

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Menurut badan pusat statistik (BPS), dapat diketahui bahwa penduduk di Indonesia di pertengahan tahun 2023 telah mencapai sebanyak 278,97 juta penduduk dan telah naik sebanyak 1,05% dari tahun sebelumnya, (kkijateng,2023). Dengan adanya peningkatan jumlah penduduk ini dapat diketahui bahwa seiring dengan berjalannya waktu ini menambah jumlah masyarakat yang berkeluarga. Terdapat salah satu pendukung yang menunjukkan adanya peningkatan kebutuhan alat rumah tangga yaitu di masa pandemi COVID-19 yang menyatakan bahwa permintaan kebutuhan alat rumah tangga meningkat tinggi yaitu lebih dari 200% dari sebelum masa pandemi. Pernyataan ini diperoleh dari hasil observasi di salah satu perusahaan global yang menggunakan data penjualannya di Indonesia selama 2 tahun terakhir. Peningkatan penjualan ini terjadi dikarenakan aktivitas konsumen yang selama pandemi lebih banyak menghabiskan waktu selama di dalam rumah seperti bekerja, memasak, dan lainnya.

Kebutuhan alat rumah tangga merupakan alat-alat yang memiliki penjualan yang baik di masyarakat baik yang berkeluarga, anak kos, dan sebagainya. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan dari hasil penelitian oleh Kementerian Koperasi dari UKM yang menyampaikan persentase peningkatan penjualan sebesar 26% atau setara dengan 3,1 juta perbelanjaan yang dilakukan selama masa pandemi, (BTPN Mitra Bisnis, 2023). Selain itu, disampaikan juga terkait data yang di peningkatan penjualan dari masa pandemi hingga saat ini juga masih terus berkembang dan melonjak dengan persentase 93% untuk kategori dapur dan alat rumah tangga. Dengan pernyataan ini, dapat membantu perusahaan dalam melakukan penjualan dikarenakan terdapat data pendukung yang di mana penjualan kebutuhan alat rumah tangga dari sebelum COVID-19 hingga saat ini terus mengalami peningkatan.

Perusahaan yang diobservasi ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi yaitu CV. Putra Anugerah Jaya. Alasan memilih perusahaan ini dikarenakan perusahaan bergerak di bidang distribusi, tetapi metode yang digunakan oleh perusahaan masih terbatas atau secara manual. Hal ini menjadi daya tarik bagi penulis untuk mengobservasi dan mengidentifikasi permasalahan

yang dialami perusahaan secara keseluruhan untuk mengetahui fokus utama dari permasalahan yang dialami perusahaan.

Perusahaan ini melakukan distribusi dengan menyalurkan produk yang dijual melalui pembelian dari produsen yang menjual produk alat rumah tangga, elektronik, dan sebagainya dari berbagai merk. Alur produk yang diterima yaitu dimulai dengan penawaran produk dari pihak produsen, kemudian dilanjutkan dengan negosiasi pembelian produk dan apabila perusahaan melakukan transaksi dengan produsen. Proses selanjutnya yaitu dilakukan pembelian produk akan diproses oleh produsen dan dikirimkan ke perusahaan CV Putra Anugerah Jaya. Jika, produk telah sampai atau diterima, maka perusahaan akan melakukan pengiriman ke konsumen dan penjualan dengan cara keliling atau ke toko retail. Gudang persediaan perusahaan memiliki barang yang sangat bervariasi dan dalam jumlah besar.

Pengadaan barang dilakukan oleh perusahaan hanya berdasarkan data penjualan sebelumnya. Tetapi, pengadaan barang juga dapat dilakukan secara acak dengan tujuan untuk menambah persediaan produk yang sudah berkurang dan menambah variasi produk. Pengiriman produk dari pihak produsen dilakukan dengan berbagai ketentuan pada setiap merk yaitu brand *Sanex* sebanyak 3-5 truk fuso (tergantung permintaan pasar), *Advance* itu dilakukan pembelian sebanyak 1 mobil angle (sebulan 2-3 kali, tergantung permintaan pasar), *Miyoshi* sebanyak 1 mobil angle (sebulan 3-5 kali, tergantung permintaan pasar), *Delvonta* menggunakan ekspedisi dengan pembelian sebanyak  $\pm 100$  koli/bulan, dan *Quantum* sebanyak 1 mobil truk angle (sebulan sekali). Pengiriman untuk 1 truk fuso ini dapat mengangkut kurang lebih sebanyak 350 koli yang di mana dalam 1 koli dapat terdiri atas 1-500 pcs menyesuaikan bentuk dan harga produk.

Proses *unloading* ataupun *loading* barang di gudang akan direkap oleh admin persediaan dan dilampirkan ke dalam *file* persediaan. Sales melakukan penjualan atau penawaran kepada konsumen akan lebih mudah. Tetapi, metode rekap persediaan yang masih dilakukan secara manual oleh admin persediaan ini membutuhkan waktu yang lama, sehingga ketersediaan dari produk masih belum terupdate secara berkala mengikuti jumlah barang masuk di perusahaan. Jika barang yang dibutuhkan konsumen sedang kosong atau persediaan habis, maka pembelian barang tersebut akan dimasukkan ke dalam *pending order* dan akan segera diproses pembeliannya. Selain itu, admin persediaan juga melakukan

*stock opname* yaitu melakukan rekap terhadap persediaan yang dimiliki oleh perusahaan. Untuk persediaan yang sudah menipis akan dilakukan pembelian kembali oleh pemilik yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan pasar.

Proses pengiriman ini memiliki ketentuan yaitu pengiriman barang ke konsumen akan menjadi tanggung jawab dari sales untuk mengatur pengiriman ke masing-masing konsumennya sesuai dengan jumlah dan variasi barang yang diorder oleh konsumen. Sedangkan, untuk pengiriman ke luar kota ini akan dilakukan sesuai dengan jadwal pengiriman, tetapi pada saat kapasitas pengiriman telah dipenuhi, maka pengiriman akan langsung dilakukan. Jadwal pengiriman dari perusahaan ke konsumen ini lebih tersusun rapi dan dapat diterima dengan tepat waktu.

Dari hasil observasi terhadap aktivitas perusahaan baik dimulai dari pemesanan hingga pengiriman ke konsumen ini, perusahaan masih belum memiliki atau menggunakan metode yang tepat dalam melakukan perhitungan terhadap jumlah persediaan cadangan. Perhitungan ini diperlukan sebagai persediaan tambahan pada saat perusahaan mengalami lonjakan permintaan yang tidak terduga. Analisis data dengan perhitungan ini diharapkan dapat mengurangi adanya pembelian yang dilakukan secara impulsif dan acak. Hal ini terjadi karena tidak terdapat standar/pedoman yang tepat untuk menghasilkan suatu jumlah pemesanan yang optimal. Pembelian pada beberapa produk dilakukan secara *pre-order* (PO), sistem PO ini dilakukan karena minat produk yang tidak terlalu tinggi di pasar.

Dapat diketahui bahwa pada perusahaan yang bergerak di bidang distributor kebutuhan alat rumah tangga ini memiliki persediaan yang banyak dan bervariasi. Oleh karena itu, perusahaan tidak menetapkan adanya jumlah target penjualan tertentu kepada sales, tetapi perusahaan memiliki minimal omset pada sales perusahaan untuk dicapai. Data persediaan perusahaan yang diperoleh berupa rekapitulasi secara garis besar dalam kurun waktu 8 bulan yang dapat dilihat dalam bentuk grafik di Gambar 1.1.



**Gambar 1.1. Grafik Persediaan dan Penjualan CV. Putra Anugerah Jaya**

Dari Gambar 1.1 ini dapat diketahui bahwa tiap bulannya perusahaan menerima ribuan produk. Dengan banyaknya jumlah persediaan, perusahaan membutuhkan strategi penjualan supaya, produk yang dimiliki perusahaan dapat laku terjual di pasaran. Berdasarkan data persediaan ini, dapat diketahui bahwa perusahaan mengklaim persentase penjualannya yaitu berada di antara 50% - 70% penjualan dan digambarkan dalam bentuk grafik yang telah dilampirkan.

Berdasarkan dari grafik di atas, terdapat kenaikan penjualan di mulai dari bulan September 2023 yang di mana angka penjualan di mulai >4000 koli yang keluar dari gudang perusahaan. Penjualan ini meningkat menyesuaikan dengan kebutuhan pasar seiring dengan perubahan musim, maka akan diikuti dengan peningkatan pada penjualan kebutuhan rumah tangga. Pengadaan barang yang dilakukan secara manual oleh perusahaan ini akan memanfaatkan persediaan akhir atau sisa barang menjadi persediaan cadangan di gudang. Apabila disesuaikan dengan standar penyimpanan gudang, maka persediaan barang di gudang perusahaan masih belum sesuai dengan standar penyimpanan yang di mana untuk menentukan persediaan cadangan atau tambahan ini diperukan perhitungan *safety stock*.

Sales perusahaan tidak memiliki suatu target penjualan atau jumlah penjualan yang harus dicapai pada setiap produk. Tetapi, perusahaan memiliki omset penjualan yang harus dicapai oleh salesnya yaitu dimulai dari minimal omset 200 juta, 500 juta, dan 1 milyar rupiah. Dengan tercapainya omset tersebut, perusahaan akan memberikan gaji pokok, tunjangan motor mulai 100 ribu – 150 ribu, uang makan 20 ribu/hari, dan komisi sebesar 0,5% dari omset yang akan

diperoleh setelah perusahaan menerima pelunasan pembelian dari konsumen. Sedangkan, untuk omset yang tidak tercapai, maka sales hanya akan mendapatkan gaji pokok. Pencapaian omset di bawah minimal omset yang harus tercapai, maka ketentuan komisi penjualan akan turun ke minimal omset dibawahnya.

Lingkup atau batasan wilayah penawaran perusahaan ini telah dibagi ke beberapa wilayah pada saat melakukan penawaran produk, sehingga setiap sales memiliki wilayahnya masing-masing. Tetapi, untuk sales yang ditempatkan di cabang luar kota memungkinkan untuk memegang beberapa wilayah dalam melakukan penawarannya dikarenakan pasar yang tidak mendukung atau permintaan pasar yang rendah. Pembagian wilayah ini didasarkan pada kemampuan atau pengalaman sales dalam melakukan penawaran, serta bergantung juga pada permintaan pasar di wilayah tersebut.

Strategi *marketing* yang digunakan oleh perusahaan yaitu *mix* strategi. Strategi ini digunakan oleh perusahaan dengan cara mengutamakan produk, harga, lokasi, dan promosi. Oleh karena itu, perusahaan memilih untuk menggunakan strategi ini dengan tujuan dapat menentukan harga yang tepat di pasaran dan menjadi daya tarik konsumen daripada kompetitor lainnya. Selain itu, perusahaan juga melakukan ekspansi usaha ke wilayah lainnya untuk memperluas pemasaran, dan melakukan promosi dalam bentuk *digital marketing*, *training* sales, dan sebagainya.

Pada penjualan perusahaan terdapat beberapa kendala pada pasar usaha karena lingkup pasar perusahaan tidak dapat mengikuti perkembangan zaman ataupun teknologi. Munculnya produk dengan berbagai inovasi mengikuti zaman ini masih sepi peminat. Hal ini terjadi karena konsumen atau toko retail lebih percaya diri dengan penjualan barang yang sudah memiliki harga jual dibandingkan dengan produk baru yang masih belum memiliki harga jual yang baik di pasaran. Oleh karena itu, penjualan produk inovasi baru menjadi kendala pada persediaan dan diperlukan penentuan jumlah persediaan yang tepat agar tidak merugikan perusahaan.

Dari hasil observasi ini perusahaan perlu memperbaiki beberapa metode dalam kelancaran aktivitas perusahaan, supaya dapat menciptakan mobilisasi produk yang sehat dan dapat meminimalisasikan penumpukan barang di gudang. Hal ini

juga berdampak pada modal perusahaan yang tidak berputar dan tidak dapat melakukan penambahan produk lainnya.

## 1.2. Penelurusan Masalah

Penelurusan masalah adalah bagian untuk menjelaskan permasalahan yang dialami oleh perusahaan. Setelah dilakukan observasi dengan melakukan wawancara terhadap *stakeholder* yaitu pemilik, admin persediaan, sales, dan konsumen didapatkan hasil kebutuhan dari masing-masing yaitu sebagai berikut.

**Tabel 1.1. Data Kebutuhan *Stakeholder***

<b><i>Stakeholder</i></b>	<b>Kebutuhan</b>
Pemilik	Memenuhi target penjualan perusahaan dengan meminimalkan penumpukan barang di gudang, supaya dapat menambah produk lainnya.
Admin Persediaan	Dapat menggunakan metode lain untuk melakukan rekap data supaya persediaan persediaan dapat diupdate secara <i>real time</i> dan dapat melakukan konfirmasi ketersediaan barang.
Sales	Menyediakan media yang dapat menjadi sarana untuk melakukan pengecekan persediaan barang supaya penawaran dapat dilakukan secara maksimal terhadap konsumen.
Konsumen	Melakukan penawaran produk yang lebih bervariasi dan mengikuti <i>trend</i> .

Dari Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa kebutuhan *stakeholder* memiliki permasalahan dan harapan yang di mana saling berhubungan. Pemilik menyampaikan permasalahannya terhadap pencapaian target perusahaan yang tidak meningkat dikarenakan adanya keterbatasan metode rekap data, penawaran produk yang tidak maksimal, dan pengadaan barang yang dilakukan secara impulsif dan acak. Hal ini berdampak pada penumpukan barang di gudang. Dengan permasalahan yang dialami pemilik mengharapkan dapat mengurangi terjadinya penumpukan barang di gudang, supaya modal yang masih berbentuk barang ini dapat digunakan untuk membeli barang lainnya.

Permasalahan yang di alami admin persediaan yaitu penggunaan metode rekap persediaan barang yang masih dilakukan secara manual. Penggunaan metode

rekap yang tidak memadai seperti pengecekan barang atau audit secara satu per satu, pencatatan persediaan dengan bantuan *Microsoft Excel* tetapi hanya sekedar diisikan hasil persediaan yang terhitung di dalam gudang. Hal ini menghambat kinerja admin persediaan untuk menyelesaikan pekerjaannya secara tepat waktu karena keterbatasan metode sehingga tidak menciptakan efektivitas dan efisien di dalam kinerja admin persediaan. Oleh karena itu, admin persediaan mengharapkan dapat menggunakan metode lain yang lebih efektif dan efisien dalam melakukan rekap persediaan barang dan dapat melakukan pembaharuan persediaan secara berkala.

Permasalahan yang dialami sales yaitu keterbatasan rekap persediaan yang tidak terupdate secara berkala ini memberikan dampak pada penjualan dan penawaran kepada konsumen. Hal ini terjadi karena rekap persediaan yang tidak dapat dilihat dengan mudah, sehingga penawaran tidak dapat dilakukan secara maksimal. Selain itu, jumlah persediaan yang dimiliki perusahaan cenderung banyak dan bervariasi ini membuat sales tidak mudah untuk mengingat jumlah persediaan tiap produk dan barang dimiliki oleh perusahaan. Oleh karena itu, sales mengharapkan dapat menggunakan suatu media yang dapat memudahkan sales untuk melihat persediaan barang dengan mudah dan dapat meningkatkan performa pada kinerja sales.

Permasalahan dari sisi konsumen yaitu penawaran yang diterima tidak bervariasi atau tidak mengikuti *trend*. Hal ini terjadi dikarenakan keterbatasan metode atau teknologi yang digunakan oleh admin persediaan, sehingga berdampak pada kinerja sales saat melakukan penawaran ke konsumen. Dengan terjadinya permasalahan ini konsumen tidak dapat menjangkau pasaran baru dengan menjual varian produk yang lebih bervariasi. Oleh karena itu, konsumen mengharapkan sales dapat melakukan penjualan ataupun penawaran dengan lebih baik yang di mana dapat menawarkan produk terbaru dan produk yang mengikuti perkembangan zaman atau *trend*.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada *stakeholder* dan hasil wawancara dapat dilihat pada Lampiran 4, Lampiran 5, Lampiran 6, dan Lampiran 7. Dapat diketahui bahwa permasalahan yang menjadi masalah utamanya yaitu karena adanya penumpukan barang di gudang yang diawali oleh pengadaan barang yang tidak memiliki standar atau pedoman. Hal tersebut juga dapat terjadi, saat perusahaan melakukan pembelian secara impulsif dan acak, serta

keterbatasan metode rekap persediaan, sehingga banyak data persediaan masuk dan keluar yang tidak tercatat dengan baik dan akurat.

