

JABM

Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Manajemen

ISSN:0854-4190

Optimalisasi Pengelolaan Bisnis Retail Minimarket "Sugimart". *Rini Rahayu Kurniati dan A. Ramadhan*

Peranan Buku Pembantu Sebagai Rincian dari Buku Besar dalam Menentukan Harga Pokok Produksi (Studi pada Percetakan Andromedia Malang). *Djoko Sugiono*

Analisis Kesehatan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Gunung Arjuna Malang Menggunakan Metode CAMELS. *Rahayu Widayanti*

Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Usaha Penjualan Ceker Lunak di Malang. *Heri Purnomo dan Ali Syaifulloh*

Analisis Laporan Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Profitabilitas pada PT Kereta Api Indonesia (PERSERO) dan Anak Perusahaan. *Samsul Arifin dan Liduina Asih Primandari*

JABM

VOLUME 22

NOMOR 2

Oktober 2015

DAFTAR ISI

Volume 22

No. 2

Oktober 2015

- Optimalisasi Pengelolaan Bisnis Retail Minimarket “Sugimart”. 61-74
Rini Rahayu Kurniati dan A. Ramadlan
- Peranan Buku Pembantu Sebagai Rincian dari Buku Besar dalam Menentukan Harga Pokok Produksi (Studi pada Percetakan Andromedia Malang). 75-83
Djoko Sugiono
- Analisis Kesehatan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Gunung Arjuna Malang Menggunakan Metode CAMELS. 84-101
Rahayu Widayanti
- Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Usaha Penjualan Ceker Lunak di Malang. 102-114
Heri Purnomo dan Ali Syaifulloh
- Analisis Laporan Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Profitabilitas pada PT Kereta Api Indonesia (PERSERO) dan Anak Perusahaan. 115-123
Samsul Arifin dan Liduina Asih Primandari

Optimalisasi Pengelolaan Bisnis *Retail Minimarket* “Sugimart”

Rini Rahayu Kurniati dan A.Ramadlan
Dosen FIA Bisnis Universitas Islam Malang
Jl. MT Haryono 193 Malang
E-mail: rinirahayu.kurniati@yahoo.co.id

Abstract

The purpose of "Sunan Giri" orphanage is tackling adolescent delinquency in order to be the generation that possessed akhlakul karimah, capable and skilled for the sake of theirs future. "Sunan Giri" orphanage attempt to contribute in Indonesia development by conducting retail minimarket that called "Sugimart". Changes and developments in the retail market also requires offenders to change the old paradigm of traditional retail management towards modern retail management paradigm (Utami, 2006). The aims of this research are: (1) Explain the retail business management minimarket "Sugimart" conducted by "Sunan Giri" orphanage Jetis Malang, (2) Explain the problem, (3) Explain the management optimization. This research use descriptive qualitative method. The results show that management is not optimal. According to the results of the interview due to: the employees who do not have the experience need to be trained, leadership skills that managers still less so the impact on all management including the arrangement of working hours are less disciplined in carrying out the work shift. Capital is still weak; the competition minimarket is also very competitive and very tight with popping Indomaret, Alfamart and others, so that the development of mini-market Sugimart retail looks to no avail.

Keywords: Optimization, Retail Minimarket Business

PENDAHULUAN

Berdasarkan UUD 1945 isi pasal 34 yang berbunyi: “Fakir miskin dan anak terlantar dipelihara oleh negara”. Untuk menghayati, menjiwai UUD 1945 tersebut, agar pengelolaan anak Fakir Miskin dan anak terlantar terutama yatim piatu lebih diperhatikan lagi, maka dibentuklah suatu Yayasan yang kemudian diberi nama Yayasan Panti Asuhan Anak Yatim Piatu “Sunan Giri” Jetis Malang sebagai wadah pengelolaannya yaitu untuk mengasuh, mendidik dan menanggulangi kenakalan remaja agar menjadi generasi yang mempunyai akhlakul karimah, cakap dan terampil demi masa depannya sehingga berguna bagi dirinya, keluarganya, masyarakat, agama, nusa dan bangsa serta untuk berpartisipasi dalam menanggulangi problem sosial-ekonomi yang menimpa pada masyarakat ekonomi lemah, agar terbantu mengatasi sebagian kebutuhan biaya hidup, kebutuhan biaya pendidikan, biaya kesehatan dan lain sebagainya.

Sesuai tujuan Panti Asuhan “Sunan Giri” yaitu di antaranya menanggulangi kenakalan remaja agar menjadi generasi yang mempunyai akhlakul karimah, cakap dan terampil demi masa depannya maka Panti Asuhan “Sunan Giri” berupaya untuk mengisi pembangunan negara Indonesia dengan melakukan bisnis retail minimarket dengan nama “Sugimart” yang menyediakan produk makanan sehari-hari mulai dari kebutuhan pokok, sayur mayur, buah, ikan, daging, ayam, bumbu, minuman, permen dan camilan. Kegiatan bisnis ini merupakan upaya panti asuhan “Sunan Giri” selain untuk mendidik anak-anak panti asuhan supaya mempunyai jiwa mandiri, memberikan pengetahuan secara praktis bagaimana pengetrapan manajemen minimarket yang bagus agar hasilnya dapat optimal serta ikut menanggulangi pengangguran sekaligus ikut berperan dalam pembangunan bangsa, yang merupakan potensi pembangunan negara.

