

Analisis Strategi Bisnis dan Penerapan *Inventory Management* pada Toko Sembako Tiga Saudara

Noer Khasanatul Fajariah Radi Putri¹, Dewi Ika Octavia^{2*}

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo

¹Email : noerfajariah45@gmail.com

²Email : dewiikao09@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi bisnis menggunakan analisis SWOT dan manajemen persediaan menggunakan metode FIFO pada Toko Sembako Tiga Saudara. Penelitian kualitatif kali ini menggunakan objek penelitian Toko sembako Tiga Saudara. Pengumpulan data dengan cara wawancara kepada pemilik dan karyawan took tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal yang mempengaruhi perusahaan adalah variasi produk pengecer yang rendah menyebabkan pelanggan memilih toko lain. Kegigihan dalam membuka toko cukup baik, tetapi masih perlu ditingkatkan lagi. Dalam hal promosi pemasaran, Toko Tiga Saudara berjalan dengan sangat baik, karena berkat kemajuan digital, mereka dapat mempromosikan produk mereka di jejaring sosial mereka sendiri. Lingkungan eksternal yang dihadapi Toko Tiga Saudara adalah persaingan dengan perusahaan sejenis seperti Kios Madura, dan munculnya pesaing baru di Toko Tigasadara. Hal ini menciptakan kelemahan yang diciptakan oleh pengusaha yang sudah ada, dan banyak pengusaha akan berfokus pada persaingan dengan perusahaan yang sama dan memperoleh pelanggan dalam hal layanan, produk, dan interaksi sosial. Manajemen stok Toko Tiga Saudara sudah cukup baik dan terorganisasi dengan baik.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Analisi SWOT, manajemen *inventory*, metode FIFO, Strategi Pemasaran

Analysis Of Business Strategy and Implementation Of Inventory Management At “Tiga Saudara” Grocery Store

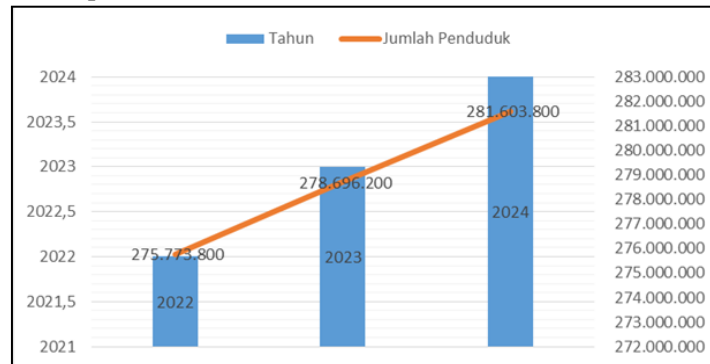
Abstract

The aim of this research is to identify business strategies using SWOT analysis and inventory management using the FIFO method at the Tiga Saudara Grocery Store. This qualitative research used the research object Tiga Saudara grocery store. Data were collected by interviewing the shop owners and employees. The results of this research indicate that the internal factor that influences the company is the retailer's low product variety causing customers to choose other stores. Persistence in opening shops is quite good, but still needs to be improved. In terms of marketing promotions, the Three Brothers Shop is doing very well, because thanks to digital advances, they can promote their products on their own social networks. The external environment faced by Toko Tiga Saudara is competition with similar companies such as Kios Madura, and the emergence of new competitors in Toko Tigasadara. This creates a weakness created by existing entrepreneurs, and many entrepreneurs will focus on competing with similar companies and acquiring customers in terms of services, products, and social interactions. The stock management of Toko Tiga Saudara is quite good and well organized.

Keywords : Business Strategy, SWOT Analysis, inventory management, FIFO method, Marketing Strategy

PENDAHULUAN

Menurut Badan Pusat Statistik (2024), jumlah penduduk Indonesia tercatat mengalami peningkatan yang cukup signifikan selama tiga tahun terakhir, yakni tumbuh sebesar 1,01% per tahun atau dari sekitar 2 - 4 juta jiwa. Seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk, jumlah kebutuhan pokok sehari-hari yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup juga ikut meningkat. Berikut ini adalah grafik pertumbuhan penduduk Indonesia selama 3 tahun terakhir.



Gambar 1. Grafik peningkatan penduduk di Indonesia
(sumber : Badan Pusat Statistik (2024))

Berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 115/MPP/Kep/2/1998 tanggal 27 Februari 1998, Sembilan bahan pokok atau sering disebut dengan sembako merupakan kebutuhan pokok masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Daftar sembilan bahan baku utama tersebut meliputi: beras, gula pasir, minyak sayur dan mentega, daging sapi dan daging ayam, telur, susu, bawang merah dan bawang putih, gas, minyak cair dan minyak tanah, serta garam (Wikipedia, 2024). Barang kebutuhan pokok merupakan peranan penting dalam kehidupan sehari-hari bagi masyarakat sehingga mudah diperoleh di berbagai tempat seperti pasar, toko kelontong, minimarket, supermarket, dan lainnya. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, kebutuhan pokok pun ikut bertambah, sehingga kebutuhan akan kebutuhan pokok terus meningkat setiap tahunnya.

