

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan eksportir batu alam merupakan perusahaan yang terus berusaha untuk mengembangkan kualitas dari produk maupun jasa yang diberikan serta terus ingin membentangkan usahanya di kancah internasional, dalam menjalankan usahanya perusahaan eksportir batu alam tidak melakukan manufaktur, tetapi membeli produk atau barang jadi dari pelaku usaha batu alam lain atau *supplier* batu alam untuk dijual kembali, perusahaan melakukan penjualan secara B2C (*Business to Consumer*) atau dapat dikatakan bahwa perusahaan menjual produknya secara langsung kepada konsumen

Dalam melakukan penjualan, penjualan yang dilakukan oleh perusahaan eksportir batu alam berfokus pada penjualan secara *online* dengan menggunakan *website*, sehingga *website* milik perusahaan tersebut membutuhkan performa tinggi agar visibilitas dari *website* tersebut berada pada urutan teratas, maka dari itu *website* milik perusahaan harus secara terus-menerus dilakukan pemeliharaan serta ditingkatkan terus menerus untuk menjaga stabilitas performa *website* itu sendiri.

Hal tersebut membuat perusahaan eksportir batu alam berusaha untuk melakukan pemeliharaan *website* perusahaan tersebut dengan menggunakan teknik *search engine optimization* atau yang lebih sering dikenal dengan SEO, di mana penggunaan *website* perusahaan dengan teknik SEO memberi dampak yang cukup signifikan pada penjualan, dampak yang diberikan adalah *website* milik perusahaan akan berada di urutan tertinggi atau teratas pada saat dilakukan pencarian produk atau *keyword* tertentu jika *website* milik perusahaan tersebut memiliki performa yang tinggi, sehingga pada saat melakukan pencarian mengenai produk tertentu, pembeli cenderung akan membuka *website* milik perusahaan terlebih dahulu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Accounting Manager* diketahui karena banyaknya *website* yang dimiliki oleh perusahaan, maka tidak semua *website* tersebut diperbaharui secara merata, sehingga maka dari itu performa dari *website* tersebut kemudian menurun, dengan menurunnya SEO *website* perusahaan tersebut maka secara otomatis visibilitas *website* perusahaan juga menurun.

Diketahui berdasarkan wawancara dengan *Business Development Manager* bahwa pada saat ini perusahaan eksportir batu alam berfokus pada penjualan *building*

material khususnya batu alam, bahan baku tersebut semakin lama akan semakin sedikit ketersediaannya di alam dikarenakan batu alam merupakan *unrenewable resources*. Dilakukan pula wawancara dengan PIC Warehouse dan diketahui pula bahwa hal tersebut menyebabkan menurunnya intensitas produksi dari *supplier* perusahaan eksportir batu alam, sehingga frekuensi pengiriman produk menjadi menurun.

Dari hasil wawancara dengan *President Director* dan *Staff Marketing*, didapatkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh perusahaan adalah potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen. Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen ini memiliki keterkaitan dengan kejadian dialami oleh perusahaan yaitu terjadinya kehilangan persediaan karena kasus pencurian persediaan yang ternyata sudah berlangsung selama 7 tahun dan setelah sekian lama kejadian tersebut baru disadari oleh pihak perusahaan. Dampak dari kejadian tersebut adalah persediaan barang jadi yang dimiliki menurun secara drastis, oleh karena itu untuk berdasarkan wawancara dengan pihak *stakeholder*, diperoleh informasi bahwa perusahaan memerlukan solusi sehingga ke depannya tidak terjadi potensi permintaan konsumen tidak bisa terpenuhi. Sebagai tambahan informasi sisa persediaan yang tersisa di gudang saat ini sudah sebagian sudah dialihkan untuk memenuhi permintaan dari konsumen yang sebelumnya sudah memiliki kontrak beli atau *order*.

