

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BERDASARKAN PENGENDALIAN KUALITAS PERSEDIAAN BARANG PADA KOPERASI RITEL UMKM

Rudianto Hermawan¹, Fino Wahyudi Abdul², Yusuf Rahmat Hidayat³

*Dosen Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI
Jl. Let.Jend. Suprpto No. 504, Cempaka Putih, Jakarta
Email Korespondensi : Irudi.stiami.@gmail.com*

ABSTRAK

Adanya persaingan di bidang usaha ritel makanan di Indonesia, membuat pengusaha harus terus meningkatkan daya saingnya. Dalam usaha ritel koperasi UMKM, biaya persediaan merupakan aspek yang sangat penting. Dengan adanya pengeluaran biaya yang efisien, maka perusahaan dapat terus bersaing secara kompetitif dengan perusahaan lainnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui manfaat analisis SWOT bagi perusahaan dalam strategi penentu masa depan dan keberlangsungan bisnisnya. Untuk memudahkan analisis data, akan digunakan metode ABC agar lebih tepat sasaran barang-barang mana yang penting. Hasil pengujian yang didapatkan setelah diterapkan metode ABC, terdapat 24 produk pada koperasi ritel UMKM XY yang masing-masing dikategorikan ke kelas A sebanyak 2 produk, kelas B sebanyak 3 produk, dan kelas C sebanyak 5 produk. Kondisi bisnis dari Koperasi Ritel UMKM XY berdasarkan hasil analisa SWOT berada di kuadran satu yaitu *growth* (agresif).

Kata kunci : Daya saing, Ritel, Metode ABC, Analisa SWOT

ABSTRACT

The existence of competition in the food retail business in Indonesia, requires entrepreneurs to continue to improve their competitiveness. In the SME cooperative retail business, inventory costs are a very important aspect. With efficient cost expenditures, companies can continue to compete competitively with other companies. This research was conducted to determine the benefits of a SWOT analysis for the company in determining the strategy for its future and business sustainability. To facilitate data analysis, the ABC method will be used to better target which items are important. The test results obtained after the ABC method were applied, there were 24 products in the XY UMKM retail cooperative, each of which was categorized into class A with 2 products, class B with 3 products, and class C with 5 products. The business conditions of the XY UMKM Retail Cooperative based on the results of the SWOT analysis are in quadrant one, namely growth (aggressive).

Keyword : Competitiveness, Retail, ABC Method, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

Gagasan menjaga stok, bagi perusahaan mana pun, sangat kuat terhubung dengan pengertian biaya. Menjaga terlalu banyak saham mewakili keuangan masih. Di samping itu, stok yang tidak memadai menyebabkan penjualan tidak terjawab. Level stok adalah tergantung pada produksi dan permintaan; apalagi kalau perusahaan memiliki kapasitas untuk menyesuaikan produksinya dengan permintaan, gagasan menjaga stok jauh kurang signifikan. Salah satu tujuan manajemen persediaan adalah menemukan kompromi yang paling menguntungkan secara finansial perusahaan dengan bermain pada parameter kunci: produksi, stok dan penjualan. Dalam kerangka artikel ini, kami menguraikan sistem manajemen dan strategi bisnis untuk produk penjualan mereka menggunakan informasi penjualan untuk menyesuaikan pesanan persediaannya. Sistem ini harus mempertimbangkan penjualan di masa depan dengan menggunakan akal metode perkiraan penjualan yang dipilih yang mampu mencakup kebutuhan setiap toko tanpa membuat terlalu banyak menimbun dan ada skala prioritas untuk penjualan produk-produk yang memiliki prospek penjualan yang paling baik. Selain itu dalam artikel ini dinilai strategi bisnis produk-produk yang dijual oleh Koperasi Ritel UMKM XY.

Persediaan adalah stok atau item-item yang disimpan oleh perusahaan yang digunakan untuk mendukung produksi (bahan baku dan barang setengah jadi), sebagai hasil akhir produksi (barang jadi) sebelum dikirimkan ke pelanggan, untuk kegiatan-kegiatan (perawatan, perbaikan, dan operasional), dan untuk pelayanan pelanggan (barang jadi dan suku cadang). Ada beberapa pengertian mengenai persediaan, yaitu 1) Persediaan merupakan bagian utama dari modal kerja, sebab jumlahnya yang paling besar, 2) Persediaan diperlukan untuk dapat melakukan proses produksi dan penjualan secara lancar, 3) Persediaan bahan mentah dan barang dalam proses diperlukan untuk menjamin kelancaran proses produksi, 4) Perusahaan manufaktur mempertahankan persediaan, baik persediaan bahan baku maupun persediaan barang setengah jadi dalam jumlah tertentu selama masa produksi.

Sedangkan alasan perusahaan dibidang manufaktur ataupun jasa memprioritaskan persediaan terhadap segala jenis barang yang dibutuhkan atau dijual, adalah 1) Persiapan kegiatan produksi dan penjualan. Perusahaan manufaktur dan jasa membutuhkan bahan baku untuk kegiatan produksinya. Bahan baku ini disimpan oleh perusahaan sebagai persediaan yang siap digunakan ketika dibutuhkan untuk produksi. Sedangkan untuk perusahaan dagang (ritel), persediaannya berupa barang jadi yang disimpan untuk penjualan, 2) Dukungan kegiatan perawatan, perbaikan, dan operasional. Perusahaan perlu menjaga supaya produksi dan operasional selalu berjalan dengan baik. Perusahaan perlu melakukan kegiatan perawatan dan perbaikan terhadap mesin-mesin produksi, peralatan, dan bangunan. Untuk itu, perusahaan memerlukan persediaan yang siap untuk digunakan ketika dibutuhkan, 3) Pertimbangan ekonomi skala (*economies of scale*). Pengadaan akan bersifat ekonomis jika dilakukan pada jumlah tertentu, sehingga perusahaan seringkali melakukan pemesanan melebihi jumlah yang dibutuhkan untuk periode waktu tertentu. Kelebihan jumlah ini menjadi persediaan di perusahaan tersebut, 4) Melindungi dari ketidakpastian permintaan. Jumlah permintaan terhadap suatu barang atau produk berubah-ubah. Perusahaan menggunakan persediaan untuk melindungi dari ketidakpastian permintaan ini sehingga dapat terhindar dari kondisi kekurangan persediaan (stockout). 5) Melindungi dari ketidakpastian pasokan. Hal ini terjadi, misalnya, karena ada kendala produksi di pemasok, masalah transportasi, dan sebagainya.

Ketidakpastian ini diantisipasi oleh perusahaan dengan adanya persediaan, sehingga kegiatan perusahaan (produksi atau penjualan) tidak terganggu.

Banyak perusahaan telah mengadopsi bentuk sistem kanban Jepang untuk mengendalikan inventaris dalam serangkaian workstation (Monks, 1995). Menurut Monks (1995) Just-In-Time adalah filosofi manajerial yang mendorong perbaikan terus-menerus dengan mengurangi inventaris di-pabrik dan mengembangkan kemampuan pemasok dan sistem untuk menghasilkan barang berkualitas dalam lot yang relatif kecil bila diperlukan, yaitu just-in-time Dimulai dengan Jepang, pemikiran JIT telah memengaruhi tidak hanya sistem inventaris tetapi juga seluruh budaya perusahaan di seluruh dunia.

Menurut Horngren, Datar, dan Rajan (2012) manajemen persediaan (inventory) mencakup aktivitas proses perencanaan, pengkoordinasian, dan pengendalian atas pergerakan persediaan, baik persediaan yang masuk, proses produksi, maupun persediaan yang keluar dan dalam organisasi perusahaan. Setiap aktivitas ini mengkonsumsi biaya, dan manajemen persediaan dimaksudkan untuk mengendalikan semua biaya yang terkait dengan persediaan. Metode peramalan dapat memprediksi penjualan suatu barang (Mascle, & Gosse, 2013).

