

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Virus covid-19 ini berasal dari Wuhan, China yang muncul pada bulan Desember, 2019 yang kabarnya meresahkan dunia. tak terkecuali Indonesia, masuknya Covid-19 di Indonesia terhitung sejak bulan Maret 2020 hingga sekarang di bulan September 2021. Di Indonesia sendiri berdasarkan data dari covid19.go.id menyatakan bahwa tercatat pada tanggal 15 september 2021 terdapat penambahan kasus yang terkonfirmasi terkena covid-19 sebanyak 4.178.164 jiwa.

Pada awal tahun 2020 tepatnya di bulan Maret, pemerintah mengumumkan untuk pertama kalinya terdapat dua pasien positif covid-19 di Indonesia. Dan sejak saat itu kasus pasien yang terkena positif covid-19 mulai menyebar dan meluas. Jumlah kasus dan jumlah kematian semakin meningkat. Maka hal tersebut presiden mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2020, tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dan Lockdown Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Fitrianty, 2021: 1)

Lockdown telah menghentikan aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, dengan penurunan permintaan dan mengganggu rantai pasokan diseluruh dunia. Dalam survei awal lebih dari 50% UMKM mengindikasikan bahwa mereka bisa gulung tikar dalam beberapa bulan kedepan, sejak itu kebangkrutan telah menumpuk dan tingkat awal mulai runtuh. (Thata , 2020 : 148)

Virus covid-19 sangat berdampak pada kehidupan manusia di dunia salah satunya yaitu perekonomian di setiap negara. semakin sedikit manusia

beraktivitas ataupun semakin menurun pengeluaran dan pendapatannya maka semakin menurun pula perekonomian negara tersebut yang mengakibatkan banyaknya pengangguran, krisis ekonomi dan lain sebagainya.

Termasuk para pedagang toko grosir, akibat dari pandemi covid-19 ini mengakibatkan volume penjualan khususnya kepada para pedagang semakin menurun. Volume penjualan pada para pedagang semakin menurun sebab adanya peraturan baru yang dikeluarkan oleh pemerintah yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Dieses 2019 (Covid-19) hal ini menyebabkan aktivitas masyarakat semakin berkurang. Seperti para pelajar mengubah metode pembelajarannya menggunakan sistem online yaitu PJJ (Pembelajaran Jarak Jauh) dan para pekerja yang memungkinkan untuk dapat bekerja di rumah maka beralir ke WFH (Work From Home) Sehingga jumlah transaksi yang dilakukan pembeli pada saat sebelum pandemi dan saat berlangsungnya pandemi semakin menurun, karena pada dasarnya targer pedagang grosir yaitu waung-warung kecil, kantin dan pedagang kaki lima lainnya, jadi pada saat sekolah-sekolah dan kantor-kantor tutup, para kantin dan warung-warung kecil di dekat tempat tersebut juga ikut tutup.

Pada saat pandemi juga banyak masyarakat yang panic buying mereka membeli kebutuhan yang berlebih demi kepentingan diri sendiri. Contohnya seperti susu beargreand yang sempat menjadi rebutan para masyarakat karena susu beargreand dapat dipercaya sebagai obat untuk menyembuhkan penyakit covid-19. Serta minyak, yang mana minyak adalah kebutuhan pokok khususnya para penjual gorengan dan lain sebagainya yang mana tentunya harus memiliki persediaan minyak yang banyak, namun persediaan minyak di Indonesia pada saat akhir tahun 2021.

Dalam Islam sendiri telah mengatur tentang upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini dijelaskan dalam Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Al-Furqan ayat 67 yang berbunyi :

قَوَامًا ذَٰلِكَ بَيْنَ وَكَانَ يَفْتُرُوا وَلَمْ يُسْرِفُوا لَمْ أَنْفَقُوا إِذَا وَالَّذِينَ

Artinya : *“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”*
(QS. Al-Furqan Ayat 67)

Dalam Tafsir Al-Misbah Oleh Muhammad Quraish Shihab ayat diatas menjelaskan di antara tanda-tanda hamba Tuhan yang Maha Penyayang yaitu untuk selalu bersikap sederhana dalam membelanjakan harta, untuk diri mereka sendiri maupun keluarga. Mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir dalam pembelanjaan itu.

