

**ANALISIS PENJUALAN KONSINYASI PADA USAHA RUMAHAN PRODUK
KERUPUK SUGIANTI DI RAMAN UTARA KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

Ambar Anggraini

Institut Agama Islam Negeri Metro
ambaranggraini1234@gmail.com

Cindy Febry Mardiana

Institut Agama Islam Negeri Metro
cindyfebry85@gmail.com

Muhammad Risky Ridho Djafar

Institut Agama Islam Negeri Metro
muhammadrizkiridhodjafar@gmail.com

Faruq Alfares

Institut Agama Islam Negeri Metro
faruqalfarez899@gmail.com

Fihrismanwirat

Institut Agama Islam Negeri Metro
fihrismanw@gmail.com

Carmidah

Institut Agama Islam Negeri Metro
carmidah@metrouniv.ac.id

Alamat: Jl. Ki Hajar Dewantara No.15A, Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro,
Lampung 34112

Korespondensi penulis : ambaranggraini1234@gmail.com

***Abstract.** The purpose of this study is to evaluate whether consignment sales made by businesses are in accordance with theoretical studies. The research was conducted on Mrs. Sugianti's business, North Raman sub-district, East Lampung district for several weeks. The steps taken to achieve the objectives of this study were: 1). To describe how the consignment sales system for the Sugianti cracker business in North Raman sub-district, 2). To find out what are the driving and inhibiting factors in marketing Sugianti's home industry products, Mrs. Sugianti in the District northern raman.*

Keywords: Consignment, Home Industry, UMKM

Abstrak. Tujuan penelitian ini untuk mengevaluasi apakah penjualan konsinyasi yang dilakukan oleh usaha sudah sesuai dengan kajian teori. Penelitian dilakukan pada usaha ibu sugianti kecamatan raman utara kabupaten lampung timur selama beberapa minggu. Langkah-langkah yang ditempuh untuk mencapai tujuan penelitian ini adalah: 1). Untuk mendeskripsikan bagaimana system penjualan konsinyasi pada usaha krupuk Sugianti dikecamatan raman utara, 2). Untuk mengetahui apa saja faktor pendorong dan penghambat dalam pemasaran produk *Home Industry* milik ibu Sugianti di kecamatan raman utara.

Kata kunci : Konsinyasi, Industri Rumahan, UMKM

LATAR BELAKANG

Pengembangan *Home Industry* dilakukan agar membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat. Banyaknya perkembangan industri kecil akan membantu mengatasi masalah pengangguran sehingga bisa memperbesar lapangan kerja dan kesempatan usaha, yang pada gilirannya mendorong pembangunan daerah dan kawasan pedesaan. Dengan tercapainya perkembangan *Home Industry* maka dapat mendorong percepatan finansial dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satu kuliner yang banyak berkembang di Indonesia adalah *Home Industry* yang bergerak pada usaha aneka makanan berupa kerupuk.

Pemilik usaha kerupuk menggunakan metode kerjasama dalam melakukan penjualan produk. Dalam sistem kerjasama ini pemilik produk menitipkan barang dagangannya kepada penyalur, pedagang atau pemilik toko untuk dijual atau biasa disebut dengan konsinyasi. Berdasarkan hasil wawancara rata rata pedagang krupuk diraman utara menggunakan sistem penjualan konsinyasi. Dalam melakukan strategi pemasaran konsinyasi ini pemilik usaha memiliki kendala yaitu kendala modal. Pemilik usaha menyampaikan bahwa perlu modal yang lebih untuk dalam melakukan pemasaran dengan strategi konsinyasi dikarenakan produsen tidak langsung memperoleh pendapatan dari produk yang ia berikan ke penyalur, dimana penyalur akan membayar satu minggu setelah produk tersebut laku terjual.

Selain itu, pemilik usaha juga menggunakan metode pemasaran jual butuh yaitu produsen akan menjual produknya kepada penyalur sesuai dengan produk kerupuk yang diinginkan dan jumlah produk yang dibutuhkan, sehingga biasanya pemilik usaha kerupuk hanya memproduksi produk sesuai yang dibutuhkan di pasaran. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang penting dimana mempengaruhi keberlangsungan suatu usaha yang sedang dijalankan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Penjualan Konsinyasi Pada Usaha Rumahan Produk Kerupuk Sugianti Di Raman Utara Kabupaten Lampung Timur”.