Bisnis adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Adapun inti dari bisnis adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*creat new and different*) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang banyak orang yang berhasil dan sukses karena memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Proses kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan memunculkan ide-ide dan pemikiran- pemikiran baru untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Dalam kehidupan sehari-hari, masih banyak orang yang menafsirkan dan memandang bahwa melakukan bisnis adalah apa yang dimiliki dan dilakukan oleh usahawan. Pandangan tersebut tidaklah tepat karena jiwa dan sikap pelaku bisnis tidak hanya dimiliki oleh usahawan akan tetapi dapat dimiliki oleh setiap orang yang berpikir kreatif dan bertindak inovatif baik kalangan usahawan maupun masyarakat umum seperti petani, karyawan, pegawai, pemerintah, mahasiswa, guru dan para pimpinan organisasi lainnya (Kusnadi dkk, 1999).

Kreatif merupakan karakteristik para pelaku bisnis yang profesional yaitu kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang (*thinking new thing*), sedangkan inovasi merupakan kemampuan untuk melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. Sesuatu yang baru dan berbeda yang diciptakan melalui proses berpikir kreatif dan bertindak inovatif merupakan nilai tambah dan merupakan keunggulan yang berharga. Bisnis *retail* mengalami perkembangan yang cukup pesat, ditandai dengan semakin banyaknya bisnis *retail* tradisional yang mulai membenahi diri menjadi bisnis *retail modern* maupun munculnya bisnis *retail modern* yang baru. Perubahan dan perkembangan kondisi pasar juga menuntut pelaku *retail* untuk mengubah

paradigma lama pengelolaan *retail* tradisional menuju paradigma pengelolaan *retail modern* (Utami, 2006).

Pengelolaan *retail modern* tentunya membutuhkan dukungan infrastruktur yang memadai terutama kebutuhan teknologi tinggi (*high tech*). Teknologi tinggi ini memungkinkan *retail* membangun sistem informasi canggih yang mendukung pengelolaan sistem persediaan yang lebih efisien sehingga manajemen *retail* mampu menyediakan berbagai produk makanan dan minuman yang selalu segar. Teknologi juga memudahkan pelayanan, pemrosesan, serta pengantaran layanan yang lebih cepat, teliti, dan memuaskan pelanggan. Selain itu dengan menggunakan sistem informasi para peretail mampu mengatur persediaan di gudang-gudang *retail* sehingga sistem pasokan dan persediaan menjadi semakin terintegrasi terhadap berbagai kebutuhan dari usaha *retail* yang dimilikinya (Utami, 2006).

Minimarket bisa dikategorikan sebagai sebuah peluang bisnis yang menjanjikan, walaupun usaha *minimarket* bukanlah termasuk bisnis yang menjanjikan dengan modal sedikit namun nyatanya banyak orang tetap tertarik usaha ini. Jika dilihat di daerah-daerah perkampungan atau daerah kompleks perumahan banyak sekali bermunculan konsep berbelanja dengan model *modern* dimana memiliki ciri khas pembeli dengan leluasa memilih produk yg ingin dibelinya secara langsung dari rak pajangan dan nanti dibayar di kasir saat keluar dari toko. (<http://suksebisnisusaha.com/usaha-waralaba/bisnis-retail-minimarket-yang-menjanjikan-di-tahun-2015>) *Minimarket* “Sugimart” yang berdiri pada tahun 2011, dapat dikatakan belum efektif karena ditinjau dari omset penjualan serta keberadaannya semakin menurun, sehingga perlu pengkajian tentang bagaimana optimalisasi dalam pengelolaannya.

Kewirausahaan

Dahulu, kewirausahaan dianggap hanya dapat dilakukan melalui pengamatan langsung di lapangan dan merupakan bakat yang dibawa sejak lahir (*entrepreneurship are not only born but also made*), sehingga kewirausahaan tidak dapat dipelajari dan diajarkan. Sekarang kewirausahaan bukan hanya urusan lapangan, tetapi merupakan disiplin ilmu yang dapat dipelajari dan diajarkan. Menurut Zimmerer (1996) dalam Suryana (2003) “*Entrepreneurship is the result of a disciplined, systematic process of applying creativity and innovations to needs and opportunities in the market place*”, artinya kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar.

Sedangkan kewirausahaan menurut Prijambodo (2000) yaitu: (1) Sifat-sifat, (2) Keberanian, (3) Kemampuan dan keteladanan dalam mengambil resiko, yang bersumber pada kemampuan sendiri. Jadi dengan demikian kewirausahaan dapat disimpulkan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Hakekat kewirausahaan menurut Suryana (2003) yaitu sifat, watak dan cirri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh.

