

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kecantikan merupakan salah satu bentuk pertahanan perempuan yang dapat menjadi objek, dapat dinilai dan dapat selalu dipandang dalam suatu lingkungan sosial masyarakat. Kecantikan dapat diciptakan untuk menarik, memikat dan magnet perhatian banyak orang. Perempuan dapat melakukan perawatan terhadap beberapa bagian tubuh yang dijadikan sebagai objek kecantikan yang merupakan hasil penelitian Wahyuwidowati dkk (2019). Berdasarkan data, perusahaan kecantikan telah bertumbuh secara pesat pada bulan Januari-Oktober 2023 sebanyak 1.010 perusahaan kecantikan. Badan Pusat Statistik (BPS) menjelaskan bahwa industri kecantikan mengalami peningkatan mencapai 9,61% pada tahun 2021. Berbagai produk kecantikan menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan oleh masyarakat. Produk kecantikan dapat digunakan untuk bagian luar tubuh yang berfungsi untuk merawat, membersihkan, mewangikan dan dapat memperbaiki tubuh yang merupakan hasil penelitian Enerel dan Biotech (2024).

Tingginya pertumbuhan industri kecantikan di dukung dengan pertumbuhan penjualan toko *Online* atau *e-commerce*. Inovasi penjualan secara *Online* dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Produk perawatan kecantikan yang sedang banyak diminati masyarakat akan banyak dibeli melalui toko *Online* karena lebih efisien, sederhana, dan cepat. Toko Kosmetik R merupakan salah satu usaha yang menjual aneka produk perawatan kecantikan dalam memenuhi kebutuhan perawatan pelanggan. Toko Kosmetik R menjual produk secara *Online* melalui berbagai *e-commerce*, adanya produk *dead stock* atau produk yang tidak terjual lebih dari 6 bulan pada Toko Kosmetik R dapat disebabkan oleh sistem pengendalian persediaan yang kurang baik.

1.1.1. Persediaan Produk yang Tidak Terjual

Persediaan produk yang tidak terjual atau stok mati (*dead stock*) merupakan sebuah kondisi jumlah persediaan produk lebih besar dari jumlah produk yang dibutuhkan atau jumlah produk terjual. Stok mati pada Toko Kosmetik R merupakan stok produk yang tidak terjual yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti, pemesanan produk yang tidak sesuai dengan permintaan pelanggan, tidak

melakukan pembaharuan stok secara berkala dan pembelian secara grosir untuk mendapatkan harga yang lebih murah.

Stok mati merupakan stok yang menjadi salah satu kerugian pada toko, hal tersebut karena produk yang tidak terjual akan mengikat keuangan arus kas pada toko. Jika stok mati dibiarkan maka dapat berakibat pada penumpukan barang pada gudang penyimpanan, selain itu *dead stock* mengikat modal karena modal terhenti. Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan identifikasi lebih lanjut dalam penyelesaian permasalahan pada *dead stock* produk pada Toko Kosmetik R.

1.1.2. Keutamaan Pengendalian Persediaan Produk

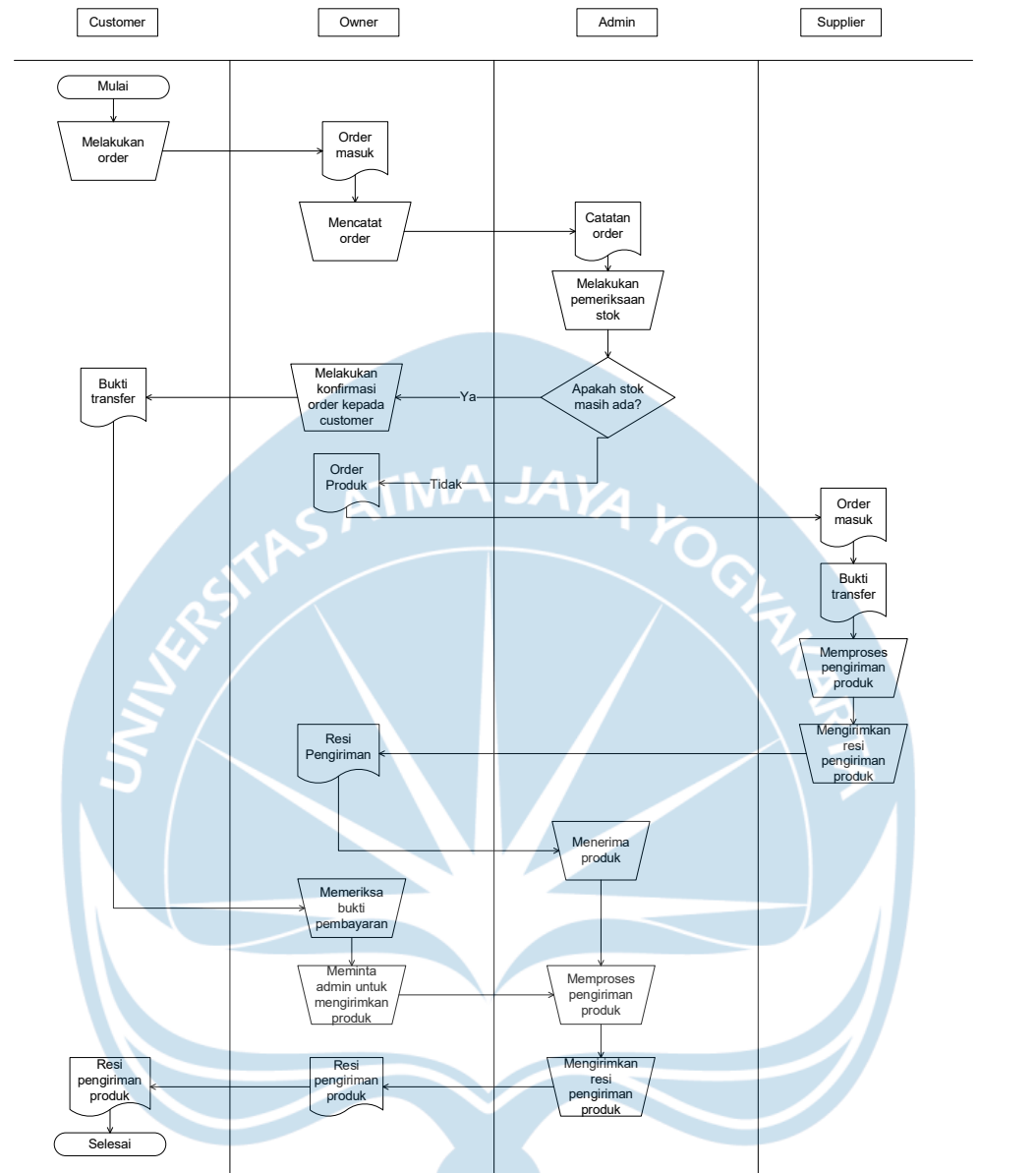
Pengendalian persediaan merupakan salah satu faktor penting dalam sebuah usaha dagang. Pengendalian persediaan memiliki komponen penting yaitu, sistem pencatatan dan perhitungan stok persediaan. Sistem persediaan yang efektif akan mempengaruhi pengelolaan persediaan gudang baik seperti stok produk yang tidak berlebihan, dan arus keuangan yang sehat.

Toko Kosmetik R memiliki keuntungan yang tipis dalam penjualan produk karena tingginya persaingan, sehingga jika terdapat stok produk yang tidak terjual akan mempengaruhi keuangan pada toko. Hal tersebut dapat berakibat pada pengadaan barang. Oleh sebab itu, diperlukan sistem persediaan yang baik untuk menjaga perkembangan toko.

1.1.3. Profil Toko Kosmetik R

Toko Kosmetik R adalah salah satu usaha dengan sistem penjualan *Online* dan *offline*, dengan persentase 90% penjualan berasal dari pembelian secara *Online* dengan penjualan tertinggi pada produk serum kecantikan. Toko Kosmetik R merupakan jenis usaha ritel non toko, usaha ini berdiri pada tahun 2019 dengan lokasi yang pertama berada di Kecamatan Pasar Minggu, Jakarta Selatan kemudian pindah di Jl. Nimun Raya Gang Haji Hadujih No. 2G, Kecamatan Kebayoran lama Selatan, Kebayoran lama, Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Proses bisnis pada Toko Kosmetik R dimulai dengan konsumen melakukan pembelian, *owner* menerima pembayaran, admin melakukan pengiriman, dan pengadaan produk, dan *supplier* yang akan melakukan distribusi pengadaan produk. Peta proses bisnis Toko Kosmetik R dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1. Peta Proses Bisnis Toko Kosmetik R

Usaha ini terdiri dari *owner* yang bernama Ibu Anjar berperan sebagai pengelolaan media sosial dan pengelolaan dalam pembayaran dan 1 karyawan sebagai penyimpanan barang, pengemasan barang, melakukan rekap barang keluar, dan pengiriman barang. Produk yang dijual pada Toko Kosmetik R awalnya hanya menjual sabun kecantikan yang dijual dengan sistem pembelian secara grosir. Setiap hari, Toko Kosmetik R akan menerima pesanan, pelanggan akan melakukan pemesanan melalui *via chat Whatsapp*. Omzet penjualan rata-rata Rp50.000.000 per bulan dengan potensi pasar yang terus berkembang sehingga *owner* mulai menjual beberapa produk kecantikan seperti *Skincare* paketan, *krim* kecantikan, *parfume*, *face and body*, serum, dan lipstick.

Jangkauan pasar pada Toko Kosmetik R adalah perempuan dengan rentang usia 17 hingga 45 tahun, dengan penjualan secara *Online* produk tersebut dapat dipasarkan ke seluruh masyarakat Indonesia dengan menggunakan aplikasi *e-commerce* seperti *Shopee*, *Whatsapp*, *Instagram*, *TiktokShop* dan *Facebook*, sedangkan untuk pembelian secara *offline* pembeli dapat datang langsung ke alamat toko atau dapat melakukan pemesanan dengan sistem *COD* atau *cash on delivery*. Promosi penjualan produk dilakukan sendiri oleh *owner* menggunakan aplikasi *Whatsapp*, *Tiktok* dan *Facebook* menggunakan fitur *history*, video pendek, dan *live Tiktok*. Usaha ini menawarkan produk yang cocok digunakan untuk perempuan yang peduli dengan penampilan dan dapat dijangkau pada kalangan menengah ke atas karena harga yang dijual mulai dari Rp 25.000 - Rp 350.000, jika pelanggan melakukan pembelian secara grosir maka akan ada diskon khusus yang diberikan oleh *owner*.

1.2. Penelusuran Masalah

Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi penyimpanan pada produk dan luas penyimpanan yang digunakan. Observasi dilakukan pada tanggal 02 September 2024, mengenai stok produk yang masih ada di penyimpanan gudang dengan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 02 September 2024, *owner* hanya memiliki rekap data penjualan secara tertulis di Mei-September 2024 dan stok barang pada bulan Juli, sehingga dapat diketahui bahwa proses pemesanan barang hanya mengikuti keinginan *owner* tanpa memperhitungkan mengenai permintaan pelanggan. *Owner* tidak melakukan stok opname secara berkala. Berdasarkan wawancara tersebut diketahui bahwa dalam 1 bulan rata-rata *owner* dapat menjual 5000 *pcs* produk, dengan stok produk terbesar dimiliki oleh produk sabun kecantikan sebanyak 12000 *pcs* pada bulan Juli dan stok yang tersedia masih 1682 *pcs*, stok produk kedua adalah produk lipstik yaitu 5996 *pcs*. *Owner* menjelaskan bahwa produk yang paling sulit terjual adalah krim kecantikan, data menunjukkan bahwa penjualan krim kecantikan per bulannya hanya dapat dijual di bawah 20 *pcs*.

Dead stock pada produk krim terjadi karena *owner* tidak melakukan rekap data stok secara berkala. *Owner* memiliki data terakhir mengenai stok produk pada saat pembelian bulan Oktober 2024 sekitar 211 *pcs* dengan tanggal kedaluwarsa pada tahun 2026, dengan modal yang dikeluarkan adalah kurang lebih Rp 15.000 sampai Rp 300.000/produk yang dijual kembali oleh *owner* sebesar Rp 55.000.

sampai 350,0000 (untuk harga satu paket). Data *dead stock* produk, dapat dilihat pada Tabel 1.1.



Tabel 1.1. Data *Dead Stock* Produk

No.	Nama Produk	Merek Produk	Stok Produk Oktober	Stok Produk Maret	Jumlah <i>Dead Stock</i>	Harga Beli	Persentase Perubahan Stok	Biaya <i>Dead Stock</i>
1	Skincare Paketan	Bimi	211	207	207	300,000	2%	15,525,000
2	Krim	Daysi	251	242	242	15,000	4%	3,630,000
3	Sabun	Fnb	150	95	95	100,000	37%	0
		Quinella	190	175	175	100,000	8%	0
4	Serum	Windmatte	907	79	0	35,000	91%	0
	Serum	MM	350	260	0	60,000	26%	
5	Lipstik	Trueme	4,800	203	0	20,000	96%	0
6	Sabun	WS	835	173	0	40,000	79%	0
7	Parfume	Daysi	1,590	589	0	20,000	63%	0
Total								19,155,000

Berdasarkan Tabel 1.1. dapat diketahui bahwa jumlah stok produk terdapat lebih dari 100 *pcs* pada merek Bimi dan Daysi krim, sampai pada bulan Oktober 2024 dengan tanggal kedaluwarsa tahun 2026. *Owner* telah melakukan beberapa cara agar produk tersebut dapat terjual seperti, melakukan promosi *buy 1 get 1*, diskon produk, dan melakukan promosi penjualan pada beberapa *e-commerce* seperti *Shopee* dan *Tiktokshop*. Data potongan harga yang telah diberikan oleh *owner*, dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2. Data Potongan Harga

No	Produk	Satuan	Harga Awal (Rp)	Harga Diskon (Rp)
1	Krim Siang Bimi	<i>Pcs</i>	70,000	65,000
2	Krim Malam Bimi	<i>Pcs</i>	70,000	60,000
3	Krim Daysi	<i>Pcs</i>	70,000	55,000

Berdasarkan Tabel 1.2. dapat diketahui bahwa penjualan produk telah mendekati harga pembelian, ketiga produk dengan harga awal Rp 70,000, sedangkan harga promo Rp 65,000 pada krim siang, Rp 60,000 pada krim malam dan Rp 55,000 pada krim Daysi. *Owner* mengeluhkan mengenai produk yang telah dilakukan potongan harga tetapi produk krim masih sulit terjual daripada produk jenis lainnya.

Setelah mengetahui permasalahan pada stok produk maka dilakukan wawancara kembali pada tanggal 05 September 2024 oleh beberapa *stakeholder* yaitu *owner*, admin, dan pelanggan yang membahas mengenai keluhan lain yang sedang dihadapi dalam Toko Kosmetik R. Berikut merupakan permasalahan yang dihadapi oleh masing-masing *stakeholders*.

- a. *Owner* atau Anjar merupakan pemilik Toko Kosmetik R mengeluhkan mengenai terdapatnya stok produk yang menumpuk dan adanya produk yang tidak terjual. Hal tersebut dapat terjadi karena *owner* melakukan pembelian produk secara grosir atau pembelian produk dengan sistem per paket dengan jumlah di atas 10 karton dengan pembelian maksimal dua kali dalam satu bulan dengan modal yang dikeluarkan kurang lebih Rp 65.000.000. Pembelian

secara grosir tersebut di satu sisi menguntungkan *owner* karena harga pembelian produk menjadi lebih murah, tetapi satu sisi tempat penyimpanan yang dimiliki terbatas karena penyimpanan produk yang terlalu lama dan menyebabkan arus kas yang terhenti karena produk yang tidak terjual. Selain itu, *owner* belum dapat melakukan rekap data menggunakan bantuan *software* karena terkendala dengan waktu, sehingga *owner* tidak memiliki data penjualan yang pasti.

- b. Admin memiliki tugas yaitu, pengemasan, penyimpanan, dan pengiriman barang. Admin mengeluhkan karena komunikasi yang dijalankan melalui via *chat WhatsApp* dengan *owner*, sehingga menyebabkan kesalahan baca yang dilakukan oleh admin. Selain itu, tidak dilakukannya rekap stok data terbaru oleh admin sehingga menyebabkan admin tidak dapat segera mengirimkan produk karena stok kurang, salah mengirimkan jenis produk, salah mengirimkan warna dan kurangnya produk yang dikirim. Akibat kesalahan *miss* komunikasi tersebut, menyebabkan terdapat *order* yang tidak terpenuhi dan membuat *owner* harus menanggung biaya pengiriman ulang dan melakukan pemesanan secara tiba-tiba kepada *supplier* untuk pemenuhan stok.
- c. Pelanggan merupakan pembeli yang sudah membeli barang mulai tahun 2022. Pelanggan memiliki keluhan mengenai kesalahan pemesanan yang terjadi, selain itu pembeli mengeluhkan masalah pada pelayanan yang dilakukan admin, karena produk yang dipesan tidak sesuai dengan yang diterima dan adanya barang yang bocor atau barang rusak. Pelanggan pernah memesan barang via *WhatsApp* pada produk lipstik dengan *shade* 05 tetapi yang dikirimkan adalah lipstik *shade* 06, sehingga pelanggan harus melakukan konfirmasi ulang kepada admin dan harus menunggu kembali produk yang dipesan, selain itu terdapat pelanggan yang memesan produk *parfume* tetapi produk tersebut bocor dan kurang. Pelayanan pada Toko Kosmetik R menurut pelanggan lumayan lama hal tersebut terjadi ketika pelanggan melakukan pemesanan pada pagi hari, maka *owner* akan membalas pesan pada malam hari.
- d. *Supplier* merupakan pemasok barang yang terdapat di Toko Kosmetik R. *Supplier* pada Toko Kosmetik R berjumlah lebih dari 3 *supplier* hal tersebut karena produk yang ditawarkan di Toko Kosmetik R cukup beragam. Setelah melakukan wawancara dengan ketiga *supplier* secara garis besar mereka tidak

memiliki keluhan untuk Toko Kosmetik R hal tersebut karena proses pengiriman barang, pembayaran mudah dilakukan. Tetapi terdapat 1 *supplier* memiliki keluhan ketika proses pemesanan barang yang dilakukan oleh pemilik sering kali dilakukan dalam waktu yang berdekatan, sehingga mendorong *supplier* untuk melakukan penggabungan pemesanan dan pengiriman guna melakukan penghematan biaya logistik.

Setelah mengetahui beberapa keluhan pada *stakeholders*, maka dilakukan wawancara kembali mengenai keinginan pada masing-masing *stakeholders*. Berikut merupakan keinginan dan harapan pada *stakeholders*.

- a. *Owner* memiliki harapan agar Toko Kosmetik R tidak memiliki permasalahan *dead stock* kembali pada produk-produk yang lain. Selain itu, *owner* berharap agar adanya bantuan pada pengolahan data penjualan, dan stok produk. Sistem yang diharapkan oleh *owner* diharapkan dapat lebih memudahkan *owner* dalam melakukan pengelolaan, sehingga dapat menyebabkan Toko Kosmetik R lebih berkembang dan dapat lebih banyak memperoleh keuntungan.
- b. Admin memiliki harapan yaitu adanya sistem rekap *order* otomatis yang mudah digunakan. Adanya sistem tersebut akan membuat admin menghindari pencatatan manual dalam jumlah yang banyak serta dapat mengetahui stok produk terbaru. Harapan terakhir admin adalah dengan adanya sistem tersebut admin akan menghemat waktu dalam proses pengecekan dan pengiriman produk.
- c. Pelanggan memiliki harapan yaitu tanggapan yang lebih cepat ketika melakukan pemesanan dan proses pengiriman produk lebih cepat. Selain itu, pelanggan berharap agar toko lebih teliti dalam melakukan pengiriman produk. Harapan terakhir adalah pelanggan berharap agar *owner* lebih responsif kembali dalam menanggapi pengembalian barang.
- d. *Supplier* memiliki harapan yaitu agar *owner* Toko Kosmetik R dapat lebih berkembang. *Supplier* berharap pemesanan barang pada Toko Kosmetik R dapat melakukan pemesanan dalam jumlah yang lebih besar. Sehingga pengiriman produk dapat lebih efisien dalam segi waktu dan biaya pengiriman. Pemesanan dengan jumlah yang besar akan membuat *supplier* mengeluarkan biaya yang lebih banyak pada biaya kirim. Selain itu, *supplier* berharap agar

nantinya Toko Kosmetik R dapat memperluas kembali jaringan pemasaran dan dapat memiliki gudang penyimpanan yang lebih luas.

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan identifikasi berdasarkan latar belakang dan penelusuran masalah. Masalah utama yang dihadapi pada Toko Kosmetik R adalah adanya jumlah *dead stock* pada produk. *Dead stock* merupakan produk yang tidak terjual dalam jangka lebih dari 6 bulan. Adanya produk *dead stock* yang tetap tersimpan lama akan mendekati tanggal kedaluwarsa, sehingga tindakan yang dapat dilakukan adalah produk dijual murah atau dilakukan pemberhentian pemesanan. Produk yang disimpan tidak akan menghasilkan pendapatan. Jika kondisi tersebut terus berulang dan tidak tertangani, maka dapat menyebabkan arus kas tidak optimal dan toko akan kesulitan melakukan pengadaan barang.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan Tugas Akhir yang ingin dicapai adalah merancang dan mengusulkan pengendalian stok dalam upaya meminimumkan *dead stock*. *Critical success factor (CSF)* yang ingin dicapai adalah penurunan 15% yang akan diukur dengan membandingkan *total inventory cost (TIC)* akhir dan TIC awal dengan membagi TIC akhir terhadap TIC awal.

1.5. Batasan Tugas Akhir

Batasan yang digunakan pada penelitian tugas akhir terdiri dari beberapa hal berikut ini.

- a. Observasi dan pengumpulan data dilakukan pada bulan Oktober 2024 – Februari 2025
- b. Data yang digunakan adalah data penjualan dan stok produk pada bulan Januari 2024 - Februari 2025.