

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Volume penjualan ialah hasil akhir dicapai perusahaan dari penjualan produk yang sudah dihasilkan oleh perusahaan. Winardi (2003:350) “volume penjualan ialah hasil penjualan yang diterangkan dalam bentuk kuantitatif, fiskal, ataupun volume”. Dengan tingkat volume penjualan yang tinggi, perusahaan dapat meraih profit yang optimal. Volume penjualan menjadi hal terpenting bagi perusahaan, sebab nilai profit ataupun kerugian yang didapatkan dari aktivitas penjualan menjadikan sumber yang pembentukan nilai semua perusahaan.

Penjualan menjadi salah satu fokus utama dalam kegiatan perusahaan. Dalam menghasilkan barang/jasa perusahaan punya tujuan akhir yakni menjual barang/jasa kepada publik. Oleh dikarenakan itu penjualan memegang peran penting bagi perusahaan supaya produk yang dihasilkan perusahaan bisa terjual dan menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Assuari (2004:5) “penjualan ialah sebagai kegiatan manusia yang mengarahkan untuk memenuhi serta memuaskan, kebutuhan serta ambisi lewat proses pertukaran”. Tujuan utama sebuah perusahaan pada intinya sama, yakni peningkatan volume penjualan, hingga laba dihasilkan akan terus mengalami peningkatan. Dalam peningkatan volume penjualan di sebuah perusahaan, maka mesti mengelola aktivitas penjualan agar mendatangkan

profit ataupun laba dari produk-produk ataupun jasa yang dihasilkan. Basu Swastha (2005) memaparkan factor-factor yang mempengaruhi volume penjualan yakni kondisi serta kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan factor-factor lainnya. Selain itu Kotler (2005) ada lima factor yang dipengaruhi volume penjualan, yakni produk, harga, saluran distribusi, promosi, dan mutu.

Harga ialah sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan suatu barang yang diinginkan. Harga bisa turun naik serta terbentuknya di pasar dikarenakan penjual serta pembeli masing-masing punya harga subjektif sebatas mereka berani membeli ataupun sebatas mereka berani menjual (Habibi dan Widodo, 2008 : 79). Produk ialah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipakai ataupun dikonsumsi. Harga bisa memuaskan ambisi serta kebutuhan (Kotler & Armstrong, 2010: 253). Produk ialah factor terpenting bagi sebuah perusahaan dikarenakan produk yang di pasarkan diharapkan mampu menambah profit sebuah perusahaan.

Penyaluran (distribusi) ialah organisasi yang saling bergantung yang tercakup saat proses membuat produk ataupun jasa menjadi tersedia untuk dipakai ataupun dikonsumsi (Kotler dan Keller, 2007: 82). Saluran distribusi yang dipakai harus mendapatkan perhatian tersendiri, dikarenakan jika saluran distribusi tidak tepat, maka usaha penjualan tidak mencapai sasaran seperti yang sudah diharapkan. Promosi Kotler dan Armstrong (2012: 76) ialah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi dan peningkatan konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Promosi ialah kegiatan yang sering dilakukan oleh perusahaan untuk menawarkan barang yang

mereka jual. Selain itu juga, promosi penting dilakukan untuk peningkatan volume penjualan.

Bear Brand ialah salah satu produk yang dimiliki oleh perusahaan Nestle, produk ini diperkenalkan oleh Nestle pada tahun 1906. Bear Brand ialah salah satu produk minuman susu sterill yang bermanfaat untuk menjaga kekebalan tubuh serta menjaga kesehatan tubuh. Produk Bear Brand ialah produk yang 100% dibuat dari susu murni berkualitas tinggi yang sudah disterilisasi hingga dapat dikonsumsi langsung. Adapun manfaat bear brand bagi tubuh yakni yang pertama bisa membantu penyembuhan sakit paru-paru serta flu. Vitamin yang kompleks tercantum kedalam bear brand mampu memberi manfaat yang besar saat merawat sel paru-paru, pasalnya kandungan vitamin yang tercantum dalam bear brand tersebut bisa menjauhkan paru-paru dari serangan virus serta paparan debu dari luar, selain itu bear brand juga mengandung vitamin C untuk mencegah virus flu.

Bear brand tidak hanya penyembuhan sakit paru-paru ataupun flu akan namun manfaat yang lainya ialah menetralkan racun kedalam tubuh, disebabkan oleh kandungan mineral, serta proses sterilisasi yang baik pada bear brand. Lalu manfaat yang lainnya yakni dapat membantu peningkatan kekebalan tubuh. Dengan banyaknya vitamin dan manfaat yang tercantum dalam susu Bear Band tidak aneh bahwa masyarakat beropini bear brand dapat dipercaya penyembuhan virus *covid 19*. Pada observasi awal yang saya lakukan pada konsumen adanya opini bear brand ini bisa penyembuhan ataupun dapat mencegah terpaparnya virus corona-19 maka konsumen lebih memilih bear brand daripada susu merk lainnya, hingga permintaan akan bear brand melesat tinggi hingga terjadi peningkatan volume penjualan dan

terjadi kelangkaan pada produk tersebut, dengan adanya kelangkaan maka akan punya dampak kenaikan harga.

PT. Indomarco Prastama (Indomaret) ialah salah satu toko eceran yang menjual beragam kemestian rumah tangga. Salah satu produk yang dijual di Indomaret ialah produk susu kemasan seperti Bear Brand. Penjualan produk bear brand sebelum pandemi covid 19 serta pada pandemic di toko indomaret ditampilkan table 1.1.

Table 1.1
Data Penjualan Produk Bear brand Periode Januari – Desember 2019

| TOKO | Bulan Ke- | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Indomaret Udayana | 88 | 103 | 76 | 86 | 65 | 85 | 100 | 150 | 140 | 98 | 154 | 146 |
| Indomaret Dewi Sartika | 56 | 77 | 75 | 54 | 68 | 50 | 85 | 82 | 65 | 97 | 95 | 76 |
| Indomaret Taman Kota | 105 | 83 | 156 | 94 | 110 | 67 | 80 | 100 | 85 | 128 | 120 | 87 |
| Indomaret A.Yani | 76 | 54 | 89 | 145 | 75 | 45 | 95 | 95 | 120 | 123 | 134 | 76 |
| Indomaret Kaliuntu | 55 | 64 | 78 | 53 | 100 | 87 | 71 | 98 | 105 | 75 | 110 | 77 |
| Indomaret Pahlawan | 103 | 76 | 45 | 78 | 143 | 156 | 78 | 67 | 77 | 87 | 86 | 98 |
| Indomaret Mayor Metra | 78 | 98 | 75 | 100 | 98 | 56 | 120 | 56 | 88 | 67 | 74 | 88 |
| Indomaret Surapati | 80 | 100 | 85 | 128 | 120 | 76 | 54 | 89 | 145 | 75 | 89 | 145 |
| Indomaret Gempol | 95 | 95 | 120 | 123 | 134 | 55 | 64 | 78 | 53 | 100 | 78 | 53 |
| Indomaret Gajah Mada | 71 | 98 | 105 | 75 | 110 | 103 | 76 | 45 | 78 | 143 | 110 | 157 |
| Indomaret Imam Bonjol | 95 | 87 | 100 | 85 | 66 | 100 | 76 | 54 | 89 | 78 | 53 | 126 |
| Indomaret SPBU Banyuasri | 50 | 66 | 76 | 77 | 50 | 97 | 55 | 64 | 78 | 45 | 78 | 85 |
| Indomaret Setia Budi | 98 | 75 | 59 | 93 | 95 | 114 | 98 | 105 | 93 | 89 | 87 | 134 |
| Indomaret Laksamana | 76 | 88 | 60 | 90 | 75 | 86 | 104 | 135 | 88 | 93 | 77 | 99 |

Sumber : PT. Indomarco Prastama

Table 1.2
Data Penjualan Produk Bear brand Periode Januari - Desember 2021

| TOKO | Bulan Ke- | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Indomaret Udayana | 250 | 184 | 150 | 481 | 600 | 85 | 100 | 250 | 450 | 357 | 225 | 450 |
| Indomaret Dewi Sartika | 145 | 153 | 185 | 165 | 134 | 147 | 158 | 155 | 200 | 144 | 323 | 120 |
| Indomaret Taman Kota | 242 | 162 | 200 | 121 | 110 | 67 | 80 | 100 | 85 | 150 | 251 | 333 |
| Indomaret A.Yani | 136 | 147 | 174 | 145 | 222 | 45 | 95 | 95 | 120 | 120 | 128 | 221 |
| Indomaret Kaliuntu | 121 | 134 | 200 | 200 | 188 | 100 | 157 | 137 | 105 | 75 | 156 | 140 |
| Indomaret Pahlawan | 106 | 100 | 291 | 188 | 146 | 156 | 160 | 163 | 140 | 154 | 167 | 176 |
| Indomaret Mayor Metra | 200 | 250 | 280 | 195 | 177 | 100 | 120 | 150 | 288 | 267 | 274 | 322 |
| Indomaret Surapati | 255 | 104 | 162 | 189 | 103 | 95 | 133 | 188 | 197 | 255 | 262 | 281 |
| Indomaret Gempol | 236 | 276 | 150 | 248 | 288 | 107 | 125 | 144 | 172 | 288 | 356 | 350 |
| Indomaret Gajah Mada | 353 | 287 | 300 | 250 | 244 | 180 | 140 | 200 | 195 | 272 | 322 | 388 |
| Indomaret Imam Bonjol | 195 | 187 | 200 | 285 | 166 | 100 | 105 | 135 | 147 | 250 | 250 | 266 |
| Indomaret SPBU Banyuasri | 150 | 166 | 200 | 177 | 250 | 97 | 130 | 200 | 231 | 257 | 295 | 300 |
| Indomaret Setia Budi | 250 | 275 | 259 | 193 | 195 | 114 | 155 | 205 | 193 | 210 | 254 | 284 |
| Indomaret Laksamana | 156 | 188 | 160 | 162 | 175 | 86 | 104 | 135 | 168 | 193 | 177 | 245 |

Sumber : PT. Indomarco Prastama

Berlandaskan data hasil penjualan diatas nampak ada peningkatan penjualan pada masa sebelum pandemic covid-19 serta sesudah masa pandemic covid-19. Namun pada bulan Juni–Juli 2021 penjualan mengalami penurunan dikarenakan stok bear brand mengalami kelangkaan pada bulan tersebut. Hal

ini juga terjadi dikarenakan pada bulan tersebut terjadi kasus pelonjakan kasus *covid 19*.

Selain itu, masyarakat cenderung lebih memilih produk Bear brand daripada susu merk yang lainnya seperti produk Susu Tujuh Kurma. Nampak pada table dibawah ini, penjualan Susu Tujuh Kurma punya penjualan yang lebih rendah dibandingkan dengan Produk Bear brand.

Table 1.3
Data Penjualan Produk Susu Tujuh Kurma Periode Januari - Desember 2021

| TOKO | Bulan Ke- | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Indomaret Udayana | 105 | 83 | 156 | 94 | 112 | 110 | 80 | 100 | 85 | 97 | 110 | 100 |
| Indomaret Dewi Sartika | 76 | 54 | 89 | 75 | 134 | 123 | 95 | 95 | 76 | 55 | 65 | 87 |
| Indomaret Taman Kota | 55 | 64 | 78 | 53 | 100 | 87 | 71 | 98 | 105 | 75 | 110 | 90 |
| Indomaret A.Yani | 103 | 76 | 45 | 78 | 143 | 136 | 78 | 67 | 77 | 87 | 86 | 87 |
| Indomaret Kaliuntu | 78 | 98 | 75 | 98 | 100 | 120 | 80 | 56 | 88 | 67 | 74 | 98 |
| Indomaret Pahlawan | 80 | 100 | 85 | 76 | 120 | 128 | 54 | 89 | 115 | 75 | 89 | 76 |
| Indomaret Mayor Metra | 95 | 95 | 120 | 123 | 134 | 122 | 64 | 78 | 53 | 100 | 78 | 88 |
| Indomaret Surapati | 71 | 98 | 105 | 75 | 110 | 103 | 76 | 45 | 78 | 143 | 110 | 78 |
| Indomaret Gempol | 79 | 120 | 76 | 54 | 128 | 145 | 75 | 89 | 66 | 128 | 120 | 76 |
| Indomaret Gajah Mada | 78 | 88 | 55 | 64 | 123 | 134 | 100 | 78 | 53 | 76 | 111 | 125 |
| Indomaret Imam Bonjol | 75 | 78 | 103 | 76 | 110 | 110 | 98 | 110 | 87 | 75 | 110 | 103 |
| Indomaret SPBU Banyuasri | 85 | 66 | 54 | 76 | 100 | 89 | 78 | 53 | 126 | 85 | 66 | 100 |
| Indomaret Setia Budi | 77 | 50 | 97 | 55 | 64 | 78 | 45 | 78 | 85 | 77 | 50 | 97 |
| Indomaret Laksamana | 93 | 95 | 84 | 98 | 105 | 113 | 89 | 87 | 134 | 93 | 95 | 114 |

Sumber : PT. Indomarco Prastama

Dari data yang sudah disajikan diatas dimana masyarakat cenderung lebih memilih produk bear brand dibandingkan susu merk lainnya, hal tersebut berdampak pada peningkatan volume penjualan yang menyebabkan *panic buying* bagi masyarakat yang membuat harga jual dari produk bear brand melambung tinggi dan juga adanya kelangkaan bear brand pada tiap-tiap toko. Dari permasalahan tersebut maka peneliti tertarik melakukan riset mengenai “Analisis Factor-Factor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Bear brand masa pandemic covid 19 di Indomaret Se-Kota Singaraja.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi sebagai berikut.

- 1) Meningkatnya penjualan produk susu Bear Brand setelah masa pandemi *covid 19*
- 2) Harga susu Bear Brand yang melambung tinggi di pasaran disebabkan oleh pandemi *covid 19* dan kelangkaan produk
- 3) Masyarakat cenderung memilih produk susu Bear Brand daripada susu merk lainnya.
- 4) Adanya persepsi masyarakat bahwa susu Bear Brand memiliki khasiat dapat mencegah *covid 19*

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan keterbatasan waktu dan biaya dimiliki peneliti, hingga peneliti dibatasi riset ini berfokus untuk meningkatnya penjualan produk bear brand dimasa pandemi *covid 19*, harga bear brand yang melambung tinggi di pasaran, adanya persepsi masyarakat, bear brand punya khasiat dapat mencegah *covid 19*. Maka dengan demikian riset ini mengkaji mengenai analisis factor-factor yang mempengaruhi volume penjualan produk Bear Brand pada pandemic *covid 19*.

1.4 Rumusan Masalah

Berlandaskan persoalan diatas hingga fokus permasalahan didalam riset ini hingga didapatkan rumusan masalah yakni.

- 1) Faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan produk susu Bear Brand pada masa pandemi *covid 19*?
- 2) Faktor mana yang paling dominan mempengaruhi volume penjualan produk susu Bear Brand pada masa pandemi *covid 19*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari riset ini ialah sebagai berikut.

- 1) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan produk susu Bear Brand pada masa pandemi *covid 19*.
- 2) Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi volume penjualan produk susu Bear Brand pada masa pandemi *covid 19*.

1.6 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Riset ini diharapkan memberi sumbangan bagi ilmu pengetahuan dan pemahaman terkait factor-factor yang dipengaruhi volume penjualan produk Bear Brand pada masa pandemi *covid 19*.

2) Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Riset ini diharapkan bisa mengasah kemampuan menulis serta meneliti hingga bermanfaat untuk memberi kegunaan dimasa depan. Hasil riset ini diharapkan bisa memberi manfaat dimasa depan bagi penulis ketika penulis sudah memasuki dunia kerja.

b. Bagi Perusahaan

Riset ini dapat memberi masukan berwujud informasi dan dipakai sebagai bahan masukan bagi perusahaan mengenai factor-factor mempengaruhi volume penjualan suatu produk.

c. Bagi Univeristas Pendidikan Ganesha

Hasil riset ini diharapkan menambah informasi serta menjadi bahan bacaan untuk memperkaya ilmu pengetahuan khususnya tentang factor-factor mempengaruhi volume penjualan suatu produk.