

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian, terutama dalam memenuhi kebutuhan konsumen lokal dengan produk yang bervariasi dan berkualitas. Salah satu UMKM yang berkembang di bidang ini adalah JB, sebuah usaha yang bergerak dalam penjualan pakaian serta mainan anak. Dalam upaya memenuhi kebutuhan pasar, UMKM ini memiliki satu *supplier* untuk memproduksi baju bayi, dan pengiriman stok produk mencapai 500-1500 unit setiap minggu di beberapa produk serta waktu tunggu barang tiba selama 7 hari.

Hasil wawancara dengan pemilik mengatakan bahwa permasalahan utama yang dihadapi JB adalah penumpukan jumlah stok barang yang berdampak langsung pada biaya persediaan. Perusahaan cenderung menyiapkan stok dalam jumlah besar berdasarkan perkiraan, tetapi ketika penjualan tidak mencapai target, terjadi penumpukan barang yang tidak terjual. Akibatnya, JB sering kali harus melakukan *flash sale* untuk mengosongkan stok lama dan biaya persediaan menjadi tinggi. Meskipun begitu, menurut pemilik kegiatan *flash sale* dinilai kurang efektif untuk menghabiskan stok barang lama. Pemilik JB ingin mengelola stok lebih efisien dan sesuai dengan permintaan pasar yang fluktuatif sehingga dapat menurunkan jumlah persediaan sebesar 10%.

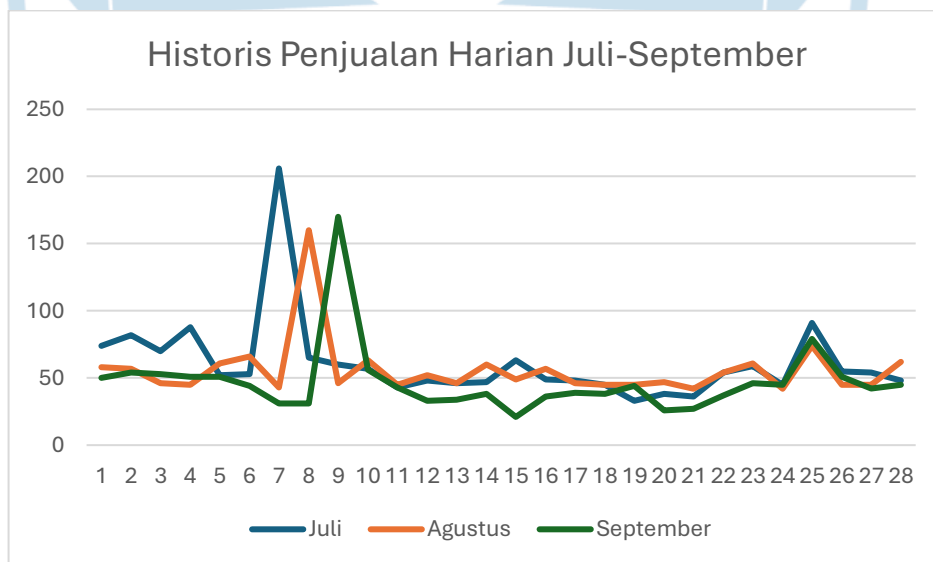
Adapun berdasarkan hasil kegiatan wawancara dengan admin pemasaran menyatakan bahwa JB telah menggunakan strategi pemasaran melalui konten media sosial serta *live streaming* guna menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan. Kegiatan *live streaming* ini telah diterapkan 4 jam untuk setiap harinya. Metode ini terbukti efektif untuk menjangkau *audiens* secara langsung. Namun, tim pemasaran dan tim konten mengeluhkan tantangan dalam menarik perhatian penonton, serta mempertahankan *audiens* agar tetap terlibat sepanjang sesi *live streaming*. Admin pemasaran ingin meningkatkan penjualan dan pendapatan dari produk-produk lama. Sedangkan admin konten ingin meningkatkan efektivitas *live streaming* dan strategi pemasaran yang lebih menarik sehingga lebih banyak menarik penonton untuk memaksimalkan target penjualan.

Permasalahan yang dihadapi UMKM JB dalam hal penumpukan jumlah persediaan serta tantangan menarik *audiens* pada strategi pemasaran *live streaming*, menunjukkan keterkaitan satu dengan yang lain. Dengan solusi yang tepat dan efektif, diharapkan JB dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saingnya di pasar.