Adapun hakekat kewirausahaan menurut Prijambodo (2000) yaitu menghasilkan karya-karya baru yang memiliki nilai beda atau nilai lebih dibandingkan dengan yang telah ada. Peran kewirausahaan ada dua yaitu sebagai penemu (*innovator*) dan sebagai perencana (*planner*). Sebagai penemu, wirausaha menemukan dan menciptakan produk baru, teknologi dan cara baru, ide-ide baru dan organisasi usaha baru. Sedangkan sebagai perencana, wirausaha berperan merancang usaha baru, merencanakan strategi perusahaan baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam perusahaan, dan menciptakan organisasi perusahaan baru. Jiwa dan sikap kewirausahaan adalah proses kreatif dan inovatif yaitu: (1) Orang yang percaya diri (yakin, optimis, dan penuh komitmen), (2) Berinisiatif (energik dan percaya diri), (3) Memiliki motif berprestasi (berorientasi hasil dan berwawasan ke depan), (4) Memiliki jiwa kepemimpinan (berani tampil beda), dan (5) Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan (karena itu suka akan tantangan).

Kreativitas menurut Suryana (2003) adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan membuka peluang. Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang atau kemampuan untuk melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. Ide dan Peluang kewirausahaan secara terus menerus melalui proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda, mengamati pintu peluang, menganalisis proses secara mendalam, dan memperhitungkan risiko yang mungkin terjadi. Untuk memperoleh peluang, wirausaha harus memiliki berbagai kemampuan dan pengetahuan seperti: (1) Kemampuan untuk menghasilkan produk atau jasa baru, (2) Menghasilkan nilai tambah baru, (3) Merintis usaha baru, (4) Melakukan proses atau teknik baru, dan (5) Mengembangkan organisasi baru.

Pengertian Bisnis

Menurut Mahmud Mach Foedz bisnis adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Selanjutnya menurut Brown dan Petrello adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

Format Bisnis Retail

Menurut Utami (2006) kata retail berasal dari bahasa perancis *retailleur* yang berarti memotong atau memecah sesuatu, Usaha retail atau eceran (*retailing*) dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis. *Retail* juga merupakan perangkat dari aktivitas aktivitas bisnis yang melakukan penambahan nilai terhadap produk-produk dan layanan penjualan kepada para konsumen untuk penggunaan atau konsumsi perseorangan maupun keluarga, usaha yang bergerak dalam bisnis retail saat ini adalah berupa *super market* ataupun *minimarket*.

Utami (2006) menjelaskan bahwa, seringkali orang beranggapan bahwa retail hanya berarti menjual produk-produk di toko. Tetapi retail juga melibatkan layanan jasa, seperti jasa layanan antar (*delivery srvice*) ke rumah-rumah. Tidak semua *retail* dilakukan di dalam toko, contoh *retail* yang dilakukan di luar toko antara lain penjualan album rekaman di internet melalui situs, penjualan kosmetik AVON maupun penggunaan media lainnya seperti katalog atau daftar belanja. Kegiatan yang dilakukan dalam bisnis *retail* adalah menjual berbagai produk jasa, atau keduanya, kepada konsumen untuk keperluan konsumen pribadi maupun bersama. Para peretail berupaya memuaskan kebutuhan konsumen dengan mencari kesesuaian antara barang- barang yang dimilikinya dengan harga, tempat, dan waktu yang diinginkan pelanggan.

Retail juga menyediakan pasar bagi para produsen untuk menjual produk-produk mereka. Dengan demikian *retail* adalah kegiatan terakhir dalam jalur distribusi yang menghubungkan produsen dengan konsumen. Jalur distribusi adalah sekumpulan atau beberapa perusahaan yang memudahkan penjualan kepada konsumen sebagai tujuan akhir (Utami, 2006). Adapun gambar jalur distribusi barang dagangan bisnis retail adalah sebagai berikut:

Produsen → Pedagang Besar → *Retail* → Konsumen Akhir

Sumber: Utami (2006)

Gambar 1: Jalur Distribusi Barang Dagangan

Pengelolaan Bisnis *Retail*

Pengelolaan Bisnis *Retail* melalui manajemen rantai pasokan dan sistem informasi telah menjadi alat pencapaian keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sistem yang digunakan untuk melakukan kontrol terhadap aliran informasi terhadap pembeli dan juga pemasok merupakan hal yang sangat penting. Untuk itu retail diharapkan mempunyai basis data untuk bisa mengenal para pelanggannya, sehingga memahami kebutuhan mereka, dengan demikian retail dapat diharapkan sangat peka terhadap perkembangan kebutuhan dan peluang serta merespon dengan menyiapkan barang dagangan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Utami, 2006).

