

Strategi Penjualan Melalui Reseller dan Dropshipper Pada Toko “Gudang Keramik” Surabaya Dalam Kondisi Pandemi Covid-19

Muhammad Iqbal Adi Wiranto^{1*}, Lilis Sugi Rahayu Ningsih²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng

Informasi Artikel

Received: 10 Agustus 2021
Revision: 27 Agustus 2021
Accepted: 30 Agustus 2021

Kata kunci:

Reseller; Dropshipper; Tingkat Penjualan

*Korespondensi

muhammadiqbalaw@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan strategi pemasaran produk yang diterapkan Toko Gudang Keramik Surabaya terhadap tingkat penjualan produk disaat Pandemi Covid-19. Menggunakan jenis penelitian Kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, serta triangulasi data. Informan dalam penelitian yaitu Ahmad Zaeni Dahlan selaku Kepala Toko, Mustofa dan Ahmad Rudianto selaku bagian pemasaran, dan Beberapa anggota reseller dan dropshipper toko Gudang keramik Surabaya. Hasil penelitian yang diperoleh ternyata sistem reseller dan dropshipper berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan produk disaat pandemi. Pada awal Pandemi Tingkat penjualan produk yang diukur dengan total nilai produk mengalami penurunan drastis hingga mencapai nilai Rp.28.000.000 pada bulan Mei 2020, dan setelah diterapkannya sistem reseller dan dropshipper Tingkat penjualan dapat terus meningkat hingga mencapai rekor tertinggi sebesar Rp.317.000.000. Hal ini menunjukkan adanya strategi reseller dan dropshipper berpengaruh positif terhadap Tingkat Penjualan Produk Toko Gudang Keramik Surabaya.

How to Cite

Wiranto, M. I. A., & Ningsih, L. S. R. (2022). Strategi Penjualan Melalui Reseller Dan Dropshipper Pada Toko “Gudang Keramik” Surabaya Dalam Kondisi Pandemi Covid-19. BIMA : Journal of Business and Innovation Management, 5(1), 46–51. <https://doi.org/10.33752/bima.v5i1.454>

PENDAHULUAN

Pandemi virus Covid-19 sangat mempengaruhi sektor perekonomian diseluruh dunia, para pelaku bisnis mengalami penurunan penjualan produk akibat perubahan perilaku konsumen dimasa pandemi ini. Seluruh pemerintahan suatu Negara serempak melakukan LockDown guna memutus rantai penyebaran virus Covid-19, namun adanya kebijakan tersebut memicu perubahan perilaku konsumen menjadi membatasi kontak langsung dengan orang lain dan menurunkan jumlah pengeluaran dana pribadi mereka untuk kebutuhan primer dimasa pandemi ini.

Perubahan perilaku konsumen dimasa pandemi menyebabkan para pelaku bisnis diwajibkan untuk menerapkan strategi-strategi penjualan jitu agar dapat tetap dapat memasarkan produknya ketangan konsumen, Menurut (David, 2011) Strategi dapat diartikan sebagai sesuatu cara untuk mendapatkan yang ingin dicapai secara bersama dalam jangka waktu yang panjang, Strategi pemasaran adalah keseluruhan sistem dari semua aktivitas usaha dengan planning, menetapkan harga, promosi dan pendistribusian barang maupun jasa sehingga pelanggan menjadi merasa puas dan kebutuhan bisa terpenuhi (Basu, 2008). Strategi yang umum digunakan dalam pemasaran adalah strategi Bauran Pemasaran, Menurut (Kotler & Armstrong, 1997) Marketing mix adalah seperangkat alat pemasaran

yang dapat dikendalikan oleh produk, harga, tempat, dan promosi yang kemudian 4 elemen tersebut digabungkan untuk menghasilkan pasar sasaran yang diinginkan.

Masalah yang dialami oleh toko “Gudang Keramik” Surabaya dalam memasarkan produknya dimasa pandemi ini adalah menurunnya minat beli konsumen, karena sistem pemasaran produk yang diterapkan sebelumnya masih sangat sederhana atau konvensional dengan cara konsumen yang ingin membeli produk hanya dapat melakukan pembelian secara langsung dilokasi, sedangkan kondisi pandemi ini pemerintah melarang melakukan aktivitas berkerumun disuatu tempat. Dalam menghadapi pandemi Toko Gudang keramik menerapkan strategi reseller dan dropshipper, Menurut Yustisia (2013:395), “reseller yaitu penjualan kembali atau orang yang melakukan penjualan kembali dari produk orang lain yang telah dibelinya melalui website mereka dengan satu kesepakatan” dan dropshipper adalah salah satu bagian dari sistem distribusi tidak langsung (indirect) yang bertugas menyampaikan produk dari supplier maupun produsen kepada konsumen akhir, dengan menjual produk tanpa memiliki hak kepemilikan produk secara fisik.

