

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki peluang besar untuk berbisnis karena memiliki daya tarik bagi para investor asing untuk lebih mengembangkan investasinya dalam bidang bisnis. Indonesia memiliki permata tersembunyi yang menjadi tempat potensial untuk melakukan bisnis terutama di daerah perkotaan. Diketahui bahwa pada tahun 2020 sebanyak 56,7% penduduk Indonesia tinggal di daerah perkotaan dan mengalami kenaikan setiap 5 tahunnya (BPS 2020).

Salah satu bisnis yang menjanjikan di daerah perkotaan yaitu bisnis ritel. Ritel merupakan penjualan eceran melingkupi seluruh aktivitas yang melibatkan penjualan barang dan jasa pada konsumen akhir untuk kemudian dipergunakan yang sifatnya pribadi, bukan bisnis (Kotler 2008). Pada praktiknya pengecer melakukan pembelian barang ataupun produk dalam jumlah besar dari produsen baik secara langsung ataupun melalui grosir, untuk kemudian dijual kembali dalam jumlah kecil. Bisnis ritel bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat luas. Seperti ditunjukkan pada Tabel 1 bahwa pengeluaran konsumsi rumah tangga setiap tahun mengalami peningkatan.

Tabel 1 Rata-rata pengeluaran konsumsi perkapita menurut golongan rumah tangga tahun 2000, 2005, 2008

Golongan rumah tangga	Tahun		
	2000	2005	2008
Rumah tangga bukan pertanian golongan rendah di desa	3.452,2	7.761,3	12.234,3
Rumah tangga bukan angkatan kerja di desa	4.591,0	8.431,9	13.725,0
Rumah tangga bukan pertanian golongan atas di desa	6.871,2	13.256,1	24.022,2
Rumah tangga bukan pertanian golongan rendah di kota	5.274,9	9.824,2	16.734,9
Rumah tangga bukan angkatan kerja di kota	6.470,8	9.865,5	17.161,0
Rumah tangga bukan pertanian golongan atas di kota	8.906,0	18.700,0	33.221,1

Sumber: Data BPS (2014).

Pada Tabel 1 diketahui peningkatan terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga mengalami peningkatan pada tahun 2000, 2005 sampai 2008, tidak dapat dipungkiri bahwa peningkatan ini akan terus bertambah setiap tahunnya.



Tingginya peningkatan pengeluaran konsumsi rumah tangga akan menjadi masalah jika tidak dibarengi dengan persediaan yang konsisten seperti persediaan akan produk makanan. Makanan merupakan meramu berbagai jenis makanan yang seimbangan, sehingga terpenuhi seluruh kebutuhan gizi bagi tubuh dan mampu dirasakan secara fisik dan mental (Prasetyono 2009). Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang dibutuhkan setiap saat dan dimana pun manusia berada serta memerlukan pengolahan yang baik dan benar agar bermanfaat bagi tubuh. Tanpa makanan dan minuman manusia tidak dapat melangsungkan hidupnya. Hal ini membuat adanya peluang untuk bisnis ritel dalam memperbaiki tingkat persediaan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

PT Prima Food Internasional salah satu ritel besar yang ada di Indonesia dengan membuka toko disetiap pusat kota dengan nama Prima Freshmart. Sampai saat ini Prima Freshmart sudah memiliki 599 cabang di Jabodetabek, Bandung, Semarang, Surabaya dan Bali. Prima Freshmart merupakan *Speciality stores* yang hanya menjual produk makanan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi rumah tangga. Prima Freshmart menjual berbagai jenis makanan mulai dari makanan *groceries, further, frozen* dan *omega*. Salah satunya yaitu Prima Freshmart GDC Jatimulya yang berada di daerah Cilodong, Kota Depok. Tingginya tingkat konsumsi rumah tangga menjadi suatu permasalahan di Prima Freshmart GDC Jatimulya. Hal ini membuat ketersediaan produk di toko cepat habis, sehingga belum bisa memenuhi semua kebutuhan masyarakat di daerah tersebut.

Ketersediaan perlu diperhatikan oleh perusahaan retail karena sangat menentukan kelancaran kegiatan usaha dalam mencapai target penjualan. Ketersediaan produk dapat membuat hilangnya pembelian karena kosongnya produk yang dibutuhkan konsumen, sehingga dapat membuat konsumen beralih ke toko lain. Hal ini menjadikan harus adanya manajemen persediaan yang baik agar keuntungan penjualan maksimal. Di Prima Freshmart terdapat sistem *outo purchase order* untuk semua produk, apabila penggunaan sistem tersebut masih mengalami kekurangan produk, maka dapat mengajukan alokasi produk yang dilakukan oleh area koordinator dengan melihat kebutuhan toko. Peningkatan penjualan dapat dilakukan dengan menganalisis sepuluh produk *best seller* yang mempunyai permintaan tinggi dan memastikan produk selalu tersedia dengan menggunakan sistem alokasi produk. Penentuan produk *best seller* dilakukan dengan menganalisis permintaan produk dan akan menggunakan metode Analisis Pareto (20/80) yang artinya 20% produk memiliki pengaruh terhadap 80% penjualan.

1.2 Tujuan

1. Merumuskan ide kajian pengembangan bisnis di Prima Freshmart GDC Jatimulya dengan melakukan manajemen persediaan *top ten product* untuk meningkatkan penjualan.
2. Menganalisis kelayakan penjualan Prima Freshmart GDC Jatimulya sebelum dan sesudah adanya kajian pengembangan manajemen persediaan *top ten product* secara finansial maupun non finansial.