

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan informasi yang terjadi pada saat ini sangatlah pesat. Hal ini terus mendorong perubahan yang sangat besar pada sistem perdagangan di seluruh dunia termasuk di Indonesia, perubahan tersebut berupa sistem digitalisasi perdagangan melalui online atau *e-commerce*. Kemudahan akses, kecepatan pelayanan dan berbagai jenis produk yang ditawarkan membuat perdagangan secara online melalui *e-commerce* menjadi pilihan utama masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Akan tetapi, dibalik semua kemudahan yang ditawarkan tersebut, terdapat beberapa tantangan besar dalam mengelola rantai pasok produk agar lebih efisien khususnya adalah ketersediaan produk dan kualitas barang yang ditawarkan.



Gambar 1. 1 Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia tahun 2017-2024

(www.Goodstats.id, 2026)

Perkembangan transaksi *e-commerce* yang pesat mendorong munculnya berbagai jenis bisnis digital. Salah satunya adalah toko online dengan model bisnis reseller produk dari produsen secara langsung. Jenis bisnis ini memiliki ketergantungan pada kemampuan produsen dalam memproduksi barang dan menjaga kualitas barangnya. Jenis bisnis ini merupakan salah satu bisnis yang diminati oleh masyarakat saat ini karena modal yang sedikit dan tidak membutuhkan ruangan yang besar untuk menyimpan barang.

Hal ini bisa dilihat dari fenomena yang mana semakin banyak toko-toko online yang bukan merupakan toko penyedia langsung, namun merupakan reseller dan bahkan hanya sebatas affiliator saja. Hal ini berdampak pada kondisi pasar digital yang semakin tinggi dan nilai transaksi semakin besar dari tahun ketahun. Perkembangan teknologi informasi telah berkontribusi terhadap pertumbuhan pasar digital yang menyebabkan persaingan dikalangan para pelaku usaha online semakin ketat dan mengharuskan para pelaku usaha untuk bisa mempertahankan ketersediaan produk serta menjaga kualitas barang yang mereka tawarkan kepada konsumen.

Situasi ini memperlihatkan bahwa semakin besar nilai transaksi, semakin tinggi pula ekspektasi konsumen terhadap kecepatan layanan, keakuratan informasi stok, dan ketersediaan produk setiap saat untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Keadaan ini menunjukkan bahwa pengelolaan dan ketersediaan produk dalam toko online tidak bisa dipisahkan dengan pemasok. Menurut Dinda Puspitasari et al (2025), hubungan kemitraan yang baik dengan pemasok dan kemampuan pengendalian kualitas produk yang diterima merupakan faktor penting

dalam memastikan ketersediaan produk yang layak. Dalam konteks persaingan yang sangat kompetitif, toko online harus dapat memastikan produk tersebut *ready stock*. Di sinilah peran manajemen mutu menjadi krusial, karena kesalahan kecil dalam pengendalian kualitas atau pengelolaan stok dapat berdampak langsung pada kepuasan pelanggan.

Dalam mengelola pasokan sebuah produk, salah satu cara untuk menjaga tingkat kestabilan pasokan adalah *supplier partnership*. Kemitraan dengan pihak pemasok bukanlah hubungan secara jangka pendek, hubungan ini dilandasi kepercayaan, komunikasi yang baik dan efektif, komitmen, dan kerjasama jangka panjang. Hubungan kemitraan yang baik antara perusahaan dan *supplier partnership* atau yang dikenal dengan *preloved supplier* memungkinkan perusahaan mendapatkan kestabilan stok dan mengurangi risiko keterlambatan pengiriman barang atau barang yang dikirim tidak sesuai.

Berdasarkan laporan McKinsey & Company (2023), sekitar 85 % penjual online di Indonesia merupakan reseller atau distributor, bukan produsen langsung. Sebagian besar toko online bergantung pada pihak ketiga untuk memperoleh produk yang dijual. Ketergantungan tersebut menimbulkan risiko operasional, seperti keterlambatan pengiriman dari pemasok, stok yang tidak stabil, hingga inkonsistensi kualitas produk yang diterima. McKinsey (2023), menekankan bahwa fenomena ini merupakan salah satu penyebab utama munculnya kasus *stock-out* di toko online, terutama bagi usaha kecil dan menengah yang belum memiliki sistem pengawasan mutu dan persediaan yang kuat.

