

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian mengalami peningkatan yang sangat pesat. Ditambah dengan majunya teknologi yang menjadi sebuah kebutuhan. Dengan adanya teknologi mengakibatkan terjadinya perubahan pola konsumsi, permintaan, dan penawaran pasar.

Penjualan merupakan salah satu penggerak roda perekonomian di Indonesia. Penjualan merupakan sumber kehidupan suatu perusahaan, karena dari kegiatan penjualan diperolehnya laba. Menurut Assuari (2004:5), penjualan adalah sebagai kegiatan manusia yang mengarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Setiap pelaku usaha pastinya memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya. Untuk mencapai laba dibutuhkan daya saing untuk tetap mempertahankan keberadaannya dan terus berkembang serta memberikan pengembalian yang menguntungkan bagi pemiliknya dalam rangka memakmurkan pemilik perusahaan. Juga memahami pangsa pasar yang dituju dan memberikan produk yang berkualitas. Faktor produk diterima di masyarakat tidak lepas dari strategi pemasaran. Definisi strategi menurut Tjiptono (2002:6), Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi.

Maraknya persaingan sejenis mengakibatkan banyak pelaku usaha menggunakan berbagai strategi pemasaran. Banyak pelaku usaha di Indonesia sebagian besar menggunakan strategi penjualan konsinyasi. Tanpa perlu

membeli produk konsinyasi yang dinilai lebih mengefisiensi pengeluaran yang bisa dialokasikan dibiaya lainnya. Penjualan konsinyasi sangat menguntungkan untuk pelaku usaha, karena tanpa perlu modal dan mengurangi resiko rugi. Karena barang yang dititipkan apabila tidak habis terjual dapat diretur dan hanya membayar jumlah barang yang habis terjual.

Dulu untuk membangun sebuah usaha dibutuhkan modal, produk, sumber daya yang andal, dan juga tempat yang strategis. Tetapi dengan adanya strategi penjualan konsinyasi, hanya dengan memiliki produk dapat melakukan kegiatan penjualan.

Menurut Yunus dan Harnanto (2013:141), Konsinyasi adalah suatu perjanjian dimana salah satu pihak yang memiliki barang menyerahkan sejumlah barang tertentu untuk dijual dengan komisi (tertentu). Perjanjian antara kedua belah pihak bisa berupa perjanjian komisi, retur, atau pengiriman dan penerimaan barang.

Dari hasil penelitian oleh Ika Septianasari pada tahun 2019, tentang sistem titip jual pada *home* industri Dwi Asih Roti menyatakan bahwa sistem titip jual berpengaruh positif dalam meningkatkan daya saing. Tetapi tidak diketahui secara pasti berapa komisi penjualan konsinyasi dan laba yang didapatkan. Juga hasil penelitian oleh Elabe Pinti pada tahun 2013 yang menyatakan bahwa pelaksanaan penjualan konsinyasi terdiri dari beberapa tahapan. Diawali dengan tahap penawaran produk, tahapan pembuatan perjanjian, penyerahan produk. tahap retur produk dan pembayaran hasil penjualan produk. Tetapi dalam penelitiannya tidak diketahui secara pasti mengapa hasil penjualan konsinyasi berpengaruh kecil terhadap laba pendapatan pelaku usaha.

Dengan latar belakang tersebut penulis memilih kampung Sanan yang terletak di Kelurahan Purwantoro Kecamatan Blimbing Malang sebagai objek penelitian karena banyak terjadi persaingan sejenis yaitu pada penjualan

produk tempe. Dan pemilik toko oleh-oleh sebagai informan dalam penelitian ini.

Kampung sanan adalah sebuah kampung di wilayah kelurahan Purwantoro kota Malang dikenal kampung yang mayoritas sebagai sentra industri tempe dan kripik tempe. Juga merupakan setra industri terbesar di kota Malang. Sebagai salah satu sentra industri terbesar di kota Malang banyak kegiatan ekonomi yang terjadi yaitu produksi, distribusi dan konsumsi. Dalam melaksanakan kegiatan ekonomi penjualan, hampir di setiap toko oleh-oleh menggunakan sistem titipan (konsinyasi) untuk memperlengkap produk jualannya. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui proses penjualan konsinyasi dan besarnya laba pihak komisioner (*consignee*) dengan menetapkan judul : ***“Makna Penjualan Konsinyasi Bagi Peningkatan Laba Consignee studi pada beberapa toko oleh-oleh di Sanan Sentra Industri Tempe & Keripik Tempe”***.

1.2 Fokus Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka fokus penelitian ini dapat dinyatakan bahwa “bagaimana makna penjualan konsinyasi bagi peningkatan laba *consignee*?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengungkap makna penjualan konsinyasi bagi peningkatan laba pihak *consignee* pada beberapa toko oleh-oleh di Sanan sentra industri tempe dan keripik tempe.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

1.4.1 Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai makna penjualan konsinyasi bagi peningkatan laba *consignee*, serta dapat digunakan sebagai acuan atau referensi dan wawasan untuk penulis dan penelitian selanjutnya dalam kajian bidang yang sama.

1.4.2 Secara Praktis

1.4.2.1 Bagi para pelaku usaha, hasil penelitian dapat dijadikan bahan masukan untuk *consignee* dalam memahami penjualan konsinyasi (titipan).

1.4.2.2 Bagi pihak lain, hasil penelitian dapat menjadi masukan untuk menyelenggarakan atau mensosialisasikan tentang penjualan konsinyasi dan memberikan edukasi dan wawasan tambahan tentang penjualan konsinyasi.