

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Penjualan adalah *output* terakhir dari suatu usaha yang selalu dijadikan acuan penilaian untuk menentukan apakah suatu usaha memiliki aliran dana yang baik atau buruk. Menurut Mulyadi (2016) penjualan merupakan suatu kegiatan yang didalamnya terdapat transaksi serah terima barang atau jasa, baik secara kredit atau tunai. Tujuan utama perusahaan melakukan penjualan baik barang ataupun jasa adalah untuk mendapatkan *revenue* agar dapat menutup biaya operasional perusahaan. Nilai *revenue* yang lebih besar dari biaya operasional inilah yang disebut sebagai keuntungan. Namun sebelum perusahaan mendapatkan *revenue* atau keuntungan, perusahaan harus memastikan produk atau jasa yang mereka tawarkan harus laku terjual. Hal ini berlaku untuk semua usaha, baik besar maupun kecil serta untuk penjualan barang ataupun jasa. Menurut Ria (2013) dalam menjalankan usahanya, perusahaan harus berusaha untuk mendapatkan *revenue* yang optimal untuk kelangsungan hidup dan perkembangan usaha itu sendiri.

Pandemi COVID-19 yang mulai memasuki Indonesia di bulan Maret tahun 2020 silam merupakan sebuah fenomena yang sangat jarang terjadi. Karena fenomena pandemi yang jarang terjadi, hal ini mengakibatkan kondisi yang bersifat negatif ke pemilik usaha. Menurut Abdul (2021) kepanikan masyarakat saat pandemi mengakibatkan ketimpangan antara permintaan dan penawaran. Hal ini berakibat ke banyaknya perusahaan atau pelaku usaha yang mengalami penurunan jumlah permintaan terhadap produk atau jasa yang mereka tawarkan. Reformasi keuangan yang menurun akibat dari menurunnya volume penjualan mengakibatkan banyak tempat usaha, contohnya Usaha Kecil Menengah (UKM) yang tutup akibat pandemi yang tak kunjung usai. UKM dalam bidang kerajinan merupakan salah satu usaha yang terdampak dari pandemi. Berbeda dengan perusahaan besar dengan sistem keuangan yang kompleks. UKM memiliki sistem keuangan yang lebih sederhana dengan mayoritas aset dimiliki oleh pemilik usaha tanpa adanya pinjaman ke pihak lain, seperti yang ditemukan oleh Farwitawati (2018). Sehingga Usaha Kecil Menengah (UKM) akan lebih rentan terhadap kondisi penurunan penjualan yang datang secara tiba-tiba seperti pada pandemi COVID-19. Adapun jumlah perkembangan UKM kerajinan di Daerah

Istimewa Yogyakarta periode tahun 2019-2021 yang bersumber dari Buku Statistik Kepariwisata DI Yogyakarta tahun 2021 dapat dilihat pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1. Jumlah UKM Kerajinan DIY Periode 2019 – 2021**

SARANA PENDUKUNG PARIWISATA PROVINSI DIY				
No	Klasifikasi	Tahun		
		2019	2020	2021
1	Industri Kerajinan	187	161	89

UKM X merupakan suatu tempat Kerajinan yang memiliki variasi produk dengan fokus kerajinan berbahan dasar kayu. UKM X mulai memasarkan produk nya sejak tahun 2013 dan didirikan oleh Bapak Yusuf Findy. Secara umum klasifikasi dari UKM X adalah termasuk ke *home industry* atau industri rumahan dengan beragam produk seperti hiasan dinding, produk *custom*, dan *furniture*. Sedangkan secara formal, UKM X terdaftar sebagai Usaha Kecil Menengah (UKM). Wawancara awal dengan pemilik UKM X yaitu Bapak Yusuf pada bulan Agustus 2022 menyatakan bahwa pandemi COVID-19 mengakibatkan dampak negatif ke UKM X. Dampak negatif tersebut adalah jumlah penjualan pada saat ini yang turun jika dibandingkan dengan periode sebelum atau awal pandemi COVID-19. Penurunan penjualan ini berdampak langsung kepada jumlah karyawan/*staff* yang terpaksa dilakukan pengurangan. Jumlah *staff* UKM X sebelum pandemi COVID-19 adalah 27 orang, sedangkan saat ini jumlah *staff* UKM X berjumlah 12 orang. Dari hasil observasi dan pengambilan data awal berupa jumlah produk terjual periode tahun 2019 – 2022 maka dapat dilihat bahwa memang benar jumlah penjualan total produk per-tahun serta rata-rata penjualan produk per-bulan berkurang dan tidak mampu kembali seperti pada masa sebelum pandemi COVID-19 yaitu pada tahun 2019. Data jumlah penjualan UKM X tahun 2019 – 2022 dapat dilihat pada Tabel 1.2 sampai dengan Tabel 1.5.