Telah diuraikan bahwa usaha yang bergerak dalam bisnis *retail* saat ini adalah berupa super market ataupun minimarket. Retail juga merupakan perangkat dari aktivitas aktivitas bisnis yang melakukan penambahan nilai terhadap produk-produk dan layanan penjualan kepada para konsumen untuk penggunaan atau konsumsi perseorangan maupun keluarga. Cara menjalankan bisnis *minimarket* yang baik adalah merupakan hal sangat penting bagi pengelola bisnis *retail* untuk mencapai kesuksesan (Utami, 2006).

Pengelolaan Usaha Minimarket dan Swalayan

Dalam mengelola sebuah *minimarket* dan swalayan menurut (<https://manajemenretailminimarketswalayan.wordpress.com/>) diperhatikan 4 hal pokok yang saling berkaitan satu sama lain, yaitu: (1) Keuangan, (2) Operasional, (3) Pembelian, dan (4) SDM. Perlu adanya manajemen yang baik terhadap keuangan, operasional, pembelian dan SDM. Berikut ini adalah penjelasan mengenai 4 hal tersebut: (1) Manajemen Keuangan. Manajemen keuangan dalam usaha *minimarket* dan swalayan meliputi, bagaimana cara pencatatan kas yang baik, laporan laba rugi, laporan neraca, laporan arus kas dan perencanaan kas/ *cash planning* yang baik; (2) Manajemen Operasional. Manajemen operasional meliputi kontrol keluar masuk barang, kontrol gudang, kontrol persediaan barang, cara *display* barang yang baik dan benar, kontrol pengawasan *minimarket*, kontrol pelayanan konsumen, promosi dan kontrol keamanan lingkungan *minimarket* dan swalayan; (3) Manajemen Pembelian. Manajemen pembelian meliputi, cara estimasi *order* yang baik, cara penentuan *margin* barang dagangan yang tepat, negosiasi *supplier*, kontrol kualitas barang dagangan dan kontrol retur barang; dan (4) Manajemen Sumber Daya

Manusia. Manajemen sumber daya manusia meliputi, cara membuat struktur organisasi minimarket dan swalayan, cara membuat *job* deskripsi, cara rekrutmen dan penempatan karyawan, evaluasi karyawan *reward & punishment*, *training* dan *pelatihan*, peraturan perusahaan dan cara pembuatan kontrak kerja karyawan

Retail Harus Menjadi Bagian dari Gaya Hidup

Menurut Burhanudin dan Andri Darmawan (2012) bahwa semakin ramai, dinamis, dan tuntutan inovasi semakin tinggi. Proses evolusi terus bergulir sesuai dengan perubahan konsumen dan daya belinya. Format dituntut berubah untuk menciptakan segmen-segmen baru. *Convenience store* yang dulunya toko *grocery* untuk kaum pria, kini menjadi tempat *hang out* konsumen lebih muda, tak terkecuali perempuan. *Minimarket* melebar menuju lebih premium. *Hypermarket* menjadi *mid size (compact)*. Semua bermetamorfosa, yang menandakan mereka berjuang untuk hidup ke masa depan yaitu menuju ke arah *lifestyle*. *Product range* dulu hanya mencakup kebutuhan sehari-hari, kini dijual kebutuhan gaya hidup manusia modern seperti ponsel, kartu seluler, kartu tol, dan lain-lain.

Pertumbuhan Industri Retail

Menurut Burhanudin dan Andri Darmawan (2012), pertumbuhan industri *retail* salah satunya adalah didorong oleh kelas menengah, yang meningkatkan kebutuhannya di *grocery*. Minimarket merupakan format yang tepat sehingga kita melihat pertumbuhan minimarket yang cepat. Dulu tahun 1990-an, hipermarket yang naik daun, kelas menengah-atas mencari tempat rekreasi dan berbelanja sekeluarga. Kelas atas kini berpindah tujuannya dari kebutuhan *grocery* ke arah retail gaya hidup: *sports gears*, kafe, *entertainment*, karaoke, dan lain-lain. Selain retail besar seperti *hiper market*, belakangan juga muncul tren *convenience store* seperti Lawson atau 7-Eleven.

Selanjutnya menurut Puspitasari (2014), pertumbuhan industri *retail* dalam 6 tahun terakhir perkembangan ketiga format *modern market* diatas sangat tinggi. Konsepnya yang modern, adanya sentuhan teknologi dan mampu memenuhi perkembangan gaya hidup konsumen telah memberikan nilai lebih dibandingkan dengan market tradisional. Selain itu atmosfir belanja yang nyaman dapat menarik konsumen dan dapat menciptakan budaya baru dalam dunia berbelanja. Munculnya konsep retail baru seperti halnya *hypermart*, *supermarket*, *minimarket* yang termasuk dalam bisnis *retail modern* merupakan peluang yang sangat potensial oleh para pebisnis namun dapat menjadi penghalang bagi bisnis retail modern yang belum dapat

mengikuti adanya persaingan pasar terutama dalam hal manajemen dan permodalan usaha.

Optimalisasi Pengelolaan Bisnis Retail

Optimalisasi pengelolaan dalam pengembangan bisnis *retail* menurut Utami (2006) dapat ditinjau dari segi peluangnya, yaitu: (1) Manajemen, (2) Kewirausahaan, dan (3) Pengembangan karir. Pengembangan karir dapat ditinjau dari: (a) Manajemen toko, (b) Manajemen produk, (c) Staf perusahaan.

Manajemen

Manajemen *retail* meningkatkan modal dari institusi keuangan, pembelian barang dan jasa, pembentukan sistem informasi manajemen dan keuangan untuk mengendalikan operasi, mengatur gudang atau persediaan dan sistem distribusi, mengendalikan operasi, mengatur gudang atau persediaan dan sistem distribusi, dan mendesain serta mengembangkan produk-produk baru seperti yang dijalankan aktivitas-aktivitas pemasaran, seperti periklanan, promosi, manajemen tenaga penjualan, dan penelitian pasar. Oleh karena itu pelaku *retail* mempekerjakan orang-orang dengan beragam keahlian dalam bidang keuangan, persediaan, teknologi informasi, maupun pemasaran.

Kewirausahaan

Kewirausahaan dalam bisnis *retail* menghasilkan berbagai peluang bagi orang yang berkeinginan memulai usaha. Beberapa orang terkaya di dunia merupakan wirausahawan dalam jasa *retail*. Beberapa produsen dari produk-produk kenamaan, seperti Giorgio Armani, United Colors of Benetton, Cerruti, dan sebagainya memanfaatkan jasa *retail* dalam memasarkan produk-produknya. Hal ini karena dengan adanya penggunaan jasa *retail* dari luar perusahaan akan menimbulkan efisiensi biaya pemasaran.

Pengembangan Karir

Pada perusahaan *retail*, peluang karir terdapat pada bagian pembelian, produk, manajemen toko, dan staf perusahaan. Posisi-posisi perusahaan dapat dibangun pada beberapa bagian antara lain: akuntansi, keuangan, promosi, dan periklanan, teknologi informasi, distribusi, dan SDM. Pengembangan karir karyawan dalam perusahaan maka dapat ditinjau dari:

Manajemen toko

Keberhasilan manajer toko harus didukung oleh kemampuan untuk memimpin dan memotivasi pekerjaannya. Mereka juga harus sensitif terhadap beberapa hal yang berkaitan dengan konsumen. Dengan demikian,

pengelolaan toko dapat mengembangkan karir seorang manajer toko untuk semakin meningkat kemampuannya dalam mengorganisir karyawan dan menyikapi konsumen. Manajer toko harus menentukan bagaimana melakukan pengelolaan barang dagangan dan pengoperasian toko, yang meliputi aktivitas harian yang harus dilakukan oleh manajer toko mulai dari kesediaan toko sebelum buka untuk memastikan toko telah siap untuk melayani pelanggan, sampai dengan toko tutup melalui *management by walking (morning walk and flas night)*.

Manajer toko harus bisa memahami kondisi toko dengan lebih banyak berada di area *retail* dari pada di dalam kantor, meningkatkan penjualan dengan melakukan aktivitas promosi, mengurangi kekurangan *stock*, memberikan pelayanan yang baik, serta menghadapi keluhan dari pelanggan dengan simpati, mengelola kehilangan dan kerusakan agar tidak terlalu besar dan tidak mempengaruhi target *margin* yang sudah ditetapkan oleh manajemen. Selain itu dalam majemen toko perlu memperhatikan: (1) Pengaturan tata letak toko, pengaturan desain, dan visualisasi barang dagangan meliputi: (a) Hal-hal yang menjadi tujuan melakukan rancangan dalam toko. (b) Alternatif metode yang dapat digunakan dalam tata letak toko, misalnya menetapkan jarak lorong (*space*) yang sesuai untuk setiap jenis barang dagangan pada setiap departemen atau kelompok barang dagangan (c) Teknik terbaik yang dapat digunakan untuk menampilkan barang dagangan. (2) Aspek kualitas dalam bisnis retail, meliputi hal-hal sebagai berikut: (a) Pemahaman bahwa bisnis retail adalah bagian dari bisnis jasa. (b) Perkembangan konsep kualitas layanan (c) Mengidentifikasi dimensi dan atribut kualitas layanan dalam *retail* dan (d) Pemahaman kualitas layanan menurut persepsi pelanggan dalam bisnis *retail*

Manajemen Produk

Pengaturan produk-produk yang dijual pada jasa *retail* membutuhkan kemampuan atau kapabilitas seseorang, kemampuan untuk memprediksi produk-produk yang sesuai dengan pasar, dan keahlian dalam bernegosiasi para penjual langsung (*direct sales*) seperti yang dilakukan manajer toko. Adanya kemampuan memprediksi dan kapabilitas untuk menganalisis pasar dan konsumen membuat seseorang yang bertanggung jawab terhadap manajemen barang dagangan (*merchandise management*) akan semakin memiliki kemampuan dan kapabilitas yang lebih baik.

Staf Perusahaan

Bisnis *retail* memerlukan berbagai ketrampilan dalam penguasaan sistem manajemen. Dalam suatu perusahaan *retail*, terdapat beberapa staf yang bertugas pada masing-masing bagian, seperti bagian sistem komputer,

operasi dan distribusi, promosi dan periklanan, keuangan dan sebagainya yang pada masing-masing bagian memerlukan ketrampilan individu. Optimalisasi pengelolaan bisnis *retail* diharapkan akan dapat melihat peluang yang dimiliki oleh *minimarket* sehingga akan dapat memiliki daya saing, karena menurut Utami (2006) kompetisi pengusaha *retail* tidak lagi terjadi pada antar format *retail* yang sama, namun terjadi pula antar format *retail* yang berbeda. Sebagai contoh: *supermarket* bukan saja harus bersaing dengan *supermarket* lain, tetapi juga dengan *hypermarket*, *department store*, *super store* ataupun toko kulakan. Salah satu format *retail* yang mengalami pertumbuhan dengan peluang cukup besar adalah *retail* kelompok orientasi makanan skala besar khususnya *hypermarket* dan grosir.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Menurut Santosa (1994) penelitian dengan menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan sifat-sifat atau karakteristik suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu, atau menentukan frekuensi atau penyebaran suatu gejala atau frekuensi adanya hubungan tertentu antara gejala satu dengan gejala lainnya dalam suatu masyarakat atau populasi organisme. Penelitian ini dilakukan di *minimarket* “Sugimart” yang dilakukan Oleh Panti Asuhan “Sunan Giri” Jetis Malang” dengan pertimbangan kepemilikannya oleh panti asuhan serta pelaksanaannya oleh anak-anak panti asuhan yang bertujuan menanggulangi kenakalan remaja agar menjadi generasi yang mempunyai akhlakul karimah, cakap dan terampil demi masa depannya untuk mengisi pembangunan negara Indonesia.

Analisis data pada penelitian ini berdasarkan pada teori Moleong serta Miles dan Huberman (2004) yaitu: (1) Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan, (2) Sajian Data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan baik penyajian dalam bentuk tabel maupun naratif guna menggabungkan informasi yang tersusun kedalam bentuk yang terpadu, (3) Penarikan kesimpulan merupakan proses mencatat keteraturan, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi peneliti. Kesimpulan-kesimpulan diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan kata lain sebelum kesimpulan akhir dilakukan, dapat didahului dengan kesimpulan dalam proses sebelumnya. Dari kesimpulan-kesimpulan sementara tersebut dengan model interaktif memunculkan kesimpulan final yang kompeten dengan proposisi-proposisi penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil temuan penelitian ini dapat dikatakan tidak mendukung teori Utami (2006) karena menurut Utami (2006) mengatakan bahwa optimalisasi pengelolaan bisnis *retail* ini diharapkan akan dapat melihat peluang yang dimiliki oleh *minimarket* sehingga akan dapat memiliki daya saing, tetapi dengan melihat diskripsi hasil wawancara menunjukkan hasil yang belum maksimal ditinjau dari segi: manajemen, kewirausahaan dan pengembangan karir yang ditinjau dari: (1) Manajemen toko/*minimarket*, (2) Manajemen produk, dan (3) Staf perusahaan. Semua itu terkendala oleh pengelolaan yang belum optimal. Pengelolaan yang belum optimal tersebut menurut hasil wawancara disebabkan oleh: gaji yang belum standar UMR sehingga manajer memiliki pekerjaan rangkap pada instansi lain, karyawan yang belum memiliki pengalaman sehingga masih membutuhkan pelatihan, kurangnya pengawasan dari atasan, kemampuan *leadership manajer* yang masih kurang sehingga berdampak pada semua manajemen termasuk penataan dalam jam kerja yang kurang disiplin dan tepat waktu dalam melaksanakan shift kerja.

Rencana penataan dan pelaksanaan serta ide-ide pemasaran menggunakan 4P (*Product, Price, Promotion dan Place*) yang sudah dijalankan misalnya adanya produk yang unik, harga premium, promosi dengan adanya basar didepan *minimarket* dengan diskon harga dan lain-lain namun demikian Sugimart masih belum dapat mewujudkan tujuan perusahaan yaitu menjadikan: (1) Sugimart sebagai sarana penyedia sembako, (2) Sugimart sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan (*real entrepreneurship laboratory*) dan pembelajaran kerja (*job practise*) bagi anak asuh yang telah lulus SMA, (3) Sugimart sebagai sarana pemeroleh keuntungan finansial (*money machine*) bagi yayasan, (4) Sugimart sebagai sarana promosi yayasan (syiar lembaga) sehingga masyarakat lebih bisa mengenal panti asuhan itu sendiri. Hal tersebut dikarenakan pengawasan dari atasan kurang sehingga berdampak pada semua lini. Hasil wawancara yang mengungkapkan bahwa kurangnya pengawasan dari atasan yaitu yayasan, dimungkinkan yayasan belum ada tenaga khusus untuk memantau bisnis *minimarket* Sugimart ini. Oleh karena itu pengawasan sangatlah penting dan yayasan sebagai pelaku *retail* hendaknya mempekerjakan orang-orang dengan beragam keahlian dalam bidang keuangan, persediaan, teknologi informasi, maupun pemasaran. Hal ini dibutuhkan pengalaman yang cukup serta memberikan pelatihan-pelatihan bagi karyawan yang sesuai dengan bidang pekerjaan masing-masing.

