

BAB I

PENDAHULUAN

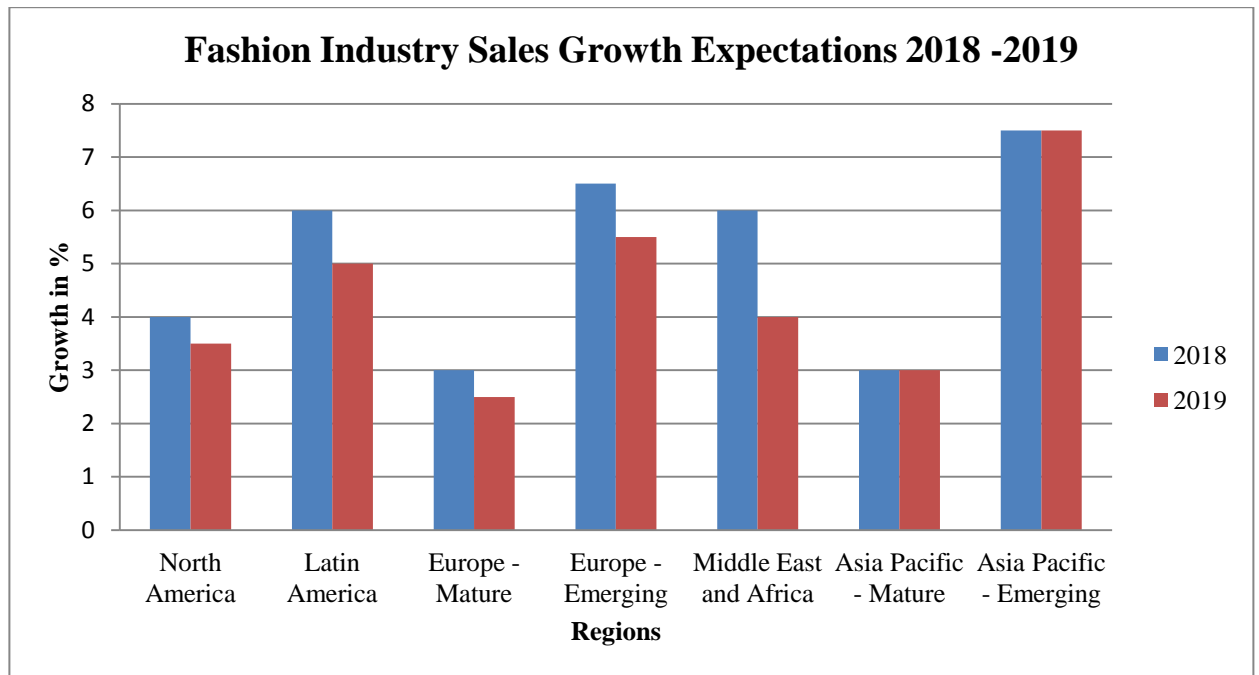
1.1 Latar Belakang

Industri ritel merupakan industri yang memberikan kontribusi besar pada perekonomian dunia, karena penduduk di dunia mendapatkan kebutuhannya dari toko-toko ritel. Jenis-jenis ritel bisa dilihat dari apa yang diberikan untuk konsumennya mulai dari kebutuhan pangan konsumen yang bisa didapat dari *supermarket*, *hypermarket*, sampai toko eceran, toko kelontong, dan pasar swalayan, kebutuhan sandang konsumen bisa didapat dari *department store*, butik, *bistro*, dan pasar, dan kebutuhan jasa yang bermacam-macam. Salah satu jenis ritel yaitu *Fashion* merupakan industri yang besar karena terdiri dari beberapa kategori produk yang tersedia mulai dari pakaian dewasa laki-laki dan wanita, pakaian anak-anak, aksesoris, sepatu, dan lain-lain. Produk-produk yang disediakan pun terus mengalami perubahan karena mengikuti trend atau musim di setiap tahun. Permintaan konsumen untuk produk *fashion* beragam mulai dari jenis atau *style* baru yang mengikuti musim, kualitas yang bagus, dan kesediaan atau *availability* produk yang artinya konsumen ingin permintaanya langsung dipenuhi.

Industri *Fashion* mengalami perubahan dari yang pada mulanya mempunyai basis kuat di negara-negara barat seperti Amerika dan Eropa, berubah mengarah ke negara-negara lain seperti dikawasan Asia Pasifik dan Amerika Latin dikarenakan pertumbuhan pasar di kawasan ini mempunyai prospek yang lebih bagus dibandingkan pasar di Amerika dan Eropa yang stabil namun stagnan. Namun meskipun memiliki prospek yang menjanjikan industri ritel tetap harus menghadapi tantangan-tantangan global di era digital ini yang cenderung disruptif atau mengubah industri ritel *fashion* secara keseluruhan.

