

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Gudang

2.1.1 Definisi Gudang

Gudang adalah sebuah fasilitas atau sebuah area dengan fasilitas untuk sebuah organisasi yang bisa menerima, memeriksa, menyimpan, mengambil, membungkus, dan mengirimkannya untuk berbagai kebutuhan bagi pembuatan produk, distribusi, perawatan, dan pengemasan didalam organisasi, (Price & Horrison, 2015:2).

Gudang bervariasi dalam ukuran dari kamar kecil hingga pusat distribusi besar yang menerima dan menyimpan barang dalam jumlah besar dan beragam. Tidak peduli ukurannya, gudang yang beroperasi efisien dalam rantai pasokan dapat membantu menciptakan keunggulan kompetitif bagi organisasi.

2.1.2 Keuntungan Gudang

Menurut Kalinowski (2016), Gudang akan terus menyesuaikan layanan mereka untuk memenuhi dan melampaui permintaan pelanggan tertentu untuk mendorong profitabilitas dan pertumbuhan pendapatan bagi organisasi. Dengan memberikan nilai tambah layanan yang dibutuhkan oleh pelanggan, Gudang membantu membuat produk lebih cepat dipasarkan dan menciptakan keunggulan kompetitif bagi organisasi.

Pemasok seringkali dapat memberikan diskon berdasarkan ukuran pesanan yang ditempatkan atau jumlah bisnis yang dilakukan dengan mereka selama periode waktu tertentu, gudang memungkinkan perusahaan untuk mencapai penghematan biaya. Tanpa gudang, tidak akan ada ruang tersedia untuk menyimpan persediaan tambahan di tangan ketika sejumlah besar bahan tertentu atau produk dibeli untuk menerima diskon volume yang ditawarkan pemasok.

Keuntungan lain yang disediakan gudang adalah pengurangan biaya transportasi, baik untuk organisasi dan pelanggannya. Organisasi juga dapat mewujudkan pengurangan biaya transportasi dengan menempatkan pesanan yang lebih besar dengan pemasok mereka. Organisasi dapat melakukan ini karena gudang menyediakan ruang untuk menyimpan produk dalam jumlah yang lebih besar.

2.1.3 Kekurangan Gudang

Menurut Kalinowski (2016), Kekurangan gudang yang paling utama adalah biaya. Terdapat biaya investasi dan biaya pengadaan barang. Biaya tersebut tidak hanya mahal untuk menjalankan gudang dan memelihara peralatan, tetapi juga ada biaya penyimpanan persediaan yang bisa mencapai kelebihan jumlah tergantung jumlah dan ukuran gudang yang beroperasi. Selain adanya biaya, bencana yang terjadi dalam gudang juga termasuk dalam kerugian gudang. Karena besar kecilnya gudang sangat mempengaruhi besar bahaya keselamatan bagi persediaan hingga karyawan, maka gudang harus dipelihara dengan baik dan disimpan dengan benar untuk menjaga semua yang ada di gudang aman.

Kerugian ketiga dari gudang adalah penyusutan nilai barang. Semua persediaan akan mengalami penyusutan atau kerusakan. Hal ini sudah tidak akan berfungsi sesuai dengan apa yang diharapkan seperti tidak akan bisa dijual kembali ke pelanggan. Penurunan persediaan tidak dapat dicegah, tetapi dapat diperlambat melalui penyimpanan dan penanganan yang tepat, (Harga & Harrison, 2015).

2.1.4 Peranan Gudang

Gudang kini dipandang sebagai kaitan yang vital dalam rantai pasokan (*supply chain*) saat ini. Pada kenyataannya, sebagaimana dinyatakan oleh survey Motorola baru – baru ini (Richards, 2013): Semakin sedikit organisasi yang terus memandang gudang dan pusat distribusi (*distribution centre*, DC) hanya sebagai kaitan yang dikomoditasi di antara titik – titik akhir rantai pasokan. Gudang tidak lagi

dipandang sebagai sumber biaya secara mendasar. Pergeseran rantai pasokan banyak – titik (*multi-node*) dari linier ke kompleks menerima perubahan persepsi ini, dan hal ini di dorong oleh ketidakstabilan yang lebih besar, keterbatasan kapasitas, penyempurnaan regulasi, perubahan besar dalam demografi dan pola belanja pelanggan, serta kenaikan pada permintaan pelanggan dan tuntutan pemasok. Gudang saat ini dapat menggerakkan diferensiasi yang kompetitif dan, dengan menjalankannya seperti itu, akan menaikkan pertumbuhan yang menguntungkan.