Pada zaman *modern* seperti saat ini persaingan pasar semakin ketat, banyaknya inovasi-inovasi yang diciptakan, penggunaan teknologi yang semakin *modern* juga mendorong perusahaan untuk melakukan inovasi baru agar perusahaan tetap hidup dan berjalan sesuai dengan berkembangnya zaman. Penggunaan analisis SWOT (*Strength Weaknesses Opportunities Threats*) pada perusahaan diperlukan untuk membuat inovasi baru atau terobosan baru untuk perusahaan. Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang tersusun dari kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman sebagai dasar evaluasi bisnis. Analisis SWOT membantu pengusaha mengelola untuk kelemahan, kekuatan, ancaman serta peluang yang dimiliki perusahaan berdasarkan data yang diperoleh. Hal ini kemudian akan menjadi bahan penilaian untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja dalam memanfaatkan peluang bisnis (Rizqi and Widodasih, 2023).

Analisis SWOT juga berlaku untuk toko sembako Tiga Saudara, dimana toko sembako perlu melakukan analisis SWOT bertujuan untuk membantu pemilik bisnis merencanakan strategi bisnis mereka, dan untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Toko Sembako Tiga saudara merupakan gudang sembako yang menjual berbagai produk baik grosir atau ecer untuk kebutuhan sehari-hari seperti beras, telur, minyak, teh, mie, tepung, bumbu hingga sabun, minuman kemasan dan makanan ringan. Toko Sembako Tiga Saudara memiliki 4 cabang yang tersebar di area Solo raya salah satu cabangnya berada di daerah UNS. Selain itu Toko Sembako Tiga Saudara juga memberikan pelayanan pengantaran barang hingga ke rumah pembeli dengan minimal pembelian Rp 500.000.

Persediaan atau *inventory* merupakan *stock* dari suatu item atau barang atau sumber daya yang digunakan untuk menjadi bagian dari keluaran produk suatu perusahaan. Atau persediaan juga bisa

diartikan sebagai stok barang dari suatu toko yang bisa di jual kepada konsumen. Pada toko tiga saudara persediaan di gudang mengalami permasalahan yang membuat pemilik toko pada setiap stock opname selalu selisih dari perhitungan di data excel dengan jumlah real stok yang ada di dalam gudang. Pengendalian persediaan pada toko sembako sangat diperlukan yaitu guna menghindari hilangnya produk, perhitungan stok yang tidak sesuai dengan barang digudang, dan mempermudah admin dalam penghitungan stok.

Rizqi and Widodasih, (2023), telah melakukan penelitian terkait keunggulan bersaing dengan menerapkan analisis SWOT pada UMKM Toko Sembako “NS” yang diidentifikasi melalui faktor IFAS dan EFAS, internal dan eksternal, serta matriks SWOT. Penelitian terkait analisis lingkungan internal melalui analisis SWOT juga telah dilakukan oleh. Fitriani (2023), Kaffa *et al.*, (2023) telah melakukan penelitian guna merancang sistem yang mampu menginformasikan stok barang persediaan pada Toko Sembako AA.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti ingin mengkaji informasi mengenai strategi peluang usaha pada Toko Kelontong Tiga Saudara dengan menggunakan analisis SWOT dan peneliti juga ingin mengetahui tentang pengelolaan persediaan pada gudang Toko Kelontong Tiga Saudara dengan menggunakan metode FIFO, yaitu mengelompokkan jenis barang dan memberikan kode pada SKU barang agar dapat mengelola persediaan produk yang dibutuhkan dengan lebih efisien dan memenuhi kebutuhan pelanggan, serta menghindari terjadinya perbedaan perhitungan persediaan dari data administrasi dengan persediaan yang tersedia di gudang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi usaha yang diterapkan pada Toko Kelontong Tiga Saudara berdasarkan analisis SWOT? dan Bagaimana sistem pengelolaan persediaan yang baik pada Toko Sembako Tiga Saudara?

TEORI

Strategi

Mardiati Sari and Sureta (2024) berpendapat bahwa strategi merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan. Strategi merupakan suatu rencana menyeluruh yang menyatukan semua bagian dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Tujuan atau sasaran jangka panjang suatu perusahaan dan alokasi kegiatan serta sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut.

Bisnis

Muhtar (2023) menyatakan bahwa perusahaan merupakan suatu kegiatan yang menyediakan atau menginginkan produk dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Bisnis terdiri dari seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan pada pengadaan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian (Indrayani 2023).

Strategi Pengembangan

Strategi dan model bisnis berperan penting bagi keberlangsungan suatu perusahaan, 2 hal tersebut merupakan hal penting dalam pengembangan bisnis suatu perusahaan agar dapat mencapai tujuannya (Maftahah dkk, 2018). Salah satu cara agar bisnis dapat bersaing adalah dengan membuat strategi pengembangan bisnis yang baik dan tepat sehingga perusahaan mempunyai model bisnis yang baik (Zulkarnain *et al.*, 2020).

Strategi pengembangan bisnis untuk toko kelontong dapat sangat membantu dalam mengembangkan bisnis agar tetap unggul dalam persaingan, tidak hanya itu, strategi pengembangan bisnis juga dapat membantu memahami tingkat keberhasilan, memahami tingkat keberhasilan langkah-langkah bisnis yang diambil, dan memahami tingkat keberhasilan tindakan bisnis yang diambil.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi faktor secara sistematis untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan dalam rangka menyusun strategi. Empat faktor tersebut ialah *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats*. SWOT terdiri dari lingkungan internal yang berupa kekuatan dan kelemahan dan lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi dunia bisnis (Mashuri and Nurjannah 2020).