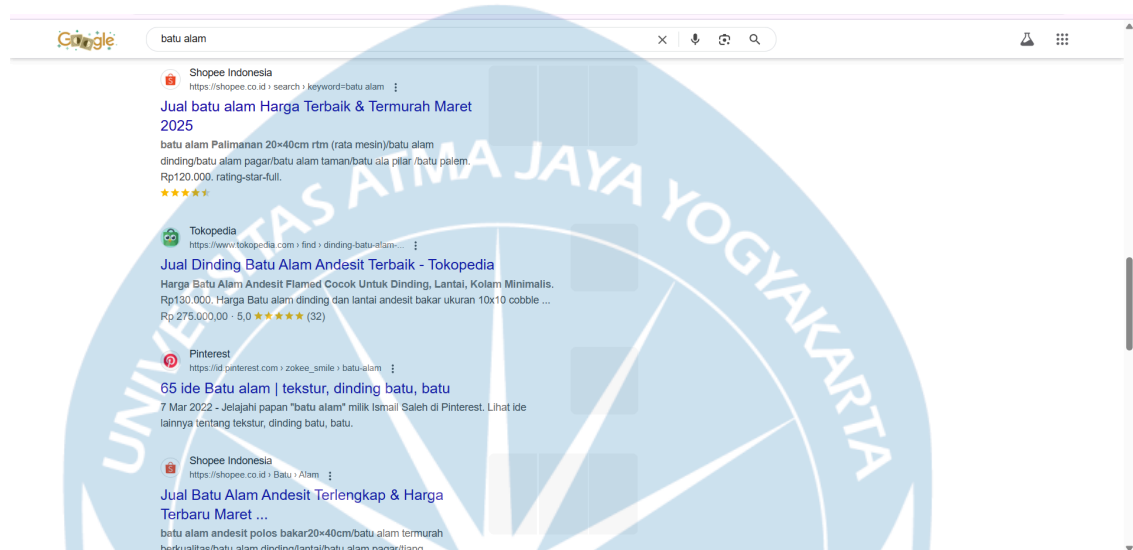
1.2. Penelusuran Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diterangkan sebelumnya, dilakukan pembahasan kembali dengan beberapa *stakeholder* perusahaan mengenai permasalahan-permasalahan tersebut, adapun *stakeholder* tersebut adalah *President Director* selaku *owner* dari perusahaan eksportir batu alam, *Accounting Manager*, *Business Development Manager*, PIC Warehouse serta *Staff Marketing* dari perusahaan eksportir batu alam. Adapun beberapa hasil wawancara dari masing-masing *stakeholder* tersebut mengenai permasalahan-permasalahan yang ada sebagai berikut

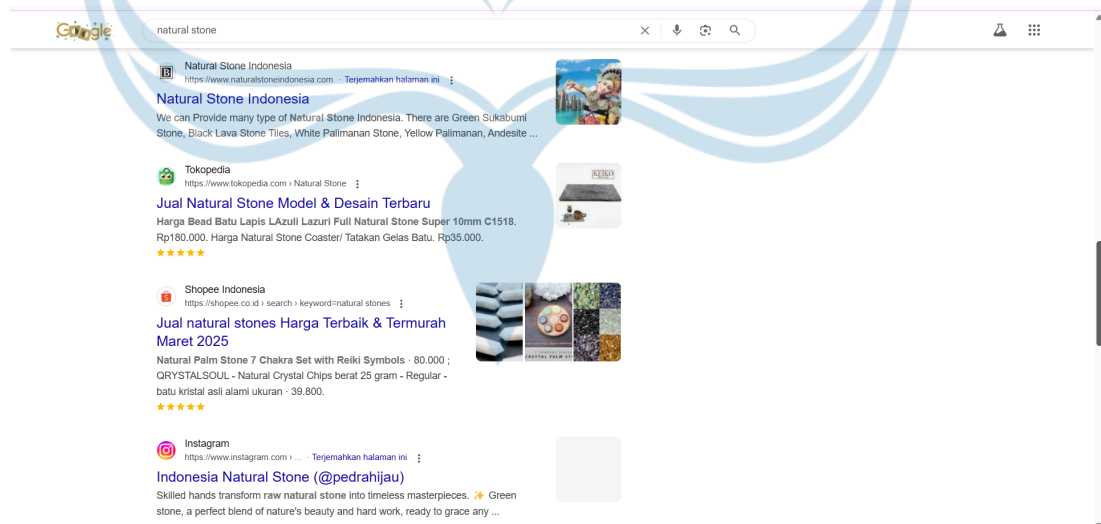
1.2.1. Penurunan SEO Website Perusahaan

Permasalahan peningkatan penjualan dengan menggunakan teknik SEO didiskusikan dengan *Accounting Manager*, dalam diskusi tersebut beliau menyatakan bahwa adanya beberapa *website* perusahaan yang kurang terpelihara, hal tersebut membuat performa dari *website* perusahaan tersebut menurun,

sehingga frekuensi pemesanan produk dari *customer* melalui *website* pun menurun, diketahui pula bahwa visibilitas *website* perusahaan tidak berada pada peringkat 3 teratas saat dilakukan pencarian dengan menggunakan kata kunci tertentu, penurunan performa dari *website* tersebut dibuktikan dengan percobaan pencarian *website* yang menjual batu alam dengan kata kunci “batu alam” atau “*natural stone*” pada Gambar 1.1. dan Gambar 1.2.



Gambar 1.1. Percobaan Pencarian Kata Kunci “Batu Alam”



Gambar 1.2. Percobaan Pencarian Kata Kunci “*Natural Stone*”

Berdasarkan data yang tertera dapat dilihat bahwa sejauh ini dari sekian banyaknya *website* yang dimiliki oleh perusahaan, *website-website* tersebut tidak berada pada peringkat pencarian teratas, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa SEO *website* milik perusahaan menurun.

1.2.2. Keterbatasan Bahan Baku Produk

Peluncuran varian produk yang dapat dijual oleh perusahaan eksportir batu alam didiskusikan dengan *Bussines Development Manager*, dalam diskusi tersebut beliau menyatakan bahwa pada saat ini perizinan untuk tambang dari batu alam semakin sulit untuk didapatkan, hal tersebut membuat bahan baku yang digunakan juga semakin lama semakin terbatas, adapun didapatkan pencarian data produksi pertambangan dikarenakan batu alam merupakan bahan baku yang didapatkan dari hasil tambang, pencarian data tersebut dilakukan dengan pencarian data dari BPS, perbandingan data volume produksi pertambangan bahan galian yang dapat diakses dalam periode waktu 2021-2023 dapat dilihat pada Gambar 1.3.

Jenis Bahan Galian	Volume Produksi Pertambangan Bahan Galian (M3)		
	2021	2022	2023
Pasir	67.410.742	63.770.119	49.661.461
Batu	-	-	-
Andesit	-	-	-
Kerikil	16.101.946	14.844.943	11.405.476
Batu Kapur	6.748.418	8.336.016	9.901.294
Pasir Kwarsa	2.014.724	3.072.399	3.206.719
Marmer	367.563	71.490	110.087
Tanah Liat	9.070.883	7.274.520	6.398.231
Tanah	8.275.473	14.188.795	8.859.488
Batu Lain	-	-	-
Batu Apung	-	-	-
Feldspar	120.477	125.273	171.453
Trass	-	-	-
Kaolin	603.093	375.127	619.084
Zeolite	-	-	-
Batu dan Andesit	39.376.264	40.656.472	36.741.365
Granit	5.319.892	4.523.883	4.270.637
Lainnya	4.382.370	2.979.205	4.047.338

Gambar 1.3. Data BPS Volume Produksi Pertambangan Bahan Galian
(Sumber: Badan Pusat Statistik)

Berdasarkan data-data tersebut, beberapa bahan galian yang dijadikan bahan baku produk perusahaan ekspor batu alam seperti marmer, batu dan andesit yang memiliki jumlah volume galian yang fluktuatif, serta kerikil dan granit yang

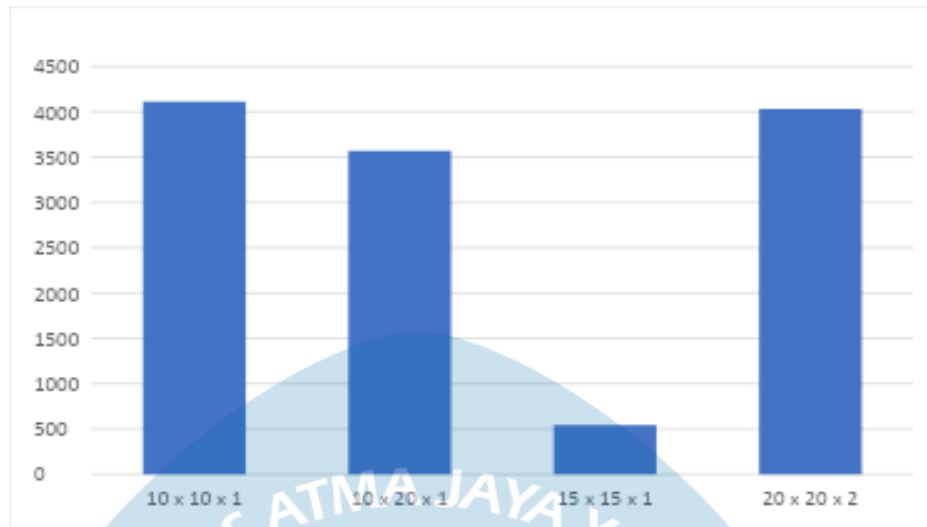
mengalami penurunan volume galian. Dilakukan pula diskusi dengan PIC *Warehouse*, di mana beliau menyampaikan bahwa permasalahan ini menyebabkan kuantitas pengiriman dari *supplier* lebih sedikit, sebelum permasalahan ini ada pengiriman dari *supplier* dapat mencapai 2 kali dalam 1 minggu untuk setiap *supplier*, namun setelah ini terjadi pengiriman dari *supplier* hanya 1 kali dalam satu minggu untuk setiap *supplier*, dari hasil diskusi tersebut dapat disimpulkan bahwa frekuensi pengiriman menurun sampai dengan 50%.

1.2.3. Potensi Tidak Dapat Memenuhi Permintaan Konsumen

Permasalahan potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen yang disebabkan karena terjadinya kehilangan persediaan yang terjadi di gudang didiskusikan dengan *President Director*, dalam diskusi tersebut beliau menyatakan bahwa persediaan yang dimiliki sebelumnya hilang dalam jumlah yang signifikan sehingga perusahaan mengalami kerugian puluhan miliar, dengan adanya kejadian tersebut kemudian berdampak pada penjualan. Di mana dilakukan pula diskusi dengan *Staff Marketing*, dalam diskusi tersebut beliau menyampaikan bahwa jenis produk yang dapat dijual ke konsumen menjadi lebih terbatas dikarenakan produk atau persediaan yang hilang merupakan produk yang menjadi *best seller*. Berikut perkiraan jumlah persediaan yang hilang dari tahun 2017-2024 dapat dilihat pada Tabel 1.1. dan Gambar 1.4.

Tabel 1.1. Data Jumlah Perkiraan Persediaan yang Hilang

No.	Jenis Batu	Dimensi	Jumlah Perkiraan Persediaan yang Hilang (m ²)
1	Batu Sukabumi	10 x 10 x 1	4110
2	Batu Sukabumi	10 x 20 x 1	3570
3	Batu Sukabumi	15 x 15 x 1	540
4	Batu Sukabumi	20 x 20 x 2	4030
Total			12.250



Gambar 1.4. Bar Chart Jumlah Perkiraan Persediaan yang Hilang

Adapun permintaan persediaan yang hilang tersebut dipenuhi dengan persediaan yang sudah ada, sehingga persediaan yang ada di gudang menurun drastis. Faktor lainnya yang terjadi adalah kehilangan persediaan karena pencurian, hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor lainnya, antara lain karena *warehouse* milik perusahaan eksportir batu alam ini digabung dengan tempat produksi salah satu *supplier* batu alam, karyawan di *warehouse* sebagian besar merupakan karyawan lepas, sehingga akses yang ada di *warehouse* tidak terlalu ketat, maka dari itu permasalahan ini merupakan permasalahan yang menjadi prioritas perusahaan eksportir batu alam pada saat ini, sehingga dapat menanggulangi terulangnya hal yang telah terjadi.

1.2.4. Pemilihan Permasalahan

Pemilihan permasalahan yang akan diselesaikan dibantu dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* atau AHP, beberapa kriteria penilaian yang digunakan adalah urgensi dari permasalahan yang dihadapi, biaya yang dikeluarkan serta waktu yang dihabiskan, AHP dari pemilihan permasalahan yang telah disebutkan dapat dilihat pada Tabel 1.2. sampai dengan Tabel 1.8.

Tabel 1.2. Matriks AHP

Kriteria	Urgensi	Biaya	Waktu
Urgensi	1,00	2,00	1,00
Biaya	0,50	1,00	1,00
Waktu	1,00	1,00	1,00
Total	2,50	4,00	3,00

Tabel 1.3. Normalisasi AHP

Kriteria	Urgensi	Biaya	Waktu	Bobot
Urgensi	0,400	0,500	0,333	0,411
Biaya	0,200	0,250	0,333	0,261
Waktu	0,400	0,250	0,333	0,328
Total	1	1	1	1

Tabel 1.4. Faktor Urgensi AHP

Urgensi	Keterbatasan bahan baku	Penurunan SEO website perusahaan	Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen
Keterbatasan bahan baku	1,00	0,50	0,33
Penurunan SEO website perusahaan	2,00	1,00	1,00
Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen	3,00	1,00	1,00
Total	6,00	2,50	2,33

Tabel 1.5. Normalisasi Faktor Urgensi AHP

Urgensi	Keterbatasan bahan baku	Penurunan SEO website perusahaan	Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen	Bobot
Penurunan SEO website perusahaan	0,167	0,200	0,143	0,170
Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen	0,333	0,400	0,429	0,387
Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen	0,500	0,400	0,429	0,443
Total	1	1	1	1

Tabel 1.6. Faktor Biaya AHP

Biaya	Keterbatasan bahan baku	Penurunan SEO website perusahaan	Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen
Keterbatasan bahan baku	1,00	3,00	2,00
Penurunan SEO website perusahaan	0,33	1,00	1,00
Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen	0,50	1,00	1,00
Total	1,83	5,00	4,00

Tabel 1.7. Normalisasi Faktor Biaya AHP

Biaya	Keterbatasan bahan baku	Penurunan SEO website perusahaan	Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen	Bobot
Keterbatasan bahan baku	0,545	0,600	0,500	0,548
Penurunan SEO website perusahaan	0,182	0,200	0,250	0,211
Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen	0,273	0,200	0,250	0,241
Total	1	1	1	1

Tabel 1.8. Faktor Waktu AHP

Waktu	Keterbatasan bahan baku	Penurunan SEO website perusahaan	Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen
Keterbatasan bahan baku	1,00	4,00	0,50
Penurunan SEO website perusahaan	0,25	1,00	0,33
Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen	2,00	3,00	1,00
Total	3,25	8,00	1,83

Tabel 1.9. Normalisasi Faktor Waktu AHP

Waktu	Keterbatasan bahan baku	Penurunan SEO website perusahaan	Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen	Bobot
Keterbatasan bahan baku	0,308	0,500	0,273	0,360
Penurunan SEO website perusahaan	0,077	0,125	0,182	0,128
Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen	0,615	0,375	0,545	0,512
Total	1	1	1	1

Tabel 1.10. Seleksi Permasalahan AHP

Kriteria	Urgensi	Biaya	Waktu	Bobot
	0,41	0,26	0,33	
Keterbatasan bahan baku	0,17	0,39	0,44	0,316
Penurunan SEO website perusahaan	0,55	0,21	0,24	0,349
Potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen	0,36	0,13	0,51	0,359
Total	0,41	0,26	0,33	

Berdasarkan AHP yang telah dirancang, maka didapatkan hasil bahwa permasalahan yang akan diselesaikan adalah potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen dengan skor tertinggi yaitu, 0,359.

1.3. Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan diselesaikan adalah adanya potensi perusahaan eksportir batu alam tidak dapat memenuhi permintaan konsumen.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada penelitian ini adalah merancang suatu solusi yang dapat mengatasi permasalahan potensi tidak dapat memenuhi permintaan konsumen, di mana dengan adanya solusi tersebut tidak terdapat perbedaan antara jumlah persediaan fisik barang jadi di gudang dengan jumlah persediaan di bagian *file* persediaan milik perusahaan sehingga tidak menambah durasi kerja karyawan pada proses pengelolaan persediaan.

1.5. Batasan Masalah

Adapun beberapa batasan yang dimiliki dalam menjalankan penelitian ini adalah banyaknya produk yang diamati, baik dari jenis produk maupun dimensi dari masing-masing produk yang sangat beragam.