Volume penjualan menjadi tolak ukur total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, maka semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. (Rustami et al, 2014 : 4)

Meningkatkan volume penjualan merupakan hal yang sangat penting, apabila volume penjualan menurun maka tingkat produksi berkurang. Mengingat tingkat persaingan semakin meningkat, maka suatu perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan termasuk pada produk yang ditawarkan.

Desa Pringgacala adalah suatu desa yang terletak di Kabupaten Indramayu, Jawa Barat. Desa Pringgacala Terletak antara 140' ' Lintang Selatan dan 120'' Bujur Timur yang mempunyai luas wilayah 307.321 Km², terdiri dari 5 Dusun, 5 RW dan 17 RT. Desa Pringgacala yang berada di salah satu kecamatan Karangampel merupakan desa yang masyarakatnya mempunyai mata pencaharian yang beragam, diantaranya yaitu petani, sopir, wiraswasta, pedagang lain sebagainya. Hal ini terlihat dari data berikut :

Tabel : 1.1
Mata Pencaharian Penduduk

No	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah	Prosentase (%)
1	PNS	32	1.45%
2	Guru	43	1.95%
3	Guru Honorer	20	0.91%
4	Ustadz	27	1.23%
5	TNI	4	0.18%
6	POLRI	-	0%
7	Dokter	3	0.14%
8	Perawat	1	0.05%
9	Bidan	3	0.14%
10	Dukun Bersalin/Paraji	3	0.14%
11	BUMN	7	0.32%
12	BUMD	13	0.59%
13	Pamong Desa	13	0.59%
14	Karyawan Perusahaan Swasta	37	1.68%
15	Pensiunan PNS	9	0.41%
16	Purnawirawan TNI	-	0%
17	Purnawirawan POLRI	-	0%
18	Wiraswasta	116	5.27%
19	Pengrajin	-	0%
20	Pedagang	127	5.76%
21	Petani	412	18.70%
22	Buruh Tani	143	6.49%
23	Pertukangan	36	1.63%
24	Kuli	172	7.81%
25	Sopir	19	0.86%
26	Ojek	27	1.23%
27	TKI	78	3.54%
28	TKW	316	14.34%

30	Jasa lainnya	14	0.64%
31	Penganggur	319	14.48%
32	Setengah Penganggur	206	9.35%
Jumlah		2203	100%

Catatan : Usia 15 Tahun keatas.

Diketahui dari tabel mata pencarian pada Desa Pringgacala bahwa jumlah penduduk dari 6815 orang, terdapat 127 orang yang berwirausaha atau berdagang. Setelah diberlakukan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah yaitu PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) maka hal tersebut memiliki pengaruh yang dirasakan oleh para para pedagang tersebut, termasuk para toko sembako grosir.

Berdasarkan wawancara dari berbagai sumber pada para pelaku usaha toko grosir di Desa Pringgacala Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu yang memiliki tiga toko usaha grosir diantaranya yang pertama yaitu toko milik Ibu Uus yang bernama toko Eeng, toko Eeng ini berdiri sejak 12 tahun yang lalu yang memiliki dua karyawan tetap untuk membantunya berusaha, kini omset perbulannya diperkirakan bisa mencapai dua digit, sedangkan toko grosir milik Ibu Syamsiyah yang bernama toko Syamsiyah berdiri sejak tahun 2014 dan baru-baru ini beliau merekrut satu karyawannya untuk membantunya berusaha, dan kini omset perbulan toko grosir Ibu Syamsiyah sudah mencapai sekitar tujuh jutaan. Serta milik Ibu Koriah yang bernama toko Faiz, beliau mendirikan usaha toko grosir ini yaitu pada tahun 2019 berawal dari meneruskan usaha milik orangtuanya, dengan menambahkan modal sekitar empat juta dan sekarang omset perbulan yang ia dapatkan sekitar empat jutaan.