Menurut *McKinsey Global Fashion Index dan Business Of Fashion* berdasarkan laporan yang ditulis di *State of Fashion 2019*, penjualan industri *fashion* dari tahun 2018 sampai 2019 ini diprediksikan mengalami penurunan atau cenderung

stagnan di berbagai kawasan seperti Amerika Utara, Amerika Latin, Eropa, Timur Tengah, Afrika, dan Asia Pasifik.



Sumber: State of Fashion 2019 “A Year of Awakening”

Gambar 1.1 Ekspektasi Penjualan Industri Fashion di dunia tahun 2018-2019

Penurunan penjualan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yang didasari dari trend-trend dunia *fashion* dan permasalahan global pada masa kini seperti ketidakpastian ekonomi global karena permasalahan politik, perekonomian global yang cenderung mengarah ke kawasan Asia, bangkitnya teknologi digital yang merubah proses bisnis, ekspektasi konsumen yang lebih tinggi dengan adanya sumber informasi yang terbuka sehingga konsumen bisa mengetahui lebih lanjut tentang produk yang mereka ingin beli, munculnya *e-commerce* yang membuat konsumen banyak beralih untuk belanja *online* daripada belanja di toko-toko ritel *offline*. Salah satu faktor yang penting adalah ekspektasi konsumen yang ingin mendapatkan kualitas, kemudahan, pengalaman belanja yang terbaik, dan mendapatkan pelayanan yang cepat. Dalam memenuhi permintaan konsumen yang tinggi tersebut terdapat resiko seperti *increased fashion risk* atau kesalahan pemberian produk yang tidak

sesuai dengan permintaan konsumen dan *excess inventory* yang berarti kelebihan stok.

Banyak perusahaan ritel mengalami kelesuan bahkan sampai pailit diakibatkan oleh faktor-faktor yang diatas, contohnya seperti, perusahaan ritel *fashion* Forever 21 merencanakan untuk menutup 178 gerai di Amerika Serikat terlebih dulu. Forever 21 memiliki 815 gerai yang tersebar global, termasuk di Jakarta. Setelah Amerika, perusahaan berencana menutup sejumlah gerainya dan keluar dari pasar Asia dan Eropa, namun akan tetap melanjutkan operasional di Meksiko dan Amerika latin, dan belum ada rencana untuk keluar dari pasar-pasar utama di Amerika Serikat. Marks & Spencer akan menutup 100 toko di Inggris, setara 10% dari total toko yang dimilikinya. Penutupan toko dipicu rencana perusahaan untuk mendorong pelanggan berbelanja online. M & S terkenal dengan jaringan toko yang menawarkan berbagai macam barang seperti makanan siap saji, produk *fashion* dan peralatan rumah tangga. Penurunan performa ini juga dirasakan di industri ritel yang berbisnis di Indonesia, beberapa ritel *fashion* yang tutup seperti Dorothy Perkins, New Look, Clarks, Banana Republic, dan GAP.

Dari kasus ritel yang mengalami kelesuan atau penutupan diatas dapat disimpulkan bahwa industri ritel terutama di bidang *fashion* perlu melakukan perubahan untuk mengantisipasi penurunan performa seperti dengan memperpendek rantai pasokan untuk meningkatkan fleksibilitas dan kecepatan dalam pelayanan konsumen dan juga menghindari kesalahan pemberian produk atau *fashion risk* dan kelebihan stok produk atau *over-capacity*, karena ekspektasi konsumen di masa sekarang ingin mendapatkan kemudahan dalam belanja, produk yang *value oriented*, dan produk yang berkualitas.

Karena itu penjaminan mutu atau kualitas pada produk di ritel sangat diperlukan. Ada beberapa hal yang mempengaruhi kualitas produk ritel seperti lokasi penyimpanan produk yang strategis, infrastruktur penyimpanan yang memadai, dan sistem pengaturan persediaan. Penerapan beberapa faktor tersebut dalam ritel akan memudahkan pekerjaan karyawan dan meminimalisir terjadinya kesalahan-kesalahan

dalam mengatur persediaan seperti kehilangan barang dan sebagainya. Berikut faktor-faktor yang menentukan keberhasilan usaha ritel, yaitu:

