

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan waralaba di Indonesia saat ini sangat pesat. Dari tahun ke tahun, bisnis waralaba di Indonesia terus meningkat dan menjadi alternatif usaha bagi pengusaha yang ingin mendapatkan kemandirian dan keuntungan. Banyak diantara perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri ini sudah layak disebut sebagai waralaba sesuai dengan peraturan Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) dan peraturan pemerintah terbaru. Kalau kita amati saat ini di sekitar kita banyak terlihat semakin menjamurnya bisnis *franchise* baik asing maupun lokal. *Franchise* asing misalnya McDonald's, Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Wendy's yang berasal dari Amerika Serikat dan Bread Talk yang berasal dari Singapura. *Franchise* lokal misalnya Ayam Bakar Wong Solo, Es Teller 77, RM Padang, Bakso Cak Eko, Bakso Cak Man, dan lain-lain. Beberapa diantara mereka membuka gerainya di pusat-pusat pertokoan atau di jalan utama di lokasi yang strategis di tengah kota. Tingginya minat untuk membuka bisnis *franchise* ini terlihat dari antusiasnya pembeli yang rela untuk meluangkan waktu yang cukup lama dan tertib dalam antrian untuk memilih produk yang diinginkan dan membayarnya.

Setiap perusahaan selalu memerlukan persediaan, baik itu perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur. Karena tidak selamanya barang atau jasa tersedia setiap saat, sehingga pengusaha pada suatu saat akan beresiko tidak dapat memenuhi keinginan para pelanggannya. Berarti pengusaha akan kehilangan kesempatan memperoleh keuntungan yang seharusnya didapatkan. Penentuan kebutuhan bahan baku secara ekonomis merupakan keharusan, dalam lingkup pengendalian persediaan, terutama pada bahan baku yang memiliki tingkat pemesanan yang tinggi dan penyimpanan yang sulit, agar biaya persediaan yang tinggi dapat dihindari oleh pihak manajemen.

Manajemen persediaan dapat diterapkan pada usaha yang membutuhkan persediaan barang-barang untuk dijual seperti supermarket, persediaan barang-barang yang segar, makanan kaleng, makanan yang dibekukan, dan sebagainya.

Sehingga dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan atau memberikan pelayanan yang maksimal dengan menjual barang-barang yang bagus dan segar kepada konsumen (Rangkuty, 2004).

PT Quick Chicken Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *franchise/waralaba restaurant fast food* (makanan cepat saji). Jumlah gerai Quick Chicken hingga akhir 2011 mencapai $\pm$ 197 stores yang tersebar di wilayah Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Bali, Sulawesi dan Sumatera. Alasan Quick Chicken memilih usaha makanan adalah karena makanan merupakan kebutuhan primer masyarakat dan lebih dari 60% penduduk Indonesia mengkonsumsi ayam sedangkan bahan baku ayam mudah didapat karena bukan produk musiman jadi potensi pasarnya sangat besar.

Quick Chicken (QC) merupakan salah satu restoran dengan bahan baku utamanya adalah ayam. Semakin banyaknya restoran dengan bahan baku sejenis dan persaingan yang semakin ketat menyebabkan QC harus mampu mengendalikan persediaan bahan baku secara efisien agar ketersediaan stok bahan baku selalu terjaga. Bila jumlah produksi setiap periode tidak diperhitungkan secara tepat, maka akan terjadi kelebihan atau bahkan kekurangan persediaan bahan baku produksi.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana sistem manajemen persediaan bahan baku yang diterapkan oleh PT. Quick Chicken Indonesia cabang Nganjuk?

1.3. Tujuan

Praktek Kerja Lapangan ini bertujuan untuk mengetahui manajemen persediaan bahan baku yang diterapkan di PT. Quick Chicken Indonesia cabang Nganjuk.

1.4. Manfaat

Adapun manfaat kegiatan ini bagi mahasiswa adalah:

1. Melatih dan menumbuhkan jiwa mandiri mahasiswa di lapang sebagai perwujudan penyesuaian diri dengan kondisi kerja di lapangan.

2. Menambah pengetahuan mahasiswa tentang kondisi riil aplikasi teori-teori yang telah diperoleh di kuliah.
3. Mendapatkan pengalaman langsung tentang manajemen persediaan.