Menurut Karim (2014:423) Tingkat penjualan merupakan tolok ukur jumlah produk maupun total nilai produk yang terjual dalam satu periode tertentu,

berguna untuk mengukur dan membandingkan seberapa tinggi tingkat penjualan produk yang dilakukan dalam periode terakhir dengan periode sebelumnya. Pengukuran tingkat penjualan dapat dilakukan menggunakan 2 metode, yaitu pengukuran berdasar nilai produk dan pengukuran berdasar jumlah produk terjual. Pengukuran tingkat penjualan dianggap perlu dilakukan untuk menentukan kebijakan apa yang akan diambil kedepan berdasarkan hasil perbandingan pengukuran tingkat penjualan beberapa periode.

Strategi penjualan produk melalui reseller dan dropshipper yang diterapkan Toko Gudang Keramik Surabaya dapat menjadi solusi dalam masa pandemi saat ini, walaupun berlakunya Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) untuk mencegah penyebaran virus Covid-19 yang mewajibkan beberapa perusahaan di Surabaya untuk menerapkan Work From Home (WFH) kepada para karyawannya, Toko Gudang Keramik Surabaya dapat mengatasi penurunan tingkat penjualan akibat kondisi pandemi, dapat dilihat dari laporan tingkat penjualan pada Q1 dan Q2 tahun 2020, berikut ini:

Tabel 1 Tingkat Penjualan Q1 Pada Tahun 2020

No.	Bulan	Pendapatan
1	Januari	Rp. 113.000.000
2	Februari	Rp. 119.000.000
3	Maret	Rp. 36.000.000
Total		Rp. 268.000.000

Sumber: (Said, 2021)

Tabel 2 Tingkat Penjualan Q2 Pada Tahun 2020

4	April	Rp. 29.000.000
5	Mei	Rp. 28.000.000
6	Juni	Rp. 141.000.000
Total		Rp. 198.000.000

Sumber: (Said,2021)

Walaupun sempat mengalami penurunan tingkat penjualan diawal PSBB dan belum diterapkannya Sistem Reseller dan Dropshipper, Menurut Yustisia (2013:395), reseller merupakan penjualan kembali atau orang yang melakukan penjualan kembali dari produk orang lain yang telah dibelinya, dan menjualnya melalui toko online mereka dengan suatu kesepakatan tertentu. Menurut

Wahab (2018:7), dropship mirip dengan metode penjualan reseller, tetapi pihak dropshipper tidak perlu menyimpan atau memiliki produk secara fisik. Setelah strategi ini diterapkan Toko Gudang Keramik Surabaya dapat mengatasi penurunan tingkat penjualan akibat pandemi, Hal ini dapat dilihat melalui peningkatan tingkat penjualan pada Q2 akhir hingga Q4 dan hingga mencapai rekor tingkat penjualan tertinggi, berikut ini:

Tabel 3 Tingkat Penjualan Q3 Pada Tahun 2020

7	Juli	Rp. 268.000.000
8	Agustus	Rp. 216.000.000
9	September	Rp. 182.000.000
Total		Rp. 666.000.000

Tabel 4 Tingkat Penjualan Q4 Pada Tahun 2020

10	Oktober	Rp. 180.000.000
11	November	Rp. 236.000.000
12	Desember	Rp. 317.000.000
Total		Rp. 733.000.000

Penerapan strategi penjualan produk melalui reseller dan dropshipper Toko Gudang Keramik Surabaya dapat menghasilkan hasil yang memuaskan, hingga mencapai rekor tertinggi pemasukan kotor tertinggi dalam periode 1 bulan sebesar 317 juta, tepatnya dibulan Desember 2020.

Kesimpulan yang peneliti ambil Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yaitu, penerapan strategi penjualan melalui reseller dan dropshipper dapat meningkatkan tingkat penjualan produk toko Gudang Keramik Surabaya disaat pandemic Covid-19. Karena Pembatasan Sosial Bersekala Besar yang diterapkan pemerintah menyebabkan berkurangnya minat beli para konsumen yang hendak melakukan pembelian produk secara langsung ke toko, dengan sistem reseller dan dropshipper para konsumen dapat melakukan pembelian produk dimanapun dan kapanpun berada menggunakan handphone dan setiap promosi yang dilakukan pihak perantara dapat memperluas jangkauan pemasaran produk toko Gudang Keramik Surabaya.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Rancangan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran Toko Gudang Keramik Surabaya dan disaat pandemi Covid-19. selaku supplier perabot pecah belah (Tableware) untuk menghadapi pandemi Covid-19. Melihat fokus penelitian yang hendak dipecahkan, penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Berkaitan dengan hal ini Moleong (2012:6) menjelaskan penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, seperti: perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya. Secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode alamiah.

