

Peran *Reseller* Dalam Meningkatkan Penjualan Di Toko “Gudang Keramik” Surabaya

Muhamad Ali Sodek¹, Lik Anah^{2*}

¹S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasyim Asy'ari

Email : likanah@unhasyi.ac.id

Abstract: *The goal of this study is to outline the mechanism of the marketing strategy that involves enlisting resellers to boost sales at the Surabaya Ceramic Warehouse as well as to outline the challenges that arise while implementing such a strategy. A case study design is employed in the qualitative methodology, using observation, interviews, and documentation as data collection methods. The Gudang Keramik Surabaya store's resellers, employees, and shop owners served as the study's subjects. The goal is to use marketing techniques, such as hiring resellers, to boost sales at the Gudang Keramik Surabaya location. The findings of this study are the application of a marketing strategy by recruiting resellers carried out by Gudang Keramik Surabaya during the Covid 19 2020 pandemic where there were no special requirements to join as a reseller. However, having shopped at the Gudang Keramik Surabaya store, later resellers will get a different price from other consumers because it will still be sold again. The need for current products, pricing competition, excess inventory, and consumer complaints are barriers to the marketing strategy of enlisting resellers to improve sales. The latest product models are constantly updated, the quality of the goods is maintained, sales are held to reduce the stock of goods, and concessions are made by allowing customers to exchange defective items as long as their original receipt is still in their possession. Therefore, even though there are still some challenges, the marketing strategy of hiring resellers to promote sales at the Gudang Keramik Surabaya store can increase sales.*

Keywords : *Reseller, Increase, Sales*

Abstrak: *Manfaat adanya kajian ini yaitu untuk menguraikan mekanisme strategi pemasaran yang melibatkan reseller untuk meningkatkan penjualan di Gudang Keramik Surabaya serta untuk menguraikan tantangan yang muncul saat menerapkan strategi tersebut. Desain studi kasus digunakan dalam metodologi kualitatif, menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Reseller, karyawan, dan pemilik toko Gudang Keramik Surabaya menjadi subjek penelitian. Tujuannya adalah dengan menggunakan teknik pemasaran seperti merekrut reseller untuk mendongkrak penjualan di lokasi Gudang Keramik Surabaya. Temuan dari penelitian ini adalah penerapan strategi pemasaran dengan merekrut reseller yang dilakukan Gudang Keramik Surabaya pada masa pandemi Covid 19 2020 dimana tidak ada persyaratan khusus untuk bergabung menjadi reseller. Namun setelah berbelanja di toko Gudang Keramik Surabaya, nantinya para reseller akan mendapatkan harga yang berbeda dengan konsumen lainnya karena masih akan dijual lagi. Kebutuhan akan produk terkini, persaingan harga, kelebihan persediaan, dan keluhan konsumen menjadi kendala dalam strategi pemasaran merekrut reseller untuk meningkatkan penjualan. Model produk terbaru terus diperbarui, kualitas barang tetap terjaga, penjualan diadakan untuk mengurangi stok barang, dan kelonggaran dilakukan dengan memperbolehkan pelanggan untuk menukar barang cacat selama kuitansi asli masih ada. Oleh karena itu, meskipun masih terdapat beberapa tantangan, strategi pemasaran dengan menyewa reseller untuk mempromosikan penjualan di toko Gudang Keramik Surabaya dapat meningkatkan penjualan.*

Kata Kunci : Reseller, Peningkatan, Penjualan

PENDAHULUAN

Memberikan nilai dan kepuasan pelanggan bagi pelanggan melalui barang dan jasa yang semakin berkualitas menjadi semakin kompetitif di sektor bisnis. Pelaku usaha harus memenuhi persyaratan tertentu, yaitu harus memperoleh keunggulan kompetitif dalam mengembangkan barang atau jasa yang diinginkan konsumen. Pelaku bisnis harus mampu mengelola operasinya secara efektif untuk mencegah pelanggan beralih ke merek pesaing.