Dari ketiga toko sembako tersebut selama masa pandemi memiliki kendala yang disebabkan oleh adanya peraturan pemerintah yang terbaru mengenai aktivitas masyarakat yang dibatasi yang mana para pelajar serta para pekerja membatasi aktivitasnya sehingga sebagian para pedagang

warung dan kantin ikut tutup sementara yang mana warung, kantin dan toko kecil adalah target pasar toko sembako grosir. Karena adanya hal tersebut maka volume penjualan pada toko sembako grosir mengalami penurunan pada volume penjualan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PEDAGANG SEMBAKO (GROSIR) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA PRINGGACALA INDRAMAYU”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam skripsi ini yaitu :

- a. Bagaimana volume penjualan pada pedagang sembako (grosir) di Desa Pringgacala Indramayu pada masa pandemi covid-19?
- b. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada pedagang sembako (grosir) di Desa Pringgacala Indramayu pada masa pandemi covid-19?
- c. Bagaimana strategi pedagang sembako (grosir) dalam meningkatkan volume penjualan di Desa Pringgacala Indramayu pada masa pandemi covid-19?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Terdapat beberapa tujuan dalam penelitian ini yang sesuai dengan permasalahan yang diajukan meliputi :

- a. Untuk mengetahui volume penjualan pada pedagang sembako (grosir) di Desa Pringgacala Indramayu pada masa pandemi covid-19.

- b. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada pedagang sembako (grosir) di Desa Pringgacala Indramayu pada masa pandemi covid-19.
- c. Untuk mengetahui strategi meningkatkan volume penjualan pada pedagang sembako (grosir) di Desa Pringgacala Indramayu pada masa pandemi covid-19.

2. Manfaat penelitian

Manfaat ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

- a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan menambah pemahaman mengenai bagaimana volume penjualan pada pedagang sembako (grosir), apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan serta bagaimana strategi meningkatkan volume penjualan pada pedagang sembako (grosir) di Desa Pringgacala Indramayu dimasa pandemi covid-19.

- b. Bagi pembaca.

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan pembaca terkait strategi pedagang sembako (grosir) dalam meningkatkan volume penjualan pada masa pandemi covid-19 di Desa Pringgacala Indramayu. Serta dapat digunakan sebagai referensi bagi pembaca yang tertarik dan ingin mengkaji lebih dalam tentang penelitian ini.

- c. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran-saran dan masukan dalam meningkatkan volume penjualan pada pedagang sembako (grosir) di Desa Pringgacala Indramayu.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan strategi pedagang sembako (grosir) dalam meningkatkan volume penjualan pada masa pandemi covid-19 yang

telah banyak diteliti oleh para peneliti terdahulu. Adapun tujuan peneliti menggunakan penelitian tersebut yaitu untuk dijadikan sebagai bahan perbandingan selain itu juga untuk dijadikan sebagai pedoman dasar penelitian ini. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan:

1. Haya Nur Safa'atin (2020) dalam jurnal yang berjudul ***“Strategi Pemasaran Prima Mart Primkopal Juanda Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19”*** berdasarkan hasil dari penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Prima Mart ketika di masa pandemi masih tetap beroperasi, dengan strategi-stregegi yang cukup unik, diantaranya yaitu strategi jualan keliling, jualan di pasar malam yang berlokasi di Albatros serta pengantaran barang mampu meningkatkan volume penjualan Prima Mart Primkopal, karena omzet tiap bulannya semakin bertambah. Dalam menjalankan srategi direct selling atau jualan keliling pihak Prima Mart menjumpai sebuah hambatan yaitu warga Perumahan Lanudal Juanda ada yang menolak ketika Prima Mart melakukan jualan keliling, dikarenakan di daerah perumahan tersebut ada beberapa warga yang berjualan. Sehingga warga perumahan beralih berbelanja ke pihak Prima Mart yang selalu menawarkan promo yang menarik. Maka dari hal tersebut, pihak Prima Mart harus memutar otak supaya tetap berjualan keliling, karena jualan keliling mampu meningkatkan omzet setiap bulannya. Sedangkan dari persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu sama-sama meneliti tentang strategi meningkatkan volume penjualan dimasa pandemi namun pada perbedaannya yaitu terletak pada segi tempat penelitian.
2. Lilik Eka Pratiwi, (2021) dalam skripsi yang berjudul ***“Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Nusantara Mart Pacitan)”***Berdasarkan hasil penelitian ini yaitu menerapkan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari empat elemen penting, diantaranya daristrategi produk, dengan menambah inovasi baru; menjual produk