Strengths atau kekuatan dapat dikatakan sebagai kekuatan yang dimiliki oleh suatu usaha yang berasal dari internal suatu bisnis. *Weaknesses* merupakan kelemahan internal usaha yang harus diketahui oleh pemilik usaha untuk diubah menjadi kekuatan. *Opportunities* atau peluang adalah peluang usaha yang timbul dari eksternal bisa dari lingkungan sekitar atau kebijakan-kebijakan pemerintah. *Threats* disebut juga dengan ancaman, mengacu pada bisnis atau strategi yang telah direncanakan yang dapat menimbulkan masalah baik secara internal maupun eksternal. Namun pada faktor eksternal perusahaan umumnya di luar kendali kita, ini mencakup pandemi global dan perubahan lanskap persaingan.

Matriks SWOT

Matriks SWOT menurut Malihah (2023) merupakan tabel analisis yang digunakan dalam suatu bisnis atau perusahaan untuk menganalisa agar dapat mengambil keputusan yang tepat. Matriks SWOT juga digunakan guna menyusun strategi bisnis secara jelas peluang dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan, sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan suatu bisnis.

	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
Threats	ST Memfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman	WT Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman
Opportunities	SO Memfaatkan potensi untuk meraih peluang	WO Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang

Gambar 2. Tabel Matriks SWOT

Management Inventory

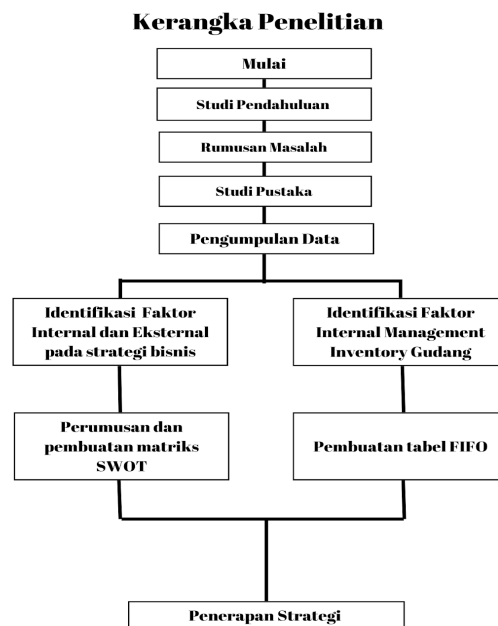
Persediaan bisa dikatakan sebagai barang yang akan dijual kepada konsumen, namun jika belum waktunya dijual maka akan disimpan didalam gudang terlebih dahulu. *Management inventory* atau pengelolaan persediaan merupakan barang yang dikelola mulai dari pembelian barang sampai barang siap untuk dijual. Persediaan atau barang harus dikelola dengan baik agar tidak ada barang yang menumpuk di gudang, barang yang mendekati kadaluarsa, rusak, dan hilang dapat diketahui secepatnya, serta mencegah terjadinya kehabisan stok barang (Nuraeni and Santoso, 2024).

Management Inventory dilakukan dengan beberapa metode antara lain, *First In First Out* (FIFO), *Last In First Out* (LIFO), dan *Moving Average* (rata-rata bergerak). FIFO merupakan metode pengelolaan persediaan yang menggunakan stok barang di gudang berdasarkan waktu saat barang tersebut masuk. Barang pertama yang masuk ke gudang merupakan persediaan yang harus dikeluarkan atau dijual terlebih dahulu. Penerapan metode FIFO digunakan pada barang persediaan yang berpotensi mengalami perubahan harga yang signifikan. Dengan metode FIFO, harga perolehan dari barang yang di jual dihitung berdasarkan harga pembelian paling awal. LIFO adalah kebalikan dari FIFO yang berarti bahwa barang yang masuk digudang terakhir yang akan dijual dan harga

perolehannya dihitung dari barang yang dijual berdasarkan harga pembelian paling terakhir. *Moving average* menggunakan harga rata-rata sebagai harga perolehan dari barang yang akan dijual (Situmorang and Herlambang, 2024).

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah, 2023.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Berdasarkan dengan judul yang telah diambil oleh peneliti, Penelitian ini menggunakan Toko Sembako Tiga Saudara yang beralamat di Sekip Kadipiro, sebagai objek penelitian.

Pendekatan dan jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut (Sugiyono 2020), metodologi penelitian merupakan suatu pendekatan ilmiah untuk memperoleh data guna menggambarkan, membenarkan, mengembangkan atau menemukan pengetahuan, teori, pemahaman, solusi atau prediksi dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu peneliti ingin menggali informasi, memahami pendapat pemberi informasi, menganalisis dan memberikan usulan terkait pemikiran Strategi pemasaran dan pengendalian persediaan pada toko sembako Tiga Saudara. Peneliti juga menggunakan metode penelitian lapangan yang dilakukan dengan meninjau lokasi dan melakukan diskusi terkait data yang peneliti butuhkan guna menganalisa data-data tersebut agar menjadi hasil laporan yang bisa digunakan untuk evaluasi pada Toko Sembako Tiga Saudara.

Sumber Data

Adapun data yang diambil untuk melakukan penelitian kualitatif bersumber pada data primer dan data sekunder, dimana data primer adalah data yang diperoleh dari orang pertama (orang atau beberapa orang) melalui pengamatan langsung di lapangan/subjek penelitian. Memperoleh data dari responden atau subjeknya sendiri sehingga peneliti dapat mengamati secara mendalam dan mencatat

tanggapan langsung dari subjek. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan berbagai metode seperti wawancara, kuesioner, dan survei. Data sekunder merupakan data yang mendukung penelitian, data ini dapat berasal dari berbagai media seperti publikasi publik, situs web, buku, artikel, majalah, catatan internal organisasi, dan lain sebagainya.