2.2 Manajemen Pergudangan

2.2.1 Lingkup Pergudangan

Manajemen Pergudangan adalah suatu system pengelolaan gudang yang mengatur proses penanganan barang semenjak dari penerimaan sampai dengan pengirimannya, Pandiangan (2017:1). Setiap aktivitas gudang dicatat dalam suatu prosedur dan dokumen yang sudah distandardisir perusahaan. Penentuan lokasi penyimpanan sudah ditentukan terlebih dahulu. Perlu diperhatikan pengelolaan rak yang baik dan baku serta pendokumentasian data barang, lokasi/gudang tertata baik, tata letak gudang yang baik akan menunjukkan manajemen mengelola gudang dengan baik dan akan dicapai efisiensi gudang dengan tingkat kesalahan yang rendah dan kedisiplinan karyawan.

2.2.2 Aktivitas Operasi Pergudangan

Menurut Pandiangan (2017:4), Pada umumnya mengelola pergudangan dapat menggambarkan aktivitas mulai dari penerimaan barang, penyimpanan; pengambilan kembali sampai dengan pengiriman. Keseluruhan akan dicatatkan dalam bentuk dokumen resmi sebagai acuan yang akan dilakukan oleh manajemen pergudangan. Secara keseluruhan diuraikan dibawah ini:

1. Administrasi Dalam Pergudangan

Administrasi menjadi ujung tombak seluruh pencatatan tentang arus masuk dan keluar barang, sehingga pengendalian operasional lebih mudah bila adanya akurasi data. Untuk itu pencatatan harus terstruktur

dari seluruh skenario aktivitas pergudangan yang dapat digunakan dengan bantuan perangkat teknologi yang mumpuni. Beberapa administrasi pergudangan dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Daftar Barang Dalam Stok
- b. Daftar Barang yang di-input
- c. Daftar Barang Keluar
- d. Jadwal Pengiriman Barang
- e. Prediksi Pesanan
- f. Stok Opname
- g. Pengelompokan Barang
- h. Daftar Jumlah Barang

2. Penerimaan Barang

Penerimaan barang merupakan awal dari arus barang yang bergerak digudang. Untuk itu diperlukan suatu prosedur yang mengatur sistem penerimaan barang menjadi lebih mudah walaupun terdapat jumlah; jenis; dan volume serta waktu yang sangat dinamis tetapi mudah dilakukan serta keakurasian dapat diyakini kebenarannya. Berikut adalah hal – hal penting dalam penerimaan barang:

- a. Diperlukan bukti administrasi pesanan barang untuk memastikan apakah pesanan barang sesuai dengan spesifikasi, jumlah dan waktu yang tepat.
- b. Pemeriksaan dokumen dan fisik barang wajib dilakukan sebelum diterima di area gudang (konsumen) agar tidak ada barang yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang dipesan.
- c. Surat Jalan
- d. Bukti tanda terima barang (untuk penagihan)
- e. Selanjutnya memasukan barang ke penyimpanan (*put – away*)

3. Penyimpanan Barang

Gudang dijadikan tempat yang aman untuk meletakkan hasil produksi/barang sebelum digunakan atau didistribusikan. Penyimpanan barang merupakan hal yang penting untuk diperhatikan agar barang tersebut tetap memenuhi spesifikasi dan jumlah tidak berubah sampai

pengguna akhir memakainya. Perusahaan yang tidak mempunyai fasilitas tempat penyimpanan sendiri dapat menggunakan tempat lain dengan menyewa gudang dari pihak lain (*public warehouse*)

4. Pengemasan Barang

Salah satu aktivitas gudang adalah pengemasan barang, yaitu membungkus atau mengemas barang sebelum mengirim pengiriman kepada pelanggan. Tujuan pengemasan adalah perlindungan dan mempermudah bongkar muat saat distribusi. Pengemasan juga dapat dilakukan bagi produk/barang yang perlu diperbaiki kemasannya karena rusak. Kemasan meliputi tiga hal, yaitu merek, kemasan itu sendiri dan label.

5. Pengeluaran Barang

Pada proses pengeluaran barang kegiatan utamanya yaitu penerimaan barang kepada pelanggan sesuai dengan pesanan. Sebelum dilakukan pengiriman perlu mempertimbangkan hal berikut:

- a. Kapasitas kendaraan atau alat angkut
- b. Rute/trayek untuk mengefisienkan waktu (perlu dipertimbangkan; jarak tempuh; kondisi lalu lintas; hambatan; volume bongkar muat dll)
- c. Jadwal keberangkatan moda transportasinya
- d. Konsolidasi dari angkutan yang digunakan untuk arah dan tujuan yang sama sebaiknya dimuat dalam angkuat yang sama

2.3 Strategi

2.3.1 Definisi Strategi

Kata Strategi berasal dari Yunani, yaitu *stratogos* atau strategi yang berarti jenderal. Startegi berarti seni para jenderal. Jika diartikan dari sudut militer, strategi adalah cara menempatkan pasukan pasukan atau Menyusun kekuatan tantara di medan perang untuk mengalahkan musuh.

William F. Glueck dan Lawrence R. Jauch (2000:8) dalam Herdiana (2018) memberikan definisi strategi sebagai berikut

“A strategy is a unified, comprehensive, an integrated plan that relates the strategic advantage of the firm to the challenges of the environment and that is designed to ensure that basic objectives of the enterprise are achieved through proper execution by the organization.”

Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi berperan penting pada era global dan perdagangan bebas sekarang ini, ketika persaingan semakin hebat. Untuk meraih keunggulan dan persaingan (*competitive advantages*), diperlukan strategi yang andal.

Menurut Akdon (2006:5) dalam Herdiana (2018) mengemukakan, “Strategi dalam manajemen strategi organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara, dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi – fungsi manajemen”.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi berperan dalam mencapai suatu tujuan, baik tujuan jangka pendek, tujuan jangka menengah, maupun tujuan jangka Panjang.

2.3.2 Manfaat Strategi

Dalam mempelajari strategi perusahaan, kita perlu mengetahui manfaat strategi perusahaan. Menurut Supriyono (1986:9) dalam Herdiana (2018), mengemukakan manfaat strategi pemasaran sebagai berikut:

1. Mengantisipasi masalah kesempatan masa depan pada kondisi perusahaan yang berubah dengan cepat.
2. Memberikan tujuan dan arah perusahaan pada masa depan dengan jelas kepada semua karyawan;
3. Membuat tugas para eksekutif puncak menjadi lebih mudah dan kurang berisiko;
4. Memonitor segala sesuatu yang dikerjakan dan terjadi didalam perusahaan, memberikan sumbangan terhadap kesuksesan perusahaan atau mengarah ke kegagalan.

5. Memberikan informasi pada manajemen puncak dalam merumuskan tujuan akhir dan perusahaan dengan memerhatikan etika masyarakat dan lingkungannya.
6. Membantu praktik – praktik manajer.

2.3.3 Strategi Multi Gudang

Strategi Multi Gudang adalah fitur yang memungkinkan penjual untuk melakukan pemenuhan pesanan dari beberapa gudang yang berbeda hanya dengan satu akun lazada sehingga memungkinkan penjual untuk melakukan pemenuhan pesanan berdasarkan lokasi pembeli dan memperluas varian produk yang dijual (Lazada.com, 2022). Fitur ini juga memiliki manfaat bagi penjual dan pembeli, diantaranya:



Gambar 2.1 Manfaat multigudang

(Sumber : Lazada web)

Selain memiliki keuntungan, strategi multi gudang cocok untuk berbagai macam skenario bisnis, yaitu:



Gambar 2.2 Skenario multigudang

(Sumber : Lazada web)

2.4 Bisnis Online

2.4.1 Definisi Bisnis Online

Kata “bisnis” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI adalah “usaha komersial dalam dunia perdagangan”, sedangkan kata “*online*” dalam bahasa Indonesia berarti “dalam jaringan” atau disingkat “daring”. Dalam Wikipedia, kata “daring” artinya keadaan di saat seseorang sedang terhubung dengan jaringan. Jadi kata “bisnis *online*” bisa diartikan sebagai “usaha komersial dalam dunia perdagangan yang dilakukan didalam jaringan”, (Husnan, 2015:1-2)

2.4.2 Keuntungan dan Kekurangan Bisnis Online

1. Keuntungan Bisnis Online

Ada banyak keuntungan yang akan didapatkan jika kita berbisnis dengan metode *online* (Husnan, 2015), berikut adalah beberapa keuntungan bisnis *online* :

- a. Dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja
- b. Tidak banyak mengeluarkan tenaga
- c. Dapat dilakukan tanpa memiliki produk sendiri
- d. Produk tidak hanya dilihat oleh orang sekitar anda
- e. Mudah mempromosikan produk

2. Kekurangan Bisnis *Online*

Disamping banyaknya keuntungan, ada beberapa kekurangan dalam bisnis *online* (Husnan, 2015). Berikut adalah beberapa kekurangan dalam berbisnis *online*:

- a. Sangat bergantung pada internet
- b. Kurangnya kepercayaan konsumen
- c. Pelanggaran Hak Cipta
- d. Masalah pengiriman pada barang/produk

2.4.3 Jenis Usaha Bisnis *Online*

Jenis usaha bisnis *online* yang saat ini populer dan di respon oleh pasar sangat tinggi karena kemudahannya diakses oleh konsumen. Berikut ini adalah jenis usaha bisnis *online* yang populer saat ini, terutama di Indonesia:

1. Bisnis *Online Dropship (Dropshipping)*

Dropship (Dropshipping) didefinisikan oleh (Fierra, 2020) adalah metode pemenuhan ritel dimana toko tidak menyimpan produk yang dijualnya.

Fierra (2020), menjelaskan beberapa manfaat memilih jenis bisnis *online dropship* antara lain, yaitu:

1. Modal yang lebih sedikit
2. Mudah untuk memulai berbisnis
3. Biaya overhead rendah
4. Lokasi yang fleksibel
5. Berbagai pilihan produk untuk dijual
6. Lebih mudah untuk diuji
7. Lebih mudah untuk menskalakan

2. Bisnis *Online Penjual Kembali (Reseller)*

Reseller adalah bisnis yang paling tepat bagi pemula yang ingin berbisnis dengan cara mudah dan tidak memiliki modal usaha. *Reseller* adalah orang yang menjual kembali produk dari *supplier* (Adriawan, 2019). Berikut ini adalah cara sukses menjadi *reseller online* yang dipaparkan oleh Adriawan (2019):

1. Cari informasi *online*
2. Tentukan produk yang akan dijual dengan tepat
3. Meningkatkan kemampuan *People – Skill*
4. Iklankan produk secara konsisten
5. Memilih supplier atau penjual yang besar, professional dan menguntungkan.

3. Bisnis *Online* Pemasaran Afiliasi

Pemasaran afiliasi adalah bisnis yang memasarkan produk orang lain atau perusahaan orang lain melalui *online*, menggunakan beberapa media yaitu antara lain: website, blog, lainnya (Lesmono, 2019). Pemasaran afiliasi ini membentuk kesepakatan yang telah ditentukan menggunakan sistem bagi hasil dengan kisaran 30%-70% (Adriawan, 2019).

4. Bisnis *Online* Jasa Desain Grafis

Jenis bisnis *online* ini juga menarik dan menjadi ide bisnis *online* bagi yang memiliki skill desain yang tinggi. Pekerjaan ini bisa dilakukan dari rumah atau remote.

5. Bisnis *Online* Toko (*Online* Shop)

Produk yang dijual secara *online* ini sangat populer karena kemudahannya dan lebih memberikan keuntungan bagi konsumen dan produsen. Bagi seorang yang tertarik untuk berbisnis dapat mempertimbangkan jenis bisnis *online* shop sebagai peluang untuk memperoleh keuntungan atau hasil yang lebih maksimal.

6. Bisnis *Online* Pay Per Click (PPC) atau *Publisher*

Bisnis *online* jenis ini sangat marak di dunia blogging. Indonesia khususnya memiliki banyak pengguna internet. PPC adalah suatu jenis bisnis *online* yaitu berupa iklan konten atau text dan gambar atau dapat juga dalam bentuk banner dari perorangan atau perusahaan yang akan memberikan komisi atau memberikan pembayaran atas iklan yang diklik oleh konsumen atau

pengunjung internet terutama yang menjadi member program tersebut, (Frankenfield, 2019).

7. Bisnis *Online Paid To Review* (PTR)

Menurut Anwar (2019) *Paid To Review* (PTR) ialah bisnis *online* yang cara kerjanya ialah membuat review suatu produk baik barang ataupun jasa yang bertujuan untuk mengundang para pengunjung untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa dari ulasan yang dibuat.

8. Bisnis *Online* Jasa Tutor *Online* dan Kursus *Online*

Bisnis ini menguntungkan jika seorang yang mempunyai kemampuan mengajar atau keahlian sebagai tutor, memiliki ilmu atau skill tertentu yang dapat diberikan kepada orang banyak. Salah satu platform kursus *online* ialah WordPress yang dapat membantu untuk memulai kursus *online* dengan sistem yang sudah cukup baik. Sehingga para tutor atau pengajar hanya perlu fokus pada skill yang akan ditawarkan.

9. Bisnis *Online* Melalu Bangun Channel Youtube

Salah satu bisnis *online* yang naik daun dan digempari oleh semua kalangan ialah bisnis dengan membuat channel Youtube. Cara menjalankan bisnis ini yaitu cukup membuat konten yang bermanfaat dan melaksanakan *monetizing*.

2.5 Definisi Pengiriman

Menurut Mikael (2016), kegiatan pengiriman secara tidak langsung secara actual sudah sering kali dijumpai dalam kehidupan sehari – hari, dari kebanyakan pihak produsen sendiri tidak mampu untuk menangani masalah pengiriman tanpa dibantu oleh beberapa penyedia jasa pengiriman itu sendiri. Untuk mengatasi permasalahan tersebut produsen tentunya membutuhkan mitra bisnis yang mumpuni untuk menangani penyaluran pengiriman yang baik agar produk dan jasa yang diberikan dapat dengan cepat diraskan dampaknya oleh konsumen selaku target pasar dari produsen itu sendiri.

Ada dua hal yang berperan dalam mensukseskan pengiriman yaitu produsen dan konsumen. Produsen bertindak sebagai bagian dari prinsipal agar barang dapat dikirimkan dengan lancar, sedangkan konsumen menginginkan akses yang mudah terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Kedua pandangan memiliki satu kesamaan dalam bentuk yang ringkas dan nyaman

2.6 Definisi Gratis Ongkos Kirim

Menurut accurate.id (2020), free ongkir adalah biaya gratis pengiriman. Seperti yang kita ketahui bersama bahwa umumnya penjual akan banyak memberikan biaya atas pengiriman produknya pada para pembeli.

Menurut jurnal.id (2020), dalam proses jual beli online, penjual akan membebaskan biaya pengiriman kepada pembelinya sesuai dengan berat dan dimensi produk yang dibeli. Jadi, pembeli akan men-transfer uang seharga produk ditambah biaya kirim. Istilah biaya pengiriman ini lazim disebut ongkos kirim atau ongkir.