

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dinamika perekonomian menimbulkan peningkatan persaingan dari waktu ke waktu. Berbagai macam usaha mulai dari skala kecil hingga besar terus bermunculan. Seiring dengan keadaan ini, keunggulan bersaing menjadi kekuatan perusahaan dalam menghadapi persaingan tersebut. Kunci dalam mencapai keunggulan bersaing adalah sejauh mana tingkat produktivitas, efisiensi, dan efektivitas yang dimiliki perusahaan. Selain persaingan bisnis, terjadi peningkatan dalam kebutuhan konsumen dengan berbagai munculnya varian produk yang beraneka ragam. Permintaan konsumen yang terus meningkat merupakan hal alamiah yang harus dimaklumi oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan haruslah siap dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Pemenuhan kebutuhan konsumen yang bervariasi menjadikan perusahaan harus menyiapkan pengadaan persediaan yang tepat terkait kualitas, kuantitas dan waktu secara responsif. Kebutuhan konsumen yang terpenuhi nantinya akan menciptakan loyalitas konsumen.

Loyalitas konsumen adalah suatu komitmen yang dipegang untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa yang disukai di masa yang akan mendatang meskipun ada pengaruh situasional dan tindakan atau upaya pemasaran untuk beralih (Becker et al., 2015). Loyalitas konsumen dapat menjadi bekal perusahaan terkait keunggulan bersaing. Loyalitas konsumen dapat diciptakan melalui komunikasi, inovasi, aktif dalam media sosial, meminta *review* pelanggan dan promosi. Loyalitas konsumen didapatkan dari kepuasan konsumen atas produk dan jasa yang ditawarkan. Konsumen yang loyal adalah hal penting dalam meningkatkan bisnis. Sehingga perlu untuk menjaga loyalitas konsumen guna menjaga eksistensi perusahaan.

Industri ritel merupakan suatu industri bisnis yang berusaha untuk memasarkan barang atau juga jasa kepada konsumen akhir yang digunakan untuk keperluan rumah tangga serta individu (Berman & Evans, 2010). Kondisi industri ritel di Indonesia saat ini terus tumbuh dan berkembang. Selain berkontribusi yang besar terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB), industri ritel juga membuka lapangan pekerjaan yang mampu

menyerap banyak tenaga kerja. Sebagian besar masyarakat Indonesia telah mengenal tentang pasar modern, diantaranya minimarket, supermarket dan *departement store*. Keberadaan pasar modern dapat dijumpai di berbagai daerah mulai dari desa maupun kota. Saat ini, jumlah pasar modern mencapai 1.131 toko modern dan 708 pusat perbelanjaan yang tersebar di Indonesia (BPS, 2019). Selain produk yang ditawarkan beragam, pelayanan yang baik, dan mudah dijangkau menjadikan tidak sedikit masyarakat yang lebih memilih berbelanja di pasar modern. Industri Ritel seperti minimarket merupakan usaha yang menawarkan beragam produk baik dari segi ukuran dan variasi yang ditawarkan. Keberagaman produk menambah kompleksitas bagi pengelola minimarket dalam menangani pemenuhan kebutuhan konsumen. Banyak dari pengelola minimarket yang menganggap permasalahan kompleksitas ini merupakan sesuatu yang sepele. Bahwasanya pengendalian persediaan yang baik akan menciptakan *total cost* yang rendah dan akan menghasilkan keuntungan bagi minimarket.

SULTANMART merupakan salah satu minimarket yang berukuran relatif sedang dan berada di pinggir jalan raya besar dan ramai. Minimarket tersebut tergolong dalam UMKM berskala kecil dengan pendapatan bersih mencapai kurang lebih 1 milyar rupiah per tahun. SULTANMART bernaung dalam PT. Saudara Seri Makmur. Berlokasi di Jalan utama Kertosono-Kediri yang padat penduduk dan lalu lalang kendaraan menjadikan SULTANMART merupakan minimarket dengan lokasi yang strategis. Minimarket ini berdiri sejak tahun 2019, Minimarket buka setiap hari mulai dari jam delapan pagi sampai sembilan malam yang menjual berbagai kebutuhan pokok masyarakat dari kebutuhan konsumsi hingga peralatan rumah tangga. Minimarket ini selalu dikunjungi oleh pelanggan secara ramai teratur.

