

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis e-commerce pada masa kini perkembangan digital industri 4.0 telah memunculkan Jenis transaksi dropshipping, merupakan sistem yang sangat banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena bisnis ini bisa dibilang cukup mudah dan tidak merepotkan, mengingat tidak perlu memiliki barang, toko secara nyata, gudang sebagai penyimpanan barang, tidak membutuhkan modal, memiliki fleksibilitas waktu yang baik yang artinya bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Karena itu bisnis ini bisa dijadikan usaha sampingan oleh masyarakat Indonesia karena terdapat kemudahan dan efektifitas waktu dalam menjalakkannya.

Dropship merupakan suatu kegiatan perdagangan di mana penjual tidak menyimpan stok barang yang ia jual. Jika penjual mendapatkan pesanan, penjual tersebut langsung meneruskan pesanan dan detail pengiriman barangnya ke distributor/supplier/produsen, berdasarkan kutipan dari jurnal (Amrita dkk., 2020). Sistem bisnis yang seperti ini tentunya banyak menjawab kesulitan yang di alami oleh supplier utama dalam pendistribusian dan pemasaran produk.

Dropshipper atau pelaku dropship sering disebut juga dengan istilah makelar, perantara, broker, pialang dan lain sebagainya. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), makelar memiliki dua arti. Pertama, perantara perdagangan (antara pembeli dan penjual) atau orang yang menjualkan barang dagangan serta orang yang mencarikan pembeli. Kedua, orang atau badan hukum

yang berjual-beli sekuritas/barang untuk orang lain atas dasar komisi, berdasarkan kutipan dari jurnal (Hamdani, 2018). Supplier utama yang mempunyai daya tahan kuat akan lebih banyak mengambil peran dalam sistem bisnis ini, dikarenakan pola konsumtif masyarakat indonesia yang begitu fluktuatif menyebabkan perubahan daya beli yang signifikan.

Dengan adanya hal yang demikian, persaingan bisnis antara pengusaha yang satu dengan lainnya berjalan semakin ketat (*hyper competitive*) untuk berlomba-lomba mencari keuntungan yang besar dari masyarakat. Sehingga dalam menjalankan bisnisnya, ia mampu mempertahankan bisnis yang dimaksud dalam keadaan persaingan yang sengit di era modern ini, berdasarkan hasil kutipan dari jurnal (AMELIA, 2021). Berbagai sistem bisnis dengan mempertimbangkan sumber daya yang ada akan mampu membuat sebuah perusahaan atau umkm untuk bertransformasi mengikuti perkembangan dunia industri bisnis yang lebih efektif dan bersaing secara sehat.

Sistem bisnis yang kuat akan mempertahankan daya tahan perusahaan atau umkm itu sendiri, hal ini dibarengi dengan manajemen rantai pasok produk yang benar dan efisien. Supply chain management harus dikelola menurut budaya perusahaan masing - masing dan terintegrasi dengan sumber daya bisnis yang tersedia, persaingan yang kompetitif akan membuat cara manajemen rantai pasok yang berbeda - beda setiap perusahaan dan itu menimbulkan masalah baru untuk sebuah usaha/perusahaan yang berbaur dengan sistem bisnis yang terkini.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Supply Chain Management, merupakan pengintegrasian sumber-sumber bisnis yang kompeten baik didalam maupun diluar perusahaan inti mendapatkan sistem suplai yang

kompetitif dan berfokus kepada sinkronisasi aliran produk dan informasi untuk menciptakan nilai pelanggan (customer value) nilai tinggi. Sumber-sumber bisnis yang diintegrasikan meliputi pemasok (supplier), pabrikan, gudang, pengangkut, distributor, retailer dan konsumen yang bekerja secara efisien sehingga produk yang dihasilkan dan didistribusikan memenuhi tepat jumlah, kualitas, waktu dan lokasi, berdasarkan hasil kutipan dari jurnal (Wibawanto, 2018).

Supply Chain Management yang baik sangat penting untuk mencapai pengintegrasian yang lebih efisien dari supplier, manufacture, distributor, retailer, dan customer agar barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai cost dari sistem secara keseluruhan yang minimum. Manajemen rantai pasokan (supply chain management) mampu mengatasi masalah persediaan agar produk dalam keadaan tersedia dan layak konsumsi. Pengendalian dilakukan untuk mengendalikan persediaan dari kekurangan dan kelebihan produksi, penawaran, ataupun permintaan. Kekurangan produk-produk tersebut akan menimbulkan komplain dari konsumen karena tidak menyediakan barang yang mereka inginkan dan perusahaan akan kehilangan pendapatan.

