

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada pertengahan tahun 2023, Indonesia mengalami inflasi tahunan yang cukup tinggi, hasil dari data BPS (Badan Pusat Statistik) menunjukkan bahwa di Indonesia mengalami inflasi lebih dari 5% (Statistik, Perkembangan Indeks Harga Konsumen Desember 2023, 2024) yang mana akan berdampak langsung terhadap kenaikan harga barang konsumsi, termasuk barang elektronik. Fluktuasi nilai tukar juga menyebabkan apresiasi atau depresiasi mata uang, yang turut mendorong kenaikan harga barang impor (Wilya, 2014).

Fluktuasi nilai tukar menyebabkan harga perangkat elektronik naik, sementara penghasilan masyarakat cenderung stagnan. Hal ini menurunkan daya beli masyarakat, sebagaimana dinyatakan oleh Nurkhanifah (2023), bahwa kenaikan harga tanpa peningkatan pendapatan akan berdampak pada penurunan konsumsi, pelemahan sektor usaha, dan turunnya stabilitas ekonomi nasional jika terjadi terus-menerus. Meskipun daya beli melemah, dalam kenyataannya permintaan akan gadget tetap mengalami kenaikan. Gadget merupakan perangkat elektronik yang sangat dibutuhkan saat ini karena mendukung berbagai aspek kebutuhan pengguna. Keberadaannya telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan modern. Seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, penggunaan gadget telah meluas secara signifikan di berbagai lapisan masyarakat. Tidak hanya orang dewasa, anak-anak pun kini terbiasa, bahkan mahir, menggunakan gadget untuk hiburan, pembelajaran, hingga komunikasi (Tatminingsih, 2017).

Dalam 10 tahun terakhir, permintaan gadget terus meningkat, salah satunya dipengaruhi oleh nilai tukar (Amir Salim, 2021). Untuk menjawab tantangan harga, Affor Gadget hadir dengan solusi gadget, terutama produk Apple. Berikut adalah harga gadget yang Affor Gadget berikan sebagai perbandingan harga untuk beacukai pada tanggal 10 Mei 2025.

Tabel 1.1
Perbandingan Harga Iphone

Keterangan	Harga Pasaran		Harga di Affor Gadget	
IPHONE 12	Rp	5.200.000	Rp	4.900.000
IPHONE 13	Rp	7.900.000	Rp	7.000.000
IPHONE 14	Rp	8.000.000	Rp	7.500.000
IPHONE XR	Rp	3.700.000	Rp	3.200.000

Meskipun harga gadget terus meningkat, permintaan pasar tetap tinggi. Menurut hasil dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (Indonesia A. P., 2024) menunjukkan peningkatan pengguna internet di Indonesia sebesar 1,4% dari 78,19% (2023) menjadi 79,5% (2024), mencerminkan tingginya kebutuhan masyarakat terhadap gadget. Bahkan, penggunaannya telah meluas ke berbagai kalangan, termasuk anak-anak usia sekolah dasar. Indonesia kini menjadi salah satu dari sepuluh negara pengguna gadget terbesar di dunia (Simamora, 2016). Situasi ini menjadi titik refleksi bagi pendiri Affor Gadget, yang melihat peluang untuk menciptakan solusi pengadaan barang elektronik yang lebih efisien dan terjangkau.

Akhirnya, pada tanggal 12 Februari 2024, didirikanlah Affor Gadget, sebuah startup yang bergerak di bidang jasa pengadaan barang elektronik seperti

smartphone, tablet, dan aksesori gadget. Affor Gadget hadir untuk menjawab tantangan harga gadget yang terus naik, sekaligus memudahkan distributor dan konsumen akhir dalam memperoleh barang elektronik dengan proses yang efisien dan terjangkau.

Affor Gadget menghadapi dua kendala utama, yaitu belum optimalnya pemenuhan permintaan karena tidak adanya supplier Tier 2 yang andal, serta sistem persediaan yang belum tertata dengan baik, sehingga menimbulkan risiko overstock, stockout, dan kesalahan pencatatan. Untuk mengatasi hal ini, dibutuhkan penerapan metode Inventory Management seperti EOQ, ROP, serta pendekatan Push and Pull dalam rantai pasok. Pendekatan ini ditujukan untuk meningkatkan efisiensi pengadaan, memperkuat kinerja supply chain, dan mendukung keputusan berbasis data agar distribusi lebih tepat dan responsif (Ballou, 2004).

Berdasarkan hal tersebut, proyek akhir ini bertujuan merancang sistem pengadaan barang yang terintegrasi dengan metode manajemen inventori guna meningkatkan kinerja supply chain di Affor Gadget. Sistem ini diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan pemilihan pemasok, mengoptimalkan pengelolaan stok, serta menciptakan proses distribusi yang lebih efisien dan efektif.

1.2. Identifikasi Masalah

Gadget merupakan alat interaktif yang digunakan untuk berbagai keperluan, seperti komunikasi, dokumentasi, hingga pengelolaan data, sehingga menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan modern. Pada awal kemunculannya, gadget hanya dimiliki kalangan tertentu untuk mendukung pekerjaan. Namun kini, peran gadget telah berkembang sebagai sarana hiburan sekaligus sebagai *lifestyle* (gaya hidup), tren dan *prestise* (kemewahan) (Kogoya, 2015).

Harga gadget berkualitas di Indonesia masih tinggi dan sulit dijangkau sebagian masyarakat akibat bea masuk, fluktuasi nilai tukar, dan strategi merek global (Mankiw, 2013). Nilai ekspor-impor yang tidak stabil turut memengaruhi harga pasar domestik. Selain itu, proses pengadaan barang yang kurang terstruktur menyebabkan perputaran dana terhambat, memicu risiko kredit macet, dan menimbulkan keluhan dari reseller yang telah melakukan pre-order (PO) terhadap Affor Gadget.

1.2.1. Faktor internal

Permasalahan internal yang sedang dialami Perusahaan Startup Affor Gadget dijelaskan sebagai berikut:

a. Perencanaan Eksekutor

Langkah awal dalam sebuah SOP (Standar Operasional Prosedur) pengadaan barang di Affor Gadget yaitu dengan menggunakan metode SCM (*Supply Chain Management*) yang mana metode ini memulai tahap awal tersebut adalah perencanaan pengadaan barang seperti RAB (Rancangan Anggaran Biaya), pengajuan barang yang akan dibeli, HPP (Harga Pokok Pembelian) yang akan diajukan melalui checker (Keuangan) dan maker (CEO). Eksekutor bertanggung jawab terhadap keputusan awal, di mana perencanaan ini menjadi tolak ukur realisasi pengadaan serta bertujuan menghitung kapasitas produksi dan pasokan demi memenuhi permintaan pasar.

Namun pada kenyataannya sebuah SOP (Standar Operasional Prosedur) tersebut belum dijalankan secara optimal. Eksekusi pengadaan sering tidak sesuai dengan RAB, mengakibatkan kerugian hingga puluhan juta. Padahal, menurut Fadila

Rahmawati (2024), SOP berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan panduan kerja yang terstruktur bagi karyawan.

b. Pendistribusian dan Pendataan Barang

Tahap ini meliputi proses pengiriman barang ke gudang, *quality control*, serta sortir barang untuk *reseller/dropshipper* dan konsumen. Pendataan merupakan bagian penting dari SOP yang mendukung sistem kearsipan, audit, perhitungan ROI (*Return of Investment*), hingga rekapitulasi. Menurut Arwini (2024) pengelolaan inventori yang baik akan meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi biaya.

c. Overstock dan Stockout

Overstock adalah kondisi ketika jumlah barang yang tersedia melebihi kebutuhan, sementara *stockout* adalah ketika stok barang habis saat permintaan tinggi. Keduanya merupakan risiko yang sering muncul dalam proses pengadaan barang, khususnya jika perencanaan tidak dilakukan secara tepat. Perencanaan yang baik seharusnya mempertimbangkan kapasitas gudang, kebutuhan pasar, dan memprioritaskan pengadaan barang yang sudah masuk dalam PO (pre-order), agar jumlah barang yang dipesan sesuai dengan kebutuhan.

1.2.2. Faktor Eksternal

Affor Gadget melakukan pengadaan barang dari Malaysia, sehingga fluktuasi nilai tukar menjadi tantangan signifikan. Kenaikan harga barang akibat inflasi dan perubahan kurs memengaruhi total belanja pengadaan. Dalam lima tahun terakhir, nilai tukar Rupiah terhadap Ringgit cenderung fluktuatif. Contohnya, pada 12 Februari 2024, 1 Ringgit setara Rp3.280, sementara pada 22 Mei 2025 naik menjadi Rp3.820—selisih sekitar Rp597. Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian dalam perdagangan internasional dan berdampak pada perencanaan keuangan perusahaan.

1.3. Solusi

Menghadapi tantangan tersebut, Affor Gadget hadir dengan visi menyediakan solusi elektronik berkualitas dengan harga terjangkau dan paket lengkap. Visi ini diwujudkan dalam bentuk layanan yang memberikan nilai tambah bagi konsumen, khususnya reseller, dropshipper, dan pengguna akhir. Beberapa layanan unggulan yang ditawarkan, antara lain:

1. Harga bersahabat, tanpa mengorbankan kualitas.
2. Paket lengkap, dan nilai lebih dalam setiap pembelanjanya.
3. Bergaransi.

Dari beberapa pelayanan untuk buyer Affor Gadget diatas menjadikan sebuah nilai tambah pada *costumer* agar percaya pada kualitas yang dimiliki oleh perusahaan. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan untuk dapat menyelesaikan masalah yang ada di Perusahaan Affor Gadget:

1.3.1. Faktor Internal

Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan untuk dapat menyelesaikan masalah yang ada di Perusahaan Affor Gadget:

a. Evaluasi Kinerja dan Pemberhentian Employee untuk Efisiensi SDM

Permasalahan internal yang terjadi di Affor Gadget, seperti tidak dipatuhinya SOP oleh eksekutor serta rendahnya tanggung jawab dalam proses pengadaan barang, menunjukkan adanya ketidakefektifan pada sumber daya manusia Affor Gadget melakukan pemberhentian karyawan sesuai Pasal 158 Ayat (1) UU Ketenagakerjaan sebagai bentuk efisiensi SDM.

b. Efisiensi dan Efektivitas dalam Proses Pengadaan Barang

Perusahaan perlu menyempurnakan siklus pengadaan mulai dari perencanaan, pengadaan, hingga pendistribusian dengan memperbarui SOP berdasarkan prinsip Supply Chain Management (SCM). Penerapan metode *Inventory Management* seperti *Economic Order Quantity* (EOQ) dan *Reorder Point* (ROP) dapat membantu menentukan waktu dan jumlah ideal dalam pengadaan barang, sehingga menghindari risiko overstock dan stockout. Dengan efisiensi ini, perusahaan dapat memaksimalkan hasil meskipun dengan anggaran terbatas, Danie Ibrahim (2024).

c. Penerapan Sistem Digital dan Push & Pull System

Penggunaan Warehouse Management System (WMS) serta penerapan barcode/QR code akan meningkatkan akurasi dalam pencatatan dan pelacakan barang. Selain itu, metode Push and Pull System dapat digunakan untuk menyortir dan menyalurkan produk sesuai permintaan, baik kepada reseller, dropshipper, maupun konsumen. Sistem ini meningkatkan efisiensi internal dan transparansi data perusahaan.

d. Memperkuat Efektivitas SOP terhadap Laporan Keuangan (berikan contoh dari template laporannya)

Memperkuat laporan menjadi langkah penting bagi keberlangsungan perusahaan. Berdasarkan pengalaman operasional, Affor Gadget menyadari bahwa selain masalah pengadaan dan distribusi, efektivitas laporan keuangan juga perlu ditingkatkan. Pengelolaan laporan yang lebih baik akan menghasilkan data seperti produk terlaris dan produk yang sulit terjual, sehingga membantu perusahaan menghindari risiko *overstock* maupun *stockout*.

1.3.2. Faktor Eksternal dengan Penanaman Uang di Negara Tujuan

Efektivitas menyederhanakan permasalahan terkait fluktuasi mata uang adalah dengan penanaman uang yang ada di negara tujuan melalui platform sebagai berikut:

- 1) Wise: aplikasi keuangan internasional, di dalam aplikasi ini perusahaan bisa menyimpan uang dan juga menukarkan menjadi mata uang tujuan.
- 2) Tap&Go: sebuah aplikasi penyimpanan uang untuk banyaknya *alternative* pembayaran seperti, berkendara di *highway* (Jalan Tol), dan transaksi lainnya.
- 3) Vallas (MyBCA): sebuah fitur penukaran mata uang untuk pengadaan luar negeri.

1.4. Target Pasar

Affor Gadget menargetkan dua pasar utama, yaitu smartphone dan laptop. Sehingga target pasar dari Affor Gadget adalah sebagai berikut:

1. Pengguna Internet di Indonesia: dari total 276 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2023), dengan lebih dari 66% di antaranya merupakan pengguna internet. Hal tersebut menjadi potensi target utama pasar.
2. Kelompok Usia Produktif (15–64 tahun): sekitar 70% penduduk Indonesia berada di usia produktif (Statistik, Analisis Profil Penduduk Indonesia, 2022). Kelompok ini bergantung pada gadget untuk bekerja dan menjalankan aktivitas sehari-hari sehingga menjadi target pasar dari startup Affor Gadget.
3. Pelajar dan Mahasiswa: segmen ini membutuhkan perangkat elektronik untuk mendukung kegiatan belajar. Affor Gadget hadir sebagai solusi dengan produk berkualitas dan harga terjangkau.

1.5. Model Bisnis

Dalam mengembangkan strategi pemasaran dan distribusi produk, Affor Gadget dapat menggabungkan dua model bisnis utama, yaitu:

1.5.1. Model B2B (*Business-to-Business*)

Dalam model B2B, Affor Gadget berfokus membangun kerja sama dengan perusahaan atau entitas lain, baik sebagai reseller maupun untuk kebutuhan operasional. Pendekatan ini membuka peluang penjualan dalam jumlah besar.

Implementasi B2B:

Reseller atau Distributor: Affor Gadget bekerjasama dengan reseller/distributor yang membeli produk secara massal untuk dijual kembali, sehingga membantu memperluas distribusi dan menjangkau lebih banyak wilayah secara strategis.

1.5.2. Model B2C (*Business-to-Customer*)

Selain B2B, Affor Gadget menggunakan model B2C yang berfokus pada penjualan langsung produk kepada konsumen akhir. Pendekatan ini memungkinkan Affor Gadget untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan individu, memberikan pengalaman belanja yang lebih personal dan mendalam.

Implementasi B2C:

1. Marketplace Online (Tokopedia, Shopee, Carousell): Affor Gadget dapat menjual langsung ke konsumen melalui platform marketplace yang populer.
2. Website Resmi: Website resmi yang dimiliki Affor Gadget menjadi platform penting untuk penjualan langsung. Melalui website, konsumen dapat melakukan pembelian langsung dan mendapatkan informasi produk lebih lengkap, serta menikmati pengalaman berbelanja yang lebih terpersonalisasi.
3. *Social Media* (Instagram): Affor Gadget bisa menggunakan media sosial dan iklan digital untuk menarik perhatian pelanggan individu.

1.6. Peta Jalan Startup

Peta Jalan Startup Affor Gadget (2025–2029) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. 2025 (Fokus pada Pengembangan Pasar)

Pada tahun 2025, Affor Gadget memulai perjalanannya dengan fokus utama pada pengembangan pasar. Aktivitas utama di fase ini meliputi validasi ide bisnis, riset kebutuhan konsumen, serta penguatan brand awareness.

2. 2026 (Pembentukan Toko Offline)

Tahap kedua dalam perjalanan bisnis Affor Gadget adalah membentuk toko offline dengan tujuan memberikan pelayanan langsung, menjadi sarana edukasi teknologi, konsultasi produk dan meningkatkan kredibilitas brand melalui interaksi langsung.

3. 2027 (Ekspansi Cabang di Pinggiran Kota)

Memasuki tahun ketiga, Affor Gadget mulai memperluas jangkauan operasionalnya dengan membuka beberapa cabang baru di daerah pinggiran kota.

4. 2028 (Pembukaan Toko Khusus Layanan Service)

Di tahun 2028, Affor Gadget mulai memperkuat layanan purna jual dengan membuka toko khusus yang berfokus pada service dan perbaikan perangkat.

5. 2029 (Ekspansi Pangsa Pasar)

Setelah pondasi operasional dan layanan terbentuk dengan baik, tahun 2029 menjadi fase di mana Affor Gadget siap melakukan ekspansi besar untuk memperluas pangsa pasar.