Peralatan Produksi .....	30
4.1.4.2 Proses Produksi .....	30
4.1.4.3 Hasil Produksi .....	32
4.1.5 Pemasaran.....	32
4.1.5.1 Hasil Penjualan.....	34
4.2 Analisis Data .....	34
4.2.1 Menghitung Ramalan Penjualan.....	34
4.2.2 Penentuan Tingkat Persediaan Akhir .....	35
4.2.3 Penyusunan Rencana Produksi .....	36
4.2.4 Kebutuhan Bahan Baku.....	36
4.2.5 Anggaran Pembelian .....	37
4.2.5.1 Alternatif I (Pembelian secara Periodik/ Bulanan) .....	37
4.2.5.1 Alternatif II (Pembelian secara Musim/ Panen Raya).....	38

4.2.6 Penentuan Alternatif yang Dipilih.....	43
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	44
5.1 Simpulan.....	44
5.2 Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	45
LAMPIRAN.....	46



DAFTAR GAMBAR

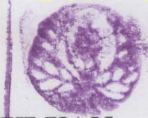
Gambar	Halaman
1. Sistem Pemasaran Sederhana.....	6
2. Strujtur Aliran dalam Ekonomi Pertukaran Modern.....	7
3. Pemasaran Komoditi Pertanian dan Komoditi non Pertanian .....	8
4. Konsep Inti Pemasaran .....	8
5. Pelaku dan Kekuatan Utama dalam Sistem Pemasaran Model .....	12
6. Keterkaitan antara Pasar dan MP.....	13
7. Fungsi Pembelian yang Ideal.....	14
8. Proses Pembelian.....	16
9. Kerangka Pemecahan Masalah.....	22
10. Struktur Organisasi CV. Kamal Lestari.....	25
11. Skema Proses Produksi Beras.....	31
12. Saluran Distribusi CV. Kamal Lestari .....	33
13. Fluktuasi Pemenuhan Kebutuhan Bahan Baku pada Musim Panen Raya .....	38

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Tenaga Kerja Tidak Langsung Tahun 1998-2002.....	28
2. Daftar Penggunaan GPK (Gabah Kering Panen dan Harga Beli Bahan Baku per Kg Periode 1998-2002 (secara rata-rata).....	29
3. Jumlah Mesin Produksi dan Kegunaannya Tahun 2002.....	30
4. Data Produksi Produk Beras Tahun 1998-2002 (dalam Kg).....	32
5. Persediaan Beras Tahun 1998-2002 (dalam Kg).....	32
6. Volume Penjualan Beras Tahun 1998-2002 (dalam Kg).....	34
7. Harga Jual Beras per Kg Tahun 1998-2002 (dalam Rp).....	34
8. Rencana Penjualan dan Harga Jual Tahun 2003.....	35
9. Rencana Produksi Tahun 2003 (dalam Kg).....	36
10. Rencana Kebutuhan Bahan Baku GPK (Gabah Kering Panen) Tahun 2003.....	36
11. Rencana Biaya Perolehan Bahan Baku (Anggaran Pembelian) Tahun 2003.....	37
12. Rencana Pembelian Bahan Baku (GPK) dengan Menggunakan Alternatif II Tahun 2003 (dalam Kg/Bln).....	39
13. Estimasi Harga Beli Tahun 2003 (Tahun Dasar = Tahun 2002).....	40
14. Anggaran Pembelian Menggunakan Alternatif II.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Data Dasar Tahun 1998 – 2002 .....	46
2. Ramalan Penjualan Tahun 2003 .....	47
3. Penentuan Harga Jual Tahun 2003 (Estimasi).....	48
4. Rencana Penjualan dan Harga Jual Tahun 2002.....	49
5. Penentuan Harga Beli Tahun 2003 (Estimasi).....	50
6. Rencana Produksi dan Rencana Kebutuhan Bahan Baku Tahun 2003 (dalam Kg) .....	51
7. Perhitungan Persediaan Akhir (ITO) Tiap Jenis Beras pada CV. Kamal Lestari tahun 2003 (dalam Kg) .....	52
8. Penentuan Anggaran Pembelian Bahan Baku dengan Menggunakan Alternatif II Tahun 2003 (dalam Kg).....	53
9. Kartu Konsultasi Bimbingan.....	55



## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan dalam menjalankan kegiatannya tidak terlepas dari usahanya untuk mencapai tujuan yang ditetapkan yaitu untuk memperoleh keuntungan atau laba, yang akan dipergunakan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan pengembangan perusahaan. Dalam usaha untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan perlu menerapkan langkah-langkah yang dianggap strategis dan antisipatif untuk mencegah timbulnya gejala-gejala yang dapat merugikan perusahaan.

Perusahaan perlu mengadakan koordinasi antara aspek-aspek yang terkait baik itu aspek finansial, produksi, pemasaran, maupun personalia. Keempat aspek itu memiliki keterkaitan yang sangat erat, sehingga perusahaan harus mampu menjaga keseimbangan diantara keempat aspek tersebut. Aspek produksi yang berkaitan dengan penyediaan/pembelian bahan baku perlu mendapat perhatian khusus dari perusahaan.

Dalam usaha untuk memenuhi bahan baku yang diperlukan oleh perusahaan, maka perusahaan dapat melakukan pembelian. Bagian pembelian sebagai wakil dari perusahaan perlu melakukan pembelian tersebut. Bagian pembelian akan berhubungan secara langsung dengan supplier/leveransir perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa bagian pembelian merupakan suatu fungsi pelayanan yang menunjang kegiatan/operasi bagian-bagian lain. Secara umum tugas dari bagian pembelian ini dapat dipisahkan menjadi 2 golongan yaitu yang pertama adalah melaksanakan pembelian bahan/barang untuk penggantian/penambahan fasilitas produksi/peralatan perusahaan sedangkan yang kedua adalah pembelian bahan baku perusahaan, untuk melaksanakan fungsi ini dengan baik, maka informasi yang lancar sangat diperlukan dari bagian-bagian dalam perusahaan tersebut untuk diterima secara rutin oleh bagian pembelian. (Ahyari, 1997 : 14). Bagian pembelian perlu menentukan besarnya kuantitas bahan baku yang akan dibeli untuk keperluan proses produksi.

CV. Kamal Lestari sebagai salah satu perusahaan penggilingan padi memerlukan bahan baku dengan kuantitas yang sangat besar. Hal ini disebabkan karena adanya kebutuhan masyarakat akan makanan pokok (beras). Permintaan akan kebutuhan beras meningkat dari waktu ke waktu dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk, sedangkan luas persawahan menyusut akibat pengkonversian menjadi tempat pemukiman dan sebagainya, dengan adanya kebutuhan bahan baku tersebut, maka bagian pembelian harus merencanakan pembelian bahan baku yang tepat sehingga perusahaan dapat menekan biaya pembelian seefisien mungkin.

Untuk dapat menentukan biaya pembelian bahan baku yang efisien, perusahaan perlu melakukan perencanaan anggaran pembelian, sebab anggaran pembelian tersebut dapat digunakan sebagai control bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakannya, khususnya kebijakan pembelian. Anggaran pembelian dapat ditentukan dengan menghitung ramalan pembelian dan meramalkan harga beli produk.

## 1.2 Pokok Permasalahan

CV. Kamal Lestari dalam upaya meningkatkan layanan konsumennya, perusahaan ini berusaha meminimumkan biaya-biaya yang dikeluarkan termasuk anggaran pembelian. Apabila perhitungan anggaran pembelian yang dilakukan perusahaan tidak tepat maka akan menyebabkan pembesaran biaya pembelian bahan baku.

Salah satu cara yang diambil perusahaan adalah dengan melaksanakan perencanaan biaya pembelian bahan baku yang tepat, agar diperoleh biaya pembelian yang optimal. Berdasarkan hal tersebut diatas, maka permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan adalah :

- a. Berapa kuantitas kebutuhan bahan baku yang dibeli.
- b. Berapa anggaran yang harus dikeluarkan untuk pembelian bahan baku tersebut.



### 1.3 Tujuan dan Manfaat penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menghitung kebutuhan bahan baku (gabah) yang akan dibeli.
- b. Untuk merencanakan anggaran pembelian bahan baku.
- c. Untuk mengetahui anggaran pembelian bahan baku yang paling efisien yang dapat digunakan sebagai acuan bagi CV. Kamal Lestari dalam membeli bahan bakunya.

#### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan berguna dalam beberapa hal diantaranya adalah :

- a. Bagi peneliti dan akademisi

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan dapat digunakan sebagai bahan kepustakaan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian lebih lanjut.

- b. Bagi pimpinan perusahaan

Diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan khususnya yang berhubungan dengan perencanaan pembelian bahan baku gabah bagi perusahaan.



## II. LANDASAN TEORI

### 2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

Hasil penelitian yang digunakan oleh penulis sebagai bahan kajian untuk melengkapi dan mengembangkan dalam penyusunan skripsi adalah yang ditulis oleh M. Maksun Damiri (2000) dengan judul “Analisis Kebutuhan Bahan Baku Yang optimal Dalam Keadaan Probabilistik Pada Perusahaan Hadi Bharata Sejahtera di Kabupaten Magetan”.Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah adanya komponen penentuan jumlah kebutuhan bahan baku yang optimal dengan biaya yang optimal. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada metode analisa data dan tahun penelitian serta obyek penelitiannya. Penulis tidak menggunakan analisa yang digunakan oleh M. Maksun Damiri berupa analisis Economic Order Quantity (EOQ) Probabilistik dan analisis Exponential Smoothing, tetapi menggunakan metode least Square dan geometric mean sebagai metode peramalannya. Periode tahun dasar yang digunakan sebagai jangka waktu penelitian oleh M. Maksun Damiri adalah tahun 1997 s/d tahun 2000 sedangkan periode tahun dasar yang dilakukan oleh penulis adalah tahun 1998 s/d tahun 2002

Hasil penelitian lain yang digunakan sebagai bahan kajian untuk melengkapi dan megembangkan penyusunan skripsi ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Hastuti Setyowaty (2001) dengan judul “ Penentuan Pembelian Makanan Ternak Ayam Yang Ekonomis Pada Perusahaan Ternak Ayam Makin Jaya Jember” penelitian ini mengangkat permasalahan yang dihadapi oleh perusahaaan ternak ayam Makin Jaya Jember mengenai jumlah pembelian pakan ternak yang ekonimis sesuai dengan dana yang tersedia dari perusahaan. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pada metode analisa datanya yaitu menggunakan analisis Least Square dan Geometric Mean. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah obyek dan waktu penelitian., dimana obyek penelitian terdahulu dilakukan pada perusahaan peternakan ayam Makin Jaya Jember dan Waktu penelitian

dilaksanakan pada tahun 2001, sedangkan penelitian yang sekarang dilakukan di CV. Kamal Lestari dan dilaksanakan tahun 2003

## 2.2 Arti dan Sifat Pemasaran

Seiring dengan sejarah manusia dalam memenuhi kebutuhannya, ada pihak yang meminta dan ada yang menawarkan. Pemasaran menarik perhatian yang sangat besar baik bagi perusahaan, lembaga maupun antar bangsa. Berbagai organisasi seperti lembaga pemerintahan dan organisasi lain memandang pemasaran sebagai suatu cara baru untuk berhubungan dengan masyarakat umum.

Pada awal sejarah, pemasaran dilakukan dengan cara pertukaran barang (barter) dan terus berkembang menjadi perekonomian modern. Dengan semakin majunya kehidupan masyarakat maka sistem barter sudah sangat sukar dilakukan, sehingga uang akan digunakan sebagai alat tukar atau sebagai alat perantara. Orang yang melakukan kegiatan menyampaikan barang dan jasa itu telah melakukan kegiatan pertukaran.

Suatu perusahaan harus dapat mengoptimalkan fungsi-fungsi pemasaran produknya agar mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Seorang pemimpin pemasaran harus mengetahui bagaimana dan apa kemauan konsumen di pasar sasaran. Untuk dapat mewujudkan tindakan tersebut diatas maka seorang pemimpin pemasaran haruslah mengetahui dan menguasai beberapa konsep dasar yaitu :

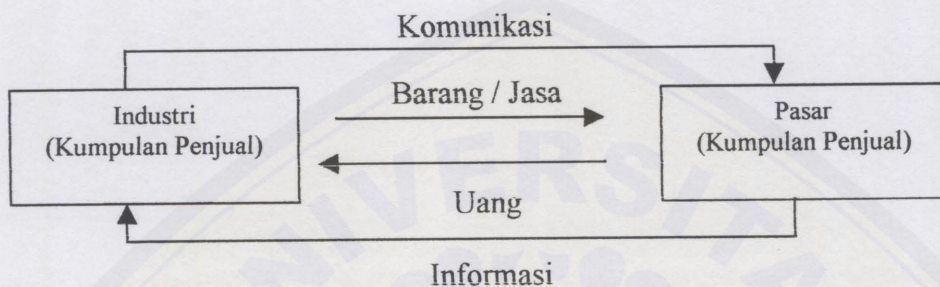
1. Ciri-ciri konsumen pada pasar sasaran
2. Kebutuhan serta keinginan konsumen pada pasar sasaran
3. Kekuatan membeli / daya beli kosumen
4. Kebiasaan serta cara berfikir konsumen pada pasar sasaran.

Seorang pemimpin marketing, juga harus waspada terhadap :

1. Tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pihak saingannya
2. Produk – produk yang dijual pihak saingan
- 3. Harga yang diminta konsumen pada pasar sasaran.

### 2.2.1 Definisi pasar dan pemasaran.

Pada dasarnya “Pasar” adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, pasar adalah daerah atau tempat (area) yang didalamnya terdapat kekuatan – kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga (Mursid, 1993 : 25). Sistem pemasaran sederhana (Kotler, 1997 : 12) dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Sistem Pemasaran Sederhana

Pengertian “Pemasaran” tidak lain merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 1997 : 8).