Teknik Penentuan informan/narasumber

Menurut Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa dalam menentukan sumber informasi harus memperhatikan siapa saja yang berhubungan langsung dengan permasalahan peneliti, dan dapat menjawab setiap pertanyaan tentang situasi dan kondisi objek penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti akan menggunakan narasumber dari Admin Toko Sembako Tiga Saudara, Penjaga Toko Sembako Tiga Saudara Cab. UNS dan Beberapa pelanggan Toko Sembako Tiga Saudara.

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan cara peneliti dalam memperoleh data lengkap terkait dengan sumber data yang diperlukan, lengkap dan objektif yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dan sesuai dengan penelitian. Untuk mendapatkan data tersebut peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data antara lain penelitian lapangan, wawancara dan dokumentasi. Peneliti meninjau lokasi dan melakukan diskusi menganalisa data-data yang diperoleh dari objek penelitian yang telah ditentukan. Melakukan penelitian di gudang Toko Sembako Tiga Saudara dan salah satu cabangnya yang berada di daerah UNS. Peneliti melakukan pengamatan terhadap objek guna mengetahui secara mendalam mengenai target pasar yang dituju. Wawancara merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data dengan cara menanyakan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan data sumber yang dibutuhkan peneliti. Tujuan dari wawancara yaitu untuk mengetahui lebih dalam informasi tentang Toko Sembako Tiga Saudara, hal ini diharapkan agar hasil dari wawancara tersebut bisa menjadi sumber data primer untuk peneliti. Dokumentasi Menurut Sugiyono (2020), dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data atau informasi berupa buku-buku, arsip-arsip, tulisan-tulisan, gambar-gambar, berupa laporan-laporan atau informasi-informasi yang dapat menunjang penelitian. Dokumen dalam penelitian ini merupakan data persediaan dan laporan penjualan yang digunakan oleh admin Toko Sembako Tiga Saudara.

Teknik Analisis Data

Metode Analisis Data Menurut Sugiyono (2020) dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data (triangulasi) yang dilakukan secara terus menerus sampai mencapai titik jenuh data.

Uji Keabsahan data

Menurut Arnild Augina Mekarise (2020) uji keabsahan data merupakan verifikasi keakuratan data keandalan data diperlukan untuk membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan peneliti benar-benar ilmiah dan untuk memverifikasi data yang diperoleh.. Untuk meneliti keabsahan data peneliti menggunakan teknik-teknik pemeriksaan keabsahan data antara lain :

1. Perpanjangan Pengamatan

Peneliti telah melakukan modifikasi lapangan, melakukan pencatatan jurnal secara berulang, mengecek data yang diterima, dan memperoleh data baru. Dengan hal tersebut, hubungan antara peneliti dan pemberi informasi semakin akrab, terbuka, dan penuh tipu daya, sehingga informasi yang diterima peneliti valid dan tidak ada yang disembunyikan. Peneliti memperluas pengamatannya untuk menemukan reaksi dari pemberi informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian berkelanjutan dari Agustus 2024 - September 2024..

2. Meningkatkan Ketekunan

Peneliti melakukan pengamatan lebih cermat dan berkesinambungan. Peneliti melakukan penelitian di Gudang Toko Sembako Tiga Saudara Kadipiro, tempat usaha tersebut menjual

kebutuhan pokok dengan harga grosir. Peneliti harus meninjau temuan dengan cermat untuk meningkatkan ketahanan dan memperoleh hasil yang konsisten dengan tujuan penelitian. Peneliti memeriksa kembali temuan sebelumnya tentang strategi pengembangan kewirausahaan dengan memperluas cakupan pengamatan.

3. *Membercheck*

Proses yang dilakukan peneliti untuk melakukan verifikasi terhadap data yang diperoleh dari responden. Apabila data yang diperoleh sudah sesuai dengan yang diperoleh responden, maka data tersebut dapat dipercaya atau autentisitasnya. Namun apabila informan tidak setuju dengan data yang diperoleh, maka peneliti harus mendiskusikan hasil temuan tersebut dengan informan. Dan peneliti kembali ke lapangan untuk menanyakan hasil penelitian kepada informan dengan meminta tanda tangan informan sebagai bukti keabsahan data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Sembako Tiga Saudara

Toko Sembako Tiga Saudara merupakan toko sembako yang menyediakan kebutuhan pokok untuk kebutuhan sehari-hari. Toko tersebut didirikan pada Mei 2022. Toko tersebut memiliki filosofi dari pemilik toko yang merupakan kakak beradik dimana mereka merupakan 1 keluarga 3 bersaudara, kemudian digunakan untuk membuat bisnis toko sembako yang di namakan Toko Sembako Tiga Saudara. Toko Sembako Tiga Saudara merupakan toko grosir sembako yang beralamat di Sekip Kadipiro. Selain di Kadipiro Tiga Saudara juga memiliki cabang yang tersebar di Solo, terdapat 4 cabang yang masih beroperasi yaitu UNS, Bekonang, Jetis, dan Mojolaban. Toko sembako Tiga Saudara menjual berbagai macam bahan pokok sehari hari, toko Tiga Saudara juga menjual aneka *snack*/ciki anak-anak dan minuman-minuman botol, dan penjualan paket sembako sesuai dengan pesanan pelanggan.