Kemampuan *quality control* pada *supplier* juga merupakan salah satu faktor penentu keberlangsungan sebuah perusahaan dalam menjalankan proses organisasi pada bidang manajemen. *Quality control* yang baik akan memastikan produk yang dijual sudah memenuhi standar kualitas sesuai dengan ketentuan, mengurangi tingkat pengembalian produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap toko. Sarah et al (2023) berpendapat bawa kemampuan *quality control* yang baik dapat menyaring dan mengoptimalkan barang layak jual sehingga stok produk akan tetap terjaga secara kualitas maupun kuantitas. Dengan kata lain, *Quality Control* berperan sebagai mekanisme penghubung antara hubungan kemitraan dan hasil akhir berupa ketersediaan produk.

Minat masyarakat terhadap alat musik, khususnya drum, tidak selalu berbanding lurus dengan kemampuan untuk membeli produk baru. Fenomena ini melahirkan pasar tersendiri bagi produk *preloved* atau bekas pakai yang tetap berkualitas. Pasar produk *preloved* di industri musik memiliki potensi yang cukup besar, mengingat bahwa alat musik seperti drum tergolong barang tahan lama (*durable goods*) yang apabila dirawat dengan baik akan tetap mempertahankan nilai fungsi dan estetikanya. Hal ini menjadikan tingkat permintaan terhadap drum *preloved* cukup signifikan di pasar, sebagaimana tercermin dalam data penjualan AGH Drumstore yang menunjukkan tren positif dari waktu ke waktu.

Di sisi konsumen, para penggemar musik khususnya para pemain drum umumnya tidak memiliki penolakan terhadap produk *preloved*. Justru sebaliknya, terdapat pilihan yang kuat di kalangan komunitas musik untuk membeli produk *preloved*, dengan pertimbangan bahwa harga yang ditawarkan lebih terjangkau

dibandingkan produk baru di pasaran. Lebih jauh, terdapat unsur artistik dan nilai historis yang melekat pada barang *preloved*, misalnya drum yang pernah digunakan oleh musisi ternama, sehingga menambah daya tarik tersendiri bagi konsumen. Faktor-faktor ini memperkuat keyakinan konsumen bahwa produk drum *preloved* yang terawat dengan baik merupakan pilihan yang rasional dan bernilai. Dengan demikian, peminat barang *preloved* di industri musik masih sangat tinggi, karena ekspektasi konsumen terhadap harga yang lebih murah dari pasaran sekaligus adanya nilai artistik pada barang-barang yang memiliki sejarah menjadikan pasar *preloved* untuk industri musik sangat besar potensinya.

Salah satu pelaku usaha yang bergerak di segmen ini adalah AGH Drum Store, sebuah toko yang secara khusus menyediakan drum *preloved* sebagai komoditas utamanya. AGH Drum Store bukan merupakan produsen drum, melainkan hanya berperan sebagai toko yang menjual produk *preloved*. Meski permintaan pasar cukup tinggi, AGH Drum Store tidak selamanya mampu memenuhi ketersediaan drum sesuai permintaan pelanggan karena keterbatasan pasokan dari satu wilayah saja. Oleh karena itu, AGH Drum Store mengandalkan mitra *supplier* yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia untuk mencari dan menyediakan barang *preloved* di wilayah masing-masing. Strategi kemitraan dengan *supplier* dari berbagai kota ini menjadi proposisi strategis AGH Drum Store dalam menjaga kelangsungan pasokan produk secara nasional.

Di sisi lain, terdapat tekanan bahwa drum yang dijual harus berada dalam kondisi prima, sehingga terdapat penekanan pada aspek kualitas produk. Namun demikian, kualitas tidak dapat sepenuhnya dikendalikan secara langsung oleh AGH

Drum Store mengingat posisinya hanya sebagai penjual. Pemilihan mitra *supplier* yang tepat pun menjadi tantangan strategis tersendiri, karena kemampuan dan persepsi masing-masing *supplier* terhadap standar *quality control* tidaklah sama tergantung wilayah dan kapasitasnya. Perbedaan persepsi ini berpotensi memengaruhi konsistensi kualitas produk yang masuk ke AGH Drum Store sekaligus berdampak pada ketersediaan stok yang memadai. Berdasarkan fenomena inilah, penelitian ini mengkaji persepsi *supplier* terhadap ketersediaan produk *preloved* dengan mediasi kemampuan *quality control*.