Biaya-biaya yang terkait dengan persediaan diklasifikasikan dalam enam kategori: 1) Purchasing costs adalah biaya barang yang diperoleh dari pemasok, termasuk di dalamnya adalah biaya angkutan barang masuk (freight-in costs). Umumnya, nilai purchasing costs merupakan komponen biaya terbesar dari beban pokok penjualan. 2) Ordering costs adalah biaya yang timbul dari aktivitas penyiapan dan penerbitan order pembelian, penerimaan, dan inspeksi barang-barang. Ordering costs termasuk aktivitas pencocokan barang-barang yang diterima dengan faktur dan aktivitas transaksi pembayaran. 3) Carrying costs merupakan biaya yang timbul dari persediaan (inventory) sampai barang yang disimpan tersebut dijual. Termasuk dalam carrying cost adalah biaya opportunity atas nilai investasi dalam persediaan, biaya simpan, seperti sewa gudang, asuransi, dan biaya dari nilai kadaluwarsa barang. 4) Stockout costs adalah biaya yang terjadi karena perusahaan mengalami ketiadaan stok untuk memenuhi permintaan konsumen. Perusahaan harus segera mengisi persediaan barang untuk memenuhi permintaan konsumen atau menderita kerugian karena perusahaan tidak bisa memenuhi order permintaan dari konsumen. Umumnya, perusahaan merespon kehabisan inventory ini dengan cara order khusus ke pemasok untuk segera mengirim barang ke perusahaan. Biasanya harga yang dibebankan pemasok lebih mahal dibandingkan harga persediaan pada kondisi order pembelian dalam kondisi biasa. Selain itu, termasuk dalam stockout costs adalah biaya opportunity yang ditanggung perusahaan karena perusahaan kehilangan contribution margin atas order penjualan yang tidak bisa dipenuhi. 5) Costs of quality adalah biaya yang terjadi manakala fitur atau karakteristik produk perusahaan tidak sesuai dengan harapan konsumen. Kategori cost of quality ini adalah: prevention, appraisal, internal failure, dan external failure. 6) Shrinkage adalah perbedaan dalam biaya persediaan antara nilai persediaan menurut catatan pembukuan perusahaan dengan nilai persediaan yang dihitung dengan pemeriksaan persediaan fisik atau stock opname. Penyebab perbedaan nilai ini karena kerusakan, misclassification, pencurian, dan kesalahan administrasi pencatatan.

Jenis-Jenis Persediaan

Menurut Heizer dan Render (2005), berdasarkan proses manufakturnya persediaan dibagi menjadi empat jenis, yaitu: 1) Persediaan bahan baku (raw material inventory). Adalah persediaan yang dibeli tetapi tidak diproses. Persediaan ini dapat digunakan untuk men-decouple (memisahkan) para pemasok dari proses produksi. 2) Persediaan barang setengah jadi (working in process inventory). Adalah bahan baku atau komponen yang sudah mengalami beberapa perubahan tetapi belum selesai. Adanya work in process disebabkan oleh waktu yang dibutuhkan untuk membuat sebuah produk (disebut siklus waktu). Mengurangi siklus waktu berarti mengurangi persediaan. 3) Persediaan pemeliharaan, perbaikan dan operasi (maintenance, repair, operating). Pemeliharaan, perbaikan, operasi digunakan untuk menjaga agar permesinan dan proses produksi tetap produktif. MRO (maintenance, repair, dan operating) tetap ada karena kebutuhan dan waktu pemeliharaan dan perbaikan beberapa peralatan tidak diketahui. 4) Persediaan barang jadi (finished goods inventory). Adalah produk yang sudah selesai dan menunggu pengiriman. Barang jadi bisa saja disimpan karena permintaan pelanggan dimasa depan tidak diketahui.