Berdasarkan pengertian diatas, maka ada empat kegiatan utama yang lazim ada pada proses pemasaran yaitu :

1. Produk yakni menyangkut pemilihan barang atau jasa yang ditawarkan secara tepat.
2. Price yakni menyangkut penetapan harga jual barang yang sesuai dengan kualitas barang dan dapat dijangkau oleh konsumen.
3. Place yakni menyangkut pemilihan cara pendistribusian barang dan jasa sehingga sampai ke tangan konsumen.
4. Promotion yakni menyangkut pemilihan kebijaksanaan promosi yang tepat, sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan.

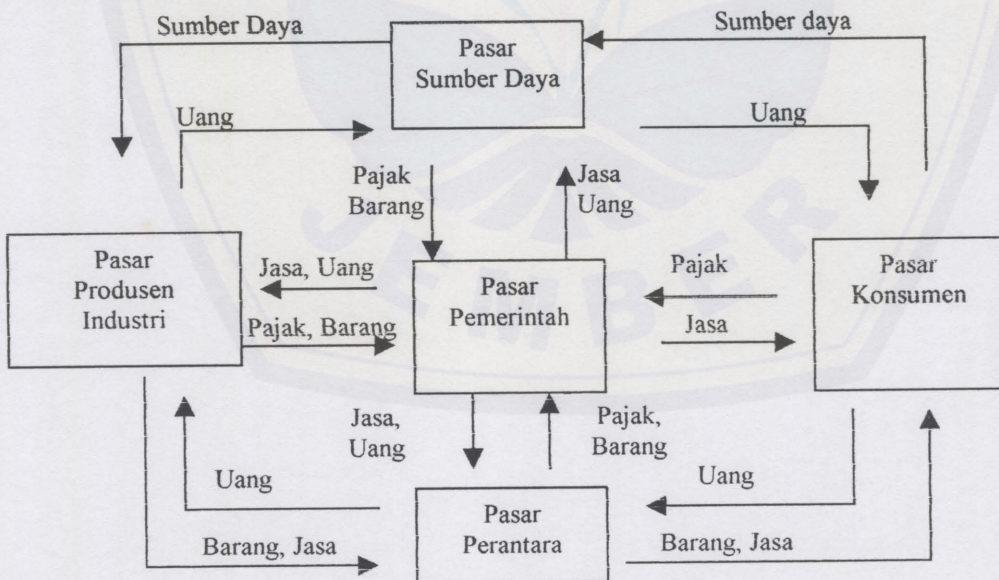
Menurut Stanton dalam bukunya Mursid. (1993 : 25) kedua pengertian diatas masih dianggap sempit dan kurang lengkap. Menurut Stanton “Pasar” adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk

berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi dalam pengertian tersebut terdapat tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar yaitu :

1. Orang dengan segala keinginannya
2. Daya beli mereka
3. Tingkah laku dalam pembelian mereka.

Meskipun seseorang mempunyai keinginan untuk membeli suatu barang tetapi tanpa ditunjang oleh daya beli dan kemauan untuk membelanjakan uangnya, maka orang tersebut bukan bagian dari pasar. Sebaliknya seseorang mempunyai kemampuan tetapi bila ia tidak ingin membeli suatu barang, ia bukan merupakan pasar bagi penjualan barang tersebut.

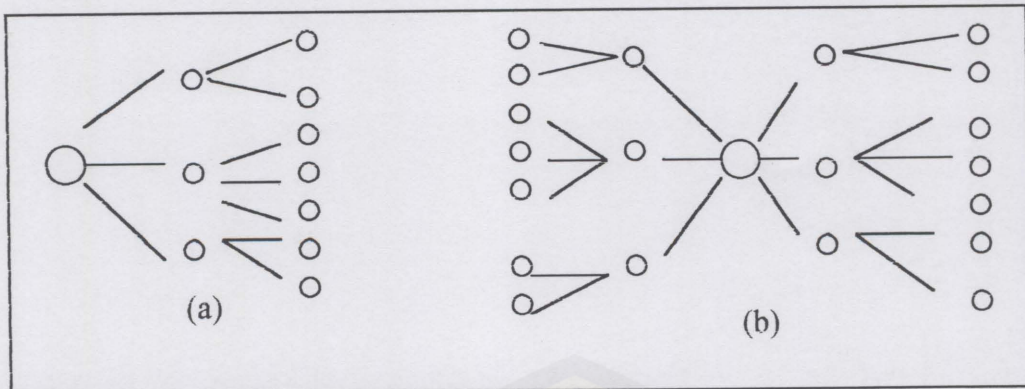
Pemasaran merupakan suatu proses sosial yang mencakup proses yang berkaitan dengan aspek fisik dan mental dari para pelakunya. Aspek mental, mengacu pada para penjual yang harus mengetahui apa yang diinginkan para pembeli dan pembeli harus pula mengetahui apa yang dijual, sedangkan aspek fisik dalam hal ini mengacu pada benda-benda yang harus dipindahkan ketempat dimana mereka dibutuhkan pada saat yang telah ditentukan. Sistem pemasaran modern dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini ( Kottler, 1997 : 13).



Gambar 2. Struktur Aliran Dalam Ekonomi Pertukaran Modern

Dalam kehidupan sehari – hari seseorang mendefinisikan pasar, tidak terlepas dari peran orang tersebut dalam pasar. Apakah, ia sebagai produsen (penjual), konsumen (pembeli), lembaga pemasaran ataukah sebagai ekonom. Menurut Sudiyono ( 2002 : 2 ) definisi pasar sebagai produsen adalah tempat untuk menjual barang-barang atau jasa-jasa yang dihasilkan. Konsumen mendefinisikan pasar sebagai tempat membeli barang-barang dan jasa-jasa sehingga konsumen tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Sedangkan bagi lembaga pemasaran pasar merupakan tempat untuk melakukan aktivitas usaha dengan melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran tertentu sehingga lembaga pemasaran dapat keuntungan.

Secara umum pemasaran dianggap sebagai proses aliran barang yang terjadi dalam pasar. Dalam pemasaran ini barang mengalir dari produsen sampai kepada konsumen akhir yang disertai penambahan guna bentuk melalui proses pengolahan, guna tempat melalui proses pengangkutan dan guna waktu melalui proses penyimpanan, sehingga dari pengertian pemasaran diatas dapat digunakan untuk membahas pemasaran komoditi pertanian atau komoditi non pertanian. Fenomena lapang menunjukkan bahwa pemasaran komoditi non pertanian lebih bersifat distributif maksudnya adalah produsen dapat mendistribusikan barang yang dihasilkan secara langsung melalui pedagang besar, agen dan pengecer serta konsumen akhir. Pada pemasaran komoditi pertanian bersifat konsentrasi – distributif maksudnya adalah Produsen melakukan proses konsentrasi yaitu pengumpulan produk-produk pertanian dari petani ke tengkulak, pedagang pengumpul dan pedagang besar serta diakhiri proses distribusi yaitu penjualan barang dari pedagang ke agen, pengecer dan konsumen akhir. Pengertian tersebut diatas dapat dijelaskan pada gambar 3 dibawah ini :(Sudiyono, 2002:2)

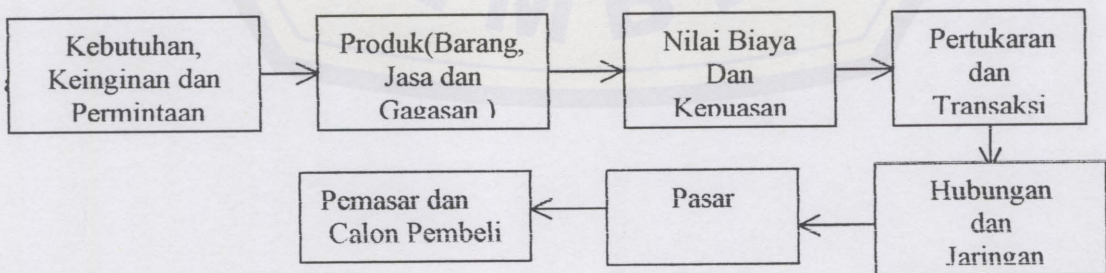


Gambar 3. (a) Pemasaran komoditi non pertanian  
(b) Pemasaran komoditi pertanian

Sebagai proses produksi yang komersial, pemasaran pertanian merupakan syarat mutlak yang diperlukan dalam pembangunan pertanian karena pemasaran pertanian adalah proses aliran komoditi yang disertai perpindahan hak milik dan penciptaan guna waktu, guna tempat dan guna bentuk, yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran.

### 2.2.2 Konsep Inti Pemasaran

Pengertian pemasaran bersandar pada konsep inti yang terdiri dari kebutuhan, keinginan, dan permintaan; produk (barang, jasa dan gagasan); nilai, budaya, dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; hubungan dan jaringan; pasar serta pemasar dan prospek (calon pembeli). Konsep ini diilustrasikan pada gambar 4 berikut : (Kotler, 1997:10)



Gambar 4. Konsep Inti Pemasaran

a. Kebutuhan Keinginan dan Permintaan

Kebutuhan adalah ketidakberadaan beberapa kebutuhan dasar manusia membutuhkan makanan, pakaian, tempat berlindung, keamanan, hak milik dan harga diri.

Keinginan adalah hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik. Keinginan akan selalu muncul pada setiap manusia sesuai dengan adanya pengaruh lingkungan sekitar

Permintaan adalah keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya, keinginan menjadi permintaan jika didukung oleh daya beli.

b. Produk ( barang, jasa dan gagasan )

Orang memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka dengan produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan produk fisik merupakan sarana yang memberikan jasa dan gagasan kepada kita.

c. Nilai, biaya dan kekuatan

Nilai adalah perkiraan konsumen atas seluruh kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhannya, sedangkan biaya merupakan pengorbanan seseorang untuk mendapatkan nilai. Seorang pemasar yang baik harus dapat menciptakan suatu manfaat yang besar dengan menggunakan nilai yang kecil.

d. Pertukaran dan Transaksi

Pertukaran adalah tindakan memperoleh barang yang dikehendaki dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalan terdapat lima kondisi yang harus dipenuhi agar pertukaran dapat terjadi :

1. Terdapat sedikitnya dua pihak
2. Masing-masing pihak memiliki sesuatu yang mungkin berharga bagi pihak lain.
3. Masing-masing pihak mampu berkomunikasi dan melakukan penyerahan
4. Masing-masing pihak bebas menerima atau menolak tawaran pertukaran
5. Masing-masing pihak yakin bahwa berunding dengan pihak lain adalah layak dan bermanfaat.



Pertukaran baru akan terjadi apabila kedua belah pihak dapat menyetujui syarat pertukaran yang akan membuat mereka lebih baik daripada sebelum pertukaran. Transaksi adalah perdagangan nilai-nilai antara dua pihak atau lebih.

## e. Hubungan dan Jaringan

Pertukaran dan transaksi merupakan awal terjadinya hubungan atau lebih dikenal dengan sebutan pemasaran hubungan merupakan praktik membangun hubungan jangka panjang yang memuaskan dengan pihak-pihak pelanggan, pemasok dan penyalur guna mempertahankan preferensi dan bisnis jangka panjang mereka. Jaringan pemasaran terdiri dari perusahaan dan semua pihak-pihak pendukung yang berkepentingan dalam membangun hubungan bisnis yang menguntungkan.

## f. Pasar

Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu

Pasar pada hakikatnya dibagi menjadi empat (4) golongan yaitu :

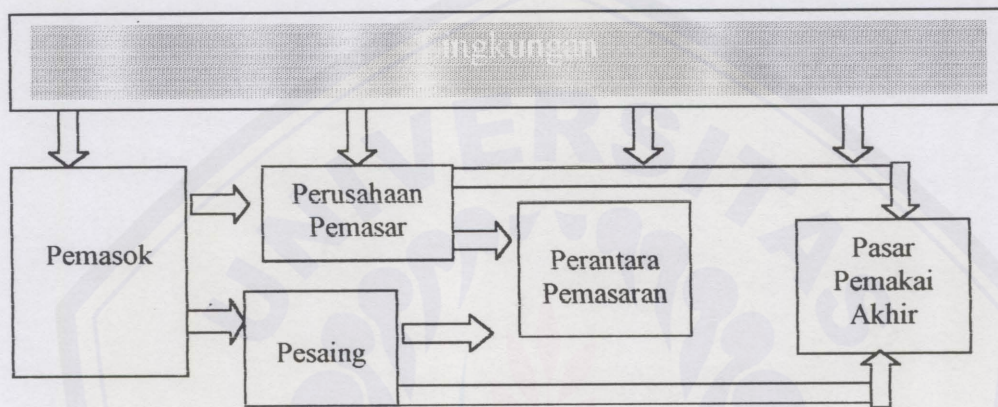
1. Consumer Market ( Pasar konsumsi )
2. Industrial / producer Market ( pasar industri )
3. Reselior Market ( pasar perantara )
4. Government Market ( pasar pemerintah )

Dengan demikian, ukuran pasar bergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan dan keinginan, memiliki sumber daya untuk menarik pihak lain, serta bersedia dan mampu menawarkan sumber daya ini untuk ditukar dengan apa yang mereka inginkan.

## g. Pemasar dan calon Pembeli

Jika suatu pihak lebih aktif mencari pertukaran dari pada pihak lain, kita menamakan pihak pertama sebagai pemasar dan pihak kedua sebagai calon pembeli. Pemasar adalah seseorang yang mencari satu atau lebih calon pembeli yang akan terlibat dalam pertukaran nilai (valuta). Calon pembeli adalah seseorang yang diidentifikasi oleh pemasar sebagai orang yang mungkin bersedia dan mampu terlibat dalam pertukaran nilai.

Pemasar dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual misalkan beberapa orang ingin membeli rumah yang baru akan dijual. Masing-masing calon pembeli akan berusaha memasarkan diri mereka kepada penjual. Pembeli ini sesungguhnya sedang melakukan pemasaran. Dalam situasi dimana kedua belah pihak secara aktif mencari pertukaran, keduanya adalah pemasar. Dalam situasi normal, pemasar adalah perusahaan yang berhadapan dengan pesaing dalam melayani suatu pasar ( Kottler, 1997 : 13 ). Gambar 5 berikut ini



Gambar 5. Pelaku Dan kekuatan Utama Dalam Sistem Pemasaran Model

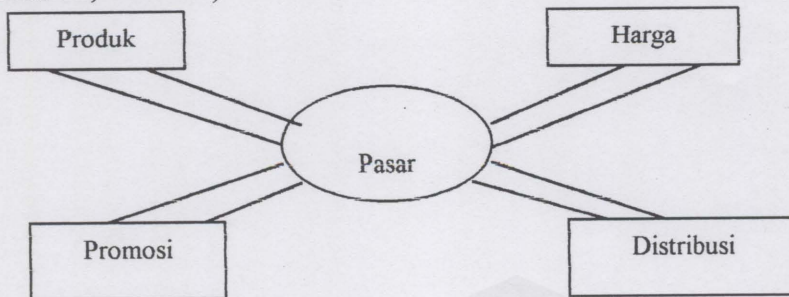
### 2.2.3 Faktor – Faktor Dalam Sistem Pemasaran

Dalam sistem pemasaran terdapat beberapa faktor yang saling mempengaruhi tergantung satu sama lain yaitu : ( Mursid, 1993 : 9 )

1. Organisasi dalam pemasaran
2. Sesuatu yang sedang dipasarkan
3. Pasar yang dituju
4. Pasar perantara
5. Faktor lingkungan berupa demografi, kondisi perekonomian, faktor lingkungan dan budaya, kekuatan politik dan hukum, teknologi dan persaingan.

Oleh sebab itu sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran, barang dan jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya. Keterkaitan antara pasar

dan 4 P dalam melakukan kegiatan pemasaran dapat dilihat pada gambar 6 berikut ini : (Mursid, 1993:10)



Gambar 6. Keterkaitan antara pasar dan 4 P

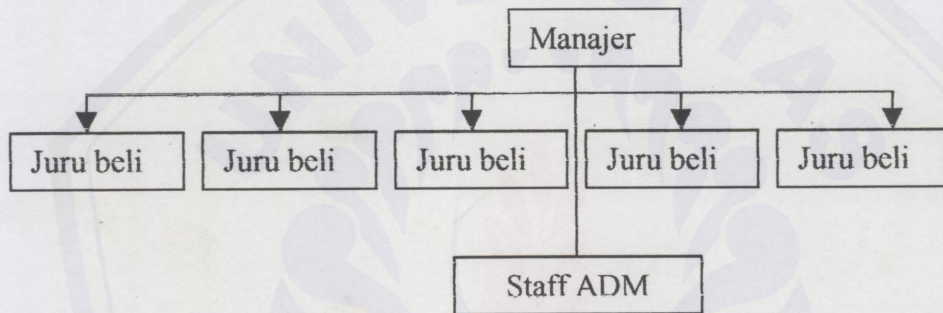
### 2.3 Tujuan dan Fungsi Pembelian

Fungsi pembelian diorganisasikan untuk mendukung pekerjaan yang dilaksanakan didalamnya. Menurut Harding (1999 : 5) langkah awal dalam menganalisis peranan pembelian pada sebuah perusahaan adalah mengamati struktur pelaporan perusahaan. Dimanakah tingkat tertinggi dari pembelian berada di dalam perusahaan? Seberapa tinggi tempatnya didalam organisasi? Kepada siapakah hal tersebut dilaporkan? Sampai sejauh mana kekuatan pemimpin fungsional? Informasi ini mengungkapkan persepsi terhadap fungsi pembelian oleh para karyawan dan departemen-departemen lain. Semakin tinggi pembelian tersebut dipandang sebagai penyumbang bisnis. Sebaliknya, semakin rendah tempat pembelian berada didalam organisasi, hal tersebut semakin diremehkan dan hanya dipandang sebagai fungsi administrasi saja.

Organisasi fungsi pembelian dimulai dengan definisi pekerjaan yang akan dilakukan dan pekerjaan mana yang akan menambahkan nilai bagi perusahaan. Pekerjaan yang akan menambahkan nilai adalah pekerjaan yang menciptakan perbedaan bisnis. Sedangkan pekerjaan yang tidak menambahkan nilai adalah pekerjaan yang hanya menjalankan fungsi administratif dan tidak mempengaruhi hasil-hasil bisnis (Harding, 1999 : 7) Sebagai contoh. Penciptaan hubungan, kesepakatan dan kontrak dengan pemasok adalah pekerjaan pembelian yang menambahkan nilai, sedangkan pembentukan dan pemeliharaan pesanan pembelian serta pekerjaan administrasi yang menyertainya tidak menambahkan

nilai bagi bisnis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tujuan pembelian adalah untuk memaksimalkan sumber daya yang ditujukan guna menghasilkan pekerjaan yang menambah nilai dan untuk membatasi tugas-tugas administratif yang tidak menambahkan nilai.

Fungsi pembelian yang ideal terdiri atas tiga unsur yakni : Seorang Manajer, para juru beli, dan Staf pendukung administrasi yang kecil (Harding , 1999 : 9 ) Mayoritas orang yang berada pada posisi – posisi penambah nilai ditempatkan digaris depan terutama para juru beli yang memiliki otoritas di dalam komoditas mereka. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 7 berikut ini : (Harding, 1999:9)



Gambar 7. Fungsi pembelian yang ideal

Fungsi pembelian bertanggung jawab untuk mendapatkan barang atau jasa berkualitas seperti yang diminta oleh organisasi dengan jumlah biaya serendah mungkin. Bagian pembelian mengatur dan menyimpan persediaan, memastikan bahwa persediaan dalam jumlah dan kualitas yang cukup serta tingkat pelayanan dan harga diusahakan secara optimal.

#### 2.4 Strategi Pembelian

Peristiwa – peristiwa ekonomi dan politik diseluruh dunia berpengaruh terhadap ketersediaan dan biaya bahan mentah, modal dan tenaga kerja. Penciptaan teknologi dan produk baru, perubahan keadaan pasar dan pola permintaan, semuanya mempengaruhi peranan pembelian jangka pendek dan jangka panjang. Oleh sebab itu departemen pembelian harus belajar untuk mengantisipasi dan menjawab perubahan-perubahan ini.

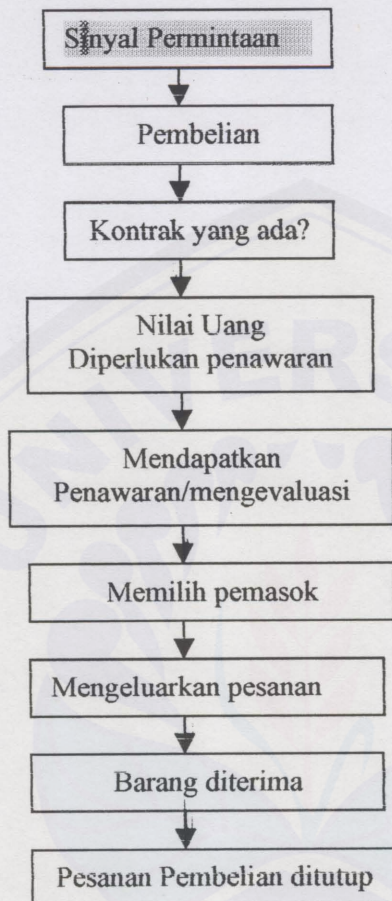
Menurut Harding ( 1999 : 31 ) ada dua jenis strategi pembelian yang harus dikembangkan :

1. Strategi yang berhubungan dengan organisasi internal dan tugas-tugas pembelian yang berkaitan, seperti pelatihan dan pelatihan ulang dari semua staf, memberikan sumbangan aktif dalam mencapai sasaran-sasaran perusahaan, membina jaringan dengan departemen-departemen lain serta penyesuaian sasaran sehingga menjadi bernilai bagi manajemen perusahaan, dan menjadi bernilai bagi manajemen perusahaan, dan
2. Strategi yang berhubungan dengan pasar eksternal seperti menyesuaikan para pemasok dengan sasaran-sasaran perusahaan, mencari sumber-sumber teknologi dan kemampuan bagi kelanjutan pertumbuhan perusahaan, melaksanakan strategi global yang mencakup semua sumber informasi dan bahan, serta membantu fungsi pembelian dalam mengantisipasi pengaruh-pengaruh eksternal bagi kelangsungan kehidupan perusahaan masa depan

## 2.5 Proses Pembelian

Adapun proses pembelian dimulai dengan sinyal permintaan, dimana peminta atau orang – orang yang membutuhkan barang dan jasa mengkomunikasikan atau menyampaikan kebutuhannya kepada fungsi pembelian. Pembelian akan dilakukan bila sinyal permintaan tersebut telah disetujui oleh orang yang mempunyai otoritas didalamnya. Sebelum pembelian itu dilakukan maka seluruh barang dan jasa yang dibutuhkan dituangkan dalam suatu kontrak, jika dalam aktualisasinya atau kenyataannya dana yang disediakan oleh perusahaan tidak mencukupi untuk membeli barang dan jasa tersebut maka pembelian barang dan jasa disesuaikan dengan dana yang disediakan oleh perusahaan ( nilai jumlah uang yang menentukan ). Setelah diperoleh keputusan final, maka perusahaan dapat memilih pemasok yang tepat. Kemudian Kesepakatan Kedua belah pihak disetujui maka pemasok dapat mengeluarkan pesanan dan mengirimkan pesanan tersebut. Setelah barang diterima oleh

perusahaan dan perusahaan telah melunasi kewajibannya (membayar pesanan tersebut ) maka proses pembelian dapat ditutup atau telah selesai. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 8 berikut ini: (Harding, 1999:15)



GAMBAR 8. Proses Pembelian

### 2.6 Anggaran Pembelian

Merupakan salah satu bentuk fungsi anggaran yang memuat rencana – rencana pembelian yaitu menghitung jumlah setiap jenis bahan baku yang harus dibeli, kapan pembelian harus dilakukan dan estimasi harga bahan baku yang dibeli. Ada perbedaan antara budget pembelian bahan baku dengan budget kebutuhan bahan baku yaitu budget bahan baku hanya mencantumkan kuantitas kebutuhan bahan baku saja sedangkan pada budget pembelian selain mencantumkan kuantitas juga mencantumkan nilai pembelian ( Rupiah, Dolar dan lain-lain )

Manajer pembelian, didalam menyusun rencana pembelian bertanggung jawab atas pemberian input – input keputusan sebagai berikut :

1. Penetapan kebijaksanaan yang berkaitan dengan tingkat persediaan
2. Penetapan kuantitas dan waktu pembelian untuk setiap jenis bahan baku yang diperlukan.
3. Estimasi harga setiap jenis bahan baku yang dibeli





### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada CV. Kamal Lestari merupakan penelitian deskriptif yaitu suatu kajian atau pemaparan yang mendalam terhadap obyek penelitian yakni mengenai gabah, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas sebagai dasar untuk menetapkan kebijaksanaan dan pengambilan keputusan. Penelitian ini dititik beratkan pada perencanaan kebutuhan bahan baku dan perencanaan pembelian bahan baku.

#### 3.2 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

- a. Wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian.
- b. Studi literatur, yaitu metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku laporan perusahaan yang berkaitan dengan masalah.

#### 3.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel (Effendi dalam Singarimbun, 1999 : 46). Untuk memperjelas masalah yang terdapat dalam penelitian ini, maka perlu adanya definisi operasional untuk masing-masing variabel yang digunakan, yaitu :

- a. Kebutuhan bahan baku yang diperkirakan adalah perkiraan tentang berapa besar / jumlahnya bahan baku yang akan dipergunakan oleh perusahaan untuk keperluan proses produksi untuk periode yang akan datang. Hasil kebutuhan bahan baku dihitung dengan Kg / ton.
- b. Analisis trend linier (*Least Square*) digunakan untuk memperkirakan ramalan penjualan pada tahun yang akan datang. Hasil pengukurannya menggunakan Kg / ton.
- c. Peramalan penjualan adalah memperkirakan proyeksi teknis tentang permintaan pelanggan potensial dimasa yang akan datang dengan



menggunakan asumsi-asumsi tertentu. Hasil pengukurannya dengan menggunakan Kg / ton.

- d. Persediaan adalah barang yang dipakai dalam pelaksanaan jasa perusahaan atau dalam pembuatan produk perusahaan termasuk produk itu sendiri.
- e. ITO (*Inventory Turn Over*) yakni suatu cara yang digunakan untuk mengetahui perputaran persediaan dalam suatu perusahaan.

Dapat dicari dengan jalan :

$$\frac{\text{Persediaan awal} + \text{Persediaan akhir}}{2} = \text{Rata - rata persediaan}$$

$$\text{Inventory turn Over (ITO)} = \text{Penjualan} : \text{Rata-rata persediaan}$$

- f. Harga bahan baku adalah merupakan harga dari bahan baku yang akan dibeli dan sebagai dasar penyusunan perhitungan berapa besar dana perusahaan yang harus disediakan. Hasil pengukurannya menggunakan satuan nilai mata uang (Rp).
- g. Total kebutuhan bahan baku adalah jumlah keseluruhan bahan baku yang diperlukan perusahaan dalam proses produksi. Hasil pengukurannya menggunakan Kg / Ton.
- h. Harga rata-rata adalah penjumlahan harga awal sampai dengan harga akhir (selama proses penelitian) dibagi dengan n. Hasil pengukurannya menggunakan satuan nilai mata uang ( Rp)
- i. Anggaran pembelian merupakan rencana yang disusun oleh perusahaan dalam menentukan jumlah kebutuhan bahan baku yang dibeli. Hasil pengukurannya menggunakan satuan nilai mata uang (Rp)

### 3.4 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam suatu penelitian karena dengan melakukan analisis maka data yang tersedia akan berarti dan bermakna untuk memecahkan masalah penelitian. Adapun metode analisis yang diterapkan adalah :

- A. Merencanakan kebutuhan bahan baku yang dibeli, digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menghitung kebutuhan/perencanaan produksi dilakukan dengan cara
  - a. Meramalkan penjualan dengan menggunakan metode *Trend Linier Least Square* dengan rumus ( Adisaputra dan Marwan Asri 1998 : 158 ).