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian deskriptif, dalam penelitian ini peneliti bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai informan atau mengenai bidang tertentu Creswell (2014:7). Penelitian ini adalah kajian mendalam untuk memperoleh data yang lengkap, jelas, dan terperinci. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mendalam mengenai reseller dan Dropshipper terhadap tingkat penjualan toko gudang

keramik Surabaya disaat pandemi covid-19 menggunakan pendekatan kualitatif.

Menurut Tanzeh (2011:48), “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertitik tolak dari realitas dengan asumsi pokok bahwa tingkah laku manusia memiliki makna bagi pelakunya dalam konteks tertentu. Sehingga ada aspek pokok yang harus dipahami: yang pertama, pada dasarnya manusia selalu bertindak sesuai makna terhadap semua yang ditemui dan dialaminya di dunia ini, yang kedua, makna yang ditemui muncul dari interaksi antar individu, yang ketiga, manusia yang selalu menafsirkan makna yang ditemui dan dialami sebelum ia melakukan sesuatu, tindakan yang dilakukannya sesuai dengan makna terhadap berbagai barang yang digunakan”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Penjualan

Strategi penjualan adalah keseluruhan sistem dari semua aktivitas usaha dengan planning, menetapkan harga, promosi dan pendistribusian barang maupun jasa sehingga pelanggan menjadi merasa puas dan kebutuhan bisa terpenuhi Kotler&Armstrong (2012). Strategi penjualan yang dilakukan Toko Gudang Keramik Surabaya disaat pandemi ini yaitu dengan membenahi Strategi Bauran Pemasaran toko, yaitu produk, harga, tempat, saluran distribusi, dan promosi. Berupa penerapan penyediaan produk-produk dengan berbagai kualitas, penurunan harga produk agar terjangkau, penerapan sistem reseller dan dropshipper, dan pemberian potongan harga disetiap pembelian diatas 5 juta rupiah.

Hasil penerapan strategi bauran pemasaran terbaru menghasilkan pengaruh positif terhadap toko Gudang Keramik Surabaya, dengan bukti adanya peningkatan secara bertahap tingkat penjualan produk setelah sempat mengalami penurunan drastis yang dialami pada quartal 1 akhir dan quartal 2 awal disaat pandemic tahun 2020

Reseller

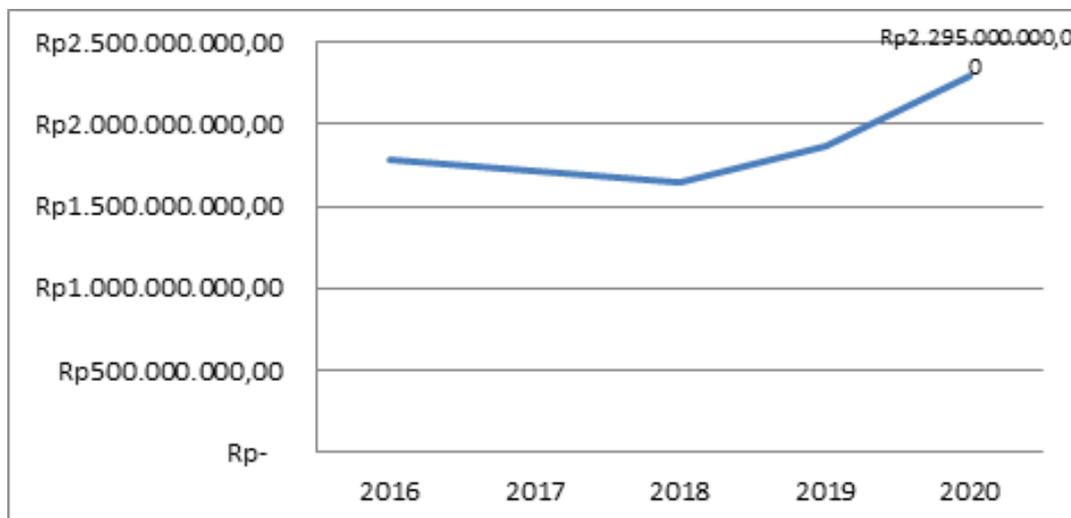
Hasil penelitian pada toko gudang keramik Surabaya ditemukan bahwa sistematika sistem reseller meliputi: pihak reseller melakukan pembelian stok produk pada toko gudang keramik Surabaya, pada umumnya diatas pembelian 5juta agar mendapatkan potongan harga sebesar 5% walaupun pihak toko tidak memberi batas minimal pembelian, kemudian mereka menjual kembali produk tersebut pada toko online maupun sosial media pribadi, setelah adanya pesanan konsumen dan pembayaran maka pihak reseller akan melakukan packing dan pengiriman kepada konsumennya atas nama reseller, Apabila terjadi kerusakan produk dalam pengiriman maka akan ditanggung oleh pihak reseller. Para reseller toko gudang keramik Surabaya pada umumnya selalu mendapatkan produk fast moving atau yang banyak disukai konsumen, karena mereka melakukan pembelian produk terlebih dahulu maka pihak reseller selalu mendapatkan informasi terkait produk terbaru.

Dropshipper

Sistematika dropshipper yang dilakukan toko gudang keramik Surabaya yaitu kegiatan promosi suatu produk beserta karakteristiknya oleh pihak Dropshipper, setelah menerima pesanan dan pembayaran pihak Dropshipper akan menghubungi pihak pemasaran toko dan mengirim sejumlah pembayaran yang telah diambil keuntungannya, setelah itu pihak pemasaran toko akan menyiapkan produk, melakukan packing, dan pengiriman produk ke alamat yang telah ditentukan atas nama pihak Dropshipper. Dengan garansi kerusakan produk dalam masa pengiriman yang ditanggung pihak toko gudang keramik Surabaya.

Tingkat Penjualan

Dalam penerapannya Toko Gudang Keramik Surabaya menerapkan pengukuran tingkat penjualan produk berdasarkan total nilai produk yang terjual. Berikut adalah pengukuran tingkat penjualan selama 5 tahun terakhir dapat dilihat pada Gambar 1:



Gambar 1 Grafik Tingkat Penjualan 5 tahun

Pemasukan Kotor Toko Gudang Keramik Surabaya selama 2016-2020

Rata-Rata Tingkat penjualan toko Gudang Keramik Surabaya mencapai nilai diatas 100 juta, namun akibat diberlakukannya PSBB tepatnya dibulan Maret tahun 2020 tingkat penjualan toko sempat mengalami penurunan drastis hingga mencapai angka 30 juta, dalam mengatasinya pihak toko melakukan berbagai strategi guna mengembalikan target pemasaran. Hasil yang cukup memuaskan dapat dicapai setelah diterapkannya strategi strategi baru dalam menghadapi pandemi ini tingkat penjualan toko dapat berangsur membaik bahkan mencapai rekor tingkat penjualan produk tertinggi dalam periode satu bulan tepatnya bulan desember 2020 sebesar Rp. 317.000.000.

PENUTUP

Toko Gudang Keramik Surabaya merasakan dampak dari pandemi Covid-19 yang menyerang sektor ekonomi, akibatnya pada masa lock down tingkat penjualan menurun drastis. Dalam menghadapinya pihak kepala toko Gudang Keramik Surabaya, dan seluruh Kepala toko cabang lain, beserta pemilik perusahaan melakukan rapat yang membahas strategi pemasaran guna menghadapi pandemic covid-19, yang menghasilkan kesepakatan untuk menerapkan system reseller. Dalam penerapannya banyak karyawan kantor maupun pabrik yang turut merasakan imbas pandemi bergabung dalam system reseller, namun system ini dirasakan membutuhkan modal dalam penerapannya. Melihat kendala yang ada dan banyaknya permintaan untuk menjadi Dropshipper pemilik toko setuju untuk menerapkan system pemasaran Dropshipper yang memungkinkan pihak Dropshipper memasarkan produk hanya bermodalkan promosi produk melalui akun toko online maupun sosial media.

Tingkat penjualan Toko Gudang Keramik Surabaya setelah diterapkannya system reseller dan Dropshipper disaat pandemi mampu berangsur angsur meningkat hingga mampu memecahkan rekor pemasukan kotor sebesar 317juta pada bulan Desember 2020. Hal ini menunjukkan bahwa system reseller dan Dropshipper pada toko gudang keramik Surabaya mampu meningkatkan tingkat penjualan produk dimasa pandemic Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu, S. (2008). Buku “Menejemen Pemasaran Modern”, Edisi 2. Yogyakarta: Liberty- Yogyakarta
- Creswell, John W. 2015. Buku “Pendekatan metode Kualitatif, Kuantitatif, dan campuran”. Terjemahan Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- David, F. R. (2011). Buku “Strategic Management Manajemen Strategi Konsep”, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Karim, Djamaluddin, dkk. 2014. “Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Manado Sejati Perkasa Group”, Jurnal EMBA, Vol.2, hal. 421-430
- Kotler, P. (2009). Buku “Manajemen Pemasaran “, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2012. Buku “Metodologi Penelitian Kualitatif”. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. Buku “Metode Penelitian Praktis”. Yogyakarta: Teras.
- Wahab, Muhammad Abdul. 2018. Buku “Halal Haram Dropshipping”. Jakarta Selatan: Rumah Fiqh Publishing.
- Yustisia, Cita, dkk. 2013. “Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik”. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.