AGH Drumstore adalah toko alat musik dan studio musik yang berada di Tasikmalaya. Toko ini menjual alat-alat musik yang berfokus pada penjualan drum second dan rekondisi. AGH Drumstore mulai merintis usaha sejak tahun 2015. Saat awal berdiri, AGH Drumstore melakukan usaha jual-beli secara terbatas dalam kondisi baik tanpa proses rekondisi dan hanya memasarkan di online shop saja. Pada saat ini Toko Online AGH Drumstore sudah memiliki studio langsung yang beralamat di Rajapolah.

Namun, seiring waktu dan keahlian pemilik usaha, kegiatan rekondisi dan perbaikan mulai dilakukan sehingga AGH Drumstore berkembang. Saat ini, perusahaan memiliki karyawan yang disebut *partnership* yang bertugas mencari dan membeli barang yang dapat direkondisi untuk dijual kembali. Para *partnership* ini tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Hal yang menarik untuk diteliti adalah bagaimana owner AGH Drumstore memanajerial seluruh aktivitas toko sehingga eksistensi dan tren penjualannya terus meningkat.

Tabel 1. 1 Tabel Penjualan dan Produk Cacat

Tahun	Penjualan	Produk Cacat	Produk Cacat Terjual Set	Produk Cacat Terjual Satuan
2021	337	30	24	4
2022	352	25	15	10
2023	419	28	13	15
2024	431	24	20	4
2025	455	22	7	15

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan tabel diatas diketahui jumlah produk yang terjual di Toko Online AGH Drumstore mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Pada tahun 2021 jumlah produk yang terjual sebanyak 337 dengan jumlah produk cacat sebanyak 30 buah. Pada tahun 2022 terjadi peningkatan jumlah produk penjualan menjadi 352 dengan produk cacat sebanyak 25 dan mengalami penurunan jumlah cacat sebanyak 5 buah dari tahun sebelumnya. Selanjutnya pada tahun 2023 penjualan mengalami peningkatan kembali yaitu sebanyak 419 buah dengan jumlah produk cacat sebanyak 28 buah. Pada tahun 2024 penjualan mengalami peningkatan menjadi 431 buah dan produk cacat sebanyak 24 dan pada tahun 2025 produk yang terjual sebanyak 455 buah dan produk cacat sebanyak 22 buah. Secara keseluruhan penjualan mengalami peningkatan setiap tahunnya seiring dengan permintaan pasar terhadap barang *preloved*. Meskipun masih terdapat produk cacat yang harus diseleksi melalui proses *quality control* sebelum produk tersebut diperjualbelikan kepada konsumen. Hal ini menandakan bahwa kemampuan *quality control*

memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan kualitas produk yang akan dipasarkan dan menjaga ketersediaan produk layak jual pada AGH Drumstore.

Sementara itu, produk cacat tidak selalu dibuang begitu saja. Sebagian besar dari produk cacat tersebut melalui proses penilaian ulang oleh tim terkait untuk mengetahui tingkat kerusakannya. Produk yang masih memungkinkan untuk diperbaiki akan menjalani proses perbaikan atau rekondisi, yang mencakup perbaikan komponen yang rusak, pengaturan ulang sistem suara, dan perbaikan fisik. Setelah proses rekondisi selesai dilakukan dan produk dianggap sudah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan, maka produk tersebut bisa dijual kembali sebagai produk layak jual. Seperti pada tahun 2021 terdapat produk cacat sebanyak 30 item, tahun 2022 sebanyak 25 item, tahun 2023 sebanyak 28 item, tahun 2024 sebanyak 24 item, dan tahun 2025 sebanyak 22 item. Barang cacat yang masuk merupakan bagian dari Drum-Set, bukan keseluruhan dari Drum-Set, contohnya hanya snare saja, atau cymbal saja, atau hanya partitur bagian tiang dll.

Dari banyaknya barang cacat yang masuk pada periode tahun 2021-2025 setelah melalui proses QC (*In-coming*, *In-Process*, dan *Final Inspection*) semuanya masih bisa di rekondisi meskipun melalui serangkaian proses perbaikan seperti pengecatan, penghampelasan, dan juga penyemprotan dengan cat halus, dan barang yang di rekondisi semuanya dijual secara satuan dalam platform *marketplace*, dan semuanya terjual karena dengan harga yang dibawah standar harga bekas. Hal ini terjadi karena proses QC dilakukan bukan hanya di perusahaan namun preloved juga melakukan seleksi item sebelum pembelian barang.