Sedangkan menurut Ristono (2009), berdasarkan tujuannya persediaan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu sebagai berikut: 1) Persediaan pengaman (safety stock). Persediaan pengaman adalah persediaan yang dilakukan untuk mengantisipasi unsur ketidakpastian permintaan dan penyediaan. Apabila persediaan pengaman tidak mampu mengantisipasi ketidakpastian tersebut, maka akan terjadi kekurangan persediaan (stockout). 2) Persediaan antisipasi. Persediaan antisipasi disebut sebagai stabilization stock merupakan persediaan yang dilakukan untuk menghadapi fluktuasi permintaan yang sudah dapat diperkirakan sebelumnya. 3) Persediaan dalam pengiriman (transit stock).

Persediaan atau inventory adalah bahan atau barang yang disimpan yang akan digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Setiap perusahaan yang melakukan kegiatan usaha umumnya memiliki persediaan. Keberadaannya tidak saja dianggap sebagai beban karena merupakan pemborosan (waste), tetapi sekaligus juga dapat dianggap sebagai kekayaan (asset) yang dapat segera dicairkan dalam bentuk uang tunai.

Sistem pengelolaan persediaan merupakan serangkaian kebijakan pengendalian untuk menentukan tingkat persediaan yang harus dijaga. Apabila jumlah persediaan terlalu besar (overstock) mengakibatkan timbulnya dana menganggur yang besar, juga menimbulkan resiko kerusakan barang yang lebih besar dan biaya penyimpanan yang tinggi. Namun jika persediaan terlalu sedikit mengakibatkan resiko terjadinya kekurangan persediaan (stockout) karena seringkali barang tidak dapat didatangkan secara mendadak dan sebesar yang dibutuhkan, yang menyebabkan terhentinya proses produksi, tertundanya penjualan, bahkan hilangnya pelanggan.

Berikut ini beberapa pengertian persediaan (inventory) dari beberapa sumber, 1) menurut Herjanto (2007), persediaan adalah bahan atau barang yang disimpan yang akan digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu, misalnya untuk digunakan dalam proses produksi atau perakitan, untuk dijual kembali, atau untuk suku cadang dari suatu peralatan atau mesin. 2) Menurut Alexandri (2008), persediaan merupakan suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha tertentu atau persediaan barang-barang yang masih dalam pengerjaan atau proses produksi ataupun persediaan bahan baku yang menunggu penggunaannya dalam proses produksi.

Persediaan mempunyai peran besar dalam rangka mempermudah atau memperlancar operasi perusahaan. Adapun tujuan pengelolaan persediaan adalah sebagai berikut: 1) Menghilangkan risiko keterlambatan barang tiba. 2) Untuk dapat memenuhi kebutuhan atau permintaan. 3) Menjaga keberlangsungan produksi atau menjaga agar perusahaan tidak mengalami kehabisan persediaan yang mengakibatkan terhentinya proses produksi. 4) Memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada konsumen dengan tersedianya barang yang diperlukan.

Menurut Van assen, dkk., (2009), analisa SWOT di bagi 4 Komponen (van assen, 2009) yaitu : kekuatan (strenghts), adalah pertanyaan yang menyangkut perusahaan yaitu apakah perusahaan telah melakukan strategi dengan baik. Kelemahan (weaknesses), adalah yang dimiliki oleh perusahaan tetapi tidak dilakukan strategi dengan baik sehingga menjadi kelemahannya. Kesempatan (opportunities). adalah manfaat yang bisa di dapat oleh perusahaan dari perkembangan teknologi atau adanya perubahan demografi. Ancaman (threats), kesempatan sebuah perusahaan mungkin menjadi sebuah ancaman bagi perusahaan lain. Seperti perubahan peraturan, penggantian teknologi, dan kekuatan lain yang kompetitif dapat menjadi ancaman bagi perusahaan lain. Sehingga dengan menggunakan analisa swot ini diharapkan Koperasi UMKM XY dapat dilihat strategi bisnisnya terkait kemampuan dan peluangnya. Dengan pendekatan analisa SWOT diharapkan akan terlihat potensi bisnis dan daya saing perusahaan.