Pelaku usaha harus mengetahui semua keinginan dan preferensi konsumen. Kepuasan pelanggan adalah taktik pemasaran untuk bisnis. Bisnis perlu lebih fokus pada kesenangan konsumen atau pelanggan. Konsumen sering mempertimbangkan harga suatu produk. Konsumen biasanya disebut sebagai faktor kunci yang harus diperhitungkan oleh pasar. Kegiatan pemasaran produk atau layanan konsumen menjadi sangat penting bagi bisnis. Secara alami, operasi bisnis lainnya dapat berfungsi dengan baik ketika ada barang atau jasa yang dapat dipasarkan.

Sebuah perusahaan harus menerapkan berbagai teknik pemasaran untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya dalam menghadapi pasar global yang terbuka dan kompetitif. Untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien serta memenuhi tujuan perusahaan, seorang manajer pemasaran harus mengetahui isu-isu kunci dalam industrinya, baik dari segi kualitas produk maupun kegiatan promosi yang digunakan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan.

Sesuai dengan pengakuan akan fungsi krusial yang dimainkan oleh promosi dalam dunia korporat, kegiatan pemasaran saat ini sudah mulai bermunculan melalui individu lain yang disebut juga dengan *reseller* atau *resale*. Untuk mengiklankan produk, salah satu cara pemasarannya adalah dengan mengajak para *reseller* untuk bergabung. Menjual kembali produk yang telah dibeli dari produsen diartikan sebagai reseller dalam bahasa Inggrisnya *Re* artinya mengembalikan dan *seller* artinya menjual (Yanti1 et al., 2023). Reseller akan menerima harga yang lebih rendah saat mereka membeli barang dari produsen sehingga mereka dapat membebaskan biaya premium untuk barang tersebut.

Berlokasi di Surabaya, Toko "Gudang Keramik" merupakan usaha yang mendistribusikan barang jadi berupa keramik. Strategi reseller merupakan salah satu teknik pemasaran yang digunakan di toko keramik ini. Pemilik bisnis sering melibatkan pihak ketiga sering disebut sebagai pengecer untuk memasarkan barang mereka karena mereka memiliki lebih banyak pengikut media sosial atau koneksi menguntungkan lainnya. Pengikut ini adalah orang-orang yang lebih suka mengikuti beberapa aspek kehidupan *influencer*, mulai dari gaya hidupnya hingga apa pun yang dia kenakan, karena *reseller* dapat dipahami sebagai seseorang yang memiliki banyak hubungan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan menggunakan metode seperti wawancara dan observasi. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif, di mana peneliti berfungsi sebagai instrumen utama, masalah deskriptif digunakan untuk meneliti kondisi alam suatu objek, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan temuan penelitian menekankan pentingnya generalisasi. Dengan mempekerjakan *reseller* untuk mendongkrak

penjualan di toko Gudang Keramik Surabaya, digunakan metode penelitian kualitatif untuk memberikan gambaran tentang strategi pemasaran. Rancangan penelitian studi kasus merupakan penekanan utama dari metodologi penelitian.

Penelitian terhadap suatu program, peristiwa, atau kegiatan dari individu atau kelompok, lembaga dilakukan secara ekstensif, mendetail, dan mendalam untuk belajar dari pengalaman (Zebua et al., 2022). Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, dimana teknik pengumpulan data membandingkan informasi dari satu sumber ke sumber lainnya untuk memperkuat informasi (Iqbal et al., 2022) untuk mempelajari *reseller* dalam setting studi kasus di toko Gudang Keramik di Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

