

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pandemi COVID-19 berpengaruh negative pada sejumlah bidang kehidupan, termasuk industri, yang dimana mengalami penurunan belanja konsumen akibat pembatasan yang diberlakukan pemerintah untuk menghentikan penyebaran Covid-19 (Purwadisastra, 2021:187).

Mengenai himbauan dan penerapan PSBB di hampir seluruh Indonesia, semua tempat umum, termasuk perkantoran, sekolah, transit, rumah ibadah, mall, dan lainnya sangat dibatasi, bahkan banyak yang harus ditutup sementara. serupa dengan informasi yang diberikan oleh Investor.id, yang menyatakan bahwa "mobilitas masyarakat sebagai pelanggan akan sangat ditentukan oleh pangsa pasar semua bidang perusahaan UMKM. Semakin lama kebijakan bekerja dari rumah dan PSBB diberlakukan, semakin banyak meragukan masa depan usaha UMKM, bahkan yang sudah beroperasi secara bertahap akan tutup (Sugianti, Sitorus, 2021:72).

Bagi kita yang mampu beradaptasi, perubahan yang dibawa oleh wabah ini bisa menjadi tantangan sekaligus peluang. Namun, jika kita tidak dapat mengikutinya, perubahan dapat menjadi ancaman, dan kita mungkin akan tertinggal. Mampu bertumbuh secara pribadi dengan mulai berani menciptakan adalah salah satu peluang baru yang muncul di tengah pandemi ini (Sugianti, Sitorus, 2021:73).

Kemajuan pesat dari periode globalisasi telah menyebabkan peningkatan yang signifikan dalam proses perusahaan. Apalagi persaingan antar pelaku usaha semakin ketat. Salah satu pendekatan untuk bersaing

adalah memanfaatkan setiap peluang yang datang kepada Anda. Untuk mengantisipasi semua perubahan, bisnis perlu lebih inventif dan imajinatif. Akan sulit untuk memenangkan persaingan jika Anda tidak bisa melakukannya karena konsumen akan bosan. Selama cermat dalam memanfaatkan setiap peluang yang muncul, bisnis harus terus bekerja untuk memenuhi ekspektasi pasar. Masalahnya adalah bahwa bisnis terkadang gagal mengenali pasar prospektif mereka, yang mengakibatkan pengembangan bisnis yang dikonseptualisasikan dengan buruk tanpa riset pasar yang memadai. Kurangnya persiapan untuk meluncurkan bisnis hasil dari ini. (Andriana, Wirahadikusuma, 2020:123)

Perusahaan perdagangan pada umumnya adalah entitas komersial yang menjalankan operasinya melalui pembelian barang pada pihak ketiga ataupun usaha lalu dijual ulang pada masyarakat umum. Untuk menjamin kelangsungan, kemajuan, dan ekspansinya ke tingkat yang lebih tinggi, setiap perusahaan harus berusaha untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal. Tahap akhir dari proses distribusi, yang dikenal sebagai penjualan eceran, melibatkan aktivitas komersial yang ditujukan untuk memasok barang dan jasa kepada pelanggan (Purwadisastra, 2021:188).

Menurut Mulyadi (2016:158), penjualan adalah suatu jenis kegiatan komersial di mana suatu industri ataupun penjual menyediakan barang maupun jasa pada pembeli serta pelanggan selanjutnya melaksanakan pembayaran, baik tunai maupun kredit—untuk barang atau jasa tersebut. dia menerima. Menjadi sumber pendapatan utama bagi bisnis dan aktivitas yang menjadi fokus perusahaan untuk meningkatkan laba dengan meningkatkan penjualan, aktivitas penjualan bersifat dinamis dan penting bagi keberhasilan bisnis (Paramitha, 2020: 119). Dalam sistem pemasaran, aktivitas penjualan merupakan bagian dari aktivitas pemasaran, sedangkan pemasaran adalah

komponen dari semua aktivitas. Kegiatan penjualan memiliki sejumlah jenis aktivitas meliputi (1) *Trade Selling*, (b) *Technical Selling*, (c) *Missionary Selling* dan (d) *New Business Selling* (Purwanto, dkk, 2021:2)

Tingkat perkembangan bisnis perusahaan harus dinilai dengan evaluasi penjualan. Pimpinan perusahaan harus mengetahui dan meninjau laporan toko cabang yang digunakan untuk mengevaluasi penjualan. Tindakan mengevaluasi sesuatu adalah proses yang bertujuan untuk mengidentifikasi keluaran berkualitas tinggi dengan signifikansi dan nilai sesuai dengan standar dan faktor yang ditentukan untuk dipertimbangkan ketika membuat keputusan. Peningkatan kualitas program, evaluasi penggunaan sumber daya saat ini, evaluasi kepuasan kerja, dan tinjauan dari setiap hasil yang diantisipasi adalah semua tujuan evaluasi (Purwanto, dkk, 2021:2).

Di sisi lain, strategi manajemen persediaan perusahaan perdagangan memiliki peran penting dalam bagaimana menjalankan operasi perdagangan sehari-hari. Sebab dana yang ditanamkan pada persediaan seringkali lebih tinggi daripada yang ada di aset lancar lainnya, dari perspektif manajemen bisnis, persediaan adalah aset perusahaan yang sangat berharga. Akibatnya, inventaris sangat penting untuk bisnis, terutama yang terlibat dalam perdagangan (Istiqomah, Sitawati, 2020:37)

Karena persediaan memainkan peran penting dalam bisnis, perusahaan harus berkonsentrasi pada pengendalian persediaan. Bisnis harus mencapai tingkat kepuasan klien pada tingkat layanan pelanggan. Oleh karena itu, untuk memastikan bahwa persediaan dikelola secara efektif dan stabil, industri perlu menetapkan konsep manajemen persediaan yang praktis serta mampu diterima secara luas.