Analisis Strategi Bisnis

Analisis strategi bisnis merupakan mengkaji saran untuk mencapai tujuan dalam berbisnis. Strategi bisnis disimpulkan sebagai penentuan tentang bagaimana suatu perusahaan / bisnis menggunakan cara yang dimiliki untuk memposisikan bisnisnya diantara para pesaing.

Analisis Lingkungan pada Toko Sembako Tiga Saudara

Berikut merupakan analisis lingkungan internal dan eksternal pada Toko Sembako Tiga Saudara:

Lingkungan Internal

a. Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh Toko Sembako Tiga Saudara yaitu dimana konsumen toko tersebut merupakan warga sekitar yang sudah menjadi pelanggan tetap. Promosi juga dilakukan untuk menarik konsumen baru antara lain dengan cara menjual produk di *e-commerce shopee*, *tokopedia* dan *tiktok shop* melalui *live*. Promosi produk yang digunakan toko Tiga Saudara dengan cara pemberian diskon kepada konsumen, *face to face*, dan promosi pemberian diskon pada *e-commerce*.

b. Ketekunan dalam membuka toko

Pemilik Toko Sembako Tiga Saudara telah melewati banyak rintangan sejak toko itu berdiri dari sekarang, mulai dari selama seminggu sepi, produk banyak yg kadaluarsa dan satu per satu toko cabang tutup. Namun pemilik tetap tekun dan bertahan dalam membuka toko meski jam kerja toko hanya dari jam 8 pagi hingga jam 5 sore namun pemilik toko tetap konsisten membuka toko setiap hari senin-sabtu. Ketekunan dalam membuka toko sangat diperlukan oleh pebisnis, dikarenakan ketika pebisnis sudah memiliki pelanggan tetap, pelanggan akan merasa kecewa dikarenakan toko yang biasa untuk membeli bahan kebutuhannya tutup dan pada opsi lain pelanggan memilih membeli kebutuhannya di toko lain.

c. Keuangan

Dari segi omset toko sembako Tiga Saudara mengalami penurunan omset selama 1 tahun terakhir. Ini dikarenakan lokasi toko cabang yang kurang strategis kurangnya pengamatan target pasar yang dituju membuat toko Tiga Saudara mengalami penurunan penjualan. Tidak hanya itu banyaknya hutang toko Tiga Saudara yang membuat pemilik toko harus meningkatkan penjualan guna bisa membayar hutang-hutang yang dimiliki. Beberapa toko cabang pun terpaksa ditutup dikarenakan hampir tidak ada penjualan sama sekali, hal tersebut juga berdampak pada kerugian pada pemilik toko adalah dengan cara mencari investor dan meminjam uang pada perorangan. Fungsi keuangan dikelola oleh pemilik toko dan karyawan, dan pendapatan harian di kelola oleh pemilik toko.

d. Produk

Produk yang terdapat pada Toko Tiga Saudara memiliki kualitas yang baik. Produk yang dijual merupakan barang kebutuhan setiap hari seperti kebutuhan pokok sehari – hari dan kebutuhan tambahan seperti sabun, makanan ringan, minuman kemasan, dan minuman botol. Pada toko grosir memiliki bermacam variasi produk dalam jumlah stok yang cukup, adapun jika pelanggan mencari kebutuhan barang yang tidak tersedia di toko maka pemilik toko akan merekomendasikan produk lain dengan kualitas yang sama atau pemilik toko akan menyediakan barang tersebut sesuai dengan pesanan konsumen.

e. Sumber Daya Manusia

Sumberdaya yang ada dalam Toko Tiga Saudara dimiliki melalui rekrutmen dan seleksi dari pemilik toko tersebut, Hal tersebut guna memilih karyawan yang sesuai dengan kriteria dari pemilik toko Tiga Saudara dan mempekerjakan karyawan sesuai dengan syarat dan ketentuan di Toko Tiga Saudara. Jumlah karyawan yang dimiliki toko TS ya itu 5 yang terdiri dari 4 pegawai cabang dan 1 admin gudang / toko grosir. Toko TS memiliki kualitas karyawan yang baik di grosir maupun cabang.

Lingkungan Eksternal

a. Potensi adanya Pesaing Baru

Di dekat toko Tiga Saudara grosir terdapat warung kelontong madura yang menjadi pesaing utama toko Tiga Saudara. Pendapatan toko Tiga Saudara sempat menurun dikarenakan konsumen lebih memilih toko Madura untuk berbelanja di karenakan barang yang di jual hampir sama, dan toko madura membuka tokonya 24 jam dimana konsumen bisa membeli barang kebutuhan tanpa takut toko yang dituju tutup. Selain itu toko Madura juga menjual barang-barang beraneka macam dengan stok yang cukup, serta harga yang diberi oleh toko Madura hanya selisih beberapa rupiah saja dari toko Tiga Saudara.

b. Daya Tawar Para Pemasok

Pada toko Tiga Saudara pemasok langganan untuk barang-barang kebutuhan pokok seperti beras, minyak dan tepung sudah memiliki tidak hanya 1 pemasok, jadi pemilik toko bisa membeli barang persediaan pada pemasok yang memiliki harga paling murah. Hal tersebut dilakukan oleh pemilik usaha guna membandingkan harga yang sesuai dengan konsep bisnis untuk memperkecil pengeluaran.

c. Minat Belanja Konsumen

Minat belanja konsumen toko Tiga Saudara Grosir cukup tinggi dalam penjualan paket sembako untuk acara-acara tertentu pelanggan. Konsumen bisa memesan paket sembako sesuai dengan *custom* produk yang diinginkan dengan budget yang dimiliki. Konsumen juga bisa memilih paket sembako dengan range harga dari toko Tiga Saudara. Selain itu pada setiap pembelian paket sembako toko Tiga Saudara akan melayani pesan antar ke tempat tujuan konsumen tanpa tambahan biaya ongkir.

Analisis SWOT pada Toko Sembako Tiga Saudara

Analisis SWOT merupakan identifikasi faktor secara sistematis untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan dalam rangka menyusun strategi. Empat faktor tersebut terdiri dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats*. SWOT terdiri dari lingkungan internal yang berupa kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal yang berupa peluang dan ancaman yang dihadapi dunia bisnis (Mashuri and Nurjannah 2020).

a. Kekuatan (*Strength*)

Memberikan kualitas yang baik kepada para pelanggan. Harga di Toko Tiga Saudara lebih miring dikarenakan menggunakan harga grosir, jadi lebih murah dibandingkan toko kelontong biasa. Menerima layanan pesan antar untuk setiap pembelian di toko Tiga Saudara dengan minimal pembelian. Memiliki distributor tiap barang lebih dari satu. Memberikan pelayanan yang cukup baik. Memberikan promosi potongan harga dengan minimal pembelian setiap bulannya dengan syarat dan ketentuan.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kurangnya SDM untuk memenuhi kebutuhan penjaga toko ecer, baik dalam pengiriman barang maupun pengorganisasian sub tugas. Kurang beragamnya varian produk pada toko ecer sehingga konsumen Kurang puas terhadap apa yang dijual di toko. Kurangnya peningkatan layanan terhadap konsumen pada toko ecer. Serta pengendalian persediaan yang kurang tertata

c. Peluang (*Opportunity*)

Sembako merupakan kebutuhan sehari-hari, jadi konsumen pasti membutuhkan produk sembako setiap harinya. Permintaan produk sembako selalu ada, dan dengan peningkatan penduduk, permintaan semakin bertambah. Hal ini dapat menjadi peluang toko Tiga Saudara untuk memperluas bisnisnya. Pemanfaatan teknologi, pada era digital toko Tiga Saudara mampu memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasarnya melalui penjualan online seperti *shopee*, *tokopedia*, dan *tiktok shop*.

d. Ancaman (*Threat*)

Banyaknya persaingan toko kelontong, yang memiliki jam buka lebih lama daripada Toko Tiga Saudara. Produk sembako seringkali memiliki harga yang fluktuatif tergantung pada musim dan pasokan. Hal ini dapat mempengaruhi margin keuntungan toko sembako jika tidak diatur dengan baik.

Matriks SWOT Toko Tiga Saudara

Berdasarkan analisis SWOT, maka strategi alternatif dengan menggunakan matriks SWOT yang bisa dihasilkan pada Toko Tiga Saudara adalah sebagai berikut :

Analisis SWOT Toko Sembako Tiga Saudara		
	Kekuatan	Kelemahan
Ancaman	Membeli barang ketika harga pasar mengalami penurunan, dengan hal tersebut toko Tiga Saudara memiliki stok yang cukup dan pada saat harga sembako mengalami kenaikan toko TS tetap bisa menjual barangnya dengan harga pasar dan mendapatkan keuntungan yang cukup tinggi.	Toko Tiga Saudara mampu meningkatkan SDM yang dimiliki dengan penambahan karyawan dan jam kerja karyawan untuk membuka toko lebih lama guna meningkatkan penjualan. Peningkatan sistem transaksi toko retail serta <i>management inventory</i> dengan menggunakan web akuntansi.
Peluang	Menanggapi peluang - peluang yang ada pada toko Tiga Saudara pemilik toko bisa meningkatkan penyediaan produk-produk yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen. Serta pengadaan live sosial media guna memperkenalkan produk-produk yang dijual oleh toko Tiga Saudara.	Strategi yang yang dapat ditingkatkan oleh toko Tiga Saudara dengan Pengadaan diskon belanja/giveaway/ gratis barang setiap pembelian dengan minimal harga, dengan hal tersebut toko Tiga Saudara bisa mengurangi kurang puasnya pelanggan terhadap produk yang dijual di toko Tiga Saudara.

Gambar 4. Matriks SWOT Toko Tiga Saudara,
Sumber: Data diolah (2024)

1. Strategi ST (*Strength - Threat*)

Strategi ini merupakan strategi yang menggunakan kekuatan dalam menghadapi ancaman. Pada toko Tiga Saudara strategi ST yang menjadi ancaman merupakan margin keuntungan sembako yang disebabkan oleh harga sembako yang fluktuatif tergantung pada musim dan pasokan, hal tersebut dapat diatasi dengan pembelian barang ketika harga pasar mengalami penurunan, dengan hal tersebut toko Tiga Saudara memiliki stok yang cukup dengan harga beli yang lebih rendah dan pada saat harga sembako mengalami kenaikan, toko Tiga Saudara bisa memberikan harga grosir yang murah kepada konsumen dan mendapatkan keuntungan yang cukup tinggi. Dengan begitu konsumen merasa puas karena toko Tiga Saudara memiliki produk yang berkualitas dengan harga grosir lebih murah dari toko lain.

2. Strategi WT (*Weakness - Threats*)

Strategi WT bertujuan untuk meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman atau bisa disebut sebagai strategi pertahanan dalam bisnis. Toko Tiga Saudara mampu meningkatkan SDM yang dimiliki dengan penambahan karyawan dan jam kerja karyawan untuk membuka toko lebih lama guna meningkatkan penjualan dan mengurangi daya saing dengan toko madura. Peningkatan sistem transaksi toko retail serta management inventory dengan menggunakan web akuntansi. Guna meminimalisir selisih perhitungan persediaan barang hilang, *reject*, *exp*, barang rusak dll.