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Dimana :

y = Jumlah Penjualan

a = Konstanta

b = Pertambahan pertumbuhan secara linier

x = Unit tahun yang dihitung dari x = 0

n = Jumlah tahun yang dianalisa

- b. Menghitung persediaan akhir dapat dilakukan dengan menggunakan metode tingkat perputaran ITO (*Inventory Turn Over*) dengan rumus ( Adi Saputro dan Marwan Asri, 1998 : 158 )

(Ramalan Penjualan/ITO Rata – rata) x 2 – Persediaan Awal

- c. Menghitung Harga jual dan harga beli tahun 2003 dengan menggunakan *Geometric Mean* yang dirumuskan sebagai berikut : (Anto Dajan, 1991:152)

$$Gm = n \sqrt[n]{\frac{X_n}{X_0}}$$

Dimana :

Gm = Tingkat harga yang diperkirakan.

X<sub>0</sub> = Tingkat harga pada tahun ke – 0

X<sub>n</sub> = Tingkat harga pada tahun ke - n

n = Jumlah data perubahan harga yang dianalisis

- d. -Menghitung rencana produksi dilakukan dengan cara : ( Damiri, 2000:25)

Ramalan Penjualan	xx
Rencana Persediaan Akhir	<u>xx</u> +
Jumlah yang harus tersedia	xx
Persediaan awal	<u>xx</u> -
Rencana produksi	xx

2. Menghitung Total Kebutuhan Bahan Baku yang akan Dibeli dilakukan dengan cara : (CV. Kamal Lestari, 2003)

$$\text{Tot. Kebuth. Bahan Baku (GKP)} = 85 \% \text{ dari GKG}$$

$$\text{GKG} = 68 \% \text{ dari Rencana Produksi}$$

Dimana :

GKG = Gabah Kering Giling

GKP = Gabah Kering Panen (sawah)

#### B. Menghitung Anggaran Pembelian Bahan Baku

Untuk menerapkan konsep tersebut perusahaan perlu memperhatikan alternatif-alternatif pembelian bahan baku yang dapat digunakan antara lain :

##### 1. Alternatif I

Pembelian bahan baku yang menyesuaikan secara bulanan/periodik dengan kebutuhan produksi. Dicari dengan cara :

$$\text{Anggaran Pemb.} = \frac{(\text{Tot. Kebuth. BB} \times \text{Estimasi Harga Beli})}{12}$$

12

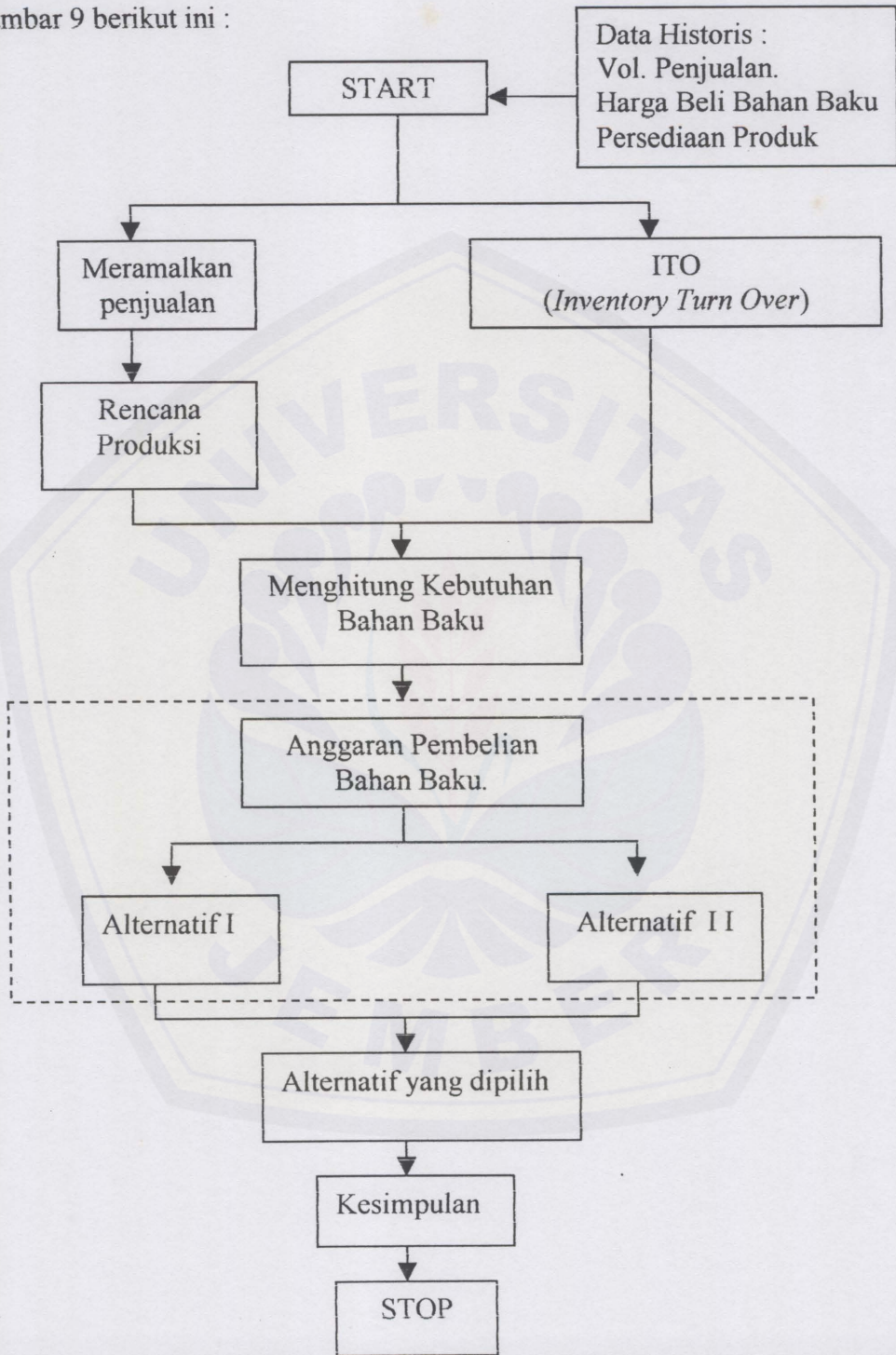
##### 2. Alternatif II

Pembelian bahan baku memperhitungkan siklus masa panen karena dalam masa panen raya perilaku pembelian cenderung membeli bahan baku dalam jumlah banyak.

Berdasarkan hasil perhitungan alternatif I dan II, kemudian dipilih alternatif dengan biaya terendah (Anggaran Pembelian Bahan Baku terendah)

**3.5 Kerangka Pemecahan Masalah.**

Untuk memberikan gambaran ringkas penyelesaian masalah, dapat diikuti pada gambar 9 berikut ini :



Gambar 9. Kerangka Pemecahan masalah

**Penjelasan Kerangka Masalah :**

1. Memulai langkah analisis data dengan menyajikan berbagai data historis yang ada sebagai dasar perhitungan analisis. Data ini berupa Volume Penjualan, Harga Beli Gabah dan data persediaan produk tahun lalu.
2. Untuk mengetahui Anggaran pembelian maka digunakan langkah – langkah sebagai berikut :
  - a. Melakukan perhitungan kebutuhan bahan baku dengan jalan meramalkan penjualan dan ITO (*Inventory Turn Over* )
  - b. Setelah data perhitungan diatas terkumpul, dapat dilakukan perhitungan total kebutuhan bahan baku untuk produksi, sehingga akan diketahui jumlah kebutuhan bahan baku yang akan datang.
3. Selanjutnya, setelah perhitungan tersebut diatas dilakukan, maka dapat dihitung anggaran yang digunakan untuk pembelian bahan baku tersebut. Perhitungan anggaran dilakukan dengan menggunakan dua alternatif yang dapat dipilih oleh perusahaan berupa alternatif I (pembelian secara periodik/bulanan) atau alternatif II (pembelian secara musim panen raya).
4. Setelah perhitungan anggaran pembelian dilakukan, maka dipilih alternatif yang paling menguntungkan .
5. Kesimpulan sebagai langkah penutup.



#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Gambaran Umum Perusahaan

###### 4.1.1 Sejarah Singkat CV. Kamal Lestari

CV. Kamal Lestari didirikan oleh Bapak Haji Muhammad Kamil Gunawan, seorang pengusaha sukses yang mempunyai usaha di Desa Gambiran, Kecamatan Kalisat. CV. Kamal Lestari ini didirikan pada tanggal 11 Mei 1990, dengan surat izin usaha No. SIUP : 12-327/13-8PM/V195. Pemilik perusahaan sampai saat ini ada empat orang, yaitu Bapak H. Kamil Gunawan, H. Sugia, Gunawan dan Fatmawati.

Awal mula usaha CV. Kamal Lestari hanya penggilingan padi dengan sasaran masyarakat Jember. Dalam perkembangannya, CV. Kamal Lestari menambah usahanya dengan berdagang pupuk, jagung, kedelai, semangka dan batu piring. Usaha ini bersifat musiman dan sementara. Usaha yang terus beroperasi tanpa mengenal musim adalah usaha penggilingan padi, yaitu Beras Cobra, Beras KL dan Beras Banteng. Pangsa pasar selain di wilayah Jember, telah meluas sampai Surabaya, Gresik dan Malang.

Perkembangan perusahaan berkat keuletan dan kerjasama yang baik antara pimpinan dan orang-orang yang terlibat di dalamnya. Apalagi ditunjang oleh lokasi perusahaan yang menguntungkan untuk menjalankan proses produksi dan perdagangan. Pemilihan lokasi ini berdasarkan pertimbangan sebagai berikut :

a. Dekat Sumber Bahan Baku

Bahan baku gabah untuk jenis IR 64, IR 66, IR 74, Sidomuncul, Selosari, Mambrano diperoleh dari Jember dan Banyuwangi. Jika bahan baku kurang, maka gabah diperoleh di Kota Sragen (Jawa Tengah).

b. Sumber Tenaga Kerja

Lokasi perusahaan terletak di daerah yang relatif padat penduduknya sehingga sumber tenaga kerja mudah didapat dan murah.

c. Letak Pasar Produk

Pangsa pasar produk sampai saat ini meliputi Jember, Gresik, Surabaya dan Malang. Lokasi perusahaan strategis untuk memasarkan produk, perdagangan dan memungkinkan untuk melakukan perluasan pasar.

d. Faktor Lingkungan

Adanya dukungan masyarakat karena dengan adanya CV. Kamal Lestari dapat memberikan keuntungan terutama dalam peningkatan pendapatan.

**4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

Dalam suatu perusahaan struktur organisasi mutlak diperlukan untuk membantu terlaksananya operasional perusahaan dan membantu pimpinan dalam mengambil kebijaksanaan. Struktur organisasi menurut Komaruddin (1994:10) sebagai serangkaian hubungan di antara individu dalam suatu kelompok, kemudian dilukiskan ke dalam bagan organisasi atau diagram yang memperlihatkan garis besar hubungan menurut fungsi di dalam usaha, arus tanggung jawab dan wewenang. Secara skematis struktur organisasi CV. Kamal Lestari dapat dilihat pada gambar 10 berikut :



Gambar 10 : Struktur Organisasi CV. Kamal Lestari  
 Sumber Data : CV. Kamal Lestari, 2003

Adapun tugas masing-masing jabatan sebagai berikut :

1. Pemilik

Orang yang memiliki dan mendirikan perusahaan, dapat menentukan kebijaksanaan dan bertanggung jawab secara pribadi pada kemajuan dan kemunduran perusahaan.

2. Direktur

- a. membuat kebijaksanaan dan pengambilan keputusan untuk kepentingan perusahaan.
- b. membuat rencana kerja sesuai anggaran yang telah ditetapkan.
- c. mengatur dan mengadakan pembagian kerja agar tercapai kerjasama dan kesatuan.
- d. mengawasi perkembangan dan mengendalikan aktifitas perusahaan.
- e. mewakili perusahaan dalam mengadakan hubungan keluar demi kemajuan perusahaan.

3. Kabag Administrasi

- a. membawahi bagian administrasi dan akuntansi.
- b. mengatur dan melaksanakan administrasi keuangan perusahaan.
- c. membuat anggaran dan menganalisa laporan keuangan perusahaan.
- d. menentukan kebijakan pembelanjaan perusahaan.
- e. bertanggung jawab terhadap direksi atas semua kegiatan yang dilakukan dalam bidang administrasi dan keuangan perusahaan.

4. Akuntansi

- a. bertanggung jawab atas arus kas masuk dan keluarnya keuangan perusahaan.
- b. membuat laporan keuangan perusahaan.
- c. menyediakan dana untuk kelancaran aktifitas dan pengembalian perusahaan.

5. Administrasi

- a. memberi pelayanan pada bagian lain untuk meningkatkan efisiensi.
- b. mengerjakan koresponden, memelihara arsip secara rapi dan teratur.



6. Kabag Pangan

- a. membawahi bagian marketing, produksi dan pengawasan.
- b. membuat perencanaan yang berhubungan dengan pemasaran dan produksi.
- c. melakukan riset pasar untuk memperluas pangsa pasar dan peningkatan kualitas produk.
- d. bertanggung jawab kepada direksi dalam bidang pemasaran dan produksi.

7. Pemasaran

- a. menyusun rencana dan program kerja pemasaran atau penjualan produk sesuai anggaran yang telah ditetapkan.
- b. mengelola kegiatan yang berhubungan dengan penyampaian produk.
- c. mengatur pengadaan bahan baku dan barang dagang lainnya.
- d. bertanggung jawab terhadap kelancaran pembayaran piutang.
- e. bertanggung jawab kepada Kabag Pangan atas pemasaran perusahaan.