KAJIAN TEORITIS

Penjualan Konsinyasi

Istilah konsinyasi diartikan sebagai kegiatan penitipan barang dagangan kepada agen atau orang untuk dijualkan dengan pembayaran kemudian (jual titip). Utoyo Widayat (2017) menjelaskan bahwa penjualan konsinyasi merupakan pengiriman atau penitipan barang dari pemilik kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen penjualan dengan memberikan komisi. Dalam hubungan dengan penjualan konsinyasi tersebut, pemilik barang disebut sebagai

pengamanat (*consignor*) dan pihak yang dititipkan barang disebut sebagai komisioner (*consignee*).

Barang yang dikirim oleh pengamanat atas dasar penjualan konsinyasi disebut sebagai barang konsinyasi, sedangkan barang yang diterima oleh komisioner atas penjualan konsinyasi disebut barang komisi. Pengamanat (*consignor*) menetapkan komisioner (*consignee*) sebagai pihak yang bertanggung jawab atas barang- barang yang diserahkan kepadanya sampai barang- barang ini terjual kepada pihak ketiga. Atas penjualan barang- barang ini, pihak komisioner menetapkan penyerahan hak atas barang- barang ini dan juga hasil penjualannya. Pihak komisioner tidak memiliki kewajiban kepada pihak pengamanat selain pertanggung jawaban atas barang- barang yang telah diserahkan kepadanya. Penjualan konsinyasi memiliki perbedaan dengan penjualan biasa. Pada penjualan biasa, umumnya hak milik dari barang telah berpindah tangan jika barang telah dikirim oleh penjual kepada pembeli, sedangkan pada penjualan konsinyasi hak milik barang tetap berada di tangan pengamanat. Hak milik baru berpindah tangan jika barang telah terjual oleh komisioner kepada pihak lainnya.

Perbedaan yang lain adalah dalam hal biaya operasi yang berhubungan dengan barang yang dijual. Dalam transaksi penjualan biasa, semua biaya operasi yang berhubungan dengan barang yang dijual ditanggung oleh pihak penjual, tetapi dalam penjualan konsinyasi semua biaya yang berhubungan dengan barang konsinyasi akan ditanggung oleh pengamanat (pemilik barang).

Keuntungan Penjualan Konsinyasi

a. Keuntungan Bagi Pengamanat (*Consignor*)

Berikut beberapa keuntungan yang diperoleh oleh pengamanat dalam penjualan konsinyasi:

- a) Untuk memperluas daerah pemasaran suatu produk oleh pengamanat (*consignor*) yang disebabkan oleh beberapa hal, antara lain:
 - Memperkenalkan produk baru, dimana masyarakat belum mengetahui produk tersebut.
 - Untuk membuka devisi penjualan di suatu daerah adalah sangat mahal investasinya.
- b) Pengamanat dapat mengendalikan (mengontrol) harga jual dari agen (penerima barang konsinyasi). Hal ini dimungkinkan karena agen hanya menjual dengan harga yang telah ditetapkan oleh pengamanat dan agen hanya menerima komisi atas penjualan tersebut, tanpa mengambil keuntungan dari harga jual barang konsinyasi.
- c) Barang konsinyasi tidak ikut disita apabila terjadi kebangkrutan pada pihak komisioner sehingga resiko kerugian dapat ditekan.

d) Pengamanat dapat memperoleh spesialis penjualan, terutama untuk penjualan gandum, ternak, dan hasil bumi. Imbalan untuk jasa seperti ini seringkali berupa komisi, yang dapat berupa persentase harga jual atau dapat juga berupa jumlah yang tetap untuk setiap unit batang yang terjual.

b. Keuntungan bagi Komisioner (*Consignee*)

Bagi komisioner ada beberapa keuntungan yang diperoleh melalui penjualan konsinyasi, antara lain:

