

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sejak dahulu hingga kini, manusia tidak bisa lepas dengan hal yang berkaitan dengan berdagang atau jual beli. Kegiatan berdagang berperan penting dalam memenuhi semua kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) manusia. Dalam berdagang biasanya barang yang dijualbelikan bermacam-macam, mulai dari barang-barang yang dibutuhkan seperti makanan dan pakaian serta barang-barang hobi seperti mainan, aksesoris, hingga akhir-akhir ini manusia mulai berdagang jasa, seperti jasa pengantaran, jasa pembersihan, dan lain-lain. Mekanisme berdagang dari dulu hingga kini pun sudah berubah, mulai dari berdagang dengan metode barter yakni antara penjual dan pembeli bertransaksi dengan sama-sama menukar barang. Perkembangan selanjutnya, berdagang dengan bertukar uang yakni pembeli membeli barang dengan menggunakan uang kepada penjual. Proses berdagang sejak dahulu hingga kini selalu berkembang tanpa henti. Antara penjual dan pembeli selalu mencari cara yang paling efektif untuk melakukan jual beli.

Dalam memulai usaha jual beli, biasanya para pelaku usaha mengalami hambatan seperti pengadaan barang, pemilihan lokasi usaha serta penjualan. Faktor ini menjadi masalah karena kurangnya sumber informasi yang menyebabkan adanya ketidaksesuaian dalam proses perdagangan. Hal ini disebabkan oleh minimnya teknologi yang mengakibatkan semuanya harus

ditempuh dengan cara tradisional. Contohnya para penjual akan meriset para pemasok dari satu lokasi ke lokasi lainnya untuk membandingkan harga dan kualitas yang sesuai dengan keinginannya. Lalu masalah yang sering terjadi ialah memilih lokasi usaha yang digunakan untuk berdagang. Masalah ini seringkali dialami oleh pelaku usaha karena membutuhkan modal usaha yang besar. Situasi inilah yang membuat proses perdagangan menjadi tidak efektif dalam segi waktu dan biaya.

Seiring kemajuan zaman, teknologi dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dimulai dengan munculnya jaringan internet yang dapat menghubungkan semuanya melalui *online*. Kemudian internet berkembang lagi dengan menyediakan jaringan internet ke 3G, lalu maju ke jaringan internet 4G, dan kini internet mulai bersiap untuk menyambut jaringan internet 5G. Kondisi inilah yang kemudian membuat bisnis jual beli atau perdagangan juga ikut berkembang. Dengan adanya internet, website dan media sosial mulai berkembang. Melalui sarana ini, beberapa pelaku usaha jual beli memanfaatkan untuk mempertemukan mereka dengan para calon pembeli. Beberapa website diantaranya seperti Kaskus, sebuah forum yang sempat trending di awal tahun 2000an mempunyai forum khusus yakni forum jual beli yang dimana para penjual dapat membuat lapak mereka dalam sebuah postingan untuk mempromosikan barang mereka. Para penjual dan pembeli mulai bertemu melalui *online* sehingga efektif segi waktu dan biaya. Bagi penjual, mereka tidak perlu mengeluarkan biaya untuk menyewa tempat melainkan gratis hanya

perlu mendaftar menggunakan email. Bagi pembeli, mereka lebih mudah mencari informasi barang yang dibutuhkan tanpa harus keluar rumah.

Teknologi yang berkembang pesat saat ini sangat memudahkan para pelaku perdagangan. Akhir-akhir ini banyak sekali situs jual beli *online* yang bermunculan. Situs ini dinamakan *e-commerce*. Menurut Kotler & Amstrong, 2012 dalam (Mambu, T. R., dkk., 2021) menyebutkan bahwa *E-commerce* adalah saluran *online* yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan. Mekanisme *e-commerce* lebih efektif daripada berbelanja di tempat lain. *E-commerce* cenderung membuat tampilan yang memudahkan penjual dan pembeli untuk bertemu dalam kondisi *online*. Sebelumnya bagi pembeli, ada ketakutan ketika berbelanja melalui *online* karena tidak ada pihak ketiga yang menjamin proses transaksi sehingga ada risiko untuk ditipu. Namun dengan adanya *e-commerce* sebagai pihak ketiga, antara penjual dan pembeli menjadi saling percaya dalam melakukan transaksi.

Salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia adalah Tokopedia. Banyak manfaat yang didapat dari hadirnya Tokopedia. Mulai dari masalah yang sering dialami oleh pembeli yakni penipuan, kualitas barang buruk, dan lain-lain. Tokopedia menyajikan dengan informasi yang sangat lengkap, mulai dari sistem pembayaran, penilaian kualitas toko penjual, dan banyaknya promo yang menguntungkan bagi pembeli. Bagi penjual, banyak masalah yang dapat

terselesaikan seperti biaya dalam membuka toko gratis, fitur yang memudahkan dalam memasarkan produk, hingga informasi tentang pasar yang sangat luas. Hal inilah yang kemudian membuat banyaknya pelaku usaha baru bermunculan seperti pelajar atau mahasiswa yang belum memiliki modal usaha bisa mulai merintis usaha melalui berjualan *online* dengan metode *reseller*.

Menurut Yustisia, 2013 dalam (Pramesti, dkk., 2018) *reseller* yaitu penjualan kembali atau orang yang melakukan penjualan dari produk orang lain melalui website mereka dengan satu kesepakatan. Barang yang didapat dari *reseller* biasanya datang dari pemasok yang memproduksi barang tersebut. Fokus utama *reseller* adalah mengambil laba melalui selisih harga yang dijual dengan harga yang diberikan oleh pemasok. Saat ini, banyak *reseller* yang menjual produknya melalui *online*, diantaranya ada yang berjualan di *e-commerce* dan di media sosial. Dalam usaha *reseller* ini ada beberapa kelebihan dan kekurangan. Salah satu kelebihannya adalah pelaku usaha tidak melalui tahap produksi produk, namun hanya fokus dalam berjualan. Kekurangan dalam *reseller* adalah banyaknya persaingan dengan toko lain yang menjual barang sejenis.

Penulis ingin meneliti obyek usaha toko online yang sudah disetujui oleh pojok Kewirausahaan tentang masalah yang dihadapi. Usaha ini bernama Goods Place\_id. pemilik dari usaha ini adalah penulis sendiri. Usaha ini bergerak di bidang *reseller* produk elektronik dan aksesoris mobil. Usaha ini berfokus dalam penjualan di marketplace Tokopedia. Saat ini Goods Place\_id mendapat nilai reputasi perunggu 5 pada lapak di Tokopedia. Kurang lebih

usaha ini sudah berjalan lebih dari 1 tahun, tepatnya didirikan tahun 2020 bulan maret. Produk yang dijual Goods Place\_id adalah produk elektronik dan aksesoris mobil seperti karaoke mixer, power inverter, tape audio mobil, stiker mobil, lampu mobil, klakson mobil, dan lain-lain. Dalam berusaha Goods Place\_id mempunyai misi memberikan barang dengan mutu dan kualitas terbaik, terbukti dengan nilai ulasan 4.8/5 dengan jumlah 71 ulasan. Berkaitan dengan usaha menyukseskan misi tersebut selama usaha ini didirikan selalu memberikan pelayanan yang terbaik dari kecepatan proses pemesanan, keamanan kemasan barang hingga *after sales service* yang dilakukan. Dalam usaha memperluas pasar dan pengembangan, ada beberapa masalah yang dialami oleh Goods Place\_id.

Menurut Atmosudirjo, 2010 dalam (Santoso, 2010) mengemukakan masalah adalah sesuatu yang menyimpang dari apa yang diharapkan atau direncanakan atau ditentukan untuk dicapai. Sedangkan kendala merupakan halangan rintangan yang membatasi, menghalangi atau mencegah pencapaian sasaran. Perbedaan antara masalah dan kendala yaitu masalah harus diselesaikan dengan cara mengidentifikasi dan mencari penyelesaian agar tidak berdampak negatif pada usaha, sedangkan kendala adalah rintangan atau halangan yang dapat dihindari dengan mencari alternatif lain.

Beberapa masalah yang dialami oleh Goods Place\_id yaitu adanya persaingan yang ketat di antara para toko lain yang menjual barang sejenis di lokasi yang sama yakni marketplace Tokopedia. Banyaknya toko online dengan konsep *reseller* tersebut membuat persaingan menjadi sangat ketat di

marketplace Tokopedia khususnya dalam kategori elektronik dan aksesoris mobil. Menurut (Liana & Sambharakreshna, 2016) Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan.

Tabel 1.1 Segmentasi Pesaing

No	Nama	Reputasi	Segmentasi Produk	Tahun didirikan
1.	Habibi Shop 88	Gold 4	Elektronik dan keperluan rumah tangga	2017
2.	Dolphin Hobby	Gold 1	Elektronik dan hobi	2014
3.	Abid Mobile	Gold 1	Aksesoris dan hobi	2020
4.	Dean Cellular	Silver 5	Hobi dan keperluan rumah tangga	2015
5.	Kusuma Shop 21	Silver 5	Elektronik dan hobi	2016

Berdasarkan data dari tabel 1.2 ada 5 segmentasi pesaing yang dihadapi oleh Goods Place\_id. Pesaing yang pertama adalah Habibi Shop 88 yang didirikan tahun 2017 dengan tingkat reputasi Gold 4, barang yang dijual adalah kategori elektronik dan keperluan rumah tangga. Yang kedua ada Dolphin Hobby yang didirikan tahun 2014 dengan tingkat reputasi Gold 1, barang yang dijual adalah kategori elektronik dan hobi. Yang ketiga adalah Abid Mobile yang didirikan tahun 2020 dengan tingkat reputasi Gold 1, barang yang dijual

adalah kategori aksesoris dan hobi. Selanjutnya ada Dean Cellular yang didirikan tahun 2015 dengan tingkat reputasi Silver 5, barang yang dijual adalah kategori hobi dan keperluan rumah tangga. Yang terakhir adalah Kusuma Shop 21 yang didirikan tahun 2016 dengan tingkat reputasi Silver 5, barang yang dijual adalah kategori elektronik dan hobi.

Masalah lain yaitu hubungan dengan *supplier*. Dalam mengelola stok produk ada beberapa stok produk yang tidak selalu tersedia di *supplier* sehingga mengakibatkan beberapa pesanan konsumen harus dibatalkan. Kurangnya sumber informasi mengenai stok produk disebabkan karena Goods Place\_id tidak memproduksi produk sehingga tingkat ketergantungan dengan *supplier* sangat tinggi. Masalah dengan *supplier* juga berlanjut dalam hal pembayaran. Dalam proses pembayaran suatu produk, *supplier* selalu meminta pembayaran secara kontan, sedangkan dalam aktivitas bisnis di Marketplace Tokopedia, pendapatan penjualan ditahan selama proses pengiriman hingga konsumen mengonfirmasi pesanan selesai yang membutuhkan waktu tiga sampai lima hari. Selama tenggang waktu tersebut, Goods Place\_id harus melunasi dahulu kepada *supplier* sehingga berdampak pada kondisi keuangan perusahaan yang mengharuskan mempunyai modal usaha yang besar.

Kecepatan mengirim pesanan

371.2 menit

Tingkatkan hingga di bawah 359 menit



Gambar 1.1 Performa kecepatan mengirim pesanan

Dari gambar 1.1 terlihat kecepatan mengirim pesanan dari Goods Place\_id adalah 371,2 menit. Dari data tersebut dapat dilihat jika angka tersebut lebih tinggi dari kriteria maksimal yaitu 359 menit, sehingga dapat disimpulkan Goods Place\_id terlambat 12,2 menit dari waktu maksimal yang ditentukan. Dampak dari keterlambatan ini dapat memicu performa toko menurun yang menyebabkan toko tidak dapat tampil di halaman terdepan.



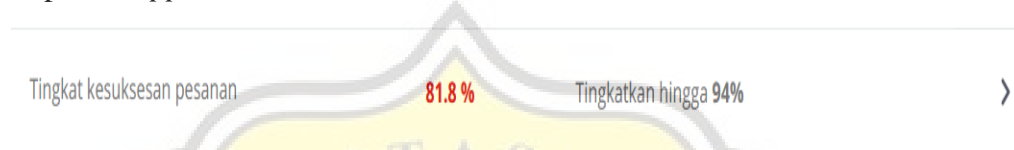
Gambar 1.2 Stok kosong kosong

Dari Gambar 1.2 terlihat adanya stok kosong pada sebuah produk di supplier yang tidak tersedia melalui Online / COD sejak 7 Juli 2021, lalu untuk cabang toko Semarang tidak tersedia sejak 24 April 2021, dan stok produk tersebut juga kosong di cabang lainnya.

Gambar 1.3 Pembatalan pesanan akibat stok produk kosong



Gambar 1.3 adalah tangkapan layar dari salah satu penjualan di Goods Place\_id yang dibatalkan. Pembatalan produk tape audio dengan harga Rp 199.000 ini dibatalkan oleh penjual dikarenakan produk tersebut tidak tersedia di pihak *supplier*.

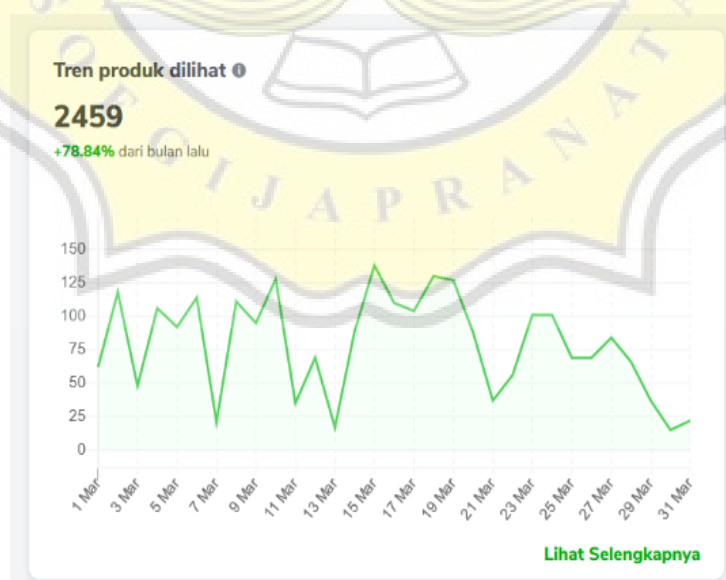


Gambar 1.4 Performa kesuksesan pesanan

Dari gambar 1.4 tingkat kesuksesan pesanan dari Goods Place\_id adalah 81,8%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa angka tersebut lebih rendah dari kriteria minimum yaitu 94% yang berarti Goods Place\_id harus meningkatkan 12,2% untuk memenuhi kriteria minimum. Dampak dari tidak terpenuhinya kriteria minimum menyebabkan skor kredit toko online rendah dan berpotensi skema keanggotaan dilepas sehingga tidak mendapatkan fasilitas-fasilitas khusus yang disediakan oleh *marketplace*.

Masalah selanjutnya yaitu sumber daya manusia yang terbatas. Dikarenakan usaha ini tergolong baru dan masih berkembang, saat ini Goods Place\_id belum mempunyai tenaga kerja. Beberapa aktivitas seperti membalas pesan konsumen, memproses pesanan, mengemas barang dan mengantar barang masih dilakukan oleh pemilik sendiri sehingga aktivitas usaha kurang efektif. Kurangnya sumber daya manusia juga mengakibatkan tampilan dekorasi toko Goods Place\_id kurang maksimal dari segi desain dan kualitas foto karena tidak dikerjakan oleh tenaga kerja yang ahli di bidangnya, melainkan hanya dikerjakan secara sederhana.