Persediaan adalah aset lancar yang berbentuk produk atau peralatan yang dijual untuk mendapatkan keuntungan setelah digunakan untuk mendukung kegiatan operasi perusahaan. Akun keuangan bisnis perdagangan akan terpengaruh oleh kesalahan dalam mendokumentasikan barang masuk atau keluar, yang dapat mengakibatkan kerugian finansial bagi organisasi (Istiqomah, Sitawati, 2020:37).

Manajemen persediaan, menurut Atmaja (2010: 405), berfokus pada dua masalah mendasar: berapa banyak persediaan yang perlu dipesan sekaligus serta kapan persediaan perlu dipesan. Akibatnya, manajemen persediaan dapat dianggap sebagai sistem aturan dan peraturan yang mengawasi tingkat dan jumlah persediaan untuk memutuskan tingkat persediaan yang harus dipertahankan. Tujuan manajemen persediaan adalah untuk memastikan dan menjamin bahwa jumlah dan waktu yang tepat dari ketersediaan persediaan.

Efisiensi produksi dan pengendalian persediaan merupakan komponen kunci dari manajemen persediaan yang efektif (Istiqomah, Sitawati, 2020:37). Pengeluaran yang tinggi untuk menjaga dan memelihara persediaan di gudang akan timbul dari kelebihan persediaan. Namun pada kenyataannya, menyimpan inventaris adalah tugas yang menantang. Memahami waktu serta jumlah persediaan yang perlu dibeli itu sulit. Untuk menghasilkan keadaan persediaan yang selalu aman, diperlukan perhitungan persediaan pengaman melalui keinginan industri tidak akan memunculkan kekurangan persediaan (Fahmi, 2014: 248).

Bisnis juga perlu mempertimbangkan kapan harus melakukan pemesanan baru, untuk mencapai situasi persediaan yang teregulasi, suatu perusahaan harus melakukan pemesanan pada titik pemesanan ulang

(Fahmi, 2014: 249). Konsumen tidak harus menunggu lebih lama dalam menerima barang yang mereka butuhkan jika persediaan tetap terkendali.

Toko Sprei Venus beralamat di Jl. Letnan Abdullah 1/12 Kec.Bangkalan Kab.Bangkalan. Toko Sprei Venus dibuka tahun 2004 di lahan rumah sendiri. Sebelumnya pemilik toko pada thn 2001-2002 sudah jualan daster dan spre. Jual beli yang semakin maju, menjadi alasan pemilik untuk buka toko. Tiap hari rata2 terdapat 20 transaksi penjualan transaksi. Pemasukan maksimal setiap hari, jika ramai sekitar 2 jt. Toko Venus mempekerjakan 1 karyawan dengan jam kerja jm 8 pagi- 4 sore. Pelanggan toko Venus sekitar Bangkalan, Sampang, Pamekasan. surabaya timur (online). Persediaan barang dibeli di Pasar Turi Surabaya

Aktivitas jual beli yang dijalankan Toko Venus selama pandemi covid – 19 sedikit terganggu. Pengetatan pada banyak sektor ekonomi, menghambat kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat. Akibatnya pendapatan masyarakat menurun yang berdampak pula terhadap kecenderungan berbelanja, dalam hal ini pembelian spre. Penjualan sper yang dilakukan Toko Venus mengalami penurunan, padahal aktivitas penjualan yang dilakukan Toko Venus merupakan sumber pokok pendapatan beserta tujuan pokok untuk meningkatkan keuntungan.

Disisi lain, kurangnya aktivitas penjualan berakibat pada menumpuknya stok spre dan barang barang lain yang dijual. Hal ini menyebabkan terjadinya persediaan yang berlebih. Akibatnya muncul resiko baru sebab tingginya biaya untuk menyimpan dan memelihara persediaan. Kesulitan lain sebab menumpuknya persediaan spre di Toko Venus adalah menjaga persediaan. Ini merupakan masalah yang rumit. Pandemi Covid – 19 menyebabkan pemilik kesulitan untuk memastikan kapan dan berapa banyak persediaan spre dan barang barang lain yang harus terjual.

Atas dasar itulah peneliti mencoba mengangkat masalah tentang "evaluasi penjualan dan persediaan barang selama masa pandemi Covid – 19 di Toko Venus Kec. Bangkalan Kab.Bangkalan".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Permasalahan yang dirumuskan dalam studi berikut yakni "Bagaimana evaluasi penjualan dan persediaan barang selama masa pandemi Covid – 19 di Toko Venus Kec.Bangkalan Kab.Bangkalan?"

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Studi berikut mempunyai maksud dalam mengetahui penjualan serta persediaan barang selama masa pandemi Covid – 19 di Toko Venus Kec.Bangkalan Kab.Bangkalan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Selaku tambahan kajian teoritis tentang dampak pandemi Covid – 19 terhadap penjualan dan persediaan barang

### **1.4.2 Manfaat Pengembangan Ilmu Pengetahuan**

Temuan studi berikut bisa digunakan sebagai tambahan pengetahuan dalam pengembangan keilmuan ekonomi, khususnya berkaitan dengan penjualan dan persediaan barang selama masa pandemi Covid – 19

### **1.4.3 Manfaat Praktis**

Temuan studi berikut mampu diterapkan selaku dasar untuk perusahaan dalam mengembangkan dan menentukan strategi

perusahaan khususnya yang berhubungan dengan evaluasi penjualan dan persediaan barang selama masa pandemi Covid – 19.