

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Implementasi Strategi *Dropship Business* Marmer Pada CV. Gemmy Mulya Onix

Manajemen Strategi merupakan proses atau rangkaian kegiatan disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan. pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan.¹

Pelaksanaan strategi *Dropshipping* pada industri marmer melibatkan tiga pelaku terkait yakni pembeli, penjual (pemilik barang) dan *Dropshipper* pelaksanaannya dapat diuraikan sebagai berikut;

- a) Pelanggan membayar kepada dropshipper.
- b) Dropshipper membayar kepada penjual sekaligus mengirimkan rincian produk yang dipesan para pelanggan.
- c) Pemilik barang mengirimkan produk yang dipesan secara langsung kepada pelanggan

¹ Taufiqurokhman, *Mengenal Manajemen Strategik*, hal. 15

1. Pelaksanaan Jual Beli Dropship di CV. Gemmy Mulya Onix

Jual beli dropship adalah metode pemesanan suatu barang melalui media internet. *Dropshipping* kini menjadi model bisnis yang diminati pebisnis online baru dengan modal kecil bahkan tanpa ada modal. Dropshipping adalah suatu usaha penjualan produk tanpa harus memiliki produk apa pun. *Dropshipping* dapat diartikan juga suatu sistem transaksi jual beli dimana pihak *dropshipper* menentukan harga barang sendiri, namun setelah mendapat pesanan barang, dropshipper langsung membeli barang dari supplier. Dropshipping diuraikan sebagai berikut :

a. Pembeli

Para calon pembeli datang ke sorum untuk melakukan transaksi pembelian dengan memesan. Para calon pembeli akan melihat hasil karya dari para pengrajin. Calon pembeli ini akan melakukan pemesanan dengan model yang diinginkan dengan jumlah yang pasti. Biasanya calon pembeli berasal dari instansi pemerintah, masyarakat, swasta dan negara lain. Apabila pemesanan telah selesai, maka akan dilakukan pengerjaan kerajinan marmer sesuai model yang diinginkan. Ketika pengerjaan barang kerajinan marmer telah selesai dikerjakan, maka akan dilakukan pengecekan dan melakukan tes untuk mengetahui ketahanan dari keindahan dari kerajinan marmer tersebut.

b. Penjual (pemilik barang)

Penjual dalam hal ini adalah *supplier*. *Supplier* menyediakan barang yang telah disepakati dengan *dropshipper*. Penjual yang terlibat adalah para pengrajin.

c. *Dropshipper*

Dropshipper menawarkan barangnya. *Dropshipper* merupakan perantara dalam penjualan barangnya, atau dalam marketing adalah personal selling. *Dropshipper* dalam industri marmer tugasnya adalah memasarkan barang marmer dan melayani pembeli. *Dropship* melakukan kegiatan menjual barang ke pelanggan dengan bermodalkan barang marmer yang telah ada atau dipajang dalam ruangan pajangan untuk dijual belikan atau istilahnya bisa disebut dengan sorum. Dalam industri marmer, biasanya para pengrajin memasarkan barangnya melalui kerjasama dengan kerajinan marmer lainnya. Selain itu para pengrajin yang mempunyai industri marmer yang telah berkembang maju menggunakan pameran atau sistem online. Selain itu para pembeli juga dapat melihat marmer melalui website atau internet yang berasal dari pengrajin. Harga marmer ditentukan oleh *dropshipper* atau kesepakatan harga bersama antara *supplier* dengan *dropshipper*. Kegiatan *dropshipping* memungkinkan *Dropshipper* dalam hal ini pengrajin, menjual barang ke pelanggan dengan bermodalkan foto dari *supplier*/toko (tanpa harus menstok barang). Para pengrajin biasanya menggunakan *website* untuk mengenalkan produk marmer dan melalui kegiatan pameran. Selain itu, para pengrajin juga menjual dengan harga

yang ditentukan oleh *dropshipper* atau kesepakatan harga bersama antara supplier dengan *dropshipper*. Seperti kesepakatan pengiriman barang dengan harga yang sesuai.

Hasil penelitian “Implementasi Strategi *Dropship* di Gemmy Mulya Onix” yang dianalisis dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Thomas L. Wheelen dan David J. Hunger. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasihah. Masalah yang dibahas adalah jual beli *online* melalui media internet atau dikenal dengan sebutan *e-commerce*, sesuai dengan tata cara yang berlaku.²

B. Kendala-Kendala Yang Dialami Oleh Pihak CV. Gemmy Mulya Onix dalam Implementasi Strategi *Dropship Business Marmer*

1. Kendala Internal

a. Kurangnya Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan hal yang sangat berpengaruh jalannya perusahaan, jika tidak ada SDM yang potensial dan memadai maka bisa menurunkan nilai perusahaan. Kurangnya SDM dapat mempengaruhi kinerja di perusahaan dengan maksimal, jika tidak ada SDM yang potensial dan memadai maka bisa menurunkan produk yang dihasilkan perusahaan, selain itu dapat menurunkan *volume* penjualan karena barang yang diproduksi tidak maksimal.

² Nasihah Nurul, "*Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet (E-Commerce) (Studi Komparatif Empat Mahzab)*". (Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009). Selanjutnya ditulis Nasihah, Tinjauan

b. Ketidakpastian Ketersediaan Bahan Baku

Ketersediaan persediaan bahan baku sangat menyulitkan perusahaan untuk memproduksi barang dengan maksimal, selain itu menghambat kinerja karyawan dalam mengolah industri marmer. Kendala yang mengakibatkan ketidakpastian tersedianya bahan baku yaitu seperti hujan turun karena medan yang dilalui sangat sulit untuk mengambil bahan baku di area pegunungan. Jadi dengan tidak Ketidakpastian ketersediaan bahan baku yang cukup bisa mempengaruhi penurunan sumber daya manusia.

c. Kerusakan Mesin

Kerusakan Mesin adalah hal yang sangat penting dalam berindustri seperti mengelola suatu produk dan kelancaran kerja karyawan. Jika mesin mengalami kerusakan pastinya sangat berpengaruh terhadap produk yang akan dihasilkan perusahaan. Kerusakan mesin sangat mengganggu aktivitas karyawan dalam memproduksi marmer, karena produk marmer sebagian besar pengolahannya menggunakan mesin. Penyebab terjadinya mesin rusak seperti lamanya tidak digunakan dan kurangnya perawatan. Jadi, mesin juga sangat berpengaruh dengan jalannya produksi, jika produksi tidak lancar maka produk yang dihasilkan sedikit dan dapat menurunkan *volume* penjualan.

2. Kendala Eksternal

Ada banyak kendala yang dihadapi oleh Reza Castory dalam menghadapi permasalahan yang ada di luar perusahaan guna meningkatkan volume penjualan.

1.) Bahan Bantu Produksi Secara Impor

Bahan bantu produksi merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dimiliki oleh Reza Castory karena sebagai bahan pembantu untuk mengolah batu marmer, seperti segmen dan batu poles. bahan bantu merupakan pembantu utama dalam mengelola marmer. Jika tidak adanya bahan bantu maka memproduksi marmer tidak maksimal dan kualitas produknya menjadi tidak bagus. Kendala untuk sulitnya memperoleh bahan bantu yaitu seperti harga bahan bantu yang meningkat ataupun bahan bantu belum tersedia.

2.) Meningkatnya Pesaing Baru

Dengan meningkatnya pesaing baru maka dapat menjadi kendala bagi suatu perusahaan dalam menjual produknya seperti sedikitnya pasar sasaran. meningkatnya pesaing baru juga sebuah kendala bagi perusahaan, permasalahan utama seperti memproduksi produk yang sama seperti industri marmer. Penentu adanya pesaing baru seperti majunya teknologi, produk laku dipasaran, dan kebutuhan masyarakat. Jadi, adanya pesaing baru maka bisa menurunkan volume penjualan karena barang yang diproduksi tidak sepenuhnya laku dipasaran, dan akibatnya banyaknya pesaing baru dengan produk yang sama.

Hasil penelitian “Implementasi Strategi *Dropship* di Gemmy Mulya Onix” yang dianalisis dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Thomas L. Wheelen dan David J. Hunger.

Hal ini sejalan dengan penelitian Dzikrullah sama sama membahas tentang jual beli *dropship*.³

³ Dzikrulloh, S. E. I., M.SEI, "*Jual Beli Dropshipping dalam Bisnis Online*". Selanjutnya ditulis Dzikrullah, Tinjauan.