Selain itu, tujuan penelitian ini dilakukan adalah memisahkan beragam bagian proses produksi. Sebagai contoh, jika pasokan sebuah perusahaan berfluktuasi, maka mungkin diperlukan persediaan tambahan untuk memisahkan proses produksi dari para pemasok. Selain itu tujuan pemisahan dilakukan untuk memberikan kelas pilihan bagi pelanggan dan ritel membeli dan menjual. permasalahan yang ada pada Koperasi Ritel UMKM XY adalah bagaimana mendapatkan nilai strategi bisnis penjualannya berdasarkan produk yang dijual, yang diperlihatkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Data produk koperasi ritel UMKM XY

No	Nama Produk	Harga / Unit (Rupiah)	Volume Penjualan Setahun (Unit)
1	Produk A	2.500	14.000
2	Produk B	2.000	3.000
3	Produk C	5.000	11.000
4	Produk D	3.000	8.000
5	Produk E	8.000	32.000
6	Produk F	7.000	12.000
7	Produk G	3.000	2.000
8	Produk H	2.000	5.000
9	Produk I	10.000	35.000
10	Produk J	2.500	2.000

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, kemudian diolah, diinterpretasikan dan dianalisis sehingga dapat diketahui masalahnya dan dapat memberikan gambaran pemecahan masalah tersebut dalam bentuk strategi bisnisnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif yang dilakukan dengan melibatkan data-data yang ada (sedang berjalan). Teknik yang digunakan peneliti untuk memperoleh data adalah dengan studi kepustakaan, yaitu mengumpulkan data dengan cara mempelajari literatur-literatur yang relevan dengan penelitian guna memperoleh gambaran teoritis mengenai konsep persediaan dan strategi bisnis.

Pada penelitian ini untuk mendapatkan nilai strategis penjualan Koperasi Ritel UMKM XY pada persediaan penjualannya, penulis melakukan dengan metode ABC dan analisa SWOT. Pada metode ABC dilakukan klasifikasi produk penjualan di Koperasi Ritel UMKM XY yang tersedia. Kemudian pada analisa SWOT dilakukan analisis produk berdasarkan klasifikasi produk tersebut. Analisa dilakukan terhadap faktor internal dan eksternal produk Koperasi Ritel UMKM XY yang telah diklasifikasi, dengan dibagi 3 klasifikasi, yaitu A, B, dan C.

Klasifikasi ABC memungkinkan manajer untuk membuat kebijakan pemesanan ulang setiap kelas berdasarkan hari persediaan, lead time dan stok pengaman dan bukan kuantitas pesanan optimal untuk setiap item dalam kelas yang diberikan. Kami memberikan dasar matematika untuk pengembangan spreadsheet-sistem pendukung keputusan berdasarkan untuk membantu manajer inventaris untuk bertemu dengan meningkatkan tekanan untuk meminimalkan biaya persediaan, memenuhi kebutuhan pelanggan di cara tepat waktu dan untuk mengelola ketidakpastian permintaan / penawaran. Keputusan model dukungan yang dikembangkan dalam makalah ini memberikan informasi tentang masalah riil tentang setiap item inventaris yang juga ditawarkannya kepada manajer fleksibilitas mengevaluasi dampak keputusan yang praktis tetapi tidak optimal (Beheshti, Grgurich, & Gilbert, 2013).

Menurut Rangkuti, (2006), setelah indikator-indikator SWOT ditentukan, langkah pertama adalah menentukan bobot, rating, dan skor. Bobot ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau urgensi penanganan dengan skala 0,1 sampai 1.

Langkah kedua adalah menjumlahkan bobot kekuatan dan bobot kelemahan. Kemudian dihitung bobot relatif untuk masing-masing indikator yang terdapat pada kekuatan dan kelemahan, sehingga total nilai bobot tersebut menjadi 1 atau 100%. Dengan cara yang sama dihitung bobot dan bobot relatif untuk peluang dan ancaman.