1. Lokasi usaha, lokasi sangat diperhatikan dalam pembangunan sebuah usaha ritel. Tidak sedikit orang rela mengeluarkan uang yang banyak untuk membeli sebuah lokasi yang strategis. Banyak ritel-ritel besar yang dibangun di tengah-tengah pusat kota, karena mudah dijangkau, terlihat oleh banyak orang, adanya fasilitas umum serta akses yang mudah menuju daerah lokasi ritel, serta cukup ramainya orang-orang yang berada di lokasi ritel tersebut.
2. Suasana toko, suasana toko merupakan salah satu faktor yang berpengaruh karena bisa menarik banyak pelanggan dan pelanggan bisa berulang kali untuk berlangganan di toko ritel tersebut. Toko ritel dibuat semenarik mungkin dengan berbagai desain interior maupun eksterior yang menarik guna membuat nyaman para pelanggan.
3. Harga, toko ritel juga perlu memperhatikan harga yang dipatok pada barang yang dijualnya karena toko ritel juga bersaing dengan toko-toko lainnya, maka toko ritel harus memperhatikan harga yang tepat untuk dibeli oleh konsumen.
4. Infrastruktur, adanya kelengkapan infrastruktur di suatu toko ritel juga menjadi pertimbangan bagi konsumen karena konsumen merasa nyaman jika suatu toko ritel memiliki infrastruktur yang lengkap seperti toilet, tempat ibadah, gudang yang mempunyai kapasitas sesuai dengan produk-produk yang dijual, beserta pengaturan tingkat persediaan yang tepat sehingga tidak terjadinya penumpukan barang ataupun kekurangan barang.

Salah satu ritel *fashion* STAR *Department Store* Summarecon Mall Serpong yang terletak di kawasan Gading Serpong. STAR adalah ritel *fashion* yang berada di tempat strategis yaitu di tengah Summarecon Mall Serpong sehingga banyak pelanggan *mall* yang melewati dan mengunjungi ke dalam STAR, selain itu juga suasana toko yang cerah banyak menarik pelanggan karena pencahayaan yang lebih terang sehingga pelanggan mendapatkan *mood* atau ketertarikan untuk belanja lebih tinggi. Namun selama penulis melakukan kerja magang terdapat kekurangan di dalam STAR yaitu pelayanan terhadap konsumen yang kurang memuaskan, beberapa faktor

penyebabnya adalah infrastruktur yang kurang memadai, dan manajemen persediaan yang kurang maksimal sehingga mengakibatkan kehilangan konsumen bahkan sampai ada yang komplain karena pelayanan kurang memuaskan. Oleh karena itu penulis tertarik meneliti mengenai manajemen persediaan di dalam STAR *Department Store* Summarecon Mall Serpong.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan penulis melaksanakan kerja magang antara lain adalah:

1. Memperoleh pengalaman di dunia kerja beserta pemahaman mengenai proses kerja dunia nyata.
2. Memperdalam pemahaman mengenai bisnis ritel dan cara kerjanya melalui kerja magang di STAR *Department Store* Summarecon Mall Serpong.
3. Menerapkan pengetahuan teori mengenai manajemen operasional yang telah didapat dari perkuliahan ke dalam pekerjaan.
4. Memenuhi persyaratan akademis mata kuliah *Internship* yang juga merupakan salah satu persyaratan lulus perkuliahan dan harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa tingkat akhir Universitas Multimedia Nusantara.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan mulai tanggal 10 Juni 2019 sampai dengan 16 September 2019 di STAR *Department Store* Summarecon Mall Serpong. Waktu kerja (*shift*) selama magang yaitu 6 hari dalam satu minggu dan satu hari libur setiap minggunya, waktu kerja dibagi menjadi tiga bagian antara lain adalah:

1. *Shift* Pagi dimulai pada pukul 09.00- 17.00
2. *Shift Middle* dimulai pada pukul 13.00-21.00
3. *Shift* Siang dimulai pada pukul 14.00-22.00

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang menurut ketentuan yang terdapat di Buku Panduan Kerja Magang Fakultas Ekonomi Universitas Multimedia Nusantara yang terdiri dari 3 tahap, yaitu:

1. Tahap Pengajuan

- a. Mahasiswa mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditujukan kepada perusahaan yang dimaksud yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi.
- b. Surat Pengantar dianggap sah apabila dilegalisir oleh Ketua Program Studi.
- c. Ketua Program Studi menunjuk seorang dosen Program Studi yang bersangkutan sebagai pembimbing Kerja Magang.
- d. Mengajukan usulan tempat kerja magang kepada Ketua Program Studi.
- e. Menghubungi calon perusahaan tempat kerja magang dengan dibekali Surat Pengantar Kerja Magang.
- f. Kerja Magang dimulai apabila telah menerima surat balasan bahwa yang bersangkutan diterima Kerja Magang pada perusahaan yang dimaksud yang ditujukan kepada Koordinator Magang.
- g. Memperoleh Kartu Kerja Magang, Formulir Kehadiran Kerja Magang, Formulir Realisasi Kerja Magang, dan Formulir Laporan Penilaian Kerja Magang.

2. Tahap Pelaksanaan

- a. Sebelum melaksanakan kerja magang, mahasiswa diwajibkan untuk menghadiri perkuliahan Kerja Magang yang diwajibkan sebagai pembekalan. Perkuliahan pembekalan dilakukan sebanyak 3 kali tatap muka. Jika tidak dapat memenuhi ketentuan kehadiran tanpa alasan yang dapat dipertanggungjawabkan, maka akan dikenakan pinalti dan tidak diperkenankan melaksanakan praktik kerja magang di perusahaan pada

semester berjalan, serta harus mengulang untuk mendaftar kuliah pembekalan magang pada periode berikutnya.

- b. Pada perkuliahan Kerja Magang, diberikan materi kuliah yang bersifat petunjuk teknis kerja magang dan penulisan laporan kerja magang, termasuk didalamnya perilaku mahasiswa di perusahaan. Adapun rincian materi kuliah adalah sebagai berikut:
 - 1) Pertemuan 1: Sistem dan prosedur kerja magang, perilaku dan komunikasi mahasiswa dalam perusahaan.
 - 2) Pertemuan 2: Struktur organisasi perusahaan, pengumpulan data (sistem dan prosedur administrasi, operasional perusahaan, sumber daya); analisis kelemahan dan keunggulan (sistem, prosedur, dan efektivitas administrasi serta operasional, efisiensi penggunaan sumber data, pemasaran perusahaan, keuangan perusahaan).
 - 3) Pertemuan 3: Cara penulisan laporan, ujian kerja magang dan penilaian, cara presentasi dan tanya jawab.
- c. Menemui dosen pembimbing yang telah ditunjuk oleh Ketua Program Studi Manajemen untuk pembekalan secara teknis. Kerja magang dilaksanakan dengan pembimbing lapangan yaitu Bapak Udi Utomo selaku Supervisor departemen *Mens Wear*.
- d. Mengikuti seluruh peraturan yang berlaku di *STAR Department Store*.
- e. Melakukan pekerjaan minimal di satu bagian tertentu di perusahaan sesuai dengan bidang studinya. Tugas yang diberikan oleh Pembimbing Lapangan di perusahaan dituntaskan atas dasar teori, konsep dan pengetahuan yang diperoleh di perkuliahan.
- f. Pembimbing Lapangan memantau dan menilai kualitas dan usaha kerja magang.
- g. Dalam menjalani proses kerja magang, Koordinator Kerja Magang beserta Dosen Pembimbing Kerja Magang memantau pelaksanaan kerja magang dan berusaha menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Pemantauan dilakukan baik secara lisan maupun tertulis.

3. Tahap Akhir

- a. Setelah kerja magang di perusahaan selesai, temuan serta aktivitas yang dijalankan selama kerja magang dituangkan dalam laporan kerja magang dengan bimbingan Dosen Pembimbing Kerja Magang.
- b. Laporan kerja magang disusun sesuai dengan standar format dan struktur Laporan Kerja Magang Universitas Multimedia Nusantara.
- c. Dosen pembimbing memantau laporan final sebelum mengajukan permohonan ujian kerja magang. Laporan Kerja Magang harus mendapatkan pengesahan dari Dosen Pembimbing dan diketahui oleh Ketua Program Studi. Laporan Kerja Magang diserahkan kepada Pembimbing Lapangan dan meminta Pembimbing Lapangan mengisi formulir penilaian pelaksanaan kerja magang.
- d. Pembimbing Lapangan mengisi formulir kehadiran kerja magang terkait dengan kinerja mahasiswa selama melaksanakan kerja magang.
- e. Hasil penilaian yang sudah diisi dan ditandatangani oleh Pembimbing Lapangan di perusahaan dan surat keterangan yang menjelaskan bahwa yang bersangkutan telah menyelesaikan tugasnya, dikirimkan secara langsung kepada Koordinator Magang.
- f. Setelah melengkapi persyaratan ujian kerja magang, Koordinator kerja magang menjadwalkan Ujian Kerja Magang.
- g. Menghadiri ujian kerja magang dan bertanggungjawabkan laporannya pada ujian kerja magang.