

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Plywood*

1. Pengertian *Plywood*

Menurut (Markom:2015) “*plywood* atau tripleks adalah salah satu produk kayu olahan dari bahan kayu solid. Produk ini terbuat dari lembaran kayu tipis”. Menurut (Firman:2017) “*plywood* atau tripleks atau multipleks adalah kayu lapis atau sejenis papan yang terdiri dari lapisan kayu yang direkatkan bersama-sama dengan menggunakan lem.” Menurut (Arafuru:2015) “triplek (*plywood*) adalah kayu pabrikan yang dibuat dari kayu solid yang diproses menjadi lembaran-lembaran berukuran tipis.” Dari berbagai pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *plywood* adalah kayu lapis yang diolah dengan cara merekatkan beberapa lapisan kayu dengan menggunakan lem.



Sumber: www.biopolish.com (2017).

Gambar 2.1 Multipleks atau *Plywood*

2. Jenis – Jenis *Plywood*

Multipleks atau *plywood* atau kayu lapis dibuat dari kulit kayu yang berlapis-lapis. Menurut (Arafuru:2016) terdapat dua macam multipleks berdasarkan bahan bakunya, antara lain:

- a) Kayu Lunak (*soft wood*) adalah multipleks yang dibuat dari kayu yang memiliki struktur lunak seperti sengon, jingjing, angkana, dan lain-lain.
- b) Kayu Keras (*hard wood*) adalah multipleks yang dibuat dari kayu yang mempunyai struktur keras seperti meranti, mangga, jambu, nangka, dan lain-lain.

B. Pengertian Peramalan Penjualan

Pengertian peramalan penjualan menurut Nafarin (2007:96), “Ramalan Jualan (*sales forecasting*) merupakan proses aktivitas memperkirakan produk yang akan dijual di masa mendatang dalam keadaan tertentu dan dibuat berdasarkan data yang pernah terjadi dan/atau mungkin terjadi.” Menurut Rahayu dan Rachman (2013:31), “taksiran penjualan (*sales forecasting*) adalah suatu teknik proyeksi tentang tingkat permintaan konsumen potensial pada suatu periode tertentu dengan menggunakan berbagai asumsi tertentu, atau suatu cara untuk mengukur atau menaksir kondisi bisnis di masa yang akan datang.” Menurut Husnayetti (2012:25), “*forecast* penjualan atau ramalan penjualan adalah proyeksi permintaan konsumen untuk masa yang akan datang.”

Menurut Adisaputro dan Asri (1983:147), menyatakan bahwa “*Forecast Penjualan* adalah proyek teknis daripada permintaan langganan potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi.” Dari berbagai pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa peramalan penjualan adalah teknik memperkirakan tingkat permintaan konsumen terhadap produk yang akan dijual dengan cara mengukur atau menaksir kondisi bisnis di masa yang akan datang berdasarkan data yang pernah terjadi.

C. Tujuan Peramalan Penjualan

Adapun tujuan dari peramalan penjualan menurut Dharmanegara (2010:148) “adalah untuk mengurangi risiko dalam pengambilan keputusan, untuk perencanaan keuangan dan manajemen strategi puncak.” Manajer pemasaran menggunakan ramalan penjualan untuk menentukan alokasi optimal tenaga penjualan, menyusun tujuan penjualan dan merencanakan promosi dan iklan.

D. Metode-Metode Peramalan Penjualan

Ada dua metode dalam memproyeksikan taksiran penjualan, menurut Rahayu dan Rachman (2013:32-36) antara lain:

1. Metode Kualitatif (*Qualitative Methods*)

Merupakan suatu teknik proyeksi penjualan yang didasarkan atas pendirian/sikap, kepercayaan/keyakinan, perasaan, pengalaman, dan intuisi manajer sehingga hal ini benar-benar bersifat subjektif.

Metode kualitatif ini meliputi:

- a. Pendapat dewan eksekutif, yaitu suatu kelompok manajer yang dibentuk untuk mengestimasi permintaan konsumen.
- b. Gabungan kemampuan penjualan, merupakan estimasi dari setiap tenaga penjual yang mereka yakini dapat dicapai untuk periode yang akan datang dari setiap wilayah penjualan untuk kemudian digabung dengan wilayah penjualan lainnya sehingga menjadi taksiran penjualan perusahaan secara keseluruhan.
- c. Pendapat dari pakar.
- d. Melakukan riset pasar, di mana perusahaan mensurvei konsumen untuk mengetahui produk apa yang mereka inginkan dengan perkiraan permintaan atas jumlah produk tersebut.

2. Metode Kuantitatif (*Quantitative Methods*)

Merupakan cara penaksiran penjualan menggunakan model-model matematik (*statistic*) sehingga lebih objektif. Cara penaksiran metode ini terbagi atas:

- a. Analisis *Trend*, merupakan model *time series* yang terdiri atas:

- 1) Metode *Trend* Bebas (*Free Hand Method*)

Meskipun metode ini masuk ke dalam kategori kuantitatif tetapi metode ini tidak menggunakan rumus matematik, sehingga masih bersifat subjektif.