Langkah ketiga adalah menentukan rating. Rating adalah analisis kita terhadap kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka pendek (misalnya satu tahun ke depan). Nilai rating untuk Variabel Kekuatan diberi nilai 1 sampai 4. Diberi nilai 1 kalau kemungkinan indikator tersebut kinerjanya semakin menurun dibandingkan pesaing utama. Diberi nilai 2 kalau indikator itu kinerjanya sama dengan pesaing utama. Sedangkan diberi nilai 3 atau 4, kalau indikator tersebut lebih baik dibandingkan pesaing utama. Semakin tinggi nilainya artinya kinerja indikator tersebut tahun depan akan semakin baik dibandingkan pesaing utama.

Nilai Rating Variabel Kelemahan diberi nilai 1 sampai 4. Diberi nilai 1 kalau indikator tersebut semakin banyak kelemahannya dibandingkan pesaing utama. Sebaliknya diberi nilai 4 kalau kelemahan indikator tersebut semakin menurun dibandingkan pesaing utama pada tahun depan. Artinya pemberian nilai rating untuk

variabel kelemahan atau variabel Ancaman berkebalikan dengan pemberian nilai rating untuk variabel kekuatan dan variabel peluang.

Nilai Skor diperoleh berdasarkan hasil nilai bobot dikali nilai rating. Total nilai score untuk internal faktor menunjukkan bahwa semakin nilainya mendekati 1, semakin banyak kelemahan internal dibandingkan kekuatannya. Sedangkan semakin nilainya mendekati 4, semakin banyak kekuatannya dibandingkan kelemahannya.

Begitu juga dengan total nilai score untuk faktor eksternal. Semakin total nilai skor mendekati 1, semakin banyak ancamannya dibandingkan dengan peluang. Sedangkan apabila total nilai skor mendekati 4, artinya semakin banyak peluang dibandingkan ancaman. Gabungan kedua kondisi internal dan eksternal ini selanjutnya kita masukkan dalam Internal & External Matrix, sehingga kita mengetahui posisi persaingan yang akan terjadi pada korporat, unit bisnis, maupun produk yang kita analisis. Berdasarkan posisi ini kita dapat menentukan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tahun depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

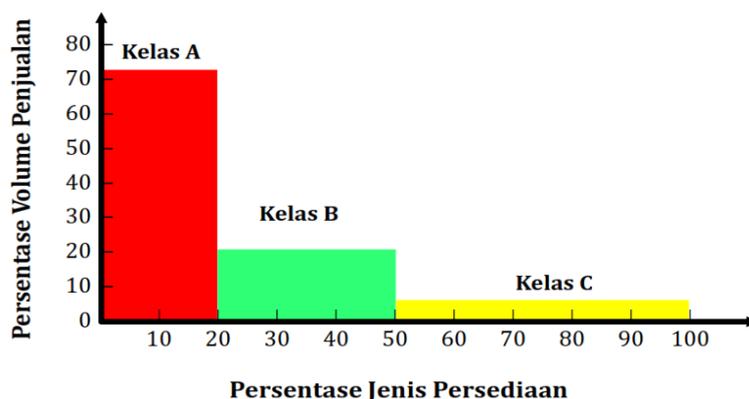
Tahap Metode / Analisa ABC

Berdasarkan hasil dari pengolahan data pada Tabel 1, melalui metode ABC didapatkan Tabel Klasifikasi Kelas, yang diperlihatkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Klasifikasi kelas produk Koperasi Ritel UMKM XY

No	Nama Produk	Harga/Unit (Rupiah)	Volume Penjualan (Unit)	Pendapatan (Rupiah)	Persen (%)	Akumulasi (%)	Kelas
1	Produk A	10.000	35.000	350.000.000	42	73	A
2	Produk B	8.000	32.000	256.000.000	31		
3	Produk C	7.000	12.000	84.000.000	10		
4	Produk D	5.000	11.000	55.000.000	7	21	B
5	Produk E	5.000	7.000	35.000.000	4		
6	Produk F	3.000	8.000	24.000.000	3		
7	Produk G	2.000	5.000	10.000.000	1		
8	Produk H	2.000	3.000	6.000.000	1	6	C
9	Produk I	3.000	2.000	6.000.000	1		
10	Produk J	2.500	2.000	5.000.000	1		

