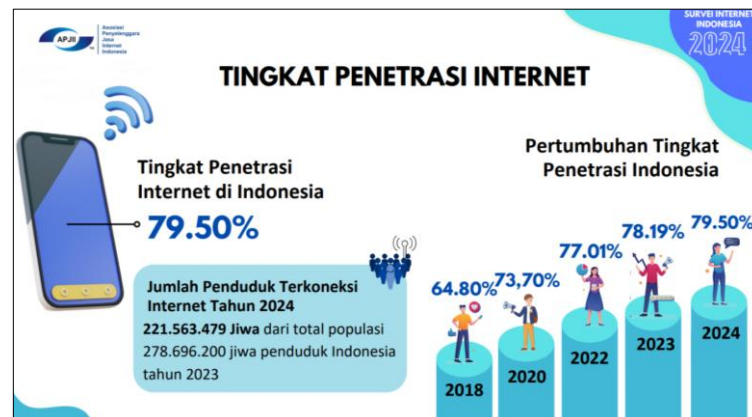


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era digitalisasi yang semakin berkembang, adopsi strategi *Dual Channel Supply chain* (DCSC) telah menjadi perhatian utama bagi banyak perusahaan. DCSC mengombinasikan penjualan melalui saluran *online* dan *offline* dengan tujuan meningkatkan jangkauan pasar serta efisiensi operasional. Koordinasi yang efektif dalam *Dual Channel Supply chain* (DCSC) sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai kinerja yang saling menguntungkan dan mengoptimalkan profit secara keseluruhan (Xu dkk, 2022). Penerapan sistem DCSC memungkinkan perusahaan untuk lebih responsif terhadap dinamika pasar, khususnya dengan adanya perubahan preferensi konsumen yang kini lebih memilih fleksibilitas dalam bertransaksi (Küster dkk, 2016). Di Indonesia, perkembangan pesat pengguna internet memberikan peluang yang signifikan bagi perusahaan yang mengadopsi strategi ini. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2024, sekitar 79,5% populasi Indonesia telah menggunakan internet secara aktif, sehingga memberikan dorongan bagi pertumbuhan *e-commerce* dan transaksi *online*. Oleh karena itu, memahami strategi penetapan harga yang efektif pada saluran *online*, *offline*, dan *reseller* menjadi sangat penting dalam menjaga keseimbangan bisnis dan mempertahankan daya saing perusahaan.



Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2024

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, (2024)

Gab's Jeans, merek pakaian pria asal Indonesia yang berfokus pada produksi denim dan pakaian kasual berkualitas tinggi merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan strategi DCSC, mengalami sejumlah tantangan dalam menetapkan harga yang konsisten di antara saluran *online*, *offline*, dan *reseller*. Berdasarkan data penjualan perusahaan, 46% kontribusi pendapatan berasal dari saluran *online*, 27% dari toko fisik, dan 27% dari *reseller*. Namun, adanya perbedaan harga di antara saluran-saluran ini telah menciptakan ketidakseimbangan margin keuntungan. Penelitian Ranjan dan Jha mengungkapkan bahwa ketidaksinkronan harga antara saluran *online* dan *offline* dapat menyebabkan pergeseran permintaan konsumen (Ranjan dan Jha, 2019). Selain itu, diskon yang berlebihan pada saluran *online* dapat menurunkan loyalitas pelanggan di toko fisik (Hunneman dkk, 2021). Gab's Jeans juga menghadapi tantangan dalam mengelola hubungan dengan *reseller*, di mana kebijakan harga yang tidak konsisten menurunkan tingkat penjualan *reseller* sebesar 12%. Kondisi ini memperlihatkan perlunya penyesuaian

strategi penetapan harga untuk meminimalisir ketidakseimbangan antara saluran penjualan dan meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Dalam rangka mengatasi permasalahan penetapan harga pada saluran *online*, *offline*, dan *reseller*, perlu dilakukan evaluasi terhadap skenario harga yang ada menggunakan pendekatan analisis penetapan harga berbasis *Dual Channel Supply chain* (DCSC). Model ini akan membantu mengidentifikasi kebijakan harga yang dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi konflik antar saluran. Dengan menerapkan strategi ini, Gab's Jeans diharapkan dapat meningkatkan margin keuntungan dengan menyelaraskan kebijakan harga di seluruh saluran. Penelitian ini dilakukan dengan fokus pada evaluasi, pengembangan, dan melakukan eksperimen skenario harga alternatif berdasarkan teori *Dual Channel Supply chain* (DCSC). Berdasarkan survei APJII (2024), harga yang kompetitif menjadi faktor tertinggi dalam strategi utama meningkatkan *market share*, dengan persentase sebesar 57,59%. Oleh karena itu, pendekatan ini diharapkan dapat menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan *market share* dan loyalitas pelanggan dengan menawarkan harga yang kompetitif dan terintegrasi antar saluran.



