

PENERAPAN ERM PADA PT INDOMARCO PRISMATA

Mochamad Viko Adrian¹, Ibrahim Darmawan Taufik², Elsi Mersilia Hanesti³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Internasional Semen Indonesia

Email : mochamad.adrian21@student.uisi.ac.id¹, ibrahim.taufik21@student.uisi.ac.id²,
elsimerhan@gmail.com³

ABSTRACT

If the store experiences a loss of goods caused by the lack of supervision of store personnel on incoming consumers, it is not entirely replaced by the store but partly borne by the company which is commonly called the Budget for lost store goods. The company does not just give the Budget for lost goods to the store but refers to the store's sales ability within 1 month which is already in the Indomaret company regulations. The purpose of this study was to analyze the ERM process at the Indomaret store.

Keywords: *lost goods, erm analysis*

ABSTRAK

Apabila toko mengalami kehilangan barang yang disebabkan oleh lengahnya pengawasan personil toko terhadap konsumen yang masuk, itu seluruhnya tidak diganti oleh pihak toko namun sebagian di tanggung oleh perusahaan yang biasa disebut Budget terhadap barang hilang toko. Perusahaan tidak begitu saja memberikan Budget barang hilang ke pihak toko tetapi mengacu pada kemampuan penjualan toko tersebut dalam kurun waktu 1 bulan yang mana sudah ada dalam peraturan perusahaan Indomaret. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis proses ERM pada toko Indomaret.

Kata kunci: *barang hilang, analisis ERM*

PENDAHULUAN

Dalam suatu perusahaan atau organisasi selalu menghadapi beberapa kejadian atau peristiwa baik berasal dari internal maupun kondisi eksternal. Suatu risiko dapat terjadi tanpa diduga dan dengan ketidakpastian atas apa yang akan terjadi dimasa depan. Untuk menghadapi risiko yang tidak pasti tersebut, dalam suatu perusahaan memerlukan adanya manajemen risiko. Saat perusahaan menghadapi ketidakpastian, hal itu merupakan tantangan bagi manajemen perusahaan tentang bagaimana harus menyikapi kemungkinan risiko yang terjadi. Ketidakpastian menghadirkan risiko dan peluang, dengan potensi untuk mengikis atau meningkatkan nilai. Manajemen risiko membantu entitas atau perusahaan untuk mencapai target kinerja yang ditetapkan dan profitabilitas, serta mencegah terjadinya kerugian sumber daya di perusahaan. Manajemen risiko juga sebagai sarana terwujudnya pelaporan efektif, kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku, mencegah kerusakan reputasi perusahaan dan konsekuensi-konsekuensi lainnya.

Enterprise risk management merupakan *framework* bagi manajemen dalam menghadapi ketidakpastian dan risiko-risiko yang terkait serta peluang yang ada sehingga meningkatkan kapasitasnya untuk membangun nilai. ERM saling terkait dengan *corporate governance* dengan memberikan informasi kepada pengurus perusahaan yaitu direksi dan komisaris mengenai risiko yang paling signifikan dan bagaimana risiko itu dikelola. ERM ini dirancang

untuk mengidentifikasi peristiwa-peristiwa potensial yang mempengaruhi entitas atau perusahaan dan mengelola risiko agar tetap berada pada *risk appetite*.

Istilah waralaba dalam bahasa asing disebut dengan *Franchise*. Asal katanya berasal dari bahasa Prancis kuno yang berarti bebas. Sekitar abad pertengahan, pemerintah atau bangsawan di Inggris menggunakan *Franchise* untuk memberikan hak khusus seperti untuk mengoperasikan kapal feri atau berburu di tanah milik pemerintah atau bangsawan tersebut. *Franchise* di Indonesia disebut dengan waralaba. Kata waralaba sendiri berasal dari 2 (dua) kata yaitu wara dan laba. Wara memiliki arti istimewa dan laba berarti keuntungan. Kata waralaba pertama kali diperkenalkan oleh LPPM (Lembaga Pembinaan dan Pengembangan Manajemen) sebagai padanan kata *Franchise*. Waralaba sebagai suatu bentuk pengembangan usaha telah mendapat perhatian dari Warren J. Keegan dalam bukunya *Global Marketing Management* mengatakan bahwa para pengusaha yang bermaksud mengembangkan usahanya secara internasional dapat melakukan beberapa macam pilihan cara, dari yang paling sederhana hingga yang paling kompleks.