Sumber data : diolah



Gambar 1. Grafik persentase jenis persediaan dibanding volume penjualan

sumber data : diolah

Tahap Analisa SWOT

Sesuai dengan analisa swot pada bagian metodologi diatas, maka dilakukan tahap pembobotan, rating, dan penilaian skor pada masing-masing indikator pada bagian Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman pada Analisa SWOT. Tabel 2 memperlihatkan penilaian bobot, rating, dan skor masing-masing indikator.

Tabel 2. Internal & Eksternal Matrix Evaluation SWOT produk Koperasi Ritel UMKM XY

No	KEKUATAN (<i>STRENGTH</i>)	BOBOT	RATING	SKOR
1	Volume penjualan di klasifikasi A memiliki volume penjualan yang paling besar dibandingkan dengan klasifikasi B dan C	0,3	4	1,2
2	Pendapatan Penjualan di klasifikasi A memiliki nilai pendapatan yang paling besar dibandingkan dengan klasifikasi B dan C	0,3	4	1,2
Total				2,4
KELEMAHAN (<i>WEAKNESS</i>)		BOBOT	RATING	SKOR
	Jenis Barang di klasifikasi A yang masih sedikit (hanya 2 jenis)	0.4	4	1,6
Total		S+W=1,00		1,6
PELUANG (<i>OPPORTUNITY</i>)		BOBOT	RATING	SKOR
	Dengan jenis barang yang dijual diklasifikasi A masih sedikit, maka memberikan peluang untuk menambah jenis barang dari klasifikasi dibawah nya, terutama dari klasifikasi B. Jika memungkinkan mengganti jenis barang yang	0.6	4	2,4

ada diklasifikasi B & C dengan jenis barang yang memiliki peluang penjualan yang sangat besar

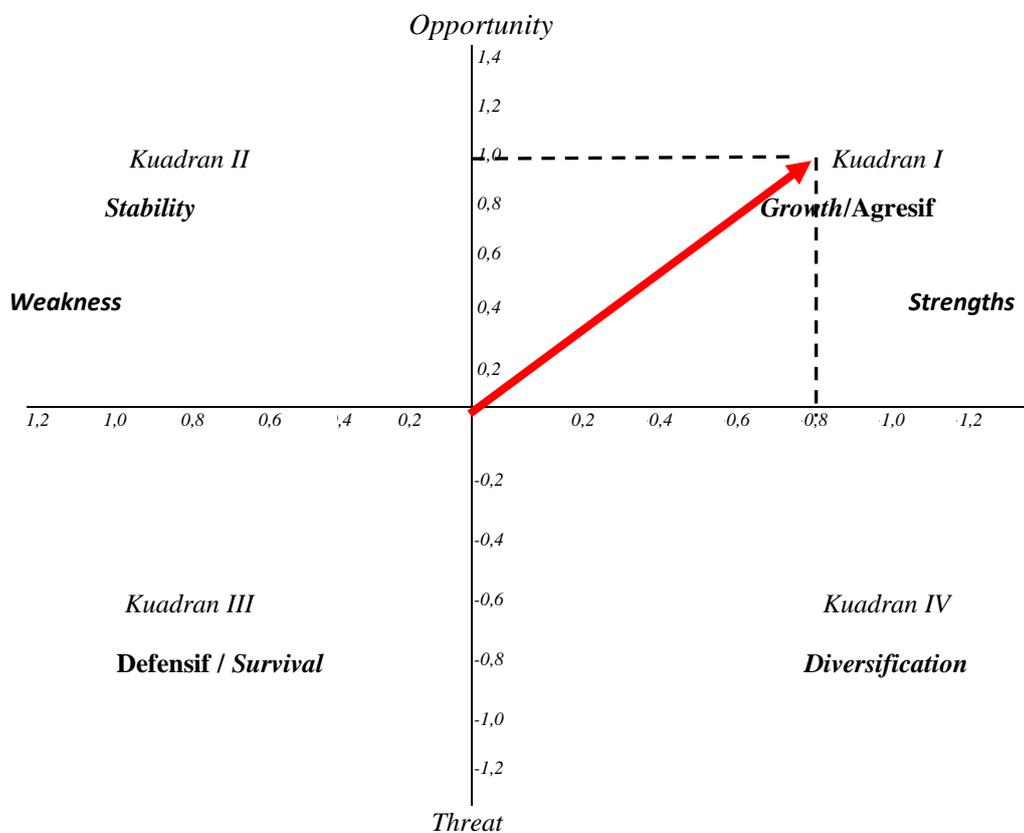
Total				2,4
	ANCAMAN (THREAT)	BOBOT	RATING	SKOR
	Dengan jenis barang yang dijual masih sedikit pada klasifikasi A & B, maka akan mendapatkan ancaman dari pesaing untuk menjual jenis barang yang tidak dimiliki oleh koperasi UMKM XY	0,4	4	1,6
Total		P+T=1,00		1,6