Berikut daftar 10 komoditas terlaris pada bulan Oktober 2021, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar 10 Komoditas Terlaris Bulan Oktober 2021

No.	Komoditas	Jumlah	Harga per Unit (Rp)	Hasil Pendapatan
1.	Minuman botol (teh pucuk)	4.800 botol	2.600	12.480.000
2.	Beras (5kg)	232 kantong	50.000	11.600.000
3.	Elpiji (3kg)	700 tabung	16.000	11.200.000
4.	Rokok (Surya 12)	400 pcs	20.000	8.000.000
5.	AQUA 600 ml	1.920 botol	2.500	4.800.000
6.	Minyak goreng (1L)	144 pcs	28.000	4.032.000
7.	Telur	60 kg	26.000	1.560.000
8.	Gula	100 kg	14.500	1.450.000
9.	Snack Kemasan Besar (Qtela)	60 pcs	15.500	930.000
10	Permen (Kopiko)	44 kantong	4.500	198.000

Sumber: Data Penjualan SultanMart

Keunggulan yang dimiliki SULTANMART akan kurang sesuai jika masih terjadi beberapa permasalahan yang masih belum teratasi. Permasalahan yang terjadi pada SULTANMART terkait belum memiliki patokan pemesanan persediaan toko yang tepat. SULTANMART dituntut harus mampu mengelola kurang lebih 200 *supplier*. Oleh sebab itu, persediaan yang dimiliki SultanMart sangatlah beragam yaitu kurang lebih 2500 persediaan. Saat ini pemesanan persediaan dilakukan melalui whatsapp dengan jumlah pemesanan yang tidak menentu.

Kompleksitas persediaan menjadi sebuah tantangan bagi pengelola minimarket untuk mengelola item dengan tepat guna mewujudkan operasional toko yang efisien. Kompleksitas ini muncul akibat keberagaman persediaan dalam ritel yang menimbulkan beberapa permasalahan seperti, keterlambatan pasokan, *update* harga yang sering lupa, dan komplain pelanggan atas item yang dibeli. Hal tersebut menyebabkan kerugian atas ganti rugi dan juga kehilangan penjualan. Kerugian mencapai kisaran 1 juta rupiah per bulannya. Untuk keterlambatan pasokan biasanya sering terjadi pada produk dari Wings. Pasokan produk dari Wings tidak dapat diperkirakan. Sehingga, SultanMart hanya bisa menunggu pasokan tersebut datang kembali. Sedangkan produk yang dipesan

dari Wings dengan tingkat pembelian yang cukup besar kisaran 4 juta lebih per pemesanan.

Menurut data pembelian, terdapat beberapa item yang belum terpenuhi atas kebutuhan pelanggan SULTANMART pada bulan Agustus 2022, diantaranya:

1. Sedaap Ayam Bawang (stok kosong selama 3 hari, 12-14 Agustus),
2. Grendel Biru 12 (stok kosong selama 1 hari, 16 Agustus),
3. Kecap Sawi Botol Kaca (stok kosong selama 5 hari, 20-24 Agustus),
dan
4. Golda Kopi (stok kosong selama 2 hari, 27-28 Agustus)

Pasokan persediaan toko dilakukan setiap satu minggu sekali untuk produk non-makanan dan lima hari sekali produk yg mudah *expired*. Dalam proses pengiriman pasokan dari *supplier* ternyata beberapa item seringkali mengalami keterlambatan. Hal tersebut dikarenakan *supplier* melakukan pengiriman dengan menunggu jadwal pengiriman pasokan yang bersamaan dengan waktu pasokan di minimarket lainnya. Keterlambatan pasokan berasal dari produk wings, seperti yang terjadi pada item mie sedaap ayam bawang dan golda kopi yang mengalami kekosongan stok di bulan Agustus 2022.

