

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang Permasalahan

Persaingan dalam merebut pasar pada saat ini semakin hari semakin ketat. Hal ini membuat perusahaan industri harus semakin bijaksana dalam menghadapi persaingan pasar tersebut. Salah satu perusahaan yang harus bersaing dalam merebut pasar tersebut ialah PT. Anugrah Argon Medica.

PT. Anugrah Argon Medica adalah sebuah perusahaan yang bergerak sebagai distributor obat-obatan. Untuk melayani permintaan konsumen, kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menyalurkan secara langsung produknya kepada pengecer. PT. Anugrah Argon Medica merupakan distributor obat-obatan dan alat kesehatan untuk beberapa perusahaan obat (*principal*) yang terkenal seperti PT. Dexa Medica, PT. Pfizer Indonesia, PT. Organon Indonesia, PT. Feron Pharmaceutica, PT. Glaxo SmithKline, PT. Warner Lambert & Park Davis, Santen, PT. Dumex, Pharmalink, dan lainnya.

Pada masa sekarang ini PT. Anugrah Argon Medica memiliki permasalahan yaitu *income* (pendapatan) yang semakin menurun pada beberapa jenis produknya. Adanya penurunan laba ini jelas merugikan perusahaan, dan kalau keadaan ini terus berlanjut maka akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.

Berdasarkan atas hasil identifikasi, terjadinya penurunan tingkat pendapatan (laba) ini, erat kaitannya dengan menurunnya volume penjualan atas produk. Penurunan volume penjualan ini terjadi karena adanya persaingan harga dengan produk sejenisnya yang beredar di pasaran, dan juga karena adanya kenaikan harga yang cukup tinggi yang dilakukan oleh pengecer, hal ini sangat berpengaruh terhadap volume penjualan.

## **I.2. Perumusan Masalah**

Turunnya tingkat pendapatan (laba) akibat penurunan volume penjualan serta disisi lain menyebabkan *total cost* yang cenderung mengalami peningkatan pada PT. Anugrah Argon Medica, jelas merugikan perusahaan.

Oleh karena itu permasalahan yang akan dibahas dalam hal ini adalah :

1. Menentukan besarnya biaya persediaan dengan melakukan perencanaan persediaan yang optimal berdasarkan tingkat permintaan konsumen terhadap produk sehingga akan dapat dicapai laba yang menguntungkan.
2. Menganalisa dan mengevaluasi *Break Event Point* (BEP) yang dicapai setelah adanya perencanaan perediaan yang optimum dengan periode tahun sebelumnya.
3. Evaluasi dan analisa kembali tingkat pendapatan (laba) berdasarkan permintaan konsumen terhadap produk, serta *total cost* yang akan terjadi setelah diadakannya perencanaan persediaan yang optimal sesuai dengan permintaan produk tersebut.