Sumatera Barat adalah salah satu provinsi yang menghasilkan beragam makanan khas yang banyak digemari di Indonesia, salah satunya adalah Rendang. Makanan khas Minangkabau ini sudah terkenal di Indonesia, bahkan salah satu merek mie instan membuat produknya memiliki rasa Rendang. Di kota Padang terdapat beberapa produksi makanan Rendang dan sudah divariasikan dalam bentuk yang menarik.

Kota Padang saat ini sedang berbenah ke arah pembangunan kepariwisataan. Kota ini juga terkenal akan masakan rendangnya. Tidak hanya di Indonesia, namun rendang juga terkenal hingga mancanegara. Ditambah ketika sebuah poling yang menobatkan rendang sebagai makanan terenak di dunia. Membuat rendang semakin dikenal. Dengan semakin dikenalnya makanan Rendang ini, membuat banyak bermunculan pebisnis yang mengambil ruang untuk terus menjual makanan yang satu ini. Terutama ketika kita masuk di era digital dengan metode pemasaran dengan online, semakin banyaknya muncul pengusaha yang menjual rendang kemasan, hingga masyarakat Indonesia semakin leluasa dan mudah untuk mendapatkan rendang tanpa harus datang ke rumah makan, berdasarkan hasil kutipan dari jurnal (Egim dkk., 2021).

Rendang merupakan salah satu makanan tradisional masyarakat Minangkabau, Sumatera Barat. Biasanya rendang disajikan dalam rangka acara-acara adat seperti acara pernikahan, ‘makan bajamba’ dan acara-acara penting lainnya. Pada saat ini rendang sudah bisa dijumpai dimana-mana bahkan sampai ke mancanegara, karena rasanya yang enak sehingga rendang dinobatkan sebagai hidangan peringkat pertama dalam daftar World’s 50 Most Delicious Food (50 Hidangan Terlezat Dunia) yang digelar oleh CNN Internasional, pada tahun 2017, berdasarkan kutipan dari jurnal (Rendang dkk., 2019).

Masing-masing daerah di Sumatera Barat menghasilkan Rendang dengan bentuk dan citarasa yang berbeda. Secara umum rendang di Minangkabau berbahan baku daging sapi yang dimasak dengan santan kelapa, cabe, jahe dan bumbu lainnya pada suhu 80-93oC selama 5-6 jam . Masyarakat minangkabau mengembangkan jenis Rendang lainnya yang berbahan baku belut, lokan, telur,

daging ayam, daging itik, hati sapi, paru sapi dan ikan tongkol yang dimasak sesuai bumbu dan cara membuat Rendang yang sama dengan rendang daging sapi.

Rendang Asese yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini, Industri Rendang Asese didirikan di Padang-Sumatra Barat sejak tanggal 23 Maret 2003 dan kini berganti nama menjadi PT. Asal Seiya Sekata yang merupakan kepanjangan dari ASESE sesuai dengan akta No. 10 tanggal 23 Oktober 2017 dengan Notaris Nasrul, SH di Padang. Awalnya hanya membuat rendang sesuai pesanan dan hanya membuat 1 jenis rendang yaitu rendang Paru Kering. ASESE telah memproduksi 8 jenis rendang yang sudah mendapatkan sertifikat SNI serta produk cemilan lainnya, bahan baku aneka olahan rendang berasal dari produk lokal dengan mutu prima ditangani dan diproduksi dengan cara pengolahan rendang yang baik sesuai pedoman teknis pengolahan rendang yang baik dari peraturan pemerintah yang berlaku, ASESE memproduksi rendang lokan atau kerang (basah) dan rendang ikan tuna berdasarkan media publikasi resmi dari (*sejarah rendang asese*, n.d.).

Rendang Asese yang masih butuh jangkauan pemasaran secara luas mempunyai masalah dalam pendistribusian produk, bermacam makanan khas Sumatra barat di produksi tidak cukup mengandalkan toko offline yang begitu terbatas, media sosial yang digunakan untuk promosi secara online belum begitu efektif maka perlu dibuat sebuah sistem bisnis yang terintegrasi untuk memudahkan dalam pendistribusian produk.