Akan tetapi, terdapat beberapa produk yang tidak dapat diperbaiki karena tingkat kerusakannya yang parah atau biaya perbaikan yang tidak sesuai dengan harga jualnya. Produk – produk yang termasuk kategori kecacatan yang berat biasanya digunakan sebagai sumber suku cadang atau biasanya dijual terpisah. Dengan adanya proses pengendalian kualitas dan rekondisi yang tepat, beberapa barang tersebut tetap bisa diperjual belikan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan.

Permasalahan yang terjadi saat ini, *quality control* yang dijadikan acuan dalam pengontrolan produk dari pemasok hanya berdasarkan standar dari *supplier partnership*. Tidak jarang juga produk yang masuk ke AGH Drumstore banyak yang tidak bisa di rekondisi, sehingga terjadinya penumpukan produk *preloved* yang tidak bisa digunakan. Fenomena ini memperlihatkan bahwa ketergantungan penuh pada standar supplier berpotensi melemahkan sistem kontrol kualitas internal, menurunkan efisiensi operasional, serta mengganggu reputasi AGH Drumstore sebagai penyedia instrumen musik berkualitas. Dengan demikian, partnership yang tidak diimbangi oleh pengawasan mutu independen menjadi salah satu faktor utama munculnya permasalahan terkait dengan kualitas dan akumulasi produk tidak layak pakai.

Fenomena yang terjadi pada bisnis produk *preloved* dapat digambarkan sebagai sebuah rantai yang saling berhubungan, dimana setiap rantai tersebut memiliki peran yang penting agar sistem penjualan produk berjalan dengan baik. Dalam menjalankan bisnis produk *preloved*, hubungan antara pemasok dengan pemilik usaha merupakan salah satu faktor penentu kelancaran dan

keberlangsungan usaha. Apabila hubungan antara pemasok dengan pemilik usaha tidak berjalan dengan baik maka kondisi ini akan menyebabkan berkurangnya jumlah produk pada AGH Drumstore.

Produk *preloved* memiliki kondisi dan karakteristik yang berbeda jika dibandingkan dengan produk baru karena setiap produk memiliki kondisi fisik yang tidak sama. Oleh karena itu, proses *quality control* dilakukan untuk penentu kelayakan produk untuk dipasarkan. Apabila proses ini tidak dilakukan maka akan berdampak terhadap kualitas produk yang dijual rendah, sehingga akan menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap barang yang akan diperjual belikan. Namun, apabila proses *quality control* yang dilakukan terlalu ketat tanpa didukung oleh pasokan produk yang memadai dari pemasok maka jumlah produk layak jual yang tersedia juga akan semakin terbatas.

Kondisi ini menunjukkan bahwa kesuksesan sebuah usaha produk *preloved* tidak hanya bergantung pada jumlah barang yang diperoleh dari pemasok, akan tetapi juga bergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengelola kualitas produk tersebut. Hubungan kerjasama yang baik antara pemasok dengan pemilik usaha dapat memperlancar distribusi barang yang diterima, dan kemampuan dalam pengendalian kualitas produk akan memastikan bahwa setiap produk yang ditawarkan selalu memenuhi standar yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Oleh karena itu, keseimbangan antara hubungan dengan pemasok dan kemampuan dalam mengendalikan kualitas produk menjadi aspek penting dalam memastikan ketersediaan produk *preloved* secara konsisten di AGH Drummstore.

Beberapa situasi menunjukkan bahwa meskipun AGH Drumstore sudah menjalin kerja sama dengan berbagai pihak pemasok dalam memenuhi kebutuhan produk *preloved* yang akan dijual, akan tetapi dalam kenyataannya masih ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan *supplier partnership*. Permasalahan tersebut diantaranya adalah belum optimalnya komunikasi antara pihak pemasok dengan pihak toko dan ketidaksesuaian jumlah maupun kondisi barang yang diterima. Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek *supplier partnership* antara pihak toko dan pemasok belum sepenuhnya berjalan secara efektif.