Berawal dari pemikiran untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan, maka pada tahun 1988 didirikanlah sebuah gerai yang diberi nama Indomaret. Sejalan pengembangan operasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Guna mengakomodasi tujuan tersebut, beberapa orang karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa masyarakat cenderung memilih belanja di gerai modern berdasarkan alasan kelengkapan pilihan produk yang berkualitas, harga yang pasti dan bersaing, serta suasana yang nyaman.

Setelah menguasai pengetahuan dan keterampilan mengoperasikan jaringan ritel dalam skala besar, Manajemen berkomitmen untuk menjadikan Indomaret sebagai sebuah aset nasional. Hal ini tidak terlepas dari kenyataan bahwa seluruh pemikiran dan pengoperasian Perusahaan ditangani sepenuhnya oleh putra putri Indonesia. Sebagai aset nasional, Indomaret ingin berbagi kepada masyarakat Indonesia melalui bisnis waralaba dan juga mampu bersaing dalam persaingan global. Oleh karena itu, visi perusahaan kemudian berkembang “menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global”.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Menurut Lofland dan Lofland sebagaimana yang telah dikutip oleh Lexy. J. Moleong dalam bukunya yang berjudul *Metodologi Penelitian Kualitatif*, mengemukakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya berupa data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jelas datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistic. Penelitian ini menggunakan data kualitatif dengan sumber data primer yaitu data berupa kata-kata diperoleh dari wawancara dengan para informan yang telah ditentukan yang meliputi berbagai hal yang berkaitan dengan ERM perusahaan PT. Indomarco Prismaatama. Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumentasi, rekam suara, internet.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara yang telah disusun sebelumnya.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu, pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban dari informan. Apabila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu sehingga datanya tidak jenuh. Aktivitas dalam menganalisis data kualitatif antara lain:

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemisahan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis atau data yang diperoleh dari lapangan. Data yang diperoleh dari lokasi penelitian dituangkan dalam uraian laporan lengkap dan terperinci. Laporan lapangan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokok, difokuskan pada hal-hal penting kemudian dicari tema atau polanya.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan cara mendeskripsikan hasil wawancara yang dituangkan dalam bentuk uraian dengan teks, dan didukung oleh dokumen-dokumen, serta foto-foto, maupun gambar sejenisnya untuk diadakannya suatu kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan proses verifikasi secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung agar mendapat hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.

PEMBAHASAN

1. *Internal Environment*

Pada PT. Indomarco Primata sendiri didirikan pada tanggal 20 Juni 1988. PT Indomarco Primata beroperasi sebagai Indomaret yaitu jaringan pengecer waralaba di Indonesia yang merupakan salah satu anak perusahaan Salim Grup. Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan sehari-hari dengan luas area penjualan kurang dari 200 m². Berawal dari pemikiran untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan, maka pada tahun 1988 didirikanlah sebuah gerai yang diberi nama Indomaret. Sejalan pengembangan operasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Guna mengakomodasi tujuan tersebut, beberapa orang

karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa masyarakat cenderung memilih belanja di gerai modern berdasarkan alasan kelengkapan pilihan produk yang berkualitas, harga yang pasti dan bersaing, serta suasana yang nyaman.

2. Objective Setting

PT Indomarco Prismata mempunyai sebuah visi dan misi sebagai berikut :

Visi : Visi yang diusung oleh PT. Indomarco Prismata dalam membangun indomaret yaitu “Menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global”. Visi indomaret ini dapat diartikan sebagai harapan serta upaya perusahaan untuk membangun ritel yang tidak hanya sebagai perusahaan namun juga sebagai aset nasional karena keberadaannya yang mampu berperan penting bagi kemajuan perekonomian negara.

Misi : Misi Indomaret ialah “Meningkatkan kualitas pelayanan yang terbaik sehingga kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama yang dapat terpenuhi”.

3. Event Identification

Dalam komponen ini melalui tahap observasi dan wawancara yang telah dilakukan identifikasi suatu masalah yaitu tentang kehilangan barang di Indomaret yang dilakukan oleh faktor *internal* ataupun *eksternal*. Dalam permasalahan ini dapat dipastikan dengan berbagai faktor, seperti konsumen yang tidak bertanggung jawab, kurangnya pemantauan oleh kasir saat berada dalam toko ritel, maupun oknum/pihak yang berada dalam toko ritel tersebut.