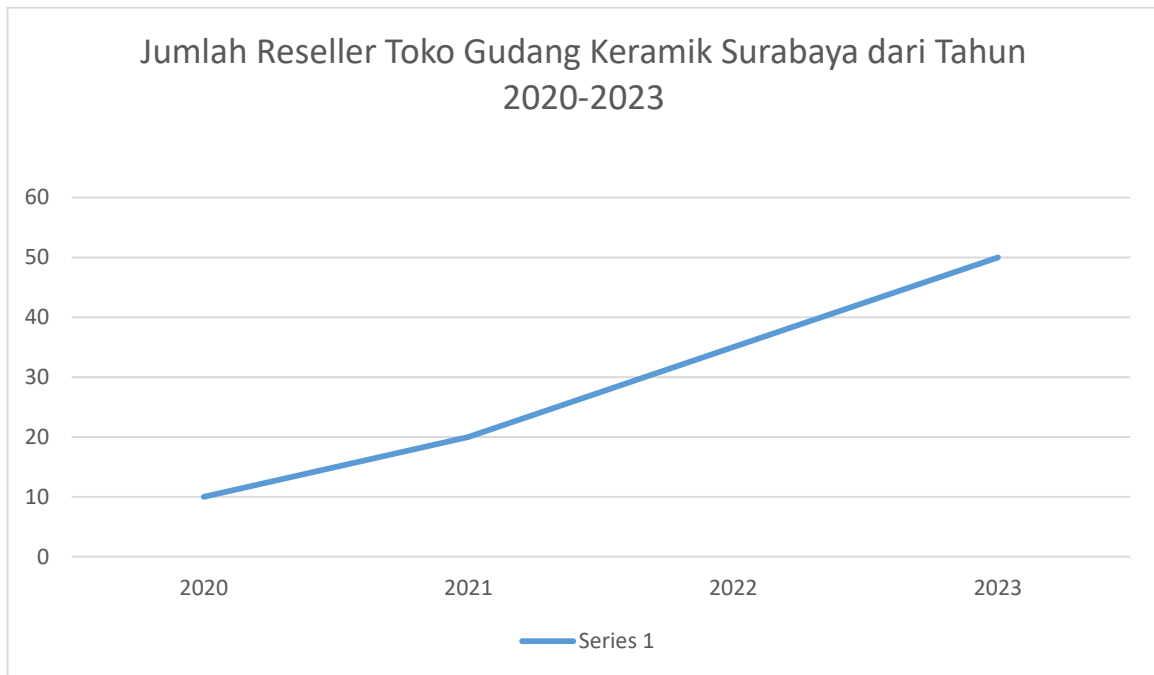
Peran *Reseller* di Toko Gudang Keramik Surabaya

Reselling adalah definisi dari kata *reseller*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika seorang penjual membeli dari pihak lain, penjual tersebut melakukan aktivitas menjual suatu barang. Persepsi yang tidak benar di masyarakat adalah bahwa *reseller* yang sebenarnya lebih tepat disebut *affiliate* hanya diperbolehkan melakukan kegiatan promosi website suatu produk dengan imbalan komisi dari setiap penjualan. Kemungkinan *reseller* terlibat dalam aktivitas penjualan lebih tinggi.

Lebih banyak afiliasi mengambil tugas promosi. Meskipun afiliasi tidak selalu disebut sebagai *reseller*, *reseller* juga bisa disebut afiliasi. Sebagai perpanjangan dari bisnis pemilik produk, pengecer, seperti halnya agen, tunduk pada berbagai kewajiban. Prosedur operasi standar harus diikuti sebagai perwakilan perusahaan untuk mengantisipasi munculnya ketidaknormalan di luar kondisi kerja yang telah ditetapkan yang dapat merusak reputasi perusahaan atau pemilik produk. Karena mereka berfungsi sebagai perantara antara vendor dan pelanggan atau pembeli untuk memfasilitasi perdagangan, *reseller* memainkan peran penting dalam distribusi komoditas.

Pengecer memiliki keunggulan dibandingkan agen karena mereka tidak menerima penggantian dari mereka yang dibayar melalui pemasok tertentu yang digunakan oleh pengecer, yang memungkinkan mereka menerima gaji di bawah tarif yang berlaku untuk produk mereka. Akibatnya, pengecer dan pemasok memperoleh keuntungan, terlepas dari kenyataan bahwa mereka tidak diwajibkan secara formal oleh salah satu pihak.

Di awal pandemi Covid-19 di tahun 2020, toko Gudang Keramik melakukan penggelaran *marketing campaign* dengan merekrut *reseller*. Tujuan perekrutan *reseller* adalah untuk mendongkrak penjualan di toko Gudang Keramik Surabaya karena akan semakin banyak promotor yang hadir. Orang tidak serta merta membeli keramik setiap minggu, sehingga dengan adanya *reseller* tentunya akan mendongkrak penjualan keramik di toko Gudang Keramik Surabaya.



Gambar 1. Grafik Jumlah Reseller Toko Gudang Keramik Surabaya 2020-2023

Berdasarkan data grafik diatas terjadi peningkatan jumlah *reseller* dari tahun ke tahun yang awalnya 2020 pada saat belum mempunyai strategi pemasaran *reseller* berjumlah 10 orang dimana 10 orang tersebut adalah orang sekitar dan teman dari pemilik dan setelah mempunyai strategi pemasaran *reseller*, *reseller* terus meningkat hingga sekarang di tahun 2023 reseller berjumlah 50 orang.

Tidak ada syarat khusus untuk mendaftar menjadi *reseller* di lokasi Gudang Keramik Surabaya. Jika Anda tertarik untuk bergabung sebagai *reseller*, Anda dapat berbicara langsung dengan pemiliknya dan meminta persetujuan, namun sebagian besar *reseller* setidaknya telah mengunjungi toko Gudang Keramik Surabaya sebelum bergabung.

Reseller toko Gudang Keramik Surabaya akan mendapatkan harga atau diskon yang berbeda. Toko Gudang Keramik Surabaya dan distributornya sering memposting konten promosi ke WhatsApp. Karena lebih banyak konsumen yang aktif di WhatsApp daripada di media sosial lainnya, *reseller* lebih memilih memanfaatkan WhatsApp untuk promosi, ada juga yang menggunakan Facebook. Menurut penelitian sebelumnya oleh (Arif Budi 2023., n.d.) komponen promosi yang dilakukan melalui media sosial dan Whatsapp merupakan pendekatan yang paling efektif, penggunaan WhatsApp dianggap lebih efektif.

Kendala Reseller di Toko Gudang Keramik Surabaya

Kendala ada dalam pendekatan pemasaran mendaftar *reseller* untuk meningkatkan penjualan. Tentunya, diperlukan solusi untuk mengatasi tantangan tersebut. Kendala yang ada dapat diperbaiki agar Toko Gudang Keramik Surabaya dapat memajukan usahanya. Kebutuhan akan produk terkini, persaingan harga, kelebihan persediaan, dan keluhan konsumen menjadi kendala dalam strategi pemasaran merekrut *reseller* untuk meningkatkan penjualan.

Produk harus kekinian, artinya harus sejalan dengan apa yang sedang hangat di pasaran dan banyak diminati konsumen. terutama karena pembeli menyukai model pasar produk yang populer. Toko Gudang Keramik Surabaya perlu mengadopsi model produk yang sedang populer saat ini untuk mencari solusinya. Tantangan yang dihadapi toko Gudang Keramik di Surabaya adalah daya saing harga.

Banyak *marketplace* toko online seperti shopee, lazada, tokopedia, dll menyediakan produk yang sebanding dengan harga diskon dan spesial lainnya. Menjaga kualitas produk yang dijual di toko Gudang Keramik Surabaya harga yang diminta adalah jawaban yang disarankan toko.

Inventaris barang yang menjadi kendala, misalnya jika stok barang model tertentu masih tersedia tetapi sudah terlampaui oleh model yang lebih baru. Bisnis *Warehouse Ceramics* di Surabaya telah memberikan solusi dengan menjalankan promosi seperti Jum'at Berkah, di mana setiap pembelian mendapatkan tiket untuk piala kecil yang indah sebagai hadiah.

