

BAB V

PEMBAHASAN

A. Analisa Dampak COVID-19 Terhadap Volume Penjualan Yang Menggunakan Sistem *Direct Selling*.

Terdapat perbedaan yang signifikan pada volume penjualan ud.permata bunda sebelum dan sesudah Covid-19 saat menggunakan sistem *direct selling*. Berdasarkan hasil perhitungan uji perbedaan dua rata-rata data yang disajikan pada tabel 4.11 diketahui rata-rata hasil sebelum Covid-19 sebesar 13138.25 lebih tinggi daripada sesudah Covid-19 sebesar 8553.50. Hasil pengujian hipotesis pada tabel 4.12 menunjukkan nilai *Sig. (2- tailed)* sebesar $0,025 \leq 0,05$ maka H_0 ditolak. Dalam hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa, terdapat perbedaan yang signifikan antara volume penjualan hanger (P1) ud permata bunda sebelum dan sesudah Covid-19.

Hasil penelitian didukung oleh pendapat sebagai berikut. Volume Penjualan Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba

perusahaan juga menurun. Menurut Kotler volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah : 1) Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya. 2) Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen. 3) Mengadakan analisa pasar. 4) Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial. 5) Mengadakan pameran. 6) Mengadakan discount atau potongan harga.

Penelitian di kuatkan oleh hasil penelitian Atmojo (2013)¹ Meningkatkan Volume Penjualan Tinta Merk K-Ink Melalui Metode Direct Selling Direct Selling mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan. Dari perbandingan penjualan sebelum menggunakan Direct Selling adalah 45.191 pack. Sedangkan saat telah menerapkan sistem Direct Selling kurang lebih 3 bulan meningkat sebesar 26.2 %. Persamaan. Menganalisa pengaruh sistem penjualan direct selling terhadap volume penjualan produk. Perbedaan. Waktu yang dilakukan pada penelitian ini berbeda yaitu sebelum adanya pandemi covid-19

Berdasarkan hasil perhitungan uji perbedaan dua rata-rata data yang disajikan pada tabel 4.13 diketahui rata-rata hasil sebelum Covid-19 sebesar 16464.50 lebih tinggi dari pada sesudah Covid-19 sebesar 9803.75. Hasil pengujian

¹ Yulianto Tri Atmojo. Meningkatkan Volume Penjualan Tinta Merk K-Ink Melalui Metode Direct Selling, journals UMS Surakarta, volume 2 no 2 tahun 2013

hipotesis pada tabel 4.14 menunjukkan nilai *Sig. (2-tailed)* sebesar $0,011 \leq 0,05$ maka H_0 ditolak. Dalam hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa, terdapat perbedaan yang signifikan antara volume penjualan sendok (P_2) ud permata bunda sebelum dan sesudah Covid-19.

Berbagai hal yang mempengaruhi penjualan adalah. Penjualan langsung atau *direct selling* adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pembeli dan membentuk pemahaman pembeli terhadap produk sehingga kemudian konsumen akan mencoba dan membelinya. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan dengan penjualan langsung memiliki aspek-aspek sebagai berikut: Keahlian berdagang, Penjual harus memiliki pengetahuan tentang produk dan menguasai seni menjual, seperti cara mendekati pelanggan, memberikan presentasi dan demonstrasi, mengatasi penolakan pelanggan dan mendorong pembelian.

Penelitian ini dikuatkan oleh penelitian milik. Hanifah (2017)² Metode Promosi Melalui Direct Selling Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Menggunakan Jasa Hotel Metode promosi yang dilakukan Grand Cempaka Hotel Puncak Bogor sudah efektif yaitu komunikasi dari mulut kemulut dan melalui brosur dalam menawarkan fasilitas Grand Cempaka Hotel Puncak Bogor. Penyajian Produk Grand Cempaka Hotel memperkenalkan fasilitas hotel dengan melalui promosi Direct Selling yaitu penjualan langsung melalui komunikasi

² Hanifah, Metode Promosi Melalui Direct Selling Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Menggunakan Jasa Hotel, Jurnal Komunikatio, Volume 3 Nomor 1

personal oleh sales kepada calon pembeli. Penggunaan sistem Direct Selling terhadap meningkatkan minat konsumen (penjualan/pemasaran) pada jasa hotel Waktu yang dilakukan pada penelitian ini berbeda yaitu sebelum adanya pandemi covid-19

Berdasarkan hasil perhitungan uji perbedaan dua rata-rata data yang disajikan pada tabel 4.15 diketahui rata-rata hasil sebelum Covid-19 sebesar 13164.00 lebih tinggi daripada sesudah Covid-19 sebesar 9624.00. Hasil pengujian hipotesis pada tabel 4.16 menunjukkan nilai *Sig. (2-tailed)* sebesar $0,011 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Dalam hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa, terdapat perbedaan yang signifikan antara volume penjualan ud permata bunda sebelum dan sesudah Covid-19.

Penurunan volume penjualan ud permata bunda dengan menggunakan model penjualan *direct selling* di atas di sebabkan karena di masa pandemi seperti sekarang ini distribusi penjualan langsung mengalami keterlambatan pendistribusian barang akibat dari berbagai kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, seperti PSBB dan PPKM. Selain mengakibatkan terhambatnya distribusi barang akibat berbagai kebijakan yang di buat oleh pemerintah, di masa pandemi covid ini daya beli masyarakat pada berbagai jenis barang industri juga mengalami penurunan yang cukup signifikan akibat dari pembatasan sosial yang ada, tidak heran jika pandemi virus corona ini sangat memberikan dampak yang sangat signifikan bagi penurunan volume penjualan hanger menggunakan sistem

penjualan model *direct selling*.

Dampak bahwa covid ini memiliki efek bagi volume penjualan juga di dukung oleh beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian yang di lakukan oleh Lingga Yuliana dengan judul Dampak Kondisi Pandemi Di Indonesia Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Pt. Sumber Jaya Aluminium,). Berdasarkan pengolahan dengan dengan *Analytic Network Process* (ANP), diperoleh hasil bahwa pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di masa pandemi seperti sekarang ini menyebabkan turunya volume penjualan.³ Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian yang di lakukan oleh penelitian Lingga Yuliana adalah bahwa pandemi covid-19 ini sama-sama menurunkan volume penjualan barang, sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Lingga Yuliana yaitu pada analisis data yang digunakan.

³ Lingga Yuliana, Dampak Kondisi Pandemi Di Indonesia Terhadap Trend Penjualan (Studi Kasus Pada Pt. Sumber Jaya Aluminium), jurnal riset bisnis, volume 4 no 1