Selain itu, penanganan persediaan toko hanya difokuskan pada komoditas yang terlaris, toko tidak mengadakan *safety stock*, gudang toko hanya digunakan untuk menyimpan LPG dan beberapa produk dengan *expired* yang panjang seperti popok bayi dan bahan makanan (penyedap rasa, garam, minuman *sachet*). Serta SultanMart belum memiliki metode atau cara yang tepat dalam menangani pengendalian persediaan toko.

Dari permasalahan yang terjadi pada SULTANMART, perlu adanya metode perencanaan persediaan yang akurat dan sesuai dengan kondisi disana. Selain menyusun rencana persediaan melalui proses klasifikasi. Serta, perlu adanya bentuk pengendalian persediaan yaitu melakukan peramalan terhadap permintaan dari item yang telah diklasifikasikan.

Klasifikasi persediaan berdasarkan jenis permintaan dibagi menjadi empat *pattern* diantaranya *smooth*, *lumpy*, *intermittent*, dan *erratic*. Klasifikasi ini lebih dikenal dengan klasifikasi boylan yang menawarkan cara sederhana dalam proses pengklasifikasian persediaan yaitu cukup menghitung nilai CV^2 dan ADI yang nantinya akan menunjukkan seberapa fluktuatif permintaan dari kelompok persediaan tersebut. Penerapan klasifikasi persediaan bertujuan agar mempermudah operasional toko khususnya pada penanganan persediaan di SultanMart. Pendirian SultanMart masih tergolong dini sehingga proses pemesanan persediaan masih sederhana dan belum memiliki ukuran yang tepat. Serta, apabila menggunakan metode seperti Analisis *ABC* yang diterapkan pada penelitian sebelumnya masih cenderung *general* yang menimbulkan bias dalam proses peramalan permintaan nantinya. Analisis *ABC* hanya mengurutkan persediaan berdasarkan tingkat keuntungannya, perbedaan tingkat keuntungan inilah digunakan atas dasar perlakuan yang berbeda pada setiap kelompok item. Diharapkan penerapan klasifikasi berdasarkan jenis permintaan nantinya dapat mempermudah pengklasifikasian persediaan toko yang begitu kompleks.

Setelah klasifikasi persediaan dilakukan penting bagi manajer untuk memberikan perhatian khusus pada persediaan yang tergolong ke dalam permintaan *smooth*. Jenis permintaan tersebut terpilih yang didapatkan dari hasil tahapan peramalan permintaan menggunakan *markov-combined method*. *Markov-combined method* mampu memberikan informasi lebih detail terkait kondisi item pada masa mendatang yang dianalisis dari probabilitas transisinya. Permintaan *smooth* memiliki ciri-ciri proporsi nilai yang tinggi. Sebanyak 74 persen persediaan termasuk kedalam jenis permintaan ini, kuantitas yang tinggi tersebut nantinya akan berpengaruh pada kapasitas gudang apabila dilakukan *safety stock*. Seperti LPG 3 KG merupakan salah satu jenis permintaan *smooth* dan item ini juga tergolong pada item penjualan grosir. Setiap penjualan grosir LPG 3 KG dapat mencapai 60 item. Oleh karenanya diperlukan kesiapan pengelola minimarket untuk selalu menjaga ketersediaan item tersebut.

Salah satu bentuk pengendalian yang sering dilakukan adalah dengan melakukan peramalan terhadap permintaan. Karena persaingan dan globalisasi, peramalan penjualan memainkan peran penting dalam perusahaan komersial (Qi, 2008). Peramalan permintaan dapat membantu pengelola untuk memperkirakan tingkat pemesanan persediaan yang tepat agar tidak mengalami *under/over stock*. Penting pula untuk mulai memanfaatkan keberadaan gudang, mengingat SultanMart memiliki gudang yang cukup untuk melakukan pasokan yang lebih banyak lagi. Dari hasil peramalan nantinya semoga dapat memberikan gambaran atau ukuran pada SultanMart seberapa banyak pasokan pengaman yang SultanMart harus siapkan.