dalam bentuk dua jenis paket hemat yaitu paket kesehatan dan paket sembako. Dari strategi harga menetapkan harga jual produk sedikit lebih rendah dari harga jual para pesaing. Dari strategi promosi dan tempat, promosi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan internet marketing. Kemudian pada strategi tempat yaitu dengan menjaga kebersihan dan kenyamanan pelaku usaha menyediakan tempat mencuci tangan juga menyediakan sabun dan hand sanitizer.

2. Dari hasil kajian yang telah dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa di dalam pelaksanaannya, strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh NUsantara Mart ini belum bisa dikatakan berhasil karena belum menunjukkan hasil yang optimal. Dengan melihat fenomena yang terjadi, penulis menemukan temuan-temuan bahwa akar dari permasalahan yang menyebabkan volume penjualan di NUsantara Mart tidak mengalami peningkatan, karena disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Sedangkan persamaan dari peneliti terdahulu dan peneliti saat ini yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, namun dari segi perbedaannya yaitu terletak pada objek penelitian dan tempat penelitian.

3. Marjam Desma Rahadhini dan Lamidi (2021) dalam jurnal yang berjudul ***“Strategi Meningkatkan Volume Penjualan Kripik Tempe Di Masa Pandemi Pada Home Industry Sumber Agung, Petoran, Jebres, Surakarta”*** berdasarkan hasil dari penelitian tersebut yaitu home Industry Sumber Agung telah menggunakan media sosial Facebook dan Instagram dalam upaya untuk meningkatkan volume penjualan, berencana dengan menggunakan mesin pengiris tempe, membuat dan memperbarui label kemasan produk. Program pengabdian ini telah terlaksana dengan baik, dan tim merencanakan akan menindaklanjuti pengabdian berikutnya, dengan mencoba membuat proposal hibah pengabdian yang diajukan ke Dikti, untuk menunjang ketersediaan alat produksi yaitu mesin pengiris tempe. Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu sama-sama meneliti tentang

strategi volume penjualan dimasa pandemi, namun perbedaannya yaitu dari segi waktu dan tempat penelitian.

4. Wina Arahmah, Pitri, Joana Sarah F dan Annie Mustika Putri (2021) dalam jurnal yang berjudul **“Penerapan Strategi Pemasaran yang Tepat Bagi Perusahaan dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 pada Perusahaan Waralaba (Studi Kasus Toko Kopi Janji Jiwa) ”** berdasarkan hasil penelitian ini yaitu terdapat 3 hal poin utama dalam menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan kopi janji jiwa dimasa pandemi saat ini yaitu memanfaatkan sosial media yaitu instagram. Dari instagram bisa mencakup ke seluruh jaringan media seperti Go-Food, serta ke WhatsApp jika pemesanan dalam jumlah besar. Kedua yaitu dengan metode sistem pembayaran yang digital, dengan begitu konsumen yang tidak membawa uang tunai bisa menggunakan QRIS. Ketiga, selalu memperbarui menu. Dari segi apapun mulai dari Hari Nasional dan juga berkolaborasi dengan produk lain. Sehingga dapat kita simpulkan walaupun kopi janji jiwa mengalami penurunan terhadap penjualan dia mampu memanfaatkan media sosial. Sedangkan persamaan dari penelitian terdahulu dan penelitian saat ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi meningkatkan volume penjualan namun yang membedakannya yaitu dari segi objek dan tempat penelitian.
5. Nurul Badriah Bte H M Syahroni, Mhd Irwan Padli Nasution dan Annio Indah Lestari, (2021) dalam skripsinya yang berjudul **“Strategi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Di Kota Medan Pada Masa Pandemi Covid-19”** Berdasarkan hasil penelitian ini yaitu masih banyak kekurangan dalam teknik promosi yang dilakukan Auto 2000. Sehingga banyak brand baru yang lebih dilirik oleh masyarakat, perusahaan masuk pada tipe kuadran I. (positif, positif). Posisi ini menandakan bahwa Auto 2000 dalam kondisi yang kuat dan berpeluang, Sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Dari hasil Analisis