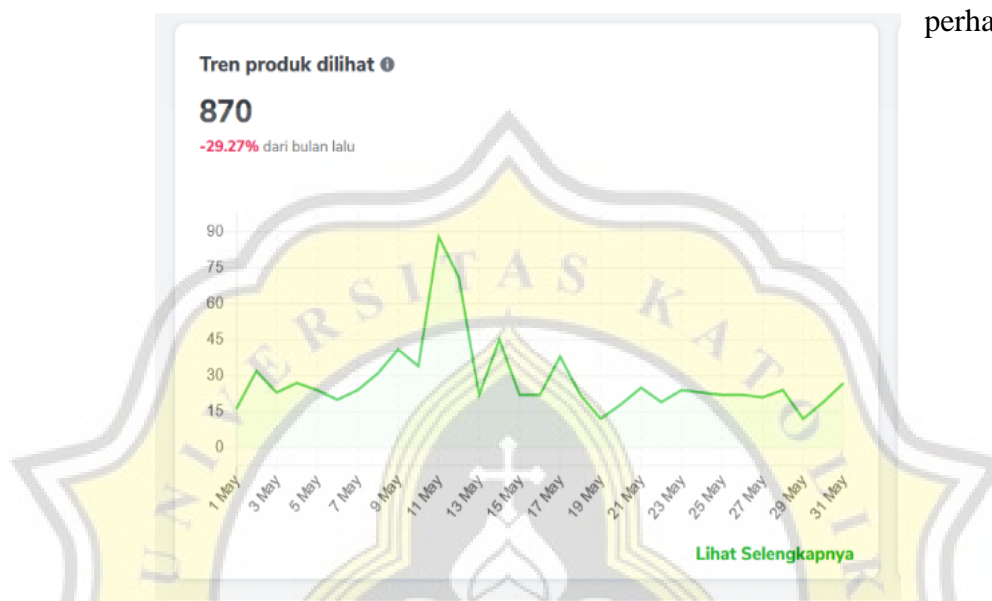
Beberapa masalah lain yaitu dalam menghadapi kondisi pasar yang berubah-ubah. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk selalu menyesuaikan dan mencari strategi yang tepat untuk tetap bertahan. Dalam menghadapi krisis seperti halnya keadaan pandemi *Covid-19* yang terjadi selama satu tahun terakhir berakibat pada penurunan performa usaha. Adanya perubahan kondisi pasar ini berdampak dalam gaya hidup masyarakat yang memaksa beberapa aktivitas harus dilaksanakan di rumah. Dalam kondisi demikian tentunya ada beberapa peluang yang bisa dimanfaatkan. Beberapa masyarakat yang menghabiskan waktunya di rumah biasanya akan mencari hobi baru untuk mengatasi kebosanan. Akibat dari masalah yang dialami oleh usaha Goods Place\_id ini akhirnya mengakibatkan tren konsumen menurun selama tiga bulan terakhir. Penurunan ini menyebabkan toko menjadi sepi sehingga berdampak pada pendapatan usaha.



Gambar 1.5 Tren konsumen bulan maret

Gambar 1.5 adalah tren produk dilihat dari Bulan Maret 2021 yang berjumlah 2459 pengunjung. Dari data tersebut selama 31 hari tingkat pengunjung fluktuatif naik dan turun di sekitar 25 orang hingga 150 orang

perhari.



Gambar 1.6 Tren konsumen bulan april

Gambar 1.6 adalah data tren produk dilihat bulan April 2021 yang berjumlah 1230 orang. Dari data tersebut menunjukkan adanya penurunan sebesar 1229 orang. Penurunan tersebut terjadi di tanggal 7 April yang berlanjut hingga tanggal 29 April. Dampak dari penurunan ini membuat toko menjadi sepi sehingga omset penjualan menurun.



