

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Proses penjualan barang secara grosir atau *wholesale* merupakan salah satu kegiatan usaha yang dilakukan dengan mendistribusikan produk dengan jumlah besar kepada pedagang eceran atau *retailer*. Pedagang grosir atau *wholesaler* ini berperan sebagai perantara antara produsen dengan para pedagang eceran. Menurut Nilasari dan Wilujeng (2006) dalam Handoyo (2018), *wholesaler* atau pedagang besar adalah perantara antar pedagang yang terikat perdagangan dalam skala besar dan tidak melayani penjualan ke konsumen akhir karena tujuan dari pedagang grosir adalah membeli barang dengan jumlah banyak dari produsen yang kemudian dijual kembali ke pedagang lainnya. Akan tetapi, dalam kondisi tertentu *wholesaler* juga dapat melayani para konsumen akhir yang tidak ingin menjual kembali produk yang telah dibeli dari *wholesaler*.

Penjualan barang secara *grosir* ini terus berkembang sesuai dengan berkembangnya permintaan konsumen. Banyaknya pedagang grosir yang mulai berkembang mengharuskan mereka untuk memiliki strategi masing-masing agar dapat tetap kompetitif di persaingan pasar dan tetap menarik minat konsumen. Strategi utama dalam menjalankan usaha grosir ini adalah memiliki kebijakan dalam cara menawarkan produk yang tepat, penawaran harga produk yang tepat, jenis produk yang bervariasi, dan lokasi yang strategis. Agar strategi tersebut dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan, para pedagang grosir dapat melakukan beberapa cara seperti melakukan segmentasi pasar, mempelajari dan memahami pola penjualan barang, dan mengolah informasi yang didapatkan dari konsumen tentang produk yang dibeli. Data-data yang diperoleh dari penjualan barang secara grosir ini dapat berupa informasi mengenai pola penjualan barang dan karakteristik dari setiap pedagang eceran yang didistribusikan.

Objek yang digunakan pada penelitian kali ini adalah toko grosir makanan ringan atau *snack* yang cukup besar dan juga berperan sebagai distributor toko-toko *snack* eceran ataupun grosir di beberapa kota sejak tahun 2010. Total dari jenis *snack* yang dijual oleh toko grosir saat ini ada sebanyak 159 jenis *snack*. Toko ini memiliki beberapa level konsumen yang dilayani dimulai dari konsumen level 1 sampai dengan level 3. Konsumen level 1 merupakan konsumen yang berbentuk

toko grosir ataupun eceran, konsumen level 2 merupakan konsumen yang berbentuk toko dengan volume penjualan lebih kecil dari konsumen level 1, dan konsumen level 3 merupakan konsumen akhir berupa perorangan yang tidak menjual kembali produknya. Terdapat beberapa kode etik yang harus dipatuhi berupa nama dari toko yang disamakan beserta dengan *owner* dan juga alamat toko.

Pada penelitian ini, ditemukan dua permasalahan yang dialami oleh toko grosir *snack X*. Permasalahan pertama adalah mengenai keluhan dari konsumen tentang produk yang diterima dengan kondisi kemasan rusak. Kemasan yang rusak ini seperti penyok, robek, bocor, dan basah. Jumlah dari produk yang diterima dengan kondisi kemasan seperti itu tidak banyak, akan tetapi para konsumen tetap mengeluhkan karena dirasa sudah tidak layak jual dan terpaksa harus menurunkan harga atau melakukan retur kepada toko untuk diganti dengan produk baru. Kemasan dari beberapa *snack* yang rusak ini disebabkan karena kondisi tumpukan *snack* di gudang yang melebihi batas maksimal ketahanan kemasan sehingga kemasan tidak mampu menahannya. Selain itu kondisi kemasan yang rusak ini juga disebabkan oleh tidak adanya *material handling* berupa *pallet* sebagai alas dari tumpukan *stock snack* di dalam gudang. Hal ini tentunya merugikan toko grosir *snack X* karena harus menukar dengan produk baru dan menurunkan harga jual produk yang memiliki kemasan rusak.

Selanjutnya untuk masalah kedua yang dialami oleh toko grosir *snack X* ini adalah mengenai adanya *dead stock* dari beberapa jenis *snack* dengan jumlah yang cukup banyak. Menurut Wilson (2005) dalam Handoyo (2018), pengertian *dead stock* adalah suatu kondisi dimana produk yang ditawarkan tidak laku dan tersimpan di dalam gudang dalam jangka waktu yang cukup lama. Masalah ini terjadi untuk beberapa jenis *snack* yang memiliki tingkat permintaan sedikit dan tetap melakukan *order* dari supplier dengan jumlah yang besar tanpa adanya acuan data yang jelas. Toko ini dapat meminimalkan adanya *dead stock* untuk beberapa jenis *snack* tersebut jika memiliki data yang jelas untuk setiap bulannya agar dapat memaksimalkan keuntungan yang didapat. Berdasarkan pengamatan, toko grosir *snack X* ini belum memiliki cara untuk mengelola persediaan di dalam gudang penyimpanan dengan baik untuk setiap produk *snack*. Hal ini menimbulkan adanya beberapa jenis *snack* yang sudah tidak layak jual dan menjadi *dead stock*. Selain itu, terdapat kesalahan dalam memprediksi jumlah pasar sehingga menimbulkan penumpukan jumlah *stock* yang tidak sesuai dengan

permintaan. Beberapa jenis *snack* yang sudah menjadi *dead stock* ini dapat ditangani dengan beberapa cara seperti dikembalikan kepada supplier dan dibuang karena kondisi yang sudah tidak layak jual. Masalah kedua ini kemudian menjadi masalah yang terpilih untuk diteliti dan diselesaikan berdasarkan hasil diskusi bersama *owner*.

1.2. Rumusan Masalah

Permasalahan yang terdapat di toko grosir *snack* X ini adalah mengenai *dead stock* dari beberapa produk *snack* di dalam gudang penyimpanan karena jumlah pembelian produk dari supplier yang tidak sesuai atau melebihi jumlah permintaan konsumen.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengurangi jumlah *dead stock* dari produk *snack* di dalam gudang agar toko tidak mengalami kerugian pada saat melakukan pembelian produk dengan menentukan jumlah pembelian yang pasti dari supplier.

1.4. Batasan Masalah

Terdapat beberapa batasan masalah dari permasalahan objek penelitian yang terdapat di toko grosir *snack* X ini seperti berikut.

- a. Terdapat 2 permasalahan yang ditemukan yaitu mengenai keluhan pelanggan karena kemasan produk rusak dan adanya *dead stock* untuk beberapa jenis *snack* yang merupakan masalah terpilih.
- b. Penelitian yang dilakukan hanya untuk beberapa jenis *snack* yang memiliki tingkat permintaan rendah dan terdapat *dead stock* di dalam gudang penyimpanan.
- c. Observasi dan pengumpulan data dari toko grosir *snack* X ini dilakukan pada bulan November 2022 sampai dengan bulan Maret 2023 yang melibatkan beberapa *stakeholder* yaitu *owner*, kasir, pegawai gudang, dan konsumen.
- d. Data yang digunakan merupakan data penjualan dan persediaan yang dimulai dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2022.
- e. Data yang digunakan untuk perbandingan adalah data mengenai jumlah penjualan dan jumlah *order* yang dilakukan *owner* kepada supplier.