- Komisioner tidak dibebani resiko menanggung rugi bila gagal dalam penjualan barang-barang konsinyasi
- Komisioner tidak mengeluarkan biaya operasi penjualan konsinyasi karena semua biaya akan diganti atau ditanggung oleh pengamanat
- Apabila terdapat barang konsinyasi yang rusak dan terjadi fluktuasi harga, maka hal tersebut bukan tanggungan komisioner (hal ini sangat penting terutama bila barang konsinyasi tersebut berupa buah- buahan, atau produk pertanian lainnya).
- Kebutuhan modal kerja dapat dikurangi, sebab komisioner hanya berfungsi sebagai penerima dan penjual barang konsinyasi untuk pengamanat.
- Komisioner berhak mendapatkan komisi dari hasil penjualan konsinyasi. (Komisi yang didapat akan bertambah sesuai dengan jumlah barang yang dititipkan). Misalnya: Harga kerupuk dari konsinyor Rp. 4.000 /Bungkus. Maka, Komisioner memberi harga Rp. 5.000/Bungkus. Jadi, Komisioner akan mendapatkan keuntungan 10% dari harga jual.

Hak dan Kewajiban dari Komisioner (*Consignee*)

Komisioner (*consignee*) memiliki beberapa hak dalam penjualan konsinyasi, antara lain:

- Pihak komisioner (*consignee*) berhak memperoleh penggantian atas pengeluaran yang dibutuhkan berkaitan dengan barang konsinyasi dan juga berhak memperoleh imbalan atas penjualan barang konsinyasi. Pengeluaran yang dibutuhkan tergantung pada sifat barang konsinyasi dan biasanya meliputi pengangkutan, asuransi, pajak, penyimpanan, penanganan, reparasi di bawah garansi, dan beban lainnya yang biasanya ditanggung oleh pihak pengamanat (*consignor*).
- Pihak komisioner (*consignee*) berhak menawarkan garansi biasa atas barang konsinyasi yang dijual, dan sementara itu pihak pengamanat (*consignor*) terikat pada syarat pemberian garansi seperti ini.

Kewajiban Pihak Komisioner (*Consignee*) Sebagai penerima amanat dalam penjualan konsinyasi, komisioner (*consignee*) memiliki beberapa kewajiban yang harus dipenuhi, antara lain:

- Pihak komisioner (*consignee*) harus melindungi barang- barang pihak pemilik dengan cara yang baik dan sesuai dengan sifat. Barang dan kondisi konsinyasi. Jika pihak konsinyi telah menerima instruksi khusus, maka ia harus melaksanakannya dengan baik untuk menghindari kewajiban.
- Pihak komisioner (*consignee*) harus menjual barang konsinyasi dengan harga yang telah ditentukan atau jika tidak ada ketentuan mengenai harga, ia harus menjualnya dengan harga yang memuaskan kepentingan pihak pemilik.
- Pihak komisioner (*consignee*) harus memisahkan barang konsinyasi dari barang dagangan lainnya. Jika pemisahan fisik ini tidak dapat dilakukan, maka barang konsinyasi ini harus diberi tanda khusus atau diselenggarakan catatan yang memungkinkan untuk menetapkan dengan segera barang konsinyasi ini.
- Pihak komisioner (*consignee*) harus mengirimkan laporan berkala mengenai kemajuan penjualan barang konsinyasi. Laporan ini berisi informasi mengenai barang konsinyasi yang diterima, barang konsinyasi yang dijual, harga jual, biaya penjualan, jumlah yang terhutang, dan jumlah (uang) yang dikirimkan.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan, penulis melakukan penelitian ini di wilayah kecamatan raman utara. Kecamatan raman utara dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan menjadi pusat pertumbuhan bisnis, termasuk pertumbuhan Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan, sehingga dengan ini akan memudahkan penulis dalam memperoleh data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti (Juliansyah Noor, 2011)

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah studi lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subjek yang diteliti serta interaksinya dengan lingkungan. Tujuannya ialah melakukan penyelidikan secara mendalam mengenai subjek tertentu untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai subjek tertentu. penelitian ini mengangkat mengenai praktik penjualan konsinyasi yang dilakukan oleh pelaku usaha produk krupuk di Kecamatan Raman Utara.