**Tabel 1.2. Jumlah Penjualan Produk UKM X Tahun 2019**

<b>JUMLAH PENJUALAN TAHUN 2019</b>	
<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>
Januari	777
Februari	850
Maret	837
April	889
Mei	964
Juni	910
Juli	934
Agustus	1055
September	958
Oktober	994
November	969
Desember	1012
<b>TOTAL</b>	<b>11149</b>
<b>Rata-rata penjualan/bulan</b>	<b>930</b>

**Tabel 1.3. Jumlah Penjualan Produk UKM X Tahun 2020**

<b>JUMLAH PENJUALAN TAHUN 2020</b>	
<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>
Januari	606
Februari	677
Maret	846
April	885
Mei	887
Juni	939
Juli	792
Agustus	738
September	630
Oktober	481
November	460
Desember	481
<b>TOTAL</b>	<b>8422</b>
<b>Rata-rata penjualan/bulan</b>	<b>702</b>

**Tabel 1.4. Jumlah Penjualan Produk UKM X Tahun 2021**

<b>JUMLAH PENJUALAN TAHUN 2021</b>	
<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>
Januari	537
Februari	502
Maret	382
April	475
Mei	445
Juni	596
Juli	586
Agustus	614
September	518
Oktober	567
November	499
Desember	473
<b>TOTAL</b>	<b>6194</b>
<b>Rata-rata penjualan/bulan</b>	<b>517</b>

**Tabel 1.5. Jumlah Penjualan Produk UKM X Tahun 2022**

<b>JUMLAH PENJUALAN TAHUN 2022</b>	
<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>
Januari	467
Februari	514
Maret	470
April	577
Mei	334
Juni	447
Juli	401
Agustus	527
<b>TOTAL</b>	<b>3737</b>
<b>Rata-rata penjualan/bulan</b>	<b>468</b>

Berdasarkan data penjualan produk total UKM X periode 2019 sampai dengan 2022 diatas yang didapatkan melalui *staff admin* UKM X, dapat diketahui bahwa terdapat pengurangan rata-rata penjualan yang signifikan. Pada periode sebelum pandemi COVID-19 yaitu pada tahun 2019, tercatat rata-rata penjualan produk sebanyak 930 unit per bulan, jumlah itu terus menurun selama periode awal dan tengah pandemi yaitu pada tahun 2020 dan 2021 dengan rata-rata jumlah penjualan produk total sebanyak 702 dan 517 unit per bulan. Sedangkan pada tahun 2022 yang banyak dikatakan sebagai periode akhir pandemi seharusnya

jumlah penjualan produk bisa meningkat, namun kenyataannya jumlah penjualan produk terus mengalami penurunan (data penjualan yang digunakan pada tahun 2022 adalah bulan Januari – Agustus). Sesuai dengan Tabel 1.5. Jumlah rata-rata penjualan produk per tahun 2022 adalah 468 unit.

Jumlah penjualan yang terus mengalami penurunan tentu saja akan menyebabkan omzet yang juga menurun. Hal ini menyebabkan beberapa hal negatif ke tempat usaha, seperti UKM X yang terpaksa melakukan PHK terhadap 15 orang karyawannya (56%) dari total jumlah karyawan sebelum pandemi. Pemutusan hubungan kerja ini membuat beberapa pekerja di UKM harus merangkap dalam melaksanakan tugasnya. Sebagai contoh *owner* yang mendapatkan tugas tambahan mendesain produk, *staff* admin yang mendapatkan tugas tambahan mengurus pengiriman dan promosi produk, serta kepala produksi yang merangkap menjadi operator beberapa mesin produksi karena *staff* produksi yang berkurang.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Jumlah penjualan produk UKM X yang menurun sejak pandemi dan tidak mampu untuk kembali ke level sebelum pandemi di tahun 2019.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Memberikan solusi permasalahan penurunan jumlah penjualan sejak pandemi COVID-19 dimana solusi yang diberikan memperhatikan selera pelanggan saat ini sehingga UKM tidak perlu melakukan ekspansi pasar.

### **1.4. Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Daftar produk yang dijual diambil dari *e-commerce* Tokopedia tempat UKM X menjual produk pada bulan Oktober 2022.
- b. Data penjualan produk yang digunakan adalah data penjualan dari bulan Januari 2019 – Agustus 2022.
- c. *Owner* tidak menginginkan penambahan inventori mesin produksi baru.
- d. Tidak ada penambahan tenaga kerja.