Hasil temuan penelitian tidak mendukung penelitian Dewiasih dkk (2014) tentang “Pengaruh Bauran Pemasaran Eceran (*Retailing Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian pada *Minimarket* Indomaret Dewi Sartika Utara” Singaraja. Yang menunjukkan bahwa (1) Secara parsial produk, harga, pelayanan, lokasi, suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Minimarket* Indomaret Dewi Sartika Utara dan promosi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *Minimarket* Indomaret Dewi Sartika Utara (2) Secara simultan bauran pemasaran eceran (*retailing mix*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Minimarket* Indomaret Dewi Sartika Utara.

Dilihat dari sisi kewirausahaan, dalam bisnis *retail* menghasilkan berbagai peluang bagi orang yang berkeinginan memulai usaha. Pada *minimarket* Sugimart belum ditemukan keberhasilan dalam usahanya meskipun sudah mulai tertanam jiwa kewirausahaan dan keinginan untuk usaha/bisnis. Hal ini dikarenakan dari sisi manajemen yang belum optimal karena kemampuan dari sisi keuangan yang kurang serta dari sisi SDM juga masih sangat kurang. Sebenarnya banyak contoh yaitu, beberapa orang terkaya di dunia Giorgio Armani dan lain-lain merupakan wirausahawan dalam jasa *retail*. Contoh tersebut menunjuk orang terkaya di dunia, berarti dalam hal ini dari sisi keuangan/modal memang harus kuat sehingga akan memberikan motivasi kepada seluruh pihak perusahaan baik untuk gaji general manager, gaji manager, gaji karyawan, serta kegiatan bisnis yang lain seperti biaya promosi, biaya pelatihan dan lain-lain yang menunjang keberlanjutan usaha/bisnis ini. Bahkan perlu juga adanya gaji pihak yayasan yang ditugaskan untuk memantau usaha/bisnis ini. Perlu diketahui pula bahwa gedung Sugimart di Jetis masih berstatus sewa, maka dapat disimpulkan dari sisi keuangan Sugimart masih lemah dan dari sisi persaingan usaha *minimarket* juga sangat kompetitif dan sangat ketat dengan bermunculan Indomaret, Alfamart dan lain-lain, sehingga perkembangan Sugimart tidak terlihat signifikan.

Hasil temuan penelitian ini tidak mendukung penelitian Puspitasari (2014) tentang: “Pengaruh Bisnis Retail Terhadap Pendapatan Negara dan Nasional Serta Perkembangan Konsumen“ dalam hasil penelitiannya Kotamadya Jakarta Timur merupakan sebuah kota administratif di Propinsi DKI Jakarta dengan jumlah penduduk terbanyak yaitu 1.368.857 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2010) yang menjadi salah satu daerah yang memiliki tingkat pertumbuhan pasar yang sangat pesat dan menjadi kawasan yang sangat menjanjikan dalam perkembangan bisnis *retail*. Hal ini diikuti dengan jumlah *minimarket*nya yang juga cukup banyak. Berdasarkan data dari Laporan Pendataan dan Monitoring Usaha *Minimarket* Kotamadya Jakarta

Timur tahun 2009 tercatat jumlah minimarket yang berada di kawasan ini berjumlah 235 buah. Penelitian ini menganalisa laju pertumbuhan pasar tradisional dan pasar modern di daerah Jakarta Timur. Metode analisis yang digunakan merupakan metode analisis panel data menggunakan data sekunder berupa jumlah pasar modern dan tradisional, jumlah rumah tangga, populasi penduduk, tingkat pendapatan perkapita, jumlah jalan diaspal, potensi listrik negara (daya terpasang) di daerah Jakarta Timur. Hasil analisis menunjukkan bahwa pertumbuhan pasar modern di daerah Jakarta Timur 2003-2005 lebih rendah dibandingkan pada tahun 2006-2009. Jumlah pasar tradisional di daerah Jakarta Timur pada tahun 2003-2005 mengalami pertumbuhan yang positif sedangkan pada tahun 2006-2009 seiring dengan berjalannya waktu perkembangan jaman pasar tradisional ini kalah bersaing dengan pasar modern, menurun mengalami dampak *negative* dibandingkan dengan pasar modern yang semakin meningkat mengalami dampak positif. Pada dasarnya perubahan ini terjadi karena berbagai faktor yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan pasar modern di daerah Jakarta Timur ini yaitu populasi penduduk, jumlah rumah tangga, dan tingkat pendapatan per kapita di daerah Jakarta Timur ini yang menyebabkan jumlah pasar modern di daerah ini yang semakin meningkat. Oleh karena itu bisnis *retail* ini sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional karena penghasilan dari bisnis *retail* tersebut. Bisnis *retail* modern dapat membantu pendapatan jumlah per kapita pada suatu daerah tertentu.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Aryani (2011) tentang “Efek Pendapatan Pedagang Tradisional dari Ramainya Kemunculan *Minimarket* “di Kota Malang, pada hasil penelitiannya menunjukkan adanya dampak pendapatan pedagang tradisional dari ramainya bermunculan *minimarket*. Penelitian Aryani (2011) ini dapat diartikan pedagang tradisional yang memiliki modal kecil seperti halnya Sugimart terkena dampak dari minimarket yang bermodal besar, selain juga karena ramainya kemunculan minimarket seperti Indomaret dan Alfamart dan lain lain.