8. Produksi

- a. melakukan persiapan dan menyusun anggaran yang berhubungan dengan proses produksi.
- b. menjaga kualitas produk yang dihasilkan dan menetapkan kebijaksanaan dalam bidang produksi.
- c. mengawasi operasional pabrik, termasuk mengontrol jalannya mesin.
- d. menjaga kualitas persediaan barang agar terhindar dari kerusakan.
- e. mengendalikan persediaan bahan baku.
- f. bertanggung jawab pada Kabag Pangan mengenai kelancaran proses produksi.

9. Pengawasan

- a. mengawasi perkembangan aktivitas perusahaan dan efisiensi tenaga kerja.
- b. mengadakan perbaikan dalam sistem kerja perusahaan.
- c. mengawasi posisi perusahaan dalam persaingan dengan perusahaan lain.

### 4.1.3 Aspek Tenaga Kerja

#### 4.1.3.1 Jumlah Tenaga Kerja

Dalam menjalankan aktivitasnya CV. Kamal Lestari tidak lepas dari peran tenaga kerja baik secara langsung maupun tidak langsung. Sebagai sumber daya manusia perlu ditingkatkan kualitas dan motivasinya dalam bekerja sehingga kinerja perusahaan terus meningkat. Tenaga kerja pada CV. Kamal Lestari dikelompokkan menjadi :

1. Tenaga Kerja Langsung

adalah tenaga kerja tingkat operasional yang secara langsung dan aktif berkaitan dengan proses produksi mulai dari bahan baku menjadi barang jadi.

2. Tenaga Kerja Tidak Langsung

adalah tenaga kerja yang tidak terlibat secara langsung berkaitan dengan proses produksi, terdiri dari :

a. Direktur

b. Kabag

Adapun jumlah tenaga kerja tidak langsung terlihat pada Tabel 1 berikut :

Tabel 1 : CV. Kamal Lestari Jember

Jumlah Tenaga Kerja Tidak Langsung Tahun 1998-2002

No.	Jabatan	Jumlah (Orang)
1.	Direktur	1
2.	Kabag. Administrasi dan Keuangan	1
3.	Kabag. Pangan	1
4.	Pemasaran	2
5.	Produksi	2
6.	Pengawasan	2
7.	Akuntansi	1
8.	Administrasi	1
9.	Pekerja Harian	105
10.	Penjaga Malam	4
JUMLAH		120

Sumber data : CV. Kamal Lestari, 2003

#### 4.1.3.2 Hari Kerja dan Jam Kerja

Penggilingan padi CV. Kamal Lestari jam kerja setiap harinya adalah :

1. Untuk karyawan mulai jam 07.00 – 16.00, istirahat jam 11.00 – 12.30.  
Hari kerja mulai hari Senin-Sabtu.
2. Untuk pekerja harian jam kerjanya tidak terikat. Hari kerja mulai Senin-Minggu.

#### 4.1.3.3 Sistem Pengupahan

Sistem upah dan gaji yang diterapkan CV. Kamal Lestari atas penggolongan sebagai berikut :

1. Untuk Tenaga Kerja Tidak Langsung (tidak berhubungan langsung dengan proses produksi), yaitu gaji Direktur, gaji Kabag Administrasi dan Keuangan, gaji Kabag Pangan, gaji Bagian Pemasaran, gaji Bagian produksi, gaji Pengawas, gaji Bagian Akuntansi dan gaji Bagian Administrasi, pembayarannya dilakukan setiap awal bulan.
2. Untuk Tenaga Kerja Langsung yang berhubungan dengan proses produksi dibayar harian.

#### 4.1.4 Aspek Produksi

Kegiatan produksi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan barang yang mengangkut bahan baku mengenai jenis dan komposisinya, proses produksi, fasilitas produksi, pembagian waktu kerja dan hasil produksi.

Tabel 2: CV. Kamal Lestari Jember

Daftar penggunaan GKP dan Harga Beli Bahan Baku per Kg Periode 1998-2002 (secara rata – rata)

Tahun	Cobra		KL		Banteng	
	Kg	Harga	Kg	Harga	Kg	Harga
1998	3.415.503	1.025	2.503.097	850	7.042.751	825
1999	4.206.453	1.100	3.039.637	900	8.617.630	850
2000	5.199.308	1.150	3.167.561	1.000	8.608.772	900
2001	5.438.014	1.221	3.662.453	1.050	10.669.623	925
2002	5.976.720	1.250	4.157.345	1.125	12.730.474	1.000

Sumber data : CV. Kamal Lestari, 2003

#### 4.1.4.1 Peralatan Produksi

Peralatan produksi merupakan segala peralatan dan mesin-mesin yang digunakan untuk proses produksi. Peralatan proses produksi yang digunakan harus disesuaikan dengan kebutuhan proses produksi itu sendiri, sehingga dapat dihasilkan produk dengan jumlah dan kualitas yang sesuai serta dapat diselesaikan tepat waktu dengan biaya efisien.

Beberapa peralatan produksi yang dimiliki oleh CV. Kamal Lestari terlihat pada Tabel 3 berikut :

Tabel 3 : CV. Kamal Lestari Jember  
Jumlah Mesin Produksi dan Kegunaannya Tahun 2003

No.	Jenis Mesin	Kegunaan
1.	Mesin penggerak Merk Takayama RD 12 & RD 16	Menggerakkan mesin yang lain dalam proses produksi dengan kekuatan tertentu
2.	Mesin pecah kulit Merk Takayama 12 PK	Mengelupas kulit gabah kering giling
3.	Mesin poles Merk Takayama 12 PK	Memoles dan memutihkan beras
4.	Pengayak Merk Izeki 60	Memisahkan beras dengan produk sampingan (sekam, menir dan katul)
5.	Sparator	Memisahkan gabah yang terkelupas dan yang belum terkelupas

Sumber data : CV. Kamal Lestari, 2003

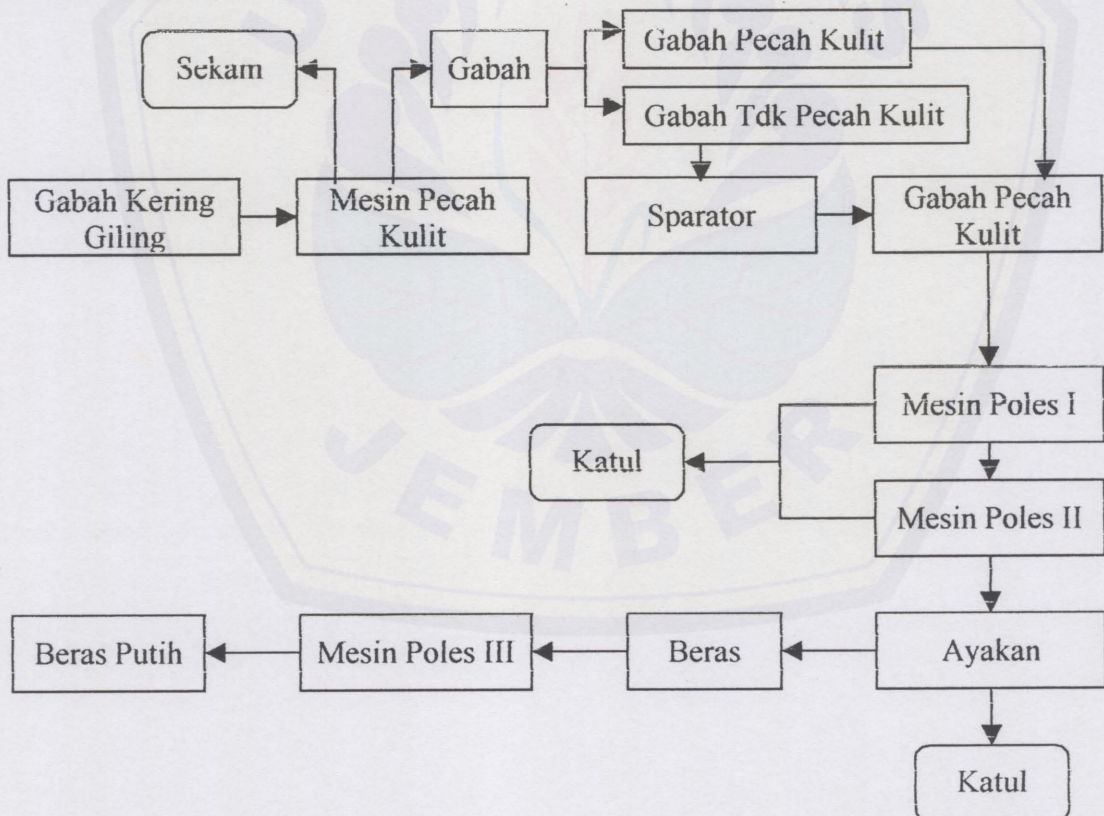
#### 4.1.4.2 Proses Produksi

Sifat dari proses produksi penggilingan padi pada CV. Kamal Lestari adalah continous proses, yaitu proses produksi yang dilakukan secara berurutan dan terus-menerus, sampai menjadi produk. Adapun jalannya proses produksi adalah sebagai berikut :

- a. Gabah Kering Panen (GKP) dijemur menjadi Gabah Kering Giling (GKG) dengan tingkat penyusutan rata-rata sebesar 15%.

- b. Gabah Kering Panen (GKP) dimasukkan ke mesin pecah kulit sehingga menghasilkan sekam, gabah pecah kulit dan gabah tidak pecah kulit. Prosentase GKG menjadi sekam rata-rata sebesar 20%. Untuk memisahkannya dimasukkan mesin sparator. Untuk gabah yang tidak pecah, dimasukkan kembali ke mesin pecah kulit.
- c. Gabah pecah kulit dimasukkan mesin poles I dan mesin poles II. Hasilnya berupa katul, menir dan beras. Prosentase GKG menjadi katul rata-rata sebesar 7%.
- d. Beras dimasukkan ayakan untuk memisahkan beras dengan menir. Prosentase GKG menjadi menir rata-rata sebesar 5%.
- e. Untuk menghasilkan beras terpoles lebih putih dimasukkan mesin poles III.

Adapun skema proses produksi penggilingan padi dapat dilihat pada gambar 11 berikut :



Gambar 11 : Skema Proses Produksi Beras  
 Sumber data : CV. Kamal Lestari, 2003

#### 4.1.4.3 Hasil Produksi

CV. Kamal Lestari memproduksi tiga macam jenis beras, yaitu beras Cobra, beras KL dan beras Banteng. Secara terperinci data produksi untuk ketiga jenis produk tersebut selama tahun 1998-2002 dapat dilihat pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4 : CV. Kamal Lestari Jember  
Data Produksi Produk Beras Tahun 1998-2002 (dlm Kg)

Jenis Beras	Tahun				
	1998	1999	2000	2001	2002
Cobra	1.974.045	2.431.330	3.005.200	3.241.500	3.566.700
KL	1.446.790	1.756.910	1.830.850	2.142.200	2.628.575
Banteng	4.070.710	4.980.990	4.975.870	6.010.330	7.119.790
Jumlah	7.491.545	9.169.230	9.811.920	11.394.030	13.315.065

Sumber data : CV. Kamal Lestari, 2003

Untuk membantu kapasitas produksi yang kontinyu dan seimbang serta menempatkan posisi perusahaan yang selalu siap untuk melayani penjualan, perusahaan memiliki persediaan yang disimpan di gudang. Secara terperinci persediaan beras untuk ketiga jenis produk selama tahun 1998-2002 dapat dilihat pada Tabel 5 berikut :

Tabel 5 : CV. Kamal Lestari Jember  
Persediaan Beras Tahun 1998-2002 (dlm Kg)

Tahun	Cobra		KL		Banteng	
	Awal	Akhir	Awal	Akhir	Awal	Akhir
1998	82.775	89.010	47.600	104.860	173.910	165.970
1999	89.010	114.895	104.860	85.250	165.970	250.730
2000	114.895	130.920	85.250	114.890	250.730	225.560
2001	130.920	137.191	114.890	116.310	225.560	312.502
2002	137.191	168.271	116.310	118.730	312.502	400.844

Sumber data : CV. Kamal Lestari, 2003

#### 4.1.5 Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh CV. Kamal Lestari ditinjau dari segi daerah pemasaran, saluran distribusi dan promosi guna menunjang peningkatan volume penjualan.

a. Daerah Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilaksanakan untuk memperoleh keuntungan. Daerah pemasaran produk beras perusahaan saat ini sebagai berikut :

1. Beras Kualitas A (Cobra) : Jember, Surabaya, Gresik, Malang
2. Beras Kualitas B (KL) : Jember, Surabaya
3. Beras Kualitas C (Banteng) : Jember

b. Saluran Distribusi

Saluran distribusi yang digunakan perusahaan untuk menyalurkan produk pada konsumen adalah :

1. Saluran Distribusi Langsung

Pihak konsumen langsung datang ke perusahaan melalui bagian pemasaran.

2. Saluran Distribusi Tidak Langsung

Produk dari perusahaan disalurkan pada pedagang besar, lalu yang kecil, baru ke konsumen. Pada saluran distribusi tidak langsung dapat menggunakan satu perantara atau lebih.



Gambar 12 : Saluran Distribusi CV. Kamal Lestari  
Sumber data : CV. Kamal Lestari,2003

c. Promosi

Setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan penjualan melalui media yang digunakan dalam usaha menarik konsumen. Media promosi yang selama ini digunakan oleh CV. Kamal Lestari adalah melalui radio, papan, reklame dan surat kabar.