Sumber data : diolah

Dari perhitungan pembobotan dan skor di atas, diperoleh nilai-nilai koordinat sebagai berikut dan diagram posisi produk berada pada kuadran satu (Gambar 2) berdasarkan hasil analisa SWOT:

Sumbu X : skor kekuatan – skor kelemahan = 2,4 – 1,6 = 0,8

Sumbu Y : skor peluang – skor ancaman = 2,4 – 1,6 = 0,8



Gambar 2. (Diagram posisi produk berdasarkan analisa SWOT)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan terhadap penelitian ini yaitu setelah diterapkan metode ABC, terdapat 10 produk yang masing-masing dikategorikan ke kelas A sebanyak 2 produk, kelas B sebanyak 3 produk, dan kelas C sebanyak 5 produk. Setelah dilakukan klasifikasi produk dengan metode ABC kemudian dilakukan analisa bisnisnya menggunakan metode SWOT untuk merancang strategi bisnis.

Hasil analisa SWOT, mendapatkan posisi dan kondisi bisnisnya berada di kuadran 1 (satu) yaitu agresif dan kuat, dengan nilai pada sumbu $x = 0,8$ dan sumbu $y = 0,8$. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa Koperasi Ritel UMKM XY harus memprioritaskan produk di klasifikasi A untuk dipertahankan dan dikembangkan juga produk di klasifikasi B untuk memasuk ke dalam klasifikasi A. Disini dapat disimpulkan juga Koperasi Ritel UMKM XY memiliki masa depan bisnis yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandri, M. B. (2009). *Manajemen Keuangan Bisnis*. Cetakan Pertama, Alfabeta, Bandung.
- Beheshti, H. M., Grgurich, D., & Gilbert, F. W. (2019). *ABC Inventory Management Support System With a Clinical Laboratory Application*, *Journal of Promotion Managemnt*, 18:4, 414-43541. <https://doi.org/10.1080/10496491.2012.715502>
- Heizer, J., & Render, B. (2005). *Operations Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Herjanto, E. (2007). *Manajemen Operasi*. Grasindo, Jakarta
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M., V. (2012). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*, Fourteenth Edition, Prentice Hall.
- Masclé, C., & Gosse, J. (2013). *Inventory management maximization based on sales forecast: case study*, *Production Planning & Control: The Management of Operations*, 37–41. <https://doi.org/10.1080/09537287.2013.805343>
- Monks, J., G. (1995). *Schaum's Outline of Theory and Problems of Operations Management*, Second Edition, McGraw Hill Companies
- Rangkuti, F., (2006). *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Ristono, A. (2009). *Manajemen persediaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Van assen, M., Van den berg, G. & Pietersma, P. (2009). *Key Management Models*. Prentice Hall, 2nd Edition