Sumber dan Jenis Data

Sumber data penelitian ini diperoleh dari para pelaku usaha produk krupuk kecamatan raman utara yang menerapkan sistem penjualan konsinyasi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui hasil wawancara kepada pelaku usaha produk krupuk.

Teknik Pengumpulan

Data Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara wawancara. Setelah data dan informasi yang di dapat dari hasil wawancara kemudian data tersebut diolah menjadi informasi tentang sistem pelaksanaan penjualan konsinyasi pada pelaku usaha produk krupuk Kecamatan raman utara.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan informasi data yang diperoleh dengan analisa dan mengelompokkan data- data berdasarkan kategori- kategori atas dasar persamaan jenis dari data- data hasil wawancara (Imam Gunawan, 2013)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran

Proses pelaksanaan penjualan konsinyasi pada pelaku usaha home industry kerupuk Gugiarti dilakukan dengan cara membuat kesepakatan dengan rekanan atau komisioner. Adapun isi dari kontrak perjanjian tersebut, antara lain:

- Beban- beban seperti beban pengangkutan ditanggung oleh pengamat jika mengirim barang menggunakan BBM sebanyak 2 liter untuk sekali pengiriman usaha kerupuk milik ibu Sugianti .
- Komisi atau keuntungan yang akan diberikan oleh pengamanat kepada komisioner yaitu 1% untuk per 10 produk titipan dan berlaku pada setiap kelipatannya.
- Laporan pertanggung jawaban oleh komisioner kepada pengamanat yang dilakukan secara berkala atas barang- barang yang sudah terjual dan pengiriman uang hasil penjualan tersebut. Apabila ada barang yang rusak atau tidak laku terjual maka barang tersebut akan di ganti dengan barang yang baru sesuai dengan jumlah berapa bungkus barang yang rusak atau tidak laku terjual tersebut.
- *Sales service* (garansi) apabila dalam satu minggu barang tidak habis terjual maka barang tersebut akan diambil lagi oleh konsinyor untuk ditukarkan dengan barang yang baru.

- Jika barang sudah lama tidak laku tetapi masih layak untuk dikonsumsi maka akan diolah dan di jual kembali di oplos dengan kerupuk yang baru, apabila barang sudah tidak layak untuk dikonsumsi maka barang tersebut tidak akan diolah lagi atau dibuang.
- Untuk menutup kerugian atas barang yang sudah tidak bisa diolah kembali. Soetomo. (2013)

Faktor pendorong pemasaran produk

a. Permodalan

Modal dapat digunakan untuk membiayai operasional kegiatan misalnya untuk membeli bahan dasar seperti kerupuk mentah, minyak goreng, plastik, tali rafia. Biaya yang dibutuhkan untuk membeli barang tersebut sekitar Rp 2.000.00 dan keuntungan yang di didapat sekitar Dengan harapan melalui penjualan home industri dapat memperoleh kembali dana yang telah dikeluarkan. Dalam permodalan terkadang mengalami kendala dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan hidup hingga akhirnya dikeluarkan sesuai dengan skala prioritas kebutuhan.

b. Alat

Alat dalam memproduksi produk seringkali membutuhkan perawatan dan sering terjadi pergantian alat, namun alat dalam usaha produk ini masih bersifat tradisional dan seharusnya dapat menggunakan alat yang lebih modern sesuai dengan perkembangan zaman. Berbagai pertimbangan yang dilakukan oleh para pelaku usaha adalah untuk menjaga cita rasa produk sehingga pelaku usaha lebih memilih bertahan menggunakan alat tradisional.

c. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan kepada konsumen namun yang dilakukan oleh para pelaku home industri dalam memasarkan produk kerupuk kepada konsumen tidak dilakukan di kecamatan Raman Utara tetapi para pelaku *Home Industry* menjualnya didistribusikan kepada konsumen di Toko makanan maupun pada usaha kuliner.