SWOT dilakukan dapat dilihat bahwa faktor kekuatan dan peluang lebih baik dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman. Strategi yang dilakukan yaitu dengan terus menerus memperluas jaringan di seluruh wilayah nusantara sehingga dapat memberikan kemudahan pelayanan bagi seluruh pelanggan dan memperbanyak ekspor ke luar negeri. Sedangkan persamaan dari penelitian terdahulu dan penelitian saat ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi meningkatkan volume penjualan namun yang membedakannya yaitu dari segi objek dan tempat penelitian.

6. Siti Mukaromatun Ni'mah (2021) dalam skripsi yang berjudul ***“Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Barang Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mebel Bulsak Fajar Lestari Desa Karangsono Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung)”*** Berdasarkan hasil penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa strategi produk yang dilakukan Mebel Bulsak Fajar Lestari dalam meningkatkan volume penjualan ditengah pandemi covid-19 adalah dengan meningkatkan variasi, kualitas, desain, fitur dan menambahkan nama merek. Strategi harga yang dilakukan yaitu dengan memberikan potongan harga, tingkatan harga dan pembayaran. Strategi tempat yang dilakukan pada tempat peneliti yaitu dengan cara meningkatkan lokasi dan pendistribusian. Serta strategi promosi yang dilakukan yaitu dengan melakukan periklanan, promosi, penjualan perorangan dan hubungan masyarakat. Sedangkan dari segi persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu sama-sama membahas tentang meningkatkan volume penjualan namun yang membedakannya yaitu dari segi objek serta tempat penelitian.
7. Ela Widiastutik, (2021) dalam skripsi yang berjudul ***“Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Koperasi Tani Jasa Tirta Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung”*** dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM yang berada di wilayah Desa Gondang mengalami dampak

penurunan pendapatan di masa Pandemi Covid-19 ini, tapi tidak semua. Adapun beberapa UMKM yang tidak berdampak dari segi pendapatan selama pandemi ini berlangsung salah satunya adalah tukang cukur, penjual sembako dan bengkel, selain UMKM yang di sebutkan rata-rata mengalami penurunan pendapatan di masa Pandemi Covid-19. Sedangkan dilihat dari segi persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang pendapatan UMKM namun dari segi perbedaannya dapat dilihat pada objek dan tempat penelitian.

8. Febby Fitrianty, (2021) *“Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Study Kasus Pada UMKM Bakery Bomb)”* dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini UMKM Bakery Bomb menerapkan tiga strategi dalam penjualannya yaitu dengan cara pemanfaatan sosial media, penggunaan online food delivery dan pengembangan produk. Sedangkan persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian saat ini yaitu sama-sama meneliti tentang strategi meningkatkan volume penjualan, namun dari segi perbedaannya terdapat pada tempat dan objek penelitian.