3. Strategi SO (*Strength - Opportunity*)

Strategi yang menggunakan kekuatan yang bertujuan untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki oleh toko Tiga Saudara, guna mengembangkan bisnis dengan kekuatan dan peluang yang dimiliki. Menanggapi peluang - peluang yang ada pada toko Tiga Saudara owner bisa lebih meningkatkan penyediaan produk-produk yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pemilik toko juga mampu meningkatkan layanan pesan antar gratis ongkir dengan minimal pembelian yang ditentukan. Pengadaan live sosial media guna memperkenalkan produk-produk yang dijual oleh toko Tiga Saudara.

4. Strategi WO (*Weakness - Opportunity*)

Strategi WO bertujuan untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada di toko Tiga Saudara. Adapun strategi yang dapat ditingkatkan oleh toko Tiga Saudara dengan Pengadaan diskon belanja/giveaway/ gratis barang setiap pembelian dengan minimal harga, dengan hal tersebut toko Tiga Saudara bisa mengurangi kurang puasnya pelanggan terhadap produk yang dijual di toko Tiga Saudara.

Analisis *Management Inventory*

Analisis *Manajemen Inventory* adalah metode untuk menentukan jumlah stok yang tepat untuk disimpan guna memenuhi permintaan sekaligus menghindari pengeluaran berlebihan pada persediaan. Analisis persediaan membantu bisnis memahami cara mereka memenuhi pesanan pelanggan dan menjaga biaya agar tetap stabil. Selain itu, tujuan manajemen persediaan oleh perusahaan adalah untuk mengurangi biaya, mengurangi penipuan, mengelola arus kas, dan memastikan bahwa perusahaan memiliki produk yang tersedia untuk dijual kepada pelanggan.

Metode FIFO pada Toko Sembako Tiga Saudara

Analisis manajemen inventory memiliki beberapa metode salah satunya yaitu metode FIFO. FIFO berarti "*First In, First Out*" (Masuk Pertama, Keluar Pertama) dimana barang persediaan yang pertama kali di jual adalah barang yang pertama kali di beli oleh perusahaan. Metode ini sangat cocok untuk perusahaan retail seperti Toko Sembako Tiga Saudara, manfaat dari menggunakan metode ini salah satunya laba yang akan didapatkan oleh perusahaan cukup tinggi dan biaya yang dikeluarkan cukup rendah, dikarenakan harga pokok penjualan yang digunakan menggunakan harga pembelian lebih dulu.

Toko Sembako Tiga Saudara dalam manajemen persediaan pada gudang menggunakan metode FIFO seperti di bawah ini :

Tabel 5. Tabel Metode FIFO

Tanggal	Nama Barang	Pembelian				Penjualan				Retur (barang kembali ke gudang)				Persediaan			
		Unit	Satuan	Harga/unit	Total Harga	Unit	Satuan	Harga /unit	Total Penjualan	Unit	Satuan	Harga /unit	Total Retur	Unit	Satuan	Harga/unit	Total Persediaan
31 Mei 2024	Beras HT													25	Kg	12.700	317.500
8 Juni 2024	Beras HT					2	Kg	12.700	25.400					23	Kg	12.700	292.100
15 Juni 2024	Beras HT					7	Kg	12.700	88.900					16	Kg	12.700	203.200
19 Juni 2024	Beras HT	25	Kg	12.400										41	Kg	12.700	520.700
22 Juni 2024	Beras HT					2	Kg	12.700	25.400					39	Kg	12.700	495.300
30 Juni 2024	Beras HT									14	Kg	12.700	177.800	25	Kg	12.400	310.000
6 Juli 2024	Beras HT					1	Kg	12.400	12.400					24	Kg	12.400	297.600
31 Juli 2024	Beras HT					4	Kg	12.400	49.600					20	Kg	12.400	248.000
Total		25	Kg	12.400	310.000	16	Kg	12.500	201.700	14	Kg	12.700	177.800	20	Kg	12.400	248.000

Sumber: Data diolah (2024)

Pada tabel di atas merupakan salah satu perhitungan persediaan toko Tiga Saudara dengan metode FIFO dimana barang yang pertama kali masuk ke dalam stok persediaan, menjadi barang yang pertama kali di jual. Untuk metode yang digunakan sudah baik namun penerapan yang ada di toko sembako Tiga Saudara masih kurang karena harga jual toko sembako menyesuaikan dengan harga pasar yang beredar hari itu. Pencatatan barang masuk dan barang keluar toko sembako hanya mengandalkan surat jalan yang dibuat ketika barang keluar dan hanya mengecek faktur pembelian untuk mengecek barang masuk hal tersebut masih dilakukan dengan manual menggunakan excel. Dimana hal tersebut membuat manajemen persediaan di toko masih mengalami selisih dalam data admin dengan real stok. Selain itu kurangnya karyawan pada gudang sembako, membuat *management inventory* pada toko sembako Tiga Saudara masih belum tertata.