Keluhan konsumen menjadi kendala lain toko Gudang Keramik Surabaya selain persediaan barang. Terkadang warna atau model yang diinginkan ada yang kosong atau tidak sesuai. Barang yang dibutuhkan kemudian akan dipesan oleh pengecer setelah penundaan satu hingga tiga hari. Selain itu, toko menawarkan penukaran barang dengan warna atau model yang salah selama tanda terima penjualan asli ada.

Tingkat Penjualan di Toko Gudang Keramik Surabaya setelah Adanya *Reseller*

Dengan adanya *reseller* yang membantu pemasaran di Toko Gudang Keramik Surabaya tersebut, terbukti nyata dapat meningkatkan tingkat penjualan. Dari tahun 2020-2023 saat ini peningkatan penjualan di toko Gudang Keramik Surabaya memiliki peningkatan signifikan karena adanya peran *reseller*. Seperti data yang tersaji dalam diagram berikut ini



Gambar 2. Diagram Peningkatan Penjualan Tahun 2020-2023

Peningkatan penjualan sangat signifikan berdasarkan diagram diatas, penjualan produk terbanyak berada di tahun 2023. Ini sesuai dengan banyak nya *reseller* yang juga meningkat di tahun 2023 sebanding dengan peningkatan penjualan.

KESIMPULAN

Berlandaskan temuan penelitian dan pembahasan selanjutnya, dapat dikatakan bahwa pemilik toko Gudang Keramik Surabaya melakukan proses rekrutmen *reseller* atas dasar kemauan sendiri dari calon *reseller*. Tidak perlu terlebih dahulu melakukan pembelian di toko Gudang Keramik Surabaya untuk menjadi *reseller*; Meskipun demikian, *reseller* nantinya akan mendapatkan harga atau potongan harga yang berbeda dari toko tersebut.

Setiap pagi pemilik akan mengupdate stok di grup WhatsApp yang akan di promosikan oleh para *reseller* Gudang Keramik Surabaya. Meskipun harus mengikuti perkembangan produk terbaru, persaingan harga, stok barang, dan keluhan pelanggan menjadi tantangan yang dihadapi saat menerapkan strategi pemasaran dengan merekrut *reseller* Gudang Keramik Surabaya. Berlandaskan tantangan tersebut, solusinya adalah dengan konsisten mengadopsi model produk yang banyak diminati pelanggan, mengadakan penjualan untuk membuang kelebihan persediaan, menjaga kualitas produk, dan menawarkan konsumen dengan pelayanan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Budi., Sulisty, A. B., Alwiyuni, A., Juniarti, A. D., & Hidayanti, N. (n.d.). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan 4P Pada Keramik (Study kasus : PT. Sahabat Keramik Anugerah). In *Jurnal Teknik Industri* (Vol. 9, Issue 1).
- Iqbal, M., Wiranto, A., Sugi, L., Ningsih, R., & Abstrak, I. A. (2022). Strategi Penjualan Melalui Reseller dan Dropshipper Pada Toko “Gudang Keramik” Surabaya Dalam Kondisi Pandemi Covid-19. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 5(1), 46–51. <https://doi.org/10.33752/bima.v5i1.454>
- Yanti, E. D., Putri, N. J., Pertiwi, S., Sandi, H., Epty, D., Fakultas Ekonomoni, H., Bisnis, D., Perjuangan, B., & Abstrak, K. (2023). *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis Strategi Positioning Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Reseller Oleh Umkm Elibed*. 1(3). <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>
- Zebua, D., Putri Farida Zebua, D., Elhan Gea, N., & Natalia Mendrofa, R. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli Marketing Strategy Analysis In Increasing Product Sales In Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *1299 Jurnal EMBA*, 10(4), 1299–1307.