Berdasarkan uraian diatas pentingnya sistem bisnis dan manajemen rantai produk yang baik, maka penulis mengangkat judul penelitian “**SISTEM INFORMASI DROPSHIP DENGAN METODE SUPPLY CHAIN**

MANAGEMENT PADA USAHA PEMASOK PRODUK MAKANAN KEMASAN "RENDANG ASESE" KOTA PADANG MENGGUNAKAN JAVA DAN DATABASE MYSQL” dengan adanya sistem dropship ini, diharapkan membantu pihak Rendang Asese dalam pemasaran dan pendistribusian produk secara luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang di jelaskan di atas sebelumnya maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sistem yang dibangun berbasis website dapat membantu dalam pendistribusian produk kemasan Rendang Asese ?
2. Bagaimana sistem pemasaran Dropship dengan menggunakan metode Supply Chain Management dapat mempermudah Dropshipper dan Karyawan dalam pendistribusian produk ?
3. Bagaimana metode Supply Chain Management dapat membantu pihak manajemen, karyawan Rendang Asese dalam manajemen produk, penjualan dan pendistribusian ?

1.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau pemecahan masalah yang bersifat sementara yang nantinya akan di buktikan dengan hasil yang sesuai dengan masalah yang di hadapi. Ada beberapa hipotesis yang dapat dijabarkan, antara lain:

1. Diharapkan dengan adanya aplikasi sistem pemasaran Dropship yang di ciptakan menggunakan bahasa pemograman JAVA dan database MYSQL yang di aplikasikan pada usaha Rendang Asese dapat membantu dalam perluasan pendistribusian produk secara efektif.
2. Diharapkan dengan adanya aplikasi berbasis website ini dapat mempermudah Dropshipper, karyawan, dalam aksesibilitas pendistribusian produk olahan Rendang Asese yang bisa dijadikan alternatif di samping pemasaran secara offline.
3. Diharapkan dengan adanya Database MYSQL dapat membantu pihak manajemen produk, karyawan Rendang Asese dalam menyimpan data dropshipper dan data customer dengan aman dan efektif.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian skripsi ini terarah dan tujuan dari penulis dapat tercapai sesuai di harapkan, maka perlu adanya batasan masalah, yaitu :

1. Aplikasi sistem pemasaran Dropship dengan metode Supply Chain Management di bangun menggunakan bahasa pemograman JAVA dan database MYSQL.
2. Kriteria yang dipergunakan menjadi dasar penelitian diperoleh dari pihak Rendang Asese dan media publikasi yang telah tersedia di website resmi.
3. Sistem hanya menyelesaikan masalah yang terkait dengan pendistribusian produk, pemasaran produk secara online dan manajemen rantai pasok Rendang Asese.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pembangunan sistem pemasaran Dropship pada pihak Rendang Asese adalah :

1. Membuat aplikasi sistem pemasaran Dropship berbasis website.
2. Mengetahui tentang persediaan produk dan rantai distribusi untuk memilih alternatif terbaik dalam pemasaran dan pendistribusian.
3. Membantu pihak Dropshipper, manajemen dan karyawan dalam melakukan promosi dan aksesibilitas yang mudah untuk customer dalam berbelanja di situs aplikasi website.
4. Membantu pihak manajemen, karyawan Rendang Asese dalam mengelola rantai pasok dan memantau aktivitas yang terjadi dalam sistem aplikasi website.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi pihak Rendang Asese
 - a. Dapat memudahkan pihak manajemen, karyawan Rendang Asese dalam mendistribusikan produk olahan makanan kemasan dengan sistem Dropship.
 - b. Dapat membantu pihak manajemen, karyawan Rendang Asese dalam monitoring aktivitas dan persediaan produk.
 - c. Dapat menghemat biaya promosi dan sewa tempat untuk pendistribusian produk olahan makanan kemasan Rendang Asese.

2. Manfaat bagi Penulis

- a. Dapat mengaplikasikan ilmu yang di peroleh dibangku perkuliahan, melatih dalam berfikir secara sistematis dan ilmiah, serta sebagai bahan acuan dalam pengembangan sistem selanjutnya.
- b. Sebagai bahan masukan dan mempermudah penulis untuk melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

3. Manfaat bagi akademik

- a. Berguna sebagai acuan dalam melihat kemampuan dan keahlian mahasiswa dalam jangka Panjang.
- b. Dapat dijadikan referensi peneliti selanjutnya, terutama bagi mahasiswa/i UPI YPTK Padang yang ingin mengembangkan sebuah penelitian dengan menggunakan metode Supply Chain Management (SCM).

1.7 Tinjauan Umum Usaha Rendang Asese

Tinjauan umum merupakan sebuah gambaran umum yang meliputi beberapa cakupan pada perusahaan tersebut seperti sejarah berdirinya dan struktur organisasi. Disini penulis akan menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan yang meliputi profil dan sejarah perusahaan.

1.7.1 Profil Usaha Rendang Asese

Nama Perusahaan : PT. Asal Seiya Sekata

Alamat : Jl.Thamrin Kelurahan Alang Laweh,
Kecamatan Padang Selatan Kota
Padang,Provinsi Sumatra Barat.