Dari hasil analisis di atas toko Tiga Saudara dapat melakukan peningkatan sumber daya manusia (SDM) dengan penambahan karyawan pada sub divisi admin gudang dan peningkatan SOP pada proses pengambilan barang dan penambahan barang yang ada di gudang sembako. Atau toko sembako Tiga Saudara bisa meningkatkan untuk upgrade sistem pengelolaan jalannya proses transaksi pada usaha retailnya dengan mengganti metode pengelolaan dengan sistem yang lebih canggih yaitu memakai jasa aplikasi retail atau web aplikasi akuntansi yang menyediakan fitur-fitur yang dapat mempermudah toko sembako untuk penginputan dari mulai barang masuk, barang keluar, penjualan,

retur dan lain sebagainya seperti web ACCURATE online. Dengan begitu toko sembako tiga saudara dapat mempermudah pekerjaan yang sebelumnya dikerjakan dengan manual menjadi lebih tertata dengan web tersebut, kemungkinan selisih data persediaan dari sistem dengan real stok akan lebih kecil, hal tersebut karena pada layanan web akuntansi, perusahaan dapat mensetup metode persediaan yang akan digunakan dengan berbagai metode termasuk metode FIFO.

SIMPULAN

Kesimpulan dari tujuan penelitian Analisis Strategi Bisnis Dan Penerapan Inventory Management Pada Toko Sembako Tiga Saudara yaitu mengevaluasi strategi pemasaran yang ditetapkan oleh Toko Sembako Tiga Saudara untuk meningkatkan performa dalam memanfaatkan peluang bisnis melalui analisis SWOT. Dan pengendalian persediaan pada gudang toko tiga saudara agar dapat mengelola persediaan stok barang yang dibutuhkan dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih efektif, dengan menentukan SKU barang, penggolongan barang sesuai dengan jenis dan pengeluaran persediaan dengan metode FIFO.

Penelitian ini memiliki keterbatasan antara lain yang pertama, dalam menentukan analisis SWOT belum mempertimbangkan terkait ada atau tidaknya SOP pada setiap alur kerjanya. Kedua, analisis SWOT masih kurang detail dalam hal mencari informasi terkait kekuatan dan kelemahan usaha. Ketiga, masih kurang banyak yang dibahas terkait *management inventory*. Saran untuk penelitian selanjutnya antara lain, analisis SWOT harus disertai dengan analisis yang menyeluruh dan waktu yang lama sehingga mendapatkan hasil yang cukup detail dan lengkap. Saran kedua, dibutuhkan penelitian terkait *management inventory* secara menyeluruh terkait penyusunan SOP persediaan, pembuatan alur penyimpanan dan penggunaan persediaan, sampai metode penentuan harga pokok persediaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriani, Qonita. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Toko Sembako di Desa Simpar (Studi Kasus Pada Toko Sembako Munir). *Sahmiyya* 2(1): 133–42.
- Indrayani, Rina. (2023). Analisis Model Bisnis Online di Kota Bandung Menggunakan Porter Five's Force. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)* 6681(6): 697–702.
- Kaffa, Muhammad Izzadin et al. (2023). Sistem Informasi Inventory, Pembelian, dan Penjualan Barang Menggunakan Metode Waterfall (Studi Kasus : Toko Sembako AA 2 Tinjauan Pustaka). *Seminar Nasional Mahasiswa Ilmu Komputer dan Aplikasinya (SENAMIKA)*: 328–44.
- Maftahah, Riif, Bayu Wijayantini, and W E Setianingsih. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Inovator* 11(2): 300–310. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR/index%0Ahttp://repository.unmuhjembe.ac.id/11042/18/J. Artikel Riif Maftahah %281710411174%29.pdf>.
- Malihah, Lutfatul. (2023). Contoh Matriks SWOT, Pengertian Dan Strategi Penerapannya. *Bee.id*. <https://www.bee.id/blog/contoh-matriks-swot-pengertian-dan-strategi-penerapannya/>.
- Mardiati Sari, Dian, and Nurdina Sureta. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Sirup Kalamansi Melalui Program One Village One Product (Ovop) di Kota Bengkulu. *Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara* 3(1): 1–12.
- Mashuri, Mashuri, and Dwi Nurjannah. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1(1): 97–112.
- Muhtar, Fajar Sidik. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital dan Affiliate Marketing Terhadap Volume Penjualan pada PT. Nokha Internasional Grup Bandung. halaman 1–11.
- Nuraeni, Novita, & Bambang Santoso. (2024). Peranan Manajemen Persediaan Bahan Baku Terhadap Penjadwalan Produksi PT XYZ. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*. 2(2): 1–15.
- Rizqi, Lailatun Naili, and R R Wening Ken Widodasih. (2023). Strategi Keunggulan Bersaing dengan Penerapan Analisis SWOT pada UMKM Toko Sembako 'NS' di Desa Sukaraya, Kecamatan

- Karangbahagia. *Jambura : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 6(2): 641–47.
- Situmorang, Budi Arlando, & Andri Herlambang. (2024). Analisis Perhitungan Biaya Persediaan Bahan Kebutuhan Pokok Menggunakan Metode FIFO, LIFO, Average di UKM. *Jurnal Teknologi dan Teknik Industri (JTTI)*. 2(2): 2–4.
- Statistik, Badan Pusat. (2024). Laju Pertumbuhan Penduduk (Persen), 2021-2023. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NiMy/laju-pertumbuhan-penduduk.html>.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Wikipedia. (2024). Sembilan Bahan Pokok. https://id.wikipedia.org/wiki/Sembilan_bahan_pokok.
- Zulkarnain, Zulkarnain, Mohamad Guruh Saputra, & Deli Silvia. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas pada Pt Pitu Kreatif Berkah. *Journal Industrial Services*. 6(1): 55.