#### 4.1.5.1 Hasil Penjualan

Volume penjualan dan perkembangan harga jual untuk produk utama (beras Cobra, KL, Banteng) tahun 1998-2002 dapat dilihat pada Tabel 6 berikut :

Tabel 6 : CV. Kamal Lestari Jember  
Volume Penjualan Beras Tahun 1998-2002 (dalam kg)

Jenis Beras	Tahun				
	1998	1999	2000	2001	2002
Cobra	1.967.810	2.405.450	2.989.170	3.136.901	3.384.632
KL	1.389.530	1.776.520	1.801.210	2.115.478	2.529.746
Banteng	4.078.650	4.896.230	5.001.040	6.080.100	7.259.160
Jumlah	7.435.990	9.078.200	9.791.420	11.332.479	13.173.538

Sumber data : CV. Kamal Lestari, 2003

Tabel 7 : CV. Kamal Lestari Jember  
Harga Jual Beras per Kg Tahun 1998-2002 (dalam Rp)

Jenis Beras	Tahun				
	1998	1999	2000	2001	2002
Cobra	2.050	2.100	2.150	2.227	2.500
KL	1.800	1.900	1.950	2.050	2.319
Banteng	1.550	1.600	1.700	1.781	2.075

Sumber data : CV. Kamal Lestari, 2003

## 4.2 Analisis Data

Untuk mengetahui kebutuhan bahan baku dan anggaran pembelian bahan baku, digunakan analisis dengan langkah – langkah sebagai berikut :

### 4.2.1 Menghitung Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan dapat dijadikan dasar dalam menentukan rencana peningkatan penjualan tahun yang akan datang. Untuk meramalkan volume penjualan digunakan trend linier metode *Least Square*, sehingga diperlukan data historis sebagai dasar penentuan anggaran periode yang akan datang. Berdasarkan perhitungan ramalan penjualan tahun 2003 pada Lampiran 1, diperoleh hasil sebagai berikut : untuk beras cobra sebesar 3.846.321 kg, jenis KL sebesar 2.708.314 kg dan jenis banteng sebesar 7.726.503 kg.



Penentuan harga jual per kg beras tahun 2003 untuk tiap-tiap jenis beras digunakan metode geometrik mean (rata-rata ukur). Berdasarkan perhitungan pada Lampiran 3, diketahui estimasi harga jual beras sebagai berikut : jenis cobra Rp 2.626, jenis KL Rp 2.470 dan jenis banteng Rp 2.231.

Adapun besarnya rencana penjualan beras tahun 2003 dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini :

Tabel 8 : CV. Kamal Lestari Jember  
Rencana Penjualan dan Harga Jual Tahun 2003

Jenis Beras	Vol. Penjualan (Kg)	Harga Jual (Rp)	Hasil Penjualan (Rp)	Penjualan %
Cobra	3.846.321	2.627	10.104.901.464	29.682
KL	2.708.314	2.471	6.691.242.848	19.659
Banteng	7.726.503	2.232	17.245.376.462	50.658
Jumlah	14.281.138		34.041.520.773	

Sumber data : Lampiran 2 dan lampiran 3, data diolah

Untuk mengetahui hasil penjualan tiap-tiap jenis beras pada CV. Kamal Lestari adalah Volume Penjualan x Harga Jualnya. Hasil penjualan untuk beras jenis Cobra adalah  $3.846.321 \times \text{Rp } 2.627 = \text{Rp } 10.104.901.464$ , jenis KL adalah  $2.708.314 \times \text{Rp } 2.471 = \text{Rp } 6.691.242.848$  dan jenis banteng adalah  $7.726.503 \times \text{Rp } 2.232 = \text{Rp } 17.245.376.462$

#### 4.2.2 Penentuan Tingkat Persediaan Akhir

Tingkat persediaan akhir beras tahun 2003 dapat diketahui dengan metode tingkat perputaran persediaan ITO (Inventory Turn Over), dimana tingkat perputaran ITO tersebut menggunakan ITO rata-rata dari tahun 1998 sampai dengan 2002. Berdasarkan perhitungan Lampiran 7, perhitungan untuk mengetahui besarnya tingkat persediaan akhir adalah :

$$[(\text{Ramalan Penjualan/ITO Rata-rata}) \times 2] - \text{Persediaan Awal}$$

Hasil dari perhitungan persediaan akhir tahun 2003 untuk beras jenis cobra adalah  $[(3.846.321/23.3) \times 2] - 168.271 = 161.885 \text{ kg}$ , beras KL  $[(2.708.314/18.9) \times 2] - 118.730 = 167.864 \text{ kg}$  dan beras banteng adalah  $[(7.726.503/21.9) \times 2] - 400.844 = 304.772 \text{ kg}$ .

### 4.2.3 Penyusunan Rencana Produksi

Rencana produksi beras dihitung dengan jalan menambahkan ramalan penjualan dengan rencana persediaan akhir, kemudian dikurangi dengan persediaan awal. Rencana produksi beras CV. Kamal Lestari Jember pada tahun 2003 dapat dilihat pada Tabel 9 berikut ini :

Tabel 9 : CV. Kamal Lestari Jember  
Rencana Produksi Tahun 2003 (dalam kg)

Keterangan	Jenis Beras			Jumlah
	Cobra	KL	Banteng	
Ramalan penjualan	3.846.321	2.708.314	7.726.503	14.281.138
Rencana persediaan akhir	<u>161.885</u> +	<u>167.864</u> +	<u>304.772</u> +	<u>634.521</u> +
Jumlah yang harus tersedia	4.008.206	2.876.178	8.031.275	14.915.659
Persediaan awal	<u>168.271</u> -	<u>118.730</u> -	<u>400.844</u> -	<u>687.845</u> -
Rencana produksi	3.839.935	2.757.448	7.630.431	14.227.814

Sumber data : Tabel 5 , tabel 8 dan Lampiran 7

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa rencana produksi masing-masing jenis beras sebesar 3.839.935 kg untuk beras cobra, 2.757.448 kg untuk beras KL dan 7.630.431 kg untuk beras banteng.

### 4.2.4 Kebutuhan bahan baku

Untuk menghasilkan produksi sesuai dengan rencana yang dibuat, maka CV. Kamal Lestari harus menyediakan bahan baku yang memadai. Bahan baku berupa Gabah Kering Panen (GKP) harus dijemur susut sebesar 15 % menjadi GKG. Diperkirakan dari Gabah Kering Panen (GKP) ini, sebesar 68% menjadi beras, 5% menjadi menir, 7% menjadi katul dan 20% menjadi sekam. Adapun kebutuhan GKP tahun 2003 dapat dilihat pada Tabel 10 berikut ini :

Tabel 10 : CV. Kamal Lestari Jember  
Rencana Kebutuhan Bahan Baku (GKP) Tahun 2003 (dalam Kg)

Jenis Beras	Rencana Produksi 2003	Estimasi GKG Netto yang dibutuhkan (*)	Estimasi GKP Bruto yang dibutuhkan (sebelum disusutkan 15 %) (**)
Cobra	3.839.935	5.646.964	6.643.487
KL	2.757.448	4.055.070	4.770.671
Banteng	7.630.431	11.221.223	13.201.439
Jumlah	14.227.814	20.923.2557	24.615.597

Sumber data : Tabel 9 dan lampiran 6, data diolah

Keterangan :

- \* Merupakan target total kebutuhan bahan baku (Gabah Kering Giling /GKG) setelah dikurangi dengan penyusutan dari 5 % menjadi minor, 7 % menjadi katul dan 20 % menjadi sekam. GKG diperoleh dengan cara mengalikan proporsional / persentasenya (68 %) dengan rencana produksi.
- \*\* Merupakan target total kebutuhan baku (Gabah Kering Panen/GKP) sebelum disusutkan kadar air- nya. Penyusutan kadar air sebesar 15 % dari GKP sehingga dapat diperoleh kadar GKG seperti yang tercantum dalam tabel 10 kolom 2

Perhitungan kebutuhan GKP tahun 2003 adalah dimulai dari menghitung GKG (Gabah Kering Giling) yaitu produksi beras/68%. Diperoleh hasil untuk jenis Cobra  $3.839.935/68\% = 5.646.964$  kg, jenis KL  $2.757.448/68\% = 4.055.070$  kg dan jenis Banteng  $7.630.431/68\% = 11.221.223$  kg, sedangkan untuk menghitung GKP (Gabah Kering Panen) yaitu hasil dari GKG/85%. Diperoleh hasil untuk jenis Cobra  $5.646.963/85\% = 6.643.487$  kg, jenis KL  $4.055.070/85\% = 4.770.671$  kg dan jenis Banteng  $11.221.222/85\% = 13.201.439$  kg, sehingga total kebutuhan GKP (Gabah Kering Panen) tahun 2003 adalah sebesar 24.615.597 kg.

#### 4.2.5 Anggaran Pembelian

Untuk mengetahui anggaran pembelian bahan baku yang paling efisien, maka CV. Kamal Lestari dapat menggunakan beberapa alternatif penentuan anggaran pembelian yaitu dengan menggunakan alternatif I (pembelian secara periodik/bulanan) dan alternatif II (Pembelian secara musim/panen raya).

##### 4.2.5.1 Alternatif I (Pembelian Secara Periodik/Bulanan)

Asumsi yang digunakan untuk menentukan alternatif I adalah menggunakan harga beli rata – rata tahun 2003 yang telah dihitung berdasarkan estimasi harga beli tahun 2003. Berdasarkan atas total kebutuhan bahan baku yang diperlukan oleh CV. Kamal Lestari tahun 2003 sebesar 24.615.597 kg, maka biaya perolehan bahan baku (anggaran pembelian) berupa gabah selama tahun

2003 dapat dihitung dengan cara mengalikan estimasi harga beli bahan baku dengan kebutuhan GKP pada Tabel 11 berikut ini :

Tabel 11 : CV. Kamal Lestari Jember  
Rencana Biaya Perolehan Bahan Baku (Anggaran Pembelian) Tahun 2003

Jenis Beras	G K P		Jumlah (Rp)
	Kebutuhan (kg)	Harga/kg (Rp)	
Cobra	6.643.487	1.314	8.729.541.981
KL	4.770.671	1.207	5.758.199.897
Banteng	13.201.439	1.049	13.848.309.511
Jumlah	24.615.597		28.336.051.326

Sumber data : Lampiran 6 dan lampiran 5, data diolah

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui besarnya Anggaran Pembelian yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku untuk proses produksi dengan menggunakan alternatif I, yaitu sebesar :

$$\text{Beras Cobra} = \frac{\text{Rp } 8.729.541.981}{12} = \text{Rp } 727.461.827$$

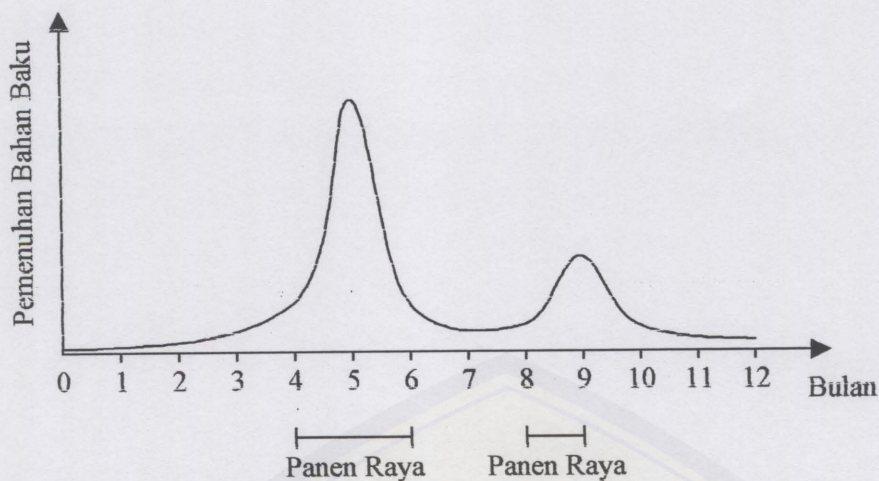
$$\text{Beras KL} = \frac{\text{Rp } 5.758.199.897}{12} = \text{Rp } 479.849.991$$

$$\text{Beras Banteng} = \frac{\text{Rp } 13.848.309.511}{12} = \text{Rp } 1.154.025.793$$

Anggaran pembelian tahun 2003 dengan menggunakan alternatif I, untuk beras Cobra sebesar Rp 727.461.827, beras KL sebesar Rp 479.849.991 dan beras Banteng sebesar Rp 1.154.025.793.

#### 4.2.5.2 Alternatif II (Pembelian Secara Musim/Panen Raya)

Pada alternatif kedua ini, pembelian bahan baku gabah didasarkan pada faktor musim atau pada saat panen raya. Kondisi ini dapat dilihat pada Gambar 13 berikut ini : (CV. Kamal Lestari, 2003)



Gambar 13. Fluktuasi Pemenuhan kebutuhan bahan baku berdasar atas faktor musim

Berdasarkan atas gambar diatas, maka diketahui pada saat panen raya antara bulan maret s/d juni dan bulan Agustus s/d September, pemenuhan bahan baku meningkat, hal ini disebabkan karena pada bulan – bulan tersebut, penawaran kebutuhan bahan baku berupa gabah meningkat sebagai akibat dari adanya musim panen yang hampir menyeluruh di berbagai daerah.