Peramalan permintaan *Markov-combined method* merupakan salah satu metode peramalan dengan memprediksi masa depan menggunakan data historis. Dalam metode ini dilakukan estimasi probabilitas transisi yang diperoleh dari *past experience* dan *observation*. Proses peramalan ini kelanjutan dari klasifikasi persediaan sebelumnya, setiap *pattern* akan dibandingkan sesuai dengan probabilitas dan dipilih yang tertinggi. Setiap keadaan yang ditunjukkan status prediktif nantinya menunjukan metode peramalan yang tepat. Metode yang dimaksudkan yaitu *Naïve Method*, *Moving Average Method*, dan *Single Exponential Smoothing*. Ketiga jenis metode tersebut merupakan metode yang menggabungkan model Markov dan metode prediksi lainnya, sehingga metode ini dinamakan *Markov-combined Method* (Tian et al., 2021).

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan melakukan klasifikasi persediaan dan peramalan permintaan pada SultanMart. Dalam peramalan permintaan, penulis mencoba meramalkan untuk permintaan *smooth* dengan menggunakan metode *Markov-combined Method*. Menurut Xin Tian dkk (2021) metode peramalan *Markov-combined method* (MCM) berdasarkan data historis dapat digunakan untuk meramalkan masa depan. Pada penelitian Xin Tian (2021) menyimpulkan “*markov-combined method* diyakini lebih akurat dari metode klasik lainnya seperti *Syntetos-Boylan Approximation* (SBA) dan *Croston* (CR)”. Dalam penelitian tersebut menghasilkan tingkat *error* yang menunjukan paling

kecil pada MCM. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi inisiatif perusahaan untuk melakukan pemesanan persediaan bagi industri ritel lainnya agar menerapkan metode tersebut. Dengan demikian, judul penelitian berdasarkan pemaparan diatas ialah **“ANALISIS PEMESANAN PERSEDIAAN MENGGUNAKAN *MARKOV-COMBINED METHOD* PADA SULTANMART”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana klasifikasi persediaan berdasarkan jenis permintaan pada SULTANMART?
2. Bagaimana menentukan pemesanan yang tepat menggunakan *Markov-combined Method*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Membantu untuk klasifikasi persediaan berdasarkan jenis permintaan pada SULTANMART
2. Menentukan jumlah pemesanan persediaan toko yang tepat pada SULTANMART menggunakan *Markov-combined Method*

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pemahaman terkait pemesanan persediaan, memperoleh ilmu baru selama penelitian, serta dapat mengimplementasikan materi-

materi yang diperoleh dalam perkuliahan guna mempersiapkan diri sebelum terjun ke dunia kerja.

2. Bagi Perusahaan

Membantu pengelola minimarket dalam memperkirakan jumlah pemesanan persediaan melalui klasifikasi persediaan berdasarkan jenis permintaan dan peramalan menggunakan *markov-combined method*, memberikan saran pemilihan metode peramalan yang tepat, mengurangi keluhan pelanggan terkait ketidaktersediaan produk, serta meningkatkan loyalitas konsumen.

3. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan pengetahuan baru mengenai pemesanan persediaan dan juga sebagai bahan penelitian lebih lanjut bagi peneliti lain.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini akan dibagi ke dalam lima bab, dan disusun secara sistematis sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang dilakukannya penelitian, permasalahan yang akan diteliti, tujuan dan manfaat dilakukannya penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasan teori yang menjadi pedoman penulis dalam melakukan penelitian, penelitian pendahulu, serta kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini, yang meliputi tempat penelitian, objek penelitian, metode penelitian, dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan sebagai objek penelitian, data-data hasil penelitian yang berkaitan dengan permasalahan, pengendalian serta pembahasan hasil analisa peneliti.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang dapat diambil dari hasil analisis dan interpretasi data, sehingga dapat memberikan rekomendasi atau saran-saran yang berkaitan dengan upaya penanganan dan pengendalian persediaan yang baik pada SultanMart.