1.2. Penelusuran Masalah

Dalam industri pakaian yang kompetitif dan cepat berubah, UMKM JB dihadapkan pada permasalahan terkait manajemen stok dan pemasaran. Setelah melakukan serangkaian pengamatan dan kegiatan wawancara internal, beberapa permasalahan diidentifikasi yang dapat mempengaruhi efektivitas operasional baik terhadap jumlah penumpukan barang.

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh JB adalah penumpukan jumlah persediaan. UMKM JB ini melakukan pengiriman 500-1500 produk per minggu. Namun, fluktuasi dalam permintaan pasar mengakibatkan penumpukan stok. Gambar 1.1 menunjukkan grafik penjualan harian dalam 3 bulan dari Juli 2024 hingga September 2024.



Gambar 1.1. Grafik Penjualan Harian Juli-September

Gambar 1.1 menunjukkan grafik historis penjualan bulanan yang diukur dari akumulasi total pesanan pada bulan juli hingga september yang mengalami penurunan. Akumulasi penjualan bulan juli mencapai 2097 pesanan, bulan Agustus yang mencapai 1820 pesanan dan bulan September yang mencapai 1502

pesanan. Terjadi peningkatan signifikan pada penjualan di beberapa tanggal, yang kemungkinan besar disebabkan oleh adanya *flash sale*, seperti terlihat pada lonjakan di tanggal kembar. Namun, setelah periode flash sale berakhir, penjualan mengalami penurunan. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa penjualan hanya meningkat secara tajam saat ada promosi khusus.

Adanya penumpukan stok ini memaksa perusahaan untuk melakukan *flash sale*, dimana menggunakan strategi ini juga dinilai kurang mampu dalam mengurangi volume produk. Tabel 1.1 menunjukkan klasifikasi dan jumlah penumpukan stok yang terjadi dalam UMKM berdasarkan data historis stok saat ini.

Tabel 1.1. Penumpukan Stok Beberapa Produk

Nama Produk	Stok Tersedia	Rata-Rata Penjualan (Minggu)
Baby Gift Hampers Newborn + Free Card	356	7
Kaos Anak Lengan Pendek Premium Unisex	301	3
Kaos Sleeveless Tanpa Lengan Kutung Anak	287	4
Kacamata Anak Kombinasi Unisex	379	4
Rok Anak Perempuan Short Pants Corduroy Premium	129	6

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan penumpukan stok pada beberapa kategori barang. penumpukan stok pada beberapa kategori barang, seperti Baby Gift Hampers Newborn + Free Card stok tersedia 356 unit dengan rata-rata penjualan mingguan 7 unit dan Kaos Anak Lengan Pendek Premium Unisex stok tersedia 301 unit dengan rata-rata penjualan mingguan 3 unit.

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini menjelaskan permasalahan utama yang dihadapi UMKM JB yaitu penumpukan stok dengan rata-rata penumpukan stok 290 unit dan rata-rata permintaan mingguan sebesar 5 unit.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan klasifikasi produk untuk menentukan prioritas pembelian produk, penentuan jumlah persediaan mendekati jumlah barang yang terjual dan memberikan usulan kepada perusahaan terhadap jumlah

pembelian barang sesuai proporsi klasifikasi barang. Titik keberhasilan pada penelitian ini mengacu pada penurunan jumlah persediaan sebesar 10% dari total persediaan bulan April yang mencapai 14.790 unit.

1.5. Batasan Masalah

Berlandaskan hasil observasi serta penelusuran, batasan masalah pada Tugas Akhir ini dapat mencakup hal-hal berikut ini.

1. Data penjualan dan stok: Analisis data penjualan dan stok terbatas pada data historis yang dimiliki UMKM JB dan *stock opname* yang dilakukan dengan frekuensi yang tidak konsisten dilakukan UMKM. Sehingga, akurasi data yang terjadi secara tiba-tiba tidak menjadi fokus utama penelitian.
2. Fokus pada produk tertentu: Penelitian ini hanya mencakup jenis produk tetap sebanyak 114 produk yang menjadi prioritas UMKM JB dalam upaya mengurangi *overstock*.
3. Waktu pengamatan: Hasil analisis dan rekomendasi pengelolaan stok dalam penelitian ini didasarkan pada data penjualan dan stok dalam rentang waktu tertentu yang disepakati dengan UMKM JB.