Berdasarkan atas wawancara dengan CV. Kamal Lestari Jember, maka dapat diketahui jika pemenuhan kebutuhan bahan baku mengikuti siklus panen raya, maka pembelian bahan baku dapat diprediksi sebagai berikut :

Tabel 12. Rencana Pembelian Bahan Baku (GKP) dengan menggunakan alternatif II Tahun 2003 dalam satuan Kg/bulan

Asumsi : 60 % Total kebutuhan bahan baku pada CV. Kamal Lestari dipenuhi pada saat musim panen raya

Pembelian per Bulan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	JUMLAH
COBRA	442.899,14	442.899,14	664.348,70	664.348,70	664.348,70	664.348,70	442.899,14	664.348,70	664.348,70	442.899,14	442.899,14	442.899,14	6.643.487,04
KL	318.044,74	318.044,74	477.067,10	477.067,10	477.067,10	477.067,10	318.044,74	477.067,10	477.067,10	318.044,74	318.044,74	318.044,74	4.770.671,04
BANTENG	880.095,94	880.095,94	1.320.143,90	1.320.143,90	1.320.143,90	1.320.143,90	880.095,94	1.320.143,90	1.320.143,90	880.095,94	880.095,94	880.095,94	13.201.439,04
JUMLAH	1.641.039,82	1.641.039,82	2.461.559,70	2.461.559,70	2.461.559,70	2.461.559,70	1.641.039,82	2.461.559,70	2.461.559,70	1.641.039,82	1.641.039,82	1.641.039,82	24.615.597,12

Sumber data : Tabel 10 dan CV. Kamal Lestari, 2003

Berdasarkan atas tabel diatas, maka diketahui bahwa rencana pembelian bahan baku untuk ketiga jenis beras mengalami peningkatan pada saat panen raya sebesar 2.461.559.70 Kg/Bln. Sedangkan pada saat tidak Panen raya pembelian bahan baku untuk memproduksi ketiga jenis beras tersebut sebesar 1.641.039.82 Kg/Bln. Asumsi yang digunakan untuk memprediksi total pemenuhan kebutuhan bahan baku pada saat panen raya sebesar 60% dari rencana kebutuhan bahan baku tahun 2003. Untuk mengetahui besarnya anggaran pembelian dengan menggunakan alternatif II, maka diperlukan kisaran harga beli bahan baku. Kisaran harga beli ini yang digunakan oleh penulis sebagai acuan dalam menghitung anggaran pembelian tahun 2003 adalah kisaran harga beli tahun 2002. Yang dapat dilihat pada tabel 13 dibawah ini :

Tabel 13. Estimasi harga beli tahun 2003 (dengan tahun dasar = tahun 2002)

	Bulan (Rp./Kg)											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
Cobra	1250	1250	1200	1200	1200	1200	1220	1200	1200	1250	1250	1250
KL	1125	1125	1075	1075	1075	1075	1100	1075	1075	1125	1125	1125
Banteng	1000	1000	975	975	975	975	985	975	975	1000	1000	1000

Sumber : CV. Kamal Lestari, 2003

Berdasarkan atas tabel 13 diatas serta hasil wawancara dengan pihak perusahaan , maka harga beli gabah untuk ketiga jenis beras tersebut ada yang normal dan ada pula yang lebih rendah, sesuai dengan kondisi panen raya atau tidak panen raya. Selain itu penulis menggunakan asumsi harga tahun sebelumnya (tahun 2002) dengan estimasi harga tertinggi seperti yang dapat dilihat pada lampiran 1. Untuk tahun 2003 estimasi harga beli bahan baku menggunakan bulanan sesuai tabel tersebut, sehingga estimasi harga beli bahan baku gabah tahun 2003 yang menggunakan tahun dasar 2002 dapat diketahui yakni untuk beras Cobra berkisar antara Rp. 1.200 s/d Rp. 1.250, untuk beras KL berkisar antara Rp. 1.075 s/d Rp. 1.125, dan beras Banteng berkisar antara Rp. 975 s/d Rp. 1.000.

Berdasarkan kedua tabel tersebut diatas, maka dapat dihitung anggaran pembelian bahan baku menggunakan alternatif II.

Tabel 14. Anggaran pembelian dengan menggunakan alternatif II

Bln.	Jenis Beras												Total Pembelian
	Cobra			KL			Banteng			Jumlah	Rp.		
	Unit	Rp.	Jumlah	Unit	Rp.	Jumlah	Unit	Rp.	Unit				
Januari	442.899,14	1.250,00	553.623.925,00	318.044,74	1.125,00	357.800.332,50	880.095,94	1.000,00	880.095,94	880.095.940,00	1.791.520.197,50		
Februari	442.899,14	1.250,00	553.623.925,00	318.044,74	1.125,00	357.800.332,50	880.095,94	1.000,00	880.095,94	880.095.940,00	1.791.520.197,50		
Maret	664.348,70	1.200,00	797.218.440,00	477.067,10	1.075,00	512.847.132,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	2.597.205.875,00	2.597.205.875,00		
April	664.348,70	1.200,00	797.218.440,00	477.067,10	1.075,00	512.847.132,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	2.597.205.875,00	2.597.205.875,00		
Mei	664.348,70	1.200,00	797.218.440,00	477.067,10	1.075,00	512.847.132,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	2.597.205.875,00	2.597.205.875,00		
Juni	664.348,70	1.200,00	797.218.440,00	477.067,10	1.075,00	512.847.132,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	2.597.205.875,00	2.597.205.875,00		
Juli	442.899,14	1.220,00	540.336.950,80	318.044,74	1.100,00	349.849.214,00	880.095,94	985,00	866.894.500,90	1.757.080.665,70	1.757.080.665,70		
Agustus	664.348,70	1.200,00	797.218.440,00	477.067,10	1.075,00	512.847.132,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	2.597.205.875,00	2.597.205.875,00		
September	664.348,70	1.200,00	797.218.440,00	477.067,10	1.075,00	512.847.132,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	2.597.205.875,00	2.597.205.875,00		
Oktober	442.899,14	1.250,00	553.623.925,00	318.044,74	1.125,00	357.800.332,50	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	1.791.520.197,50	1.791.520.197,50		
November	442.899,14	1.250,00	553.623.925,00	318.044,74	1.125,00	357.800.332,50	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	1.791.520.197,50	1.791.520.197,50		
Desember	442.899,14	1.250,00	553.623.925,00	318.044,74	1.125,00	357.800.332,50	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	1.791.520.197,50	1.791.520.197,50		
	6.643.487,04		8.091.767.215,80	4.770.671,04		5.215.933.671,50	13.201.439,04		12.990.216.015,90	26.297.916.903,20	26.297.916.903,20		

Sumber Data : Tabel 12 dan Tabel 13, data diolah



Dengan adanya perhitungan seperti yang telah dilakukan pada tabel 15 maka diketahui besarnya anggaran pembelian bahan baku untuk tahun 2003 sebesar Rp. 26.297.916.903.20

#### 4.2.6 Penentuan Alternatif yang Dipilih

Berdasarkan atas perbandingan dari 2 alternatif yang telah dikemukakan pada sub pokok bahasan 4.2.5 mengenai anggaran pembelian dengan alternatif kesatu secara periodik (harga beli rata-rata) di peroleh anggaran pembelian sebesar Rp. 28.336.051.326.00 dan alternatif kedua secara musiman atau panen raya di peroleh anggaran pembelian sebesar Rp. 26.297.916.903.00, maka penggunaan alternatif kedua lebih menguntungkan bagi perusahaan, karena dengan menggunakan alternatif kedua perusahaan dapat menghemat sebesar Rp. 2.038.134.423.00, Selain itu dengan menggunakan alternatif kedua pemenuhan kebutuhan bahan baku dapat diperoleh relatif lebih banyak dengan kondisi harga gabah relatif lebih rendah sebagai akibat dari penawaran yang melimpah. Jika tidak membeli gabah pada saat panen raya ini maka CV. Kamal Lestari tidak akan mendapatkan gabah dengan biaya yang optimal dan akan kalah dalam bersaing di pasar beras karena biaya produksi beras yang dihasilkan akan lebih mahal. Disinilah letak pentingnya penerapan alternatif kedua bagi CV. Kamal Lestari meskipun membawa konsekuensi penyediaan kebutuhan modal kerja yang besar dan dapat memfungsikan penggunaan fasilitas gudang semaksimal mungkin.



## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Dari pembahasan mengenai perencanaan pembelian bahan baku gabah maka dapat ditarik simpulan yaitu :

1. Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa pada tahun 2003, CV Kamal Lestari memerlukan total kebutuhan bahan baku berupa gabah kering panen (GKP) sebanyak 24.615.592 Kg untuk proses produksinya. Secara rinci total kebutuhan bahan baku yang diperlukan untuk beras Cap Cobra sebanyak 6.643.485 Kg, Beras cap KL sebanyak 4.770.670 Kg, dan beras cap Banteng sebanyak 13.201.437 Kg.
2. Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa pemenuhan anggaran pembelian bahan baku yang digunakan oleh CV. Kamal Lestari tahun 2003 dapat menggunakan alternatif I sebesar Rp. 28.336.051.326.00 sedangkan dengan menggunakan alternatif II sebesar Rp. 26.297.916.903.00.
3. Berdasarkan atas perbandingan biaya yang harus dikeluarkan oleh CV. Kamal Lestari untuk memenuhi kebutuhan bahan bakunya dengan menggunakan alternatif I dan alternatif II, maka dapat dipilih alternatif II sebagai alternatif pilihan karena CV. Kamal Lestari dapat menghemat biaya sebesar Rp. 2.038.134.423.00

### 5.2 Saran

Dari pembahasan mengenai perencanaan bahan baku gabah, maka terdapat beberapa saran antara lain :

Perusahaan dalam kebijakan untuk merencanakan pembelian bahan baku gabah sebaiknya mengacu pada alternatif II. Perusahaan sebaiknya melakukan perhitungan perencanaan pembelian bahan baku secara musiman/pada saat panen raya karena dapat menekan pengeluaran dana perusahaan sebesar Rp. 2,038,134,423.00. dan sebaiknya perusahaan menjaga hubungan baik dengan para pemasok agar proses produksi tidak terhambat serta selalu mendapatkan kualitas gabah yang baik

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan dan Marwan Asri, 1998, *Anggaran Perusahaan*, Edisi 3, BPFE, Yogyakarta.
- Ahyari, Agus, 1977, *Efisiensi Persediaan Bahan*, Edisi Revisi, BPFE, Yogyakarta.
- tefop Dajan, Anto, 1995, *Pengantar Metode Statistik*, Jilid 1, Cetakan 8, LP3ES, Jakarta.
- Damiri, Maksum, 2000, *Analisis Kebutuhan Bahan Baku yang Optimal dalam Keadaan Probalistik pada Perusahaan Hadi Bharata Sejahtera di Kabupaten Magetan*, Universitas Jember, Skripsi.
- Harding, Michael, 1999, *Pembelian*, Edisi 2, Cetakan 2, Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Indonesia, Prenhalindo, Jakarta.
- Mursid, M., 1993, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, Cetakan 1, Bumi Aksara, Jakarta.
- Setyowati, Hastuti, 2001, *Penentuan Pembelian Makanan Ternak Ayam yang Ekonomis pada Perusahaan Ternak Ayam Makin Jaya Jember*, Universitas Jember, Skripsi.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 1999, *Metode Penelitian Survey*, Edisi Revisi, LP3ES, Jakarta.
- Sudiyono, Armand, 2002, *Pemasaran Pertanian*, Edisi 2, Cetakan 2, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.

## Lampiran 1. Data dasar tahun 1998-2002

### 1. Penggunaan Gabah Kering Panen (GKP) dan Harga Beli/Kg Tahun 1998-2002

Tahun	Cobra		KL		Banteng	
	Kg	Harga	Kg	Harga	Kg	Harga
1998	3.415.503	1.025	2.503.097	850	7.042.751	825
1999	4.206.453	1.100	3.039.637	900	8.617.630	850
2000	5.199.308	1.150	3.167.561	1.000	8.608.772	900
2001	5.438.014	1.221	3.662.453	1.050	10.669.623	925
2002	5.976.720	1.250	4.157.345	1.125	12.730.474	1.000

### 2. Data Produksi Produk Beras Tahun 1998-2002

Jenis Beras	Tahun				
	1998	1999	2000	2001	2002
Cobra	1.974.045	2.431.330	3.005.200	3.241.500	3.566.700
KL	1.446.790	1.756.910	1.830.850	2.142.200	2.628.575
Banteng	4.070.710	4.980.990	4.975.870	6.010.330	7.119.790
Jumlah	7.491.545	9.169.230	9.811.920	11.394.030	13.315.065

### 3. Persediaan Beras Tahun 1998-2002

Tahun	Cobra		KL		Banteng	
	Awal	Akhir	Awal	Akhir	Awal	Akhir
1998	82.775	89.010	47.600	104.860	173.910	165.970
1999	89.010	114.895	104.860	85.250	165.970	250.730
2000	114.895	130.920	85.250	114.890	250.730	225.560
2001	130.920	137.191	114.890	116.310	225.560	312.502
2002	137.191	168.271	116.310	118.730	312.502	400.844

### 4. Volume Penjualan Beras Tahun 1998-2002 (dalam Kg)

Jenis Beras	Tahun				
	1998	1999	2000	2001	2002
Cobra	1.967.810	2.405.450	2.989.170	3.136.901	3.384.632
KL	1.389.530	1.776.520	1.801.210	2.115.478	2.529.746
Banteng	4.078.650	4.896.230	5.001.040	6.080.100	7.259.160
Jumlah	7.435.990	9.078.200	9.791.420	11.332.479	13.173.538

### 5. Harga Jual Beras per Kg Tahun 1998-2002 (dalam Rp)

Jenis Beras	Tahun				
	1998	1999	2000	2001	2002
Cobra	2.050	2.100	2.150	2.227	2.500
KL	1.800	1.900	1.950	2.050	2.319
Banteng	1.550	1.600	1.700	1.781	2.075

Lampiran 2. Ramalan Penjualan Tahun 2003				
1. Beras Cobra				
Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
1998	1.967.810	-2	4	-3.935.620
1999	2.405.450	-1	1	-2.405.450
2000	2.989.170	0	0	0
2001	3.136.901	1	1	3.136.901
2002	3.384.632	2	4	6.769.264
Jumlah	13.883.963	0	10	3.565.095
Y = a + bX				
a = $\frac{\sum Y}{n} =$	13.883.963 / 5 =		2.776.792,60	
b = $\frac{\sum XY}{\sum X^2} =$	3.565.095 / 10 =		356.509,50	
Y <sub>03</sub> = 2.776.792,6 + 356.509,5 (3)				
= 3.846.321,10				
= 3.846.321 (dibulatkan)				
2. Beras KL				
Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
1998	1.389.530	-2	4	-2.779.060
1999	1.776.520	-1	1	-1.776.520
2000	1.801.210	0	0	0
2001	2.115.478	1	1	2.115.478
2002	2.529.746	2	4	5.059.492
Jumlah	9.612.484	0	10	2.619.390
Y = a + bX				
a = $\frac{\sum Y}{n} =$	9.612.484 / 5 =		1.922.496,80	
b = $\frac{\sum XY}{\sum X^2} =$	2.619.390 / 10 =		261.939,00	
Y <sub>03</sub> = 1.922.496,8 + 261.939,0 (3)				
= 2.708.313,80				
= 2.708.314 (dibulatkan)				
3. Beras Banteng				
Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
1998	4.078.650	-2	4	-8.157.300
1999	4.896.230	-1	1	-4.896.230
2000	5.001.040	0	0	0
2001	6.080.100	1	1	6.080.100
2002	7.259.160	2	4	14.518.320
Jumlah	27.315.180	0	10	7.544.890
Y = a + bX				
a = $\frac{\sum Y}{n} =$	27.315.180 / 5 =		5.463.036,00	
b = $\frac{\sum XY}{\sum X^2} =$	7.544.890 / 10 =		754.489,00	
Y <sub>03</sub> = 5.463.036,0 + 754.489,0 (3)				
= 7.726.503,00				
= 7.726.503 (dibulatkan)				