Gambar 1.7 Tren konsumen bulan mei

Gambar 1.7 adalah data tren produk dilihat bulan Mei 2021 yang berjumlah 870 orang. Dari data tersebut menunjukkan penurunan sebesar 360 orang. Penurunan tersebut terus berlanjut sejak bulan April akhir. Rata-rata produk dilihat perhari ada diangka 15 orang hingga 80 orang.

Dalam upaya mengatasi masalah dan meningkatkan keunggulan kompetitif dari industri ini, maka diperlukan adanya strategi pengembangan dengan memanfaatkan keunggulan dan peluang yang ada. Goods Place\_id perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha baik dari sisi internal maupun eksternal perusahaan. Dengan diketahuinya faktor internal dan eksternal maka dalam mengembangkan usahanya, Goods Place\_id akan lebih optimal dalam memanfaatkan peluang ataupun kekuatan yang ada untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Untuk mengidentifikasi faktor internal dan

eksternal pada Goods Place\_id dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT.

Analisis SWOT dapat digunakan untuk mengetahui kondisi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki perusahaan serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang tengah dihadapi perusahaan. Menurut Kotler dalam (Sundari & Respatiningtias, 2020) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. S (*Strength*) merupakan kekuatan atau kelebihan yang dimiliki oleh objek usaha tersebut, W (*Weakness*) merupakan kelemahan yang terdapat pada objek usaha, O (*Opportunity*) merupakan sebuah kesempatan atau peluang yang dapat digunakan oleh obyek usaha untuk memenangi persaingan, T (*Threat*) merupakan ancaman yang harus diantisipasi oleh usaha baik dari faktor internal maupun faktor eksternal. Analisis SWOT memiliki beberapa kelebihan, diantaranya analisis ini mampu mengetahui setiap kelemahan dan kelebihan sebuah usaha sehingga bermanfaat dalam meminimalisasikan dampak atau konsekuensi yang akan terjadi di waktu akan datang. Melalui analisis SWOT ini dapat diambil alternatif strategi dalam persaingan yang ketat.

Setelah melakukan analisis SWOT, dilanjutkan dengan menetapkan beberapa alternatif strategi. Suatu usaha yang tidak memiliki strategi dalam menjalankannya, menyebabkan usaha tersebut lama kelamaan akan kalah dengan usaha lain yang muncul. Rencana strategi ini dapat diterapkan pada usaha untuk mengatasi masalah yang terjadi serta mendorong pengembangan usaha.

Berdasarkan alasan di atas, peneliti ingin mengetahui secara lengkap dari sisi pengelolaan baik internal maupun eksternal dan pengembangan dari usaha tersebut, sehingga penelitian ini dipilih dengan judul **“Strategi Pengembangan Pada Usaha Online Goods Place\_id Berdasarkan Analisis SWOT”**.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan dengan uraian latar belakang tersebut, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana Business Model Canvas pada usaha online Goods Place\_id ?
2. Bagaimana Analisis SWOT pada usaha online Goods Place\_id ?
3. Bagaimana strategi yang dapat diterapkan oleh Goods Place\_id ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui Business Model Canvas pada usaha online Goods Place\_id.
2. Untuk mengetahui Analisis SWOT pada usaha online Goods Place\_id.
3. Untuk mengetahui strategi yang dapat diterapkan oleh Goods Place\_id.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi tiga diantaranya :

1. Bagi pelaku usaha Goods Place\_id : Analisis metode penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi sehingga upaya strategi pengembangan dapat diterapkan dalam memajukan usahanya.
2. Bagi Universitas : Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi mengenai strategi berdasarkan analisis SWOT di Universitas Katolik Soegijapranata sebagai perkembangan ilmu pengetahuan.