KESIMPULAN

Pengelolaan Sugimart yang belum optimal menurut hasil wawancara disebabkan oleh: gaji yang belum standar UMR sehingga manajer memiliki pekerjaan rangkap pada instansi lain, karyawan yang belum memiliki pengalaman sehingga masih membutuhkan pelatihan, kurangnya pengawasan dari atasan, kemampuan *leadership manager* yang masih kurang sehingga berdampak pada semua manajemen termasuk penataan dalam jam kerja yang kurang disiplin dan tepat waktu dalam melaksanakan shift kerja.

Pengawasan dari atasan kurang sehingga berdampak pada semua lini. Hasil wawancara yang mengungkapkan bahwa kurangnya pengawasan dari atasan yaitu yayasan, dimungkinkan yayasan belum ada tenaga khusus untuk memantau bisnis *minimarket* Sugimart. Oleh karena itu pengawasan sangatlah penting dan yayasan sebagai pelaku *retail* hendaknya mempekerjakan orang-orang dengan beragam keahlian dalam bidang keuangan, persediaan, teknologi informasi, maupun pemasaran. Hal ini dibutuhkan pengalaman yang cukup serta memberikan pelatihan-pelatihan bagi karyawan yang sesuai dengan bidang pekerjaan masing-masing.

Melihat sisi keuangan/modal Sugimart masih lemah. Jika keuangan kuat maka akan memberikan motivasi kepada seluruh pihak perusahaan baik untuk gaji general manager, gaji manager, gaji karyawan, serta kegiatan bisnis yang lain seperti biaya promosi, biaya pelatihan, biaya sewa gedung karena gedung Sugimart masih berstatus sewa dan biaya lain-lain yang menunjang keberlanjutan usaha/bisnis ini. Bahkan perlu juga adanya gaji pihak yayasan yang ditugaskan untuk memantau usaha/bisnis ini, dan dari sisi persaingan usaha *minimarket* juga sangat kompetitif dan sangat ketat dengan bermunculan Indomaret, Alfamart dan lain-lain, sehingga perkembangan Sugimart tidak terlihat signifikan

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwinita. 2011. *Efek Pendapatan Pedagang Tradisional dari Ramainya Kemunculan Minimarket di Kota Malang*, Jurnal Dinamika Manajemen (JDM), Vol 2. No 2 pp: 169-18
<http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm/article/view/2481>.
<http://www.marketing.co.id/ritel-harus-menjadi-bagian-dari-gaya-hidup/>.
- Burhanudin, Tony. Andri darmawan. 2012. *Retail Harus Menjadi Bagian dari Gaya Hidup*
- Dewiasih Dewa Ayu. Made Ary Meitriana dan Anjuman Zukhri. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Eceran (Retailing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket indomaret Dewi Sartika Utara*” Singaraja. E Journal Undiska, Vol 4, No 1
<http://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/viewFile/3022/2506>.
http://muhammad_handy.blogspot.com/2011/10/10-definisi-bisnismenurut-para-ahli.html.
- Handy, Muammad. 2011. *Pengertian Bisnis*
- Kusnadi dkk. 1999. *Pengantar Bisnis (Niaga dengan Pendekatan Kewirausahaan)*, Malang, Universitas Brawijaya Malang.
- Miles dan Huberman. 1992. *Penelitian Kualitatif*, Jakarta UI.
- Moleong, Lexy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*., Bandung PT Remaja Rosda Karya.

- Prijambodo. 2000. *Kewirausahaan Teori dan Penerapannya dalam Dunia Usaha dan Organisasi Pemerintah*, Jakarta STIA LAN press.
- Puspitasari, Nila. 2014. Pengaruh Bisnis Retail Terhadap Pendapatan Negara dan Nasional Serta Perkembangan Konsumen <http://nila1402.blogspot.com/2014/03/pengaruh-bisnis-retail-terhadap.html>
- Sukses Bisnis. 2015. <http://suksesbisnisusaha.com/usaha-waralaba/bisnis-retail-minimarket-yang-menjanjikan-di-tahun-2015>
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Bandung Salemba Empat.
- Utami ChristinaWhidya. 2006. *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Ritel Moderen*, Jakarta, Salemba Empat.