Faktor penghambat

Perkembangan usaha ke arah yang lebih baik merupakan impian bagi setiap pebisnis atau pengusaha. Bisnis atau usaha yang dijalankan dapat berkembang dengan baik apabila terjadi peningkatan dalam 5 (lima) hal, yaitu peningkatan dalam jumlah produksi, jumlah penjualan, jumlah pelanggan, jumlah pendapatan, dan jumlah laba yang diperoleh. Untuk dapat mewujudkan hal tersebut maka salah satu cara yang dilakukan oleh sebagian pengusaha adalah

dengan melaksanakan penjualan konsinyasi dalam pemasaran produk. Meskipun telah menerapkan sistem penjualan konsinyasi dalam pemasaran produknya, namun, pengusaha tetap mengalami kesulitan untuk mengembangkan usahanya secara optimal. Hal ini terjadi karena terdapat beberapa hal atau faktor dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi yang kemudian menjadi penghambat bagi pengusaha dalam mengembangkan usaha seperti terdapat banyak kompetitor atau pesaing usaha yang menjual produk yang sama dan menerapkan sistem upah yang sama, produk yang tidak tahan lama yang menimbulkan kerugian, sistem promosi yang dilakukan secara tradisional menjadi penyebab jangkauan pemasaran tidak meluas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penjualan sistem konsinyasi pada usaha kerupuk Sugianti dengan sistem upah 1% per 10 unit produk yang dititipkan dan berlaku kelipatannya. Pelaku usaha selaku sebagai Pengamat menanggung beban-beban terjadi pada produk titipan sehingga sistem penjualan produk makanan kerupuk milik ibu Sugianti sudah sesuai dengan teori penjualan konsinyasi.

Dengan adanya kemajuan teknologi, seharusnya para pelaku usaha dapat lebih proaktif dalam melakukan pelatihan pemasaran produk melakukan *e-commerce* agar usaha ini bisa lebih berkembang di era sekarang. Pelaku usaha juga memperhatikan manajemen dalam mengelola usaha ini agar bisa menjadi bahan evaluasi untuk produksi-produksi selanjutnya. Untuk pemilik usaha Penggunaan teknologi dalam produksi kerupuk dapat di bantu dengan teknologi yang modern seperti mesin pres supaya produk dapat tahan lama dan kemasan menjadi lebih rapi (Sukaria Sinulingg, 2009)

DAFTAR REFERENSI

- Utoyo Widayat. (2017) Akuntansi Keuangan Lanjutan : Ikhtisar Teori dan Soal, (Jakarta: LPFE UI, 1999) diakses pada 30/11/2022 <https://sg.docworkspace.com/l/sIHa-qvJC6o6EnQY?sa=00&st=1t>
- Allan R. Drebin. (1997) Advanced Accounting (Akuntansi Keuangan Lanjutan), alih bahasa oleh Freddy Saragih,d.k.k,diaksespada30/11/2022 http://union-catalog.polinema.ac.id//index.php?p=show_detail&id=14119
- Imam Gunawan. (2013) Metodologi Penelitian Kualitatif Teori & Praktik, Jakarta.
- John Soeprihanto. (1997) Manajemen Model Kerja, Yogyakarta.
- Juliansyah Noor. (2011) Metodologi Penelitian, Jakarta.
- Kasmir. (2013) Kewirausahaan, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2013

- Lexy J. Moleong. (2013) Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nurdin Elyas. (2006) Berwirasuasta dengan home industry, Yogyakarta,
- Soetomo. (2013) Strategi-Strategi Pembangunan Masyarakat, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sudono Sukirno. (1985) Ekonomi Pembangunan, Jakarta : Bina Grafika LPFE-UI,
- Sukaria Sinulingg. (2009) Prencanaan Dan Pengendalian Produksi, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Zubaedi. (2007) Wacana Pembangunan Alternative, Jogjakarta: Ar-Ruzz Madia
- Ase Satria. (2018) “Materi Ekonomi: Teori Industry Menurut Para Ahli Dan Pengelompokannya (On-Line) tersedia di:
<http://www.materibelajar.id/2015/12/materi-ekonomi-teori-industri>
- Sartini Pawe, “Konsep Tentang Kewirausahaan, Home Industri, Dan Corporate
<http://eprints.walisongo.ac.id/6579/3/BAB%20II.pdf>
- Wani Fitriah, “Tinjauan Usaha Krupuk Kemplang Ikan Bilik Desa Lumpatan Kecamatan Sekayu” (On-Line), tersedia di:
<http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/PGM/article/download/413/502>