Telp/Fax : (0751) 890780

Email : Pt.asalseiyasekata@gmail.com

Personal Penghubung : Darmafinti (HP : 085263502815)

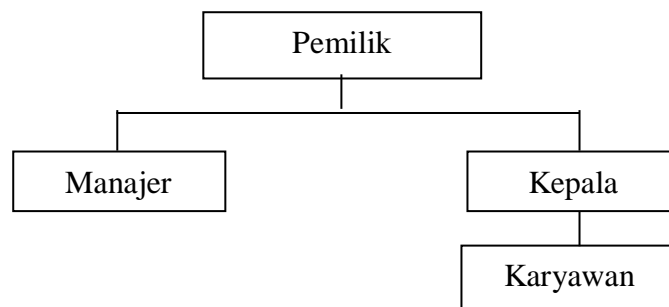
1.7.2 Sejarah Usaha Rendang Asese

Industri Rendang Asese didirikan di Padang-Sumatra Barat sejak tanggal 23 Maret 2003 dan kini berganti nama menjadi PT. Asal Seiya Sekata yang merupakan kepanjangan dari ASESE sesuai dengan akta No. 10 tanggal 23 Oktober 2017 dengan Notaris Nasrul, SH di Padang. Awalnya hanya membuat rendang sesuai pesanan dan hanya membuat 1 jenis rendang yaitu rendang Paru Kering. Seiring berjalannya waktu konsumen/pelanggan mulai bertambah dan sering menerima orderan, Maka asese mulailah mendaftarkan perizinan Industri rumah tangga (PIRT), membuat merek dengan nama ASESE dan melakukan pengemasan pada rendang sehingga rendang bisa dijadikan pilihan oleh-oleh khas ranah minang. Sebagai pengembangan dari inovasi produk, ASESE memproduksi rendang lokan atau kerang (basah) dan rendang ikan tuna. Sekarang, ASESE telah memproduksi 8 jenis rendang yang sudah mendapatkan sertifikat SNI serta produk cemilan lainnya, bahan baku aneka olahan rendang berasal dari produk lokal dengan mutu prima ditangani dan diproduksi dengan cara pengolahan rendang yang baik sesuai pedoman teknis pengolahan rendang yang baik dari peraturan pemerintah yang berlaku. Kebijakan mutu ini disosialisasikan kepada semua karyawan dan ditinjau kesesuaiannya secara terus menerus. Untuk promosi ASESE sering mengikuti pameran baik di kota Padang, kota Jakarta dengan dinas terkait, untuk pemasaran ASESE sudah membuka cabang untuk kota Jakarta.

1.7.3 Struktur Organisasi

Organisasi harus memenuhi syarat yang efisiensi, maksudnya setiap organisasi mampu berperan tertib menjalankan tugasnya untuk mencapai usaha dan kerja yang dihasilkan.

Adapun bentuk Struktur Organisasi dapat dilihat pada Gambar 1.1 dibawah ini :



Sumber: PT. Asal Seiya Sekata

Gambar 1. 1 Struktur Organisasi

1.7.4 Tugas dan Wewenang

Secara umum, tugas dan wewenang dari PT. Asal Seiya Sekata adalah:

1. Pemilik

- a. Menyusun rencana apa saja yang akan dilakukan agar dapat berkembang.
- b. Mendorong (memotivasi) bawahan untuk dapat bekerja dengan giat dan tekun.
- c. Membina bawahan agar dapat memikul tanggung jawab tugas masing-masing secara baik.
- d. Membina bawahan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien.
- e. Menyusun fungsi manajemen secara baik.
- f. Menciptakan iklim kerja yang baik dan harmonis.

2. Manajer

- a. Memberi tugas-tugas kepada para karyawan.
- b. Melakukan relasi hubungan terhadap pelanggan.
- c. Menjalin komunikasi dengan pelanggan setelah transaksi.
- d. Memberi instruksi untuk melaksanakan pekerjaan.
- e. Mengawasi karyawan-karyawan dalam melaksanakan tugasnya.

3. Kepala

- a. Memberi tugas-tugas kepada para karyawan.
- b. Menganalisa dan mengembangkan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan area sesuai dengan target yang ditentukan.
- c. Mengawasi karyawan-karyawan dalam melaksanakan tugasnya.

4. Karyawan

- a. Mencatat semua transaksi penjualan.
- b. Melayani dan menyapa pelanggan dengan baik.
- c. Menyebutkan jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen.
- d. Menyebutkan jumlah uang kembali kepada konsumen.