

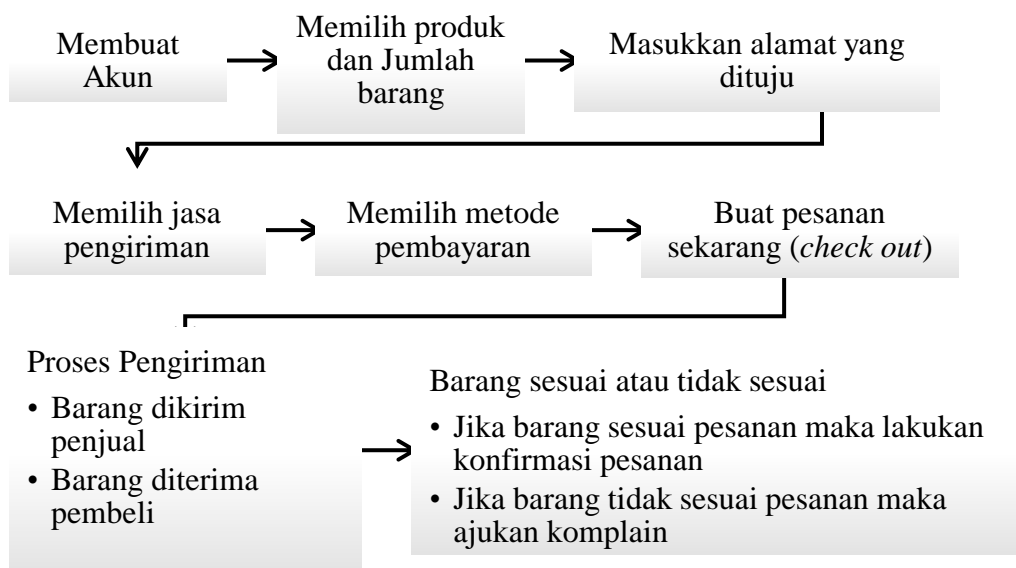
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangatlah pesat ditambah dengan peran teknologi informasi dalam dunia bisnis yang memegang faktor penting dalam kolaborasi ini. Kolaborasi antara dunia teknologi informasi dan bisnis melahirkan media bisnis baru yaitu bisnis *online*. Bisnis *Online* adalah sebuah usaha atau bisnis yang dijalankan secara *online* dengan menggunakan komputer yang sudah terkoneksi dengan internet, (Yahya Hastuti, 2012:2).

Bisnis *online* saat ini telah menciptakan kebiasaan kebiasaan baru bagi para pelaku pasar yaitu belanja *online*. *Online shopping* atau belanja *online* via internet adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung (Sari, 2015). Dibawah ini contoh proses saat belanja online:



Gambar 1.1 Proses belanja online

(Sumber : Diolah oleh penulis)

Didalam belanja online para pelaku pasar dapat mengakses apa saja yang mereka inginkan melalui internet, kemudian menjual atau membeli barang pilihan yang diinginkan, lalu barang akan diantarkan sampai ke rumah tanpa harus keluar rumah.

Dalam proses belanja *online*, ada beberapa hal baru yang harus diperhatikan kembali, dalam berbelanja *online* pembeli biasanya akan dibebankan biaya pengiriman oleh penjual berdasarkan berat dan lamanya pengiriman, sehingga pembeli akan membayar sejumlah uang seharga dengan harga produk yang kemudian ditambah biaya pengiriman. Hal ini umumnya disebut sebagai ongkos kirim atau ongkir. Terkadang dalam beberapa kasus, biaya pengiriman menjadi lebih mahal dari harga produk itu sendiri dikarenakan jarak tempuh pengiriman. Dengan demikian, calon pembeli sering berpikir kembali akan belanja *online* mereka karena besaran ongkos kirim yang menambah total harga produk yang diinginkan. Dengan kata lain, biaya ongkos kirim menjadi pertimbangan besar pembeli untuk memutuskan dalam membeli suatu produk.

Dari masalah diatas, terciptalah solusi pasar yang baru, salah satunya yaitu pengelola bisnis memberikan penawaran kepada pasarnya dengan menawarkan pengiriman gratis atau biasa disebut *free ongkir*. *Free ongkir* menjadi fitur yang menarik, yang menghilangkan keraguan orang untuk masalah besarnya ongkos kirim. Dengan adanya *free ongkir* pembeli hanya perlu membayar harga barang yang dibelinya atau menambah sisa kekurangan bayar jika ongkir melebihi batas subsidi. Inilah sebabnya mengapa promosi *free ongkir* lebih banyak diminati. Namun meski kebijakan ini menguntungkan bagi pembeli dan penjual bukan berarti diberikan secara cuma – cuma, akan tetapi ada beberapa faktor yang menentukan untuk mendapat *free ongkir* seperti minimal pembelian dan jarak pengiriman antara lokasi penjual dan pembeli. Perbedaan jumlah subsidi ongkos kirim akan ditentukan oleh jarak, karena jarak akan memperbesar biaya subsidi ongkir.

Untuk mendukung fitur *free ongkir* dalam dunia bisnis *online*, terciptalah fitur baru untuk mempermudah bisnis *online* yaitu strategi multi

gudang. Strategi multi gudang adalah fitur untuk mendekatkan posisi barang dari penjual ke calon pembeli. Fitur multi gudang memungkinkan penjual untuk melakukan pemenuhan pesanan dari beberapa gudang yang berbeda hanya dalam satu akun *marketplace*, sehingga memungkinkan penjual untuk melakukan pemenuhan pesanan berdasarkan lokasi pembeli dan memperluas varian dari produk yang akan dijual.

Kelebihan yang didapat dengan adanya fitur tersebut adalah dapat meningkatkan penjualan dari toko retail bagi penjual dan dapat memilih banyak produk tanpa harus mengkhawatirkan biaya pengiriman bagi pembeli. Selain itu waktu pengiriman lebih cepat dan biaya pengiriman yang lebih rendah.

Pengoperasian fitur multi gudang memerlukan pengaturan dan monitoring stok yang lebih baik, karena alih-alih bertambah dekat, penempatan stok yang salah akan mengakibatkan biaya pengiriman menjadi lebih besar.

Toko Efbi adalah salah satu UMKM di Indonesia yang menjual produk herbal melalui *online* yang menggunakan teknologi canggih saat ini. Toko ini berfokus pada penjualan obat herbal dan susu etawa. Toko Efbi memiliki sistem yang mumpuni dari segi administratif hingga sistem penyimpanan barang yang membantu efektifitas dan efisiensi pengelolaan barang, dagang, seperti memisahkan bagian antara penjualan dan pengiriman dengan tujuan operasional akan terkontrol dengan baik, sistem inilah yang menjadi pembeda Toko Efbi dengan toko *online* lainnya. Disamping keunggulan yang kita rasakan ada beberapa aspek penting dalam berjalannya bisnis *online* yaitu strategi. Banyak macam strategi yang dapat dilakukan dalam karena memiliki peran penting untuk mengidentifikasi konsumen. Di Toko Efbi ini penulis melakukan kegiatan magang di Gudang PSPT Tebet karena penulis ingin mengetahui penerapan strategi yang digunakan oleh Toko Efbi salah satunya strategi multi gudang.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, untuk mengetahui, bagaimana Toko Efbi menerapkan fitur multi gudang untuk mendukung *free ongkir*, penulis tertarik untuk menyusun Tugas Akhir ini dengan judul

“PROSES PENGEMASAN DAN PENGINPUTAN BARANG PADA BISNIS ONLINE UMKM TOKO EFBI”

1.2 Tujuan dan Manfaat Kegiatan Magang

1.2.1 Tujuan dari kegiatan magang ini adalah:

1. Meningkatkan kemampuan, keterampilan dan pemahaman mahasiswa tentang dunia kerja.
2. Mengetahui situasi dunia kerja sesungguhnya khususnya dalam dunia perdagangan.
3. Mempelajari prosedur dan aktivitas yang dilakukan di Toko Efbi
4. Mempersiapkan diri secara langsung dengan lingkungan kerja setelah menyelesaikan studi.
5. Sebagai syarat untuk memenuhi kewajiban yang diatur dalam kurikulum Diploma III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

1.2.2 Adapaun manfaat kegiatan magang sebagai berikut:

1.2.2.1 Manfaat bagi mahasiswa:

1. Dapat menerapkan ilmu teoritis yang didapat saat perkuliahan ke dalam dunia praktik.
2. Melatih kemampuan mahasiswa untuk memecahkan masalah dan mengambil keputusan dalam bekerja.
3. Dapat menambah pengalaman kerja pada resume CV dan memperluas relasi.
4. Meningkatkan sikap profesionalisme dalam dunia kerja.

1.2.2.2 Manfaat bagi perusahaan:

1. Dapat meningkatkan citra perusahaan.
2. Perusahaan menerima bantuan pekerjaan dari mahasiswa yang praktek.
3. Perusahaan mendapatkan ide baru yang bisa dikembangkan.

1.3 Metode Pelaporan Data

1.3.1 Tempat dan Waktu Magang

Tempat : Toko Efbi – Efbi Point PSPT

Alamat : Jl. Tebet Timur Dalam Raya Kel. Tebet Timur Kec.Tebet
Jakarta Selatan 1820

Waktu Pelaksanaan

Mulai : 02 Mei 2022

Berakhir : 27 Juni 2022

1.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Ada 2 teknik pengumpulan data yang digunakan dalam menyusun Laporan Tugas Akhir ini antara lain wawancara dan dokumentasi:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu dialog komunikasi verbal yang berlangsung antara dua orang atau lebih. Dalam wawancara ada yang disebut pewawancara dan narasumber, tugas pewawancara adalah menanyakan apa yang dibutuhkan untuk mendapatkan informasi yang mereka cari, sedangkan narasumber adalah orang yang menjawab pertanyaan untuk memberikan informasi. Penulis melakukan wawancara langsung kepada pemilik Toko Efbi terkait dengan strategi penjualan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi bukan hanya tentang foto dan video. Dalam bentuk dokumen, catatan dan angka termasuk dalam dokumentasi, selain efektif, dokumentasi juga dapat menjadi bukti dan sumber informasi yang sangat akurat sebagai alat pengumpulan data. Penulis memperoleh dokumentasi selama mengikuti kegiatan magang di Toko Efbi