- 2) Metode *Trend* Setengah Rata-Rata (*Semi Average Method*)

Dalam metode ini data dibedakan ke dalam:

a) Data genap, dibagi lagi menjadi:

- (1) Data genap kelompok genap
- (2) Data genap kelompok ganjil

b) Data ganjil, untuk menaksir jumlah tertentu di waktu yang akan datang digunakan persamaan garis lurus, dengan persamaan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Di mana:

$$a = \text{Rata-rata kelompok I; } \bar{x} = \frac{\sum Y_1}{n_1}$$

$$b = \frac{\bar{x}_2 - \bar{x}_1}{n_1} \quad \text{di mana } x_1 = \frac{\sum Y_2}{n_2}$$

3) Metode *Trend Moment (Moment Trend Method)*

Dalam metode ini data tidak dibedakan ke dalam data genap ataupun data ganjil terhadap parameter X. Untuk mengetahui taksiran jumlah tertentu digunakan persamaan garis lurus:

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Untuk mencari nilai a dan b digunakan persamaan berikut ini:

$$\sum Y = a + b \sum X$$

$$\sum XY = a \sum X + b \sum X^2$$

4) Metode Kuadrat Terkecil (*Least Square Method*)

Metode ini merupakan penyederhanaan dari metode *trend moment*, di mana $\sum X = 0$, dengan adanya penyederhanaan tersebut maka rumusnya adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \text{ dan } b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Sehingga diperoleh persamaan garis lurus:

$$Y = a + bX$$

Dalam metode ini data dibedakan dalam data genap dan data ganjil.

- b) Analisis Korelasi, merupakan model sebab akibat yang menghubungkan antar variabel melalui model regresi linier dan korelasi.
- c) Analisis untuk tujuan khusus (*specific purpose method*) :
- 1) Analisis industri, untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap keadaan industri secara keseluruhan.
 - 2) Analisis Lini Produk, untuk menganalisis produk yang dihasilkan. Metode ini dilakukan jika perusahaan menghasilkan lebih dari satu macam produk.
 - 3) Analisis Pengguna Akhir, merupakan analisis akhir dari produk, apakah produk tersebut merupakan produk untuk konsumsi atau produk untuk industri (memerlukan proses produksi lanjutan sebelum produk tersebut dapat dikonsumsi).

E. Perputaran Persediaan (*Inventory Turnover*)

1. Pengertian Perputaran Persediaan (*Inventory Turnover*)

Menurut (Wibowo:2014) “perputaran persediaan merupakan salah satu rasio aktivitas.” Menurut Harmono (2015:109) perputaran persediaan dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Inventory Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Rata - rata Persediaan}}$$

Menurut Fahmi (2014:77-78) “Rasio *inventory turnover* ini melihat sejauh mana tingkat yang dimiliki oleh suatu perusahaan.” Adapun rumus *inventory turnover* (perputaran persediaan) adalah:

$$\text{Inventory Turnover} = \frac{\text{Cost of Good Sold}}{\text{Average Inventory}}$$

Keterangan: *Inventory Turnover* = Perputaran Persediaan

Cost of Good Sold = Harga Pokok Penjualan

Average Inventory = Rata-rata Persediaan

Tingkat persediaan dari masing-masing persediaan dapat diketahui dari:

- a) Perputaran bahan baku (*raw material turnover*), yaitu jumlah seluruh bahan baku yang digunakan dalam suatu periode dibagi rata-rata seluruh bahan baku selama periode tersebut. Hasilnya dinyatakan dalam frekuensi.
- b) Perputaran persediaan dalam proses (*work in process turnover*), yaitu jumlah pekerjaan dalam proses yang ditransfer menjadi produk jadi

dibagi rata-rata pekerjaan dalam proses persediaan selama periode tersebut. Hasilnya dinyatakan dalam frekuensi.

- c) Perputaran persediaan barang jadi (*finished goods turnover*), yaitu dinyatakan seluruh biaya produk yang dijual dibagi rata-rata biaya persediaan barang jadi. Hasilnya dinyatakan dalam frekuensi.

Perputaran persediaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perputaran persediaan barang jadi (*plywood*).

2. Manfaat Menghitung Perputaran Persediaan (*Inventory Turnover*)

Menurut (Wibowo:2014) perhitungan perputaran persediaan bagi suatu perusahaan sangat penting, antara lain:

- a) Dapat diketahui apakah pengelolaan persediaan telah dilakukan dengan baik atau tidak.
- b) Dapat diketahui kecepatan dari pergantian persediaan, di mana semakin tinggi pergantian persediaan, maka semakin tinggi biaya yang dapat dihemat sehingga laba perusahaan naik.
- c) Pada dasarnya suatu perusahaan yang baik adalah apabila persediaan barang yang dijual/diproduksi cepat berganti sehingga biaya penyimpanan serta tingkat kerusakan barang semakin rendah yang dapat menyebabkan kenaikan laba perusahaan.