E. Kerangka Pemikiran

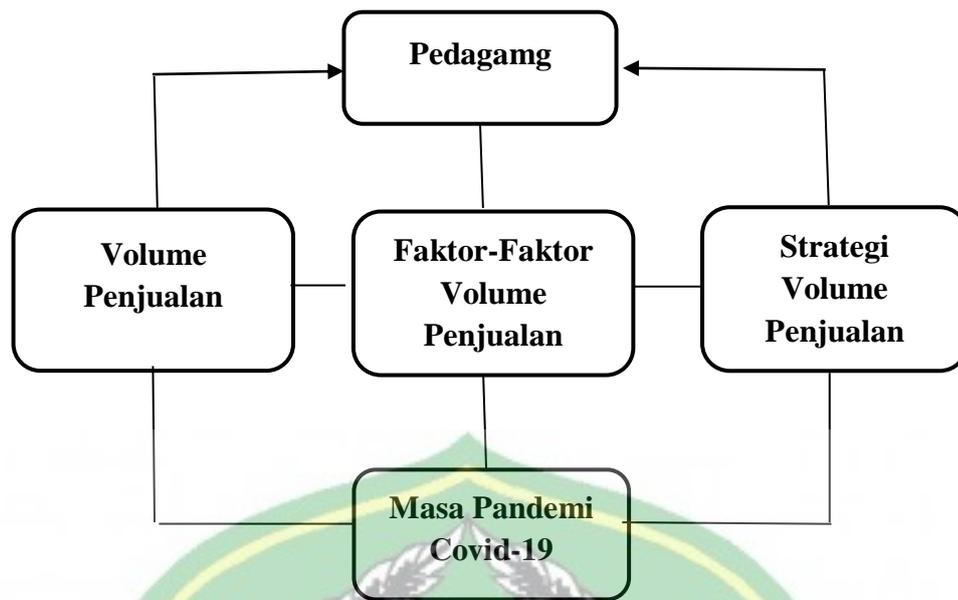
Pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau bisa disebut juga saudagar. Pedagang ialah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan.

Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya merupakan perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi. Jenis-jenis pedagang terdiri dari : pedagang besar / distributor / agen tunggal, pedagang menengah / agen / grosir, pedagang eceran / pengacar / peritel, importir / pengimpor importir dan eksportir / pengekspor

Volume penjualan adalah banyaknya barang atau jasa yang terjual pada saat terjadi tukar-menukar. Semakin besar jumlah barang atau jasa yang terjual, semakin besar pula kemungkinan keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Adapun Penjualan Menurut Swastha adalah sebagai Ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar membeli barang atau jasa yang ditawarkan. (Effendy, 2019 : 86)

Menurut Swastha dan Irawan (2010), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan antara lain: 1) Kondisi dan kemampuan penjual. 2) Kondisi pasar. 3) Modal. 4) Kondisi organisasi perusahaan. 5) Faktor lain yang mempengaruhi penjualan seperti periklanan, peraga, kampanye, pemberian hadiah, dll.

Strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil, melakukan persaingan, dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham. Sedangkan menurut Assauri (2013) strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. (Atmoko, 2018 : 85)



F. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan cara-cara ilmiah yang membantu atau yang menjadi acuan mengenai bagaimana penelitian itu dilakukan, guna mendapatkan suatu data tertentu.

1. Lokasi Penelitian.

Penelitian ini dilakukan kepada para pedagang toko sembako (grosir) di Desa Pringgacala Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu.

2. Objek Penelitian.

Penelitian ini dilakukan di desa Pringgacala, Indramayu, adapun yang menjadi objek penelitian adalah bagaimana volume penjualan pada pedagang sembako (grosir), apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan serta bagaimana strategi meningkatkan volume penjualan pada pedagang sembako (grosir) di Desa Pringgacala Indramayu dimasa pandemi covid-19.

3. Pendekatan penelitian.

Penelitian merupakan suatu kegiatan yang ditunjukkan untuk mengetahui seluk-beluk sesuatu. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang telah dialami oleh subyek peneliti, dengan cara mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

4. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan, dimana peneliti terjun langsung mengamati dan mengkaji suatu masalah secara mendalam dan terperinci dengan mewawancarai langsung kepada para target.

5. Data Penelitian.

Data merupakan kumpulