

Analisis Peran Stockist Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Herbal Pada PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Deli Serdang 2

Arifah Inayahtullah¹, Ngatno Sahputra², Al Firah³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa, Indonesia

Corresponding Email : alfirah41@dharmawangsa.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan mengetahui peran stockist dalam meningkatkan penjualan produk pada PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia Indonesia Cabang Deli Serdang 2, untuk menganalisis dan mengetahui kendala stockist dalam peningkatan penjualan produk PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Deli Serdang 2 dan untuk menganalisis dan mengetahui strategi yang dilakukan menyikapi kendala stockist dalam peningkatan penjualan produk PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia Indonesia Cabang Deli Serdang 2. Teknik pengumpulan data penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan studi dokumentasi dengan teknik analisis data yaitu analisis deskriptif. Adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu sistem keagenan stockist pada PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Deli Serdang 2 memiliki ide besar yang sangat universal dalam membangun peradaban dan kaya dengan nilai-nilai luhur, serta keagenan stockist pada PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Deli Serdang 2 juga mempublikasikan ke masyarakat dengan meningkatkan semangat hijrah produk ini menjadi pintu masuk dalam menawarkan produk HNI HPAI atau prospecting menggunakan produk-produk yang telah ada di HNI. Selain itu peran stockist dalam peningkatan penjualan produk herbal PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia Indonesia Cabang Deli Serdang 2 yaitu pembuatan program penjualan, evaluasi kunjungan promosi produk, pembuatan laporan penjualan, mengadakan kunjungan promosi dan mengadakan pertemuan antar stokist

Kata Kunci : Stockist, Penjualan, Herbal

PENDAHULUAN

PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (PT. HPAI) merupakan salah satu perusahaan Bisnis Halal Network di Indonesia yang berfokus pada produk herbal, didirikan pada tanggal 19 Maret 2015. PT. HPAI telah memiliki >80 jenis produk, seperti obat-obatan herbal, produk keperluan rumah, serta kosmetik dan lain-lain. PT. HPAI ini juga dikenal dengan 5 pilar perusahaan yang salah satunya adalah stockist sebagai jalur distribusi dari produk-produknya yang tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia dan luar negeri.

Peneletian ini memilih PT. HPAI Deliserdang 2 memiliki bisnis *online* yang telah diketahui banyak masyarakat dan seluruh produk yang dijual. Bahkan masyarakat Deliserdang 2 juga sudah banyak yang menggunakan produk PT. HPAI dan bergabung menjadi distributor, agen, atau anggota PT. HPAI tersebut.

Produk herbal PT. HPAI ini banyak digunakan oleh masyarakat lanjut usia untuk menjaga daya tahan tubuh, kemudian berkembang hingga ke masyarakat umum baik dari

remaja hingga ke orang tua. PT. HPAI ini juga bisnis berbasis *online* yang banyak menarik perhatian masyarakat untuk bergabung dalam bisnis tersebut untuk mendapatkan penghasilan tambahan dari penjualan produk Herba Penawar Alwahida Indonesia sehingga muncul yang namanya *stockist* atau *Business Center* PT. HPAI tersebut.

Stockist sangat berperan penting bagi perusahaan yang menjalankan penjualan secara *offline* maupun *online*. Adanya *Stockist* akan memastikan ketersediaan semua jenis produk yang akan dijual sehingga dapat mendukung upaya peningkatan penjualan produk.

Namun fenomena yang terjadi pada PT. HPAI di Deliserdang 2 ini, adanya *Stockist* ternyata belum sepenuhnya mampu mendukung peningkatan penjualan produk. Hal ini diketahui berdasarkan data laporan penjualan produk PT. HPAI dari tahun 2017 - 2021 dimana ketersediaan produk di *Stockist* yang selalu tersedia mampu mendukung perolehan penjualan perusahaan yang meningkat.

Tabel Nilai Persediaan di *Stockist* dan Jumlah Penjualan Produk

Tahun	Nilai Persediaan di <i>Stockist</i>	Jumlah Penjualan Produk
2017	Rp. 305.042.000	Rp. 979.786.480
2018	Rp. 421.995.000	Rp. 1.524.662.025
2019	Rp. 616.514.000	Rp. 789.522.674
2020	Rp. 501.811.000	Rp. 686.440.550
2021	Rp. 428.105.000	Rp. 701.025.995

Sumber : PT. HPAI di Deliserdang 2 (2022)

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2019 dengan nilai persediaan di *Stockist* sebesar Rp. 616.514.000 yang meningkat dari tahun 2018 ternyata hanya mendukung perolehan jumlah penjualan produk sebesar Rp. 789.522.674, dimana penurunan jumlah penjualan ini disebabkan menurunnya permintaan konsumen akan produk dimasa pandemi Covid-19.

Sedangkan di tahun 2020 terjadi penurunan dengan nilai persediaan di *Stockist* sebesar Rp. 501.811.000 dan hanya dapat mendukung perolehan jumlah penjualan produk sebesar Rp. 686.440.550 yang juga masih terjadi pandemi Covid-19, serta pada tahun 2021 dengan nilai persediaan di *Stockist* sebesar Rp. 428.105.000 dapat mendukung perolehan jumlah penjualan produk sebesar Rp. 701.025.995. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa peningkatan ataupun penurunan jumlah *Stockist* perusahaan belum sepenuhnya diiringi dengan peningkatan ataupun penurunan jumlah penjualan produk perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk membuat suatu kajian berjudul “**Analisis Peran *Stockist* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Herbal Pada PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Deli Serdang 2**”.

METODE PENELITIAN

Penelitian berlokasi di PT. HPAI Cabang Deli Serdang 2 yang bergerak dibidang produk herbal dan beralamat di Jln. Lrg. II Baru Barat, Medan Estate, Kec. Precut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221. Adapun objek penelitian yang penulis akan teliti adalah analisis peran *stockist* dalam meningkatkan penjualan produk herbal pada PT. HPAI Cabang Deli Serdang 2. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Teknik analisis data yang dipergunakan yaitu teknik analisis berkaitan dengan

analisis peran stockist dalam meningkatkan penjualan produk herbal.

KAJIAN TEORI

Pengertian *Stockist*

Abdurrahman (2015: 147), Perdagangan sistem *stock (stokist)* adalah semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang, dan jasa kepada pihak yang membeli untuk dijual kembali atau pemakaian bisnis. Awaliah (2019: 38) bahwa *Stokist* adalah perusahaan mandiri yang berizin dan membantu memasarkan produk-produk tertentu yang melibatkan penjualan barang, dan jasa kepada pihak yang membeli untuk dijual kembali atau pemakaian bisnis.

Kotler dan Amstrong (2014: 72), Perantara pemasaran membantu perusahaan untuk mempromosikan, menjual dan mendistribusikan barang ke pembeli akhir, meliputi : penjual, perusahaan distribusi fisik, agen jasa pemasaran, dan perantara keuangan

Abdurrahman (2015:147), *Stokist* menambah nilai berbagai fungsi saluran, yaitu :

1. Menjual dan mempromosikan (*selling and promoting*)
2. Membeli dan membangun pilihan (*buying and assortment building*)
3. Pemecahan kuantitas besar (*bulk breaking*)
4. Pergudangan (*warehousing*)
5. Transportasi

Nawawi dalam Hikmah (2018: 28), Indikator peran *stockist*, yaitu :

1. Selalu menghubungi calon pelanggan sebelum melakukan kunjungan
2. Kesadaran mengenai arti dan penggunaan waktu
3. Cara berpakaian dan penampilan
4. Menanggapi keberatan pelanggan dengan baik
5. Menjaga hubungan dengan pelanggan

Penjualan

Penjualan sebagai sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Stewart (2013:1), Tujuan manajemen penjualan adalah untuk mencapai hasil perkembangan bisnis seperti yang telah direncanakan, dengan memotivasi anggota tim penjualan untuk menampilkan kemampuan terbaik mereka.

Arianty (2019:7), Penjualan (*sales*) adalah kegiatan dari pada pemasaran karena penjualan terjadi jika ada proses pertukaran barang maupun jasa antar penjual dengan pembeli. Abdullah dan Tantri (2015:3), Penjualan adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran.

Tjiptono (2015:249), tujuan penjualan dinyatakan dalam volume penjualan. Tujuan ini dapat dipecahkan berdasarkan penentuan apakah volume penjualan yang ingin dicapai itu berdasarkan per wilayah atau per *salesperson* di dalam suatu wilayah operasi. Tujuan operasi juga dinyatakan dalam target *gross margin*, tingkat pengeluaran maksimum, atau pencapaian tujuan tertentu seperti merebut pelanggan pesaing.

PEMBAHASAN

PT. HPAI adalah salah satu perusahaan yang mendistribusikan produk herbal yang memiliki lebih dari 5000 agen stok di seluruh Indonesia. Distribusi obat tradisional merupakan proses yang penting dalam menjaga khasiat, keamanan, dan kualitas suatu produk obat. PT. HPAI Cabang Deli Serdang 2 ini adalah bisnis *online* yang telah diketahui banyak masyarakat dan seluruh produk-produk yang dijual.

Masyarakat Deli Serdang 2 sudah banyak yang menggunakan produk PT. HPAI dan bergabung menjadi distributor, agen, atau anggota PT. HPAI Cabang Deli Serdang 2 yang memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya menggunakan produk yang sudah tersertifikasi halal oleh lembaga negara.

Herbal Network Internasional Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI HPAI) hanya memproduksi, menyediakan, memasarkan, dan mendistribusikan produk-produk yang berkualitas berdasarkan azas alamiah, ilmiah dan ilahiah. HNI HPAI memiliki sejumlah Business Center (BC) dan agen stok dalam jalur pendistribusian produk tersebar di hampir seluruh provinsi Indonesia, bahkan juga di beberapa Negara.

Selain itu jumlah agen HPAI yang terus tumbuh berkembang dan bagi yang mau bergabung menjadi agen untuk memperoleh potongan harga produk karena harga produknya relatif sedikit mahal bila dibandingkan dengan produk yang umum dikonsumsi masyarakat. Banyak masyarakat yang mengeluhkan harga produk HNI HPAI tersebut lebih mahal dan sulit dijangkau oleh mereka yang tingkat penghasilan menengah kebawah, tetapi banyak pula mereka yang diuntungkan oleh produk HPAI karena manfaat serta khasiatnya.

Adanya *Stockist* akan memastikan ketersediaan semua jenis produk yang akan dijual secara *offline* maupun *online* sehingga dapat mendukung upaya peningkatan penjualan produk. Peran *stockist* dalam meningkatkan penjualan produk herbal PT. HPAI Cabang Deli Serdang 2, yaitu :

1. Pembuatan program penjualan, memberikan arahan para *stockist*, agar mereka bertugas sesuai dengan rencana yang telah mereka buat dan disetujui oleh pimpinan *stockist*.
2. Evaluasi kunjungan promosi produk, *stockis* digerakkan untuk sering mengadakan kunjungan secara berkala untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan serta untuk mengetahui apa yang menjadi harapan pelanggan.
3. Pembuatan laporan penjualan yang dibuat oleh *stockis* untuk mengetahui produk herbal mana yang paling diminati atau dibutuhkan oleh masyarakat.
4. Mengadakan kunjungan promosi ke *stockis*, toko, untuk mengadakan penjualan produk yang dihasilkan oleh PT. HPAI Cabang Deli Serdang 2 dan menjalin hubungan kerjasama yang lebih baik.
5. Mengadakan pertemuan non formal dan tidak mereka programkan antar *stockist* dilakukan oleh para *stockis* atau agen untuk saling tukar pendapat tentang temuan yang terjadi di lapangan.

Selain itu peranan *stockist* PT. HPAI sebagai salah satu bagian dari *member* sekaligus pelaku bisnis halal *network*, mempunyai pengaruh secara langsung pada reputasi perusahaan. Herba Penawar Alwahida Indonesia secara kelembagaan telah memberikan rambu-rambu dalam kode etik, agar para agen memiliki perilaku yang selaras guna menghindari konflik kepentingan, menyalahgunakan wewenang dan penyalahgunaan informasi. Kode Etik dan perilaku agen ini dimaksudkan supaya setiap diri agen senantiasa mampu berbuat secara etis,

konsisten serta penuh integritas sejalan dengan prinsip perusahaan didalam mendapatkan kepercayaan dari khalayak.

Keberhasilan volume penjualan suatu perusahaan akan terlihat dari jumlah penjualan yang dapat direalisasikan. Berdasarkan data yang diperoleh dari bagian pemasaran perusahaan mengenai perkembangan volume penjualan secara keseluruhan untuk lima tahun terakhir, maka penjualan produk herbal PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Deli Serdang 2 meningkat dari tahun ke tahun.

KESIMPULAN

1. Sistem keagenan *stockist* pada PT. HPAI Cabang Deli Serdang 2 memiliki ide besar yang sangat universal dalam membangun peradaban dan kayadengan nilai-nilai luhur.
2. Keagenan *stockist* pada PT. HPAI Cabang Deli Serdang 2 juga mempublikasikan ke masyarakat dengan meningkatkan semangat hijrah produk ini menjadi pintu masuk dalam menawarkan produk HNI HPAI atau *prospecting* menggunakan produk yang telah ada di HNI.
3. Peran *stockist* dalam peningkatan penjualan produk PT HPAI Cabang Deli Serdang 2 yaitu pembuatan program penjualan, evaluasi kunjungan promosi produk, pembuatan laporan penjualan, mengadakan kunjungan promosi dan mengadakan pertemuan antar *stockist*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama.
- Abdullah, Thamrin dan Tantri Fancis(2015). *Manajemen Pemasaran*. Edisi. 1. Cetakan. 5. Jakarta: Rajawali Pers.
- Abdurrahman, Herdiana Nana (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Bandung: Pustaka Setia.
- Alma, Buchari (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kedua belas. Bandung: PT Alfabeta.
- Arianty, Nel., dkk (2019). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Praktek*. Edisi. 1. Medan: Perdana Publishing.
- Kotler, Phillip (2014). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2016). *Dasar-dasar Pemasaran, Principles of Marketing 7 e.*, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Stewart, Grant (2012). *Sukses Manajemen Penjualan*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:PTAlfabeta.
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Evaluasi, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Tjiptono, Fandy (2018). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: ANDI
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.