Selain itu, terdapat permasalahan lain pada proses *quality control* dimana masih banyak ditemukan produk yang tidak memenuhi standar kualitas, seperti produk yang kurang layak jual atau tidak sesuai dengan informasi awal dari pemasok. Pemeriksaan produk juga belum dilakukan secara konsisten sehingga berpotensi menimbulkan ketidaksesuaian kualitas produk yang ditawarkan. Produk yang tidak memenuhi standar akan mengurangi jumlah barang yang layak jual, sementara keterlambatan dan ketidaksesuaian pengiriman dari pemasok dapat menyebabkan terjadinya kekosongan stok. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketersediaan produk tidak hanya ditentukan oleh besarnya jumlah pasokan akan tetapi juga ditentukan oleh kualitas produk dan efektivitas proses pengendalian kualitas barang tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian secara lebih mendalam mengenai Pengaruh *Supplier Partnership* terhadap Ketersediaan Produk *Preloved* dengan Mediasi Kemampuan *Quality Control* (Studi Pada Toko Online AGH Drumstore).

1.2. Identifikasi Masalah

Perkembangan bisnis online pada saat ini sangat pesat, sehingga menuntut para pemilik usaha untuk bisa menjaga ketersediaan produk secara konsisten agar bisa memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa adanya keterkaitan yang penting antara toko AGH Drumstore dengan *supplier partnership* dalam pembelian produk – produk *preloved*. Sementara itu, kemampuan mitra dalam melakukan *quality control* sangat menentukan kualitas produk yang didapatkan. Oleh karena itu, hubungan antara *supplier partnership* dan kemampuan *quality control* untuk memenuhi ketersediaan produk sangat menarik untuk diteliti.

Dalam rangka memahami permasalahan mengenai produk *preloved* dan *supplier partnership* pada Toko Online AGH Drumstore secara mendalam, maka diperlukan pendalaman dengan kajian pada penelitian dengan panduan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Supplier Partnership* terhadap Ketersediaan Produk *Preloved* pada Toko Online AGH Drumstore?
2. Bagaimana pengaruh *Supplier Partnership* terhadap peningkatan kemampuan *Quality Control* pada Toko Online AGH Drumstore?
3. Bagaimana pengaruh kemampuan *quality control* terhadap ketersediaan produk *preloved* siap jual pada Toko Online AGH Drumstore?
4. Sejauh mana kemampuan *Quality Control* memediasi pengaruh *Supplier Partnership* terhadap ketersediaan produk *preloved* pada Toko Online AGH Drumstore?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Supplier Partnership* terhadap Ketersediaan Produk *Preloved* pada Toko Online AGH Drumstore.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Supplier Partnership* terhadap peningkatan kemampuan *Quality Control* pada Toko Online AGH Drumstore
3. Untuk mengetahui pengaruh kemampuan *quality control* terhadap ketersediaan produk *preloved* siap jual pada Toko Online AGH Drumstore.
4. Untuk mengetahui Sejauh mana kemampuan *Quality Control* memediasi pengaruh *Supplier Partnership* terhadap ketersediaan produk *preloved* pada Toko Online AGH Drumstore.

1.4. Kegunaan Penelitian

Diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, di antaranya:

1.4.1. Kegunaan Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara ilmiah mengenai hubungan antara *supplier partnership*, kemampuan *quality control*, dan ketersediaan produk *preloved* khususnya bagi perusahaan start-up yang menjual produk second rekondisi. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya, terutama bagi peneliti yang ingin mengkaji implementasi sistem manajemen mutu dalam konteks bisnis online dan rantai pasok digital.

1.4.2. Kegunaan Terapan Ilmu

- a. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen Toko Online AGH Drumstore sebagai dasar evaluasi khususnya pada aspek peningkatan efektivitas kerja sama dengan *supplier* dan perbaikan sistem pengendalian kualitas produk *preloved*.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menjaga kestabilan ketersediaan produk, meminimalkan risiko kekosongan stok (*stock-out*), dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas barang yang ditawarkan.
- c. Secara lebih luas, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku toko online lainnya dalam membangun kemitraan *supplier* yang strategis serta menerapkan *quality control* yang konsisten.

1.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Toko Online AGH Drumstore, yang berlokasi di Jl. Layang Rajapolah, Manggungsari, Kec. Rajapolah, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat 46155.

1.5.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh penulis dalam jangka waktu kurang lebih satu semester, dimulai dari bulan September 2025 sampai bulan Juni 2026. Adapun rincian jadwal kegiatan penelitian dimulai dari proses observasi, studi dokumen, dan juga analisis situasi dan kondisi perusahaan sampai dengan melakukan wawancara dan kuisioner.