4. Risk Assesment

Indomaret menilai risiko kehilangan suatu kehilangan barang dengan mengadakan *audit* kepada karyawan nya setiap sebulan sekali. Saat dilakukan *audit* pihak IC melakukan analisa pada *CCTV* dan melihat stok barang keluar dan masuk pada toko. Barang yang hilang tidak seluruhnya harus diganti rugi oleh pihak karyawan. Indomaret melihat risiko ini sebagai risiko menengah dikarenakan dapat menyebabkan kerugian laba yang tidak didapatkan semestinya dan juga menyebabkan kerugian pada pihak yang berkaitan dengan waralaba ini.

5. Risk Response

Pihak Indomaret menanggapi risiko tentang kehilangan barang ini dengan cara menindaklanjuti risiko ini dengan mengadakan Audit atau pengecekan seluruh barang-barang yang keluar dan masuk. Kemudian dilakukan pengecekan pada *CCTV* untuk melihat pelaku yang mencuri barang dari toko tersebut, apakah konsumen atau pihak dari toko ritel tersebut yang mengambil barang yang hilang. Jika pihak toko yang mengambil maka akan dikenakan sanksi berupa SP pada karyawan tersebut, atau bisa langsung terkena *kick* yaitu dipecat dari toko ritel tersebut.

6. Control Activities

Pihak Indomaret sendiri mempertegas jika ada kejadian kehilangan barang dengan memberlakukan SOP yang telah sesuai dengan *standart* dari toko tersebut, yaitu dengan mengontrol semua aktivitas yang ada di dalam toko ritel tersebut dari barang yang masuk dan keluar.

7. Information and Communication

Setiap barang dan apapun di toko adalah tanggung jawab karyawan toko, dimana

Level AM AS memberikan supervisi setiap minggunya kepada tim toko untuk menegakkan SOP untuk menghindari kehilangan barang. AS AM Mengarahkan tim IC Inventory Control untuk inspeksi pendataan barang. Jika barang yang hilang karena kelalaian karyawan maka karyawan toko wajib menanggung jawabkan, dan jika barang hilang bukan dari kelalaian karyawan maka perusahaan yang akan menanggung jawabkan.

8. Monitoring

Indomaret menerapkan SOP dalam hal dokumentasi atau administrasi dalam toko, seperti monitoring bagian produksi, sales, dan monitoring buku barang yang rusak. Dalam satu bulan selalu di adakan *audit* yang dimana dalam *audit* dihadiri oleh AS atau *Area Supervisor* yang bisa disebut pemegang kendali toko dalam area itu. Pemantauan melalui CCTV juga berlaku untuk pengecekan terkait barang yang hilang dan segala tentang risiko yang mengacu pada toko tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang terdapat dipenelitian ini. Maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. PT. Indomarco Prismata merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan sehari-hari pada masyarakat. Berbekal pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen, keterampilan pengoperasian toko dan pergeseran perilaku belanja masyarakat ke gerai modern, maka terbit keinginan luhur untuk mengabdikan lebih jauh bagi nusa dan bangsa. Niat ini diwujudkan dengan mendirikan Indomaret, dengan badan hukum PT. Indomarco Prismatama yang memiliki visi “menjadi jaringan ritel yang unggul” serta moto “mudah dan hemat”. Dalam mengatasi risiko tentang kehilangan barang pada toko ritel tersebut, Indomaret berupaya menerapkan SOP yang sudah ada dan mem-*filter* semua bentuk kegiatan yang berhubungan dengan risiko tersebut untuk mengurangi risiko yang sama ter-ulang kembali di hari kemudian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, N., & Khairiah, U. (2022). Pengendalian Persediaan Barang Dagang Untuk Peningkatan Kualitas Operasional Pada Indomaret Sudirman Selat Baru Bengkalis. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(2), 14-24. Moleong, Lexy J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Setyoningrum, N. G. (2019). *Sistem Perhitungan Budget Barang Hilang*.
- Suyatno, D. (2022). *Pemotongan Gaji Karyawan Sebagai Pengganti Kehilangan Dan Kerusakan Barang Perspektif Masalah Mursalah Dan Istihsan (Studi Kasus Indomaret Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu)* (Doctoral Dissertation, Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- Sukma, M. S. (2010). *Analisis Perjanjian Franchise Di Bidang Ritel Minimarket Indomaret*
- Sari, W. S. (2020). *Analisis Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Meminimalisir*

Tingkat Kehilangan Barang Pada Indomaret Diponegoro Kai Palembang (Doctoral Dissertation, 021008 Universitas Tridinanti Palembang).