## Lampiran 3. Penentuan Harga Jual Tahun 2003 (Estimasi)

### 1. Beras Cobra

Tahun	Harga Jual (Rp)	Xi (%)	Log Xi
1998	2.050	-	-
1999	2.100	102,44	2,0105
2000	2.150	102,38	2,0102
2001	2.227	103,58	2,0153
2002	2.500	112,26	2,0502
<b>Jumlah</b>			<b>8,0862</b>

$$\begin{aligned} \text{Log Gm} &= \frac{8,0862}{4} \\ &= 2,0215 \\ \text{Gm} &= 105,0864054 \\ \text{Harga jual} &= 1,050864054 \times \text{Rp } 2.500 \\ &= \text{Rp}2.627 \end{aligned}$$

### 2. Beras KL

Tahun	Harga Jual (Rp)	Xi (%)	Log Xi
1998	1.800	-	-
1999	1.900	105,56	2,0235
2000	1.950	102,63	2,0113
2001	2.050	105,13	2,0217
2002	2.319	113,12	2,0535
<b>Jumlah</b>			<b>8,1100</b>

$$\begin{aligned} \text{Log Gm} &= \frac{8,1100}{4} \\ &= 2,0275 \\ \text{Gm} &= 106,5386185 \\ \text{Harga jual} &= 1,065386185 \times \text{Rp } 2.319 \\ &= \text{Rp}2.471 \end{aligned}$$

### 3. Beras Banteng

Tahun	Harga Jual (Rp)	Xi (%)	Log Xi
1998	1.550	-	-
1999	1.600	103,23	2,0138
2000	1.700	106,25	2,0263
2001	1.781	104,76	2,0202
2002	2.075	116,51	2,0664
<b>Jumlah</b>			<b>8,1267</b>

$$\begin{aligned} \text{Log Gm} &= \frac{8,1267}{4} \\ &= 2,0317 \\ \text{Gm} &= 107,5651534 \\ \text{Harga jual} &= 1,075651534 \times \text{Rp } 2.075 \\ &= \text{Rp}2.232 \end{aligned}$$

## Lampiran 4. Rencana Penjualan dan Harga Jual Tahun 2002

Jenis Beras	Vol. Penjualan (Kg)	Harga Jual (Rp)	Hasil Penjualan	% Penjualan
Cobra	3.846.321	2.627	10.104.901.464	29,68%
KL	2.708.314	2.471	6.691.242.848	19,66%
Banteng	7.726.503	2.232	17.245.376.462	50,66%
Jumlah			34.041.520.773	



## Lampiran 5. Penentuan Harga Beli Tahun 2003 (Estimasi)

### 1. Beras Cobra

Tahun	Harga Beli (Rp)	Xi (%)	Log Xi
1998	1.025	-	-
1999	1.100	107,32	2,0307
2000	1.150	104,55	2,0193
2001	1.221	106,17	2,0260
2002	1.250	102,38	2,0102
Jumlah			8,0862

$$\begin{aligned} \text{Log Gm} &= \frac{8,0862}{4} \\ &= 2,0215 \\ \text{Gm} &= 105,0864054 \\ \text{Harga Beli} &= 1,050864054 \quad \times \text{Rp } 1.250 \\ &= \text{Rp}1.314 \end{aligned}$$

### 2. Beras KL

Tahun	Harga Beli (Rp)	Xi (%)	Log Xi
1998	850	-	-
1999	900	105,88	2,0248
2000	1.000	111,11	2,0458
2001	1.050	105,00	2,0212
2002	1.125	107,14	2,0300
Jumlah			8,1217

$$\begin{aligned} \text{Log Gm} &= \frac{8,1217}{4} \\ &= 2,0304 \\ \text{Gm} &= 107,2589149 \\ \text{Harga Beli} &= 1,072589149 \quad \times \text{Rp } 1.125 \\ &= \text{Rp}1.207 \end{aligned}$$

### 3. Beras Banteng

Tahun	Harga Beli (Rp)	Xi (%)	Log Xi
1998	825	-	-
1999	850	103,03	2,0130
2000	900	105,88	2,0248
2001	925	102,78	2,0119
2002	1.000	108,11	2,0339
Jumlah			8,0835

$$\begin{aligned} \text{Log Gm} &= \frac{8,0835}{4} \\ &= 2,0209 \\ \text{Gm} &= 104,9268205 \\ \text{Harga Beli} &= 1,049268205 \quad \times \text{Rp } 1.000 \\ &= \text{Rp}1.049 \end{aligned}$$



Lampiran 6. Rencana Produksi dan Rencana Kebutuhan bahan baku Tahun 2003 (Kg)

Rencana Produksi Tahun 2003

Keterangan	Jenis Beras		Jumlah
	Cobra	Banteng	
Ramalan Penjualan	3.846.321	7.726.503	14.281.138
Rencana Pers. Akhir	161.885	304.773	634.522
Produksi yang Tersedia	4.008.206	8.031.276	14.915.660
Persediaan Awal	168.271	400.844	687.845
Rencana Produksi	3.839.935	7.630.432	14.227.815

Rencana Kebutuhan Bahan Baku (GKP) Tahun 2003

Jenis Beras	Rencana Produksi 2003	GKG Beras (68% dari RP 2003)	Total GKP Dibutuhkan (85% dari GKG)
Cobra	3.839.935	5.646.964	6.643.487
KL	2.757.448	4.055.070	4.770.671
Banteng	7.630.432	11.221.223	13.201.439
Jumlah	14.227.815	20.923.257	24.615.597

Lampiran 7. Perhitungan Persediaan Akhir (ITO) Tiap Jenis Beras pada CV. Kamal Lestari Tahun 2003 (dlm Kg)

Tahun	Persediaan Awal (1)	Persediaan Akhir (2)	Rata-rata Persediaan (3)=[(1+2)/2]	Penjualan (4)	ITO (5)=(4/3)	ITO Rata-rata (6)=(5)/5	Ramalan Penjualan (7)	Persediaan Akhir Th. 2003 (8)=[(7/6)x2]-1
<b>Cobra</b>								
1998	82.775	89.010	85.892,5	1.967.810	22,9101			
1999	89.010	114.895	101.952,5	2.405.450	23,5938			
2000	114.895	130.920	122.907,5	2.989.170	24,3205			
2001	130.920	137.191	134.055,5	3.136.901	23,4000			
2002	137.191	168.271	152.731,0	3.384.632	22,1607	23,3	3.846.321	161.885,31
2003	168.271							
<b>KL</b>								
1998	47.600	104.860	76.230,0	1.389.530	18,2281			
1999	104.860	85.250	95.055,0	1.776.520	18,6894			
2000	85.250	114.890	100.070,0	1.801.210	17,9995			
2001	114.890	116.310	115.600,0	2.115.478	18,3000			
2002	116.310	118.730	117.520,0	2.529.746	21,5261	18,9	2.708.314	167.864,07
2003	118.730							
<b>Banteng</b>								
1998	173.910	165.970	169.940,0	4.078.650	24,0005			
1999	165.970	250.730	208.350,0	4.896.230	23,5000			
2000	250.730	225.560	238.145,0	5.001.040	21,0000			
2001	225.560	312.502	269.031,0	6.080.100	20,8725			
2002	312.502	400.844	356.673,0	7.259.160	20,3524	21,9	7.726.503	304.772,7
2003	400.844							

Lampiran 8. Penentuan anggaran pembelian bahan baku dengan menggunakan alternatif II Tahun 2003 (Kg)

Rencana Pembelian Bahan Baku (GKP) dengan menggunakan alternatif II Tahun 2003 dalam satuan Kg/bulan

Asumsi : 60 % Total kebutuhan bahan baku pada CV. Kamal Lestari dipenuhi pada saat musim panen raya

Pembelian per Bulan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	JUMLAH
COBRA	442.899,14	442.899,14	664.348,70	664.348,70	664.348,70	664.348,70	442.899,14	664.348,70	664.348,70	442.899,14	442.899,14	442.899,14	6.643.487,94
KL	318.044,74	318.044,74	477.067,10	477.067,10	477.067,10	477.067,10	318.044,74	477.067,10	477.067,10	318.044,74	318.044,74	318.044,74	4.770.671,04
BANTENG	880.095,94	880.095,94	1.320.143,90	1.320.143,90	1.320.143,90	1.320.143,90	880.095,94	1.320.143,90	1.320.143,90	880.095,94	880.095,94	880.095,94	13.201.439,04
JUMLAH	1.641.039,82	1.641.039,82	2.461.559,70	2.461.559,70	2.461.559,70	2.461.559,70	1.641.039,82	2.461.559,70	2.461.559,70	1.641.039,82	1.641.039,82	1.641.039,82	24.615.597,12

Kisaran/Estimasi harga beli bahan baku selama 1 Tahun (Tahun 2002 sebagai tahun dasar) Dalam satuan Rp./Kg

Harga beli per Bulan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
COBRA	1.250,00	1.250,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.220,00	1.200,00	1.200,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00
KL	1.125,00	1.125,00	1.075,00	1.075,00	1.075,00	1.075,00	1.100,00	1.075,00	1.075,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00
BANTENG	1.000,00	1.000,00	975,00	975,00	975,00	975,00	985,00	975,00	975,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00

Anggaran pembelian dengan menggunakan alternatif II

Bln.	Jenis Beras												Total Pembelian		
	Cobra						KL							Banteng	
	Unit	Rp.	Jumlah	Unit	Rp.	Jumlah	Unit	Rp.	Jumlah	Unit	Rp.	Jumlah			
Januari	442.899,14	1.250,00	553.623.925,00	318.044,74	1.125,00	357.800.332,50	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	1.791.520.197,50		
Februari	442.899,14	1.250,00	553.623.925,00	318.044,74	1.125,00	357.800.332,50	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	1.791.520.197,50		
Maret	664.348,70	1.200,00	797.218.440,00	477.067,10	1.075,00	512.847.132,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	2.597.205.875,00		
April	664.348,70	1.200,00	797.218.440,00	477.067,10	1.075,00	512.847.132,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	2.597.205.875,00		
Mei	664.348,70	1.200,00	797.218.440,00	477.067,10	1.075,00	512.847.132,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	2.597.205.875,00		
Juni	664.348,70	1.200,00	797.218.440,00	477.067,10	1.075,00	512.847.132,50	880.095,94	985,00	866.894.500,90	880.095,94	985,00	866.894.500,90	1.757.080.666,70		
Juli	442.899,14	1.220,00	540.336.950,80	318.044,74	1.100,00	349.849.214,00	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	2.597.205.875,00		
Agustus	664.348,70	1.200,00	797.218.440,00	477.067,10	1.075,00	512.847.132,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	1.320.143,90	975,00	1.287.140.302,50	2.597.205.875,00		
September	664.348,70	1.200,00	797.218.440,00	477.067,10	1.075,00	512.847.132,50	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	1.791.520.197,50		
Oktober	442.899,14	1.250,00	553.623.925,00	318.044,74	1.125,00	357.800.332,50	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	1.791.520.197,50		
November	442.899,14	1.250,00	553.623.925,00	318.044,74	1.125,00	357.800.332,50	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	1.791.520.197,50		
Desember	442.899,14	1.250,00	553.623.925,00	318.044,74	1.125,00	357.800.332,50	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	880.095,94	1.000,00	880.095.940,00	1.791.520.197,50		
	6.643.487,04		8.091.767.215,80	4.770.671,04		5.215.933.671,50	13.201.439,04		12.990.216.015,90	13.201.439,04		12.990.216.015,90	26.297.916.966,20		

**KARTU KONSULTASI  
 BIMBINGAN SKRIPSI SARJANA FAKULTAS EKONOMI  
 UNIVERSITAS JEMBER**

Nama : Nyimas Sri Arina  
 Nomor Mahasiswa : 0108.1029.1600  
 Jurusan : Manajemen / S1 - Ekstensi  
 Judul Skripsi : Perencanaan Pembelian Gabah Pada CV. KAMAL LESTARI Jember.  
 Pembimbing : I. Drs. Adi Prasajo, MP ..... II. Drs. Didik Pujo, M., MSi  
 Tgl. Persetujuan : Mulai tanggal : 26 - 5 - 2003 ..... 19 ..... s/d  
 ..... 19 .....

NO.	KONSULTASI PADA TANGGAL	MASALAH YANG DIBICARAKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	14/5'03	Revisi konsep skripsi	1. [Signature]
2.	26/5'03	Acc proposal	2. [Signature]
3.	26/5'03	Acc proposal	3. [Signature]
4.	29/9'03	Perbaikan bab II & III	4. [Signature]
5.			5.
6.	12/11'03	Perbaikan bab IV → perhitungan alternatif II	6. [Signature]
7.			7.
8.			8.
9.	15/11'03	Acc skripsi, dan konsep	9. [Signature]
10.		Torhan dgn pembimbing II	10.
11.			11.
12.	17/11'03	Revisi Pembelian dan penyertaan	12. [Signature]
13.			13.
14.			14.
15.	17/11'03	Acc Skripsi dan konsep	15. [Signature]
16.			16.
17.			17.
18.			18.
19.			19.
20.			20.
21.			21.
22.			22.
23.			23.
24.			24.