Dari hasil penelusuran masalah dari *stakeholder*, dapat diketahui bahwa perusahaan juga mengalami permasalahan dalam mobilisasi gudang yang kurang baik. Hal ini terjadi karena penjualan yang kurang maksimal dan rekap data persediaan yang tidak *terupdate* secara berkala atau *realtime*, serta adanya pengadaan barang yang tidak memiliki standar atau pedoman. Penumpukan barang yang terjadi di gudang ini disebabkan oleh alur keluar masuk barang yang tidak seimbang. Penumpukan barang di gudang ini didokumentasikan dan dapat dilihat pada Lampiran 1.

Penumpukan barang di gudang terjadi dikarenakan adanya penggunaan metode rekap data persediaan yang masih kurang memadai, serta perusahaan kurang memperhatikan pentingnya suatu standar dalam melakukan pengadaan barang. Pengadaan barang yang cenderung dilakukan berdasarkan situasi pasar dan permintaan konsumen akan memberikan dampak negatif kepada perusahaan dikarenakan penjualan yang bersifat fluktuatif. Oleh karena itu, pengadaan barang yang berlebihan ini tidak cocok apabila disesuaikan dengan penjualan fluktuatif dikarenakan perusahaan dapat mengalami kerugian karena memiliki persediaan yang berlebihan dan menjadi modal yang tidak berputar.

Modal perusahaan adalah modal pribadi, sehingga modal tersebut akan berpengaruh dalam *cash flow* perusahaan saat mengalami masalah. Dengan adanya permasalahan yang dialami, akan memberikan dampak menyeluruh kepada karena modal pribadi yang digunakan tersimpan dalam bentuk produk di gudang dan perusahaan dapat mengalami kerugian. Oleh karena itu, perusahaan perlu untuk mengatasi permasalahan yang di alami saat ini dengan memperbaiki penggunaan metode pada saat melakukan pengadaan barang supaya dapat mencapai jumlah pemesanan yang optimal.

Perusahaan juga perlu untuk melakukan *maintenance* yang sesuai pada produk yang tersimpan di gudang saat mengalami penumpukan barang, supaya produk masih memiliki kualitas yang baik dan saat tersimpan tidak dapat membahayakan tenaga kerja. Selain itu, penyimpanan produk juga membutuhkan ruang yang cukup besar, sehingga tempat penyimpanan untuk produk lainnya menjadi berkurang. Untuk mengatasi persediaan yang tersimpan di gudang ini akan

dilakukan penjualan dengan harga jual 1 yaitu harga grosir termurah dan mengadakan *flash sale* pada *e-commerce* atau *marketplace*.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang menjadi pusat perhatian di CV. Putra Anugerah Jaya yaitu penumpukan barang di dalam gudang yang di mana terjadi karena penggunaan metode manual dalam melakukan pengadaan barang. Keterbatasan metode menyebabkan pembelian yang impulsif dan meningkatkan penumpukan persediaan dalam gudang.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang diharapkan dalam penelitian yang dilakukan yaitu dapat meminimalisasi terjadinya penumpukan barang di dalam gudang CV. Putra Anugerah Jaya.

### **1.5. Batasan Masalah**

Dengan adanya permasalahan yang diperoleh ini diperlukan penyelesaian terhadap permasalahan yang dialami di CV. Putra Anugerah Jaya. Oleh karena itu, terdapat batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Data penelitian yang digunakan yaitu diperoleh melalui *interview* terhadap pemilik, admin persediaan, dan sales. Data yang diperoleh yaitu persediaan persediaan awal, data penjualan, biaya penyimpanan, dan aktivitas perusahaan.
- b. Data penelitian yang digunakan yaitu dimulai dari bulan Juli 2023 sampai dengan bulan Februari 2024.
- c. Observasi dan analisis tidak memperhitungkan alir keluar masuk barang, dimensi barang, volume barang, penggunaan media simpan dalam gudang perusahaan, mempertimbangkan jadwal, frekuensi, dan kapasitas pengiriman.
- d. Pengolahan data yang dilakukan tidak melibatkan pengeluaran omset dan modal perusahaan, serta pengkategorian *fast moving* dan *slow moving*.
- e. Implementasi yang dilakukan ini berkisar pada waktu kurang lebih 1 bulan karena terbatasnya waktu penelitian.