Gambar 1.2 Strategi Utama Dalam meningkatkan *Market share* Asosiasi

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, (2024)

Penelitian ini memiliki kontribusi penting dalam literatur yang berfokus pada manajemen rantai pasokan *Dual Channel Supply chain* (DCSC). Pertama, penelitian ini menambah dimensi baru dengan memasukkan saluran *reseller* sebagai bagian integral dari analisis penetapan harga, suatu pendekatan yang belum banyak dibahas dalam studi sebelumnya, menjadikannya mengeksplorasi aspek tersebut secara mendalam. Kedua, penelitian ini mengkaji interaksi harga antara saluran *Dual Channel Supply chain* (DCSC) secara bersamaan, yang menawarkan solusi lebih komprehensif bagi perusahaan yang beroperasi di tiga saluran distribusi tersebut. Hal ini memperluas pemahaman tentang bagaimana perusahaan dapat mengelola harga secara efektif untuk menghindari konflik antar saluran dan memaksimalkan keuntungan global. Selain itu, penelitian ini sangat relevan dalam konteks digitalisasi yang pesat di Indonesia, di mana perilaku konsumen dan pola transaksi mengalami perubahan signifikan dengan tingginya adopsi internet. Penelitian ini memberikan solusi praktis bagi Gab's Jeans dalam mengelola penetapan harga di tiga saluran distribusi mereka, sekaligus memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan lain yang menghadapi tantangan serupa dalam sistem DCSC (Sana, 2022).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

“Bagaimana mengembangkan model penetapan harga pada *dual-channel*, serta menentukan skenario harga terbaik untuk saluran *online*, retail (*offline*), dan *reseller* pada Gab's Jeans?”

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Perusahaan yang diteliti adalah Gab's Jeans
2. Model dan skenario harga dikembangkan untuk satu jenis produk yaitu celana *jeans*
3. Data yang dianalisis akan dibatasi pada periode satu tahun terakhir.
4. Jenis *reseller* yang digunakan penelitian ini adalah agen utama (dengan diskon maksimum 40 %)

1.4 Asumsi

Adapun asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Produk selalu tersedia di setiap saluran.
2. Permintaan terhadap produk bersifat deterministik.
3. Tidak ada perubahan signifikan dalam tren permintaan untuk setiap saluran.
4. Saluran *online* dan *offline* reseller dapat diabaikan.
5. Variabel lain yang mempengaruhi preferensi pelanggan (*lead time*, pesaing) dapat diabaikan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengevaluasi aspek finansial yang ada di Gab's Jeans.
2. Menyusun skenario harga terbaik untuk saluran *online*, *offline*, dan *reseller* bagi Gab's Jeans berdasarkan konsep *Dual Channel Supply chain* (DCSC).
3. Mengusulkan rekomendasi skenario harga terbaik bagi Gab's Jeans berdasarkan kinerja keuangan masing-masing skenario.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai strategi penetapan harga yang lebih efektif antara saluran *online* dan *offline*.
 - b. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur akademis mengenai strategi penetapan harga dalam *Dual Channel Supply chain* (DCSC).
2. Manfaat Praktisi
 - a. Perusahaan dapat merancang pendekatan harga yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.
 - b. Memberikan rekomendasi strategi perusahaan dan memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam menentukan strategi pengadaan.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika dari penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini, berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian. Di dalamnya terdapat literatur yang digunakan seperti *Dual Channel Supply chain* (DCSC), Teori Permintaan dan Harga, Strategi Penetapan Harga, Saluran *Online*, Saluran *Offline*, Saluran *Reseller*, *Quadratic Programming*, Penelitian Terdahulu.

BAB III PENGUMPULAN DATA

Pada bab ini, dijelaskan mengenai hal-hal yang digunakan sebagai bahan yang kemudian diolah datanya seperti tempat dan waktu penelitian, kerangka penelitian, identifikasi variabel, langkah-langkah pemecahan masalah dan *flowchart*, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV PENGOLAHAN DATA

Pada bab pengolahan data akan dijelaskan mengenai pengembangan skenario harga lalu proses optimasi untuk setiap skenario harga serta menentukan mana skenario harga yang terbaik untuk diterapkan. Yang

terakhir akan dilakukan analisis sensitivitas untuk mengevaluasi dampak perubahan parameter dari model pengembangan skenario tersebut

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kesimpulan dan saran akan dipaparkan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran yang diberikan penulis yang dapat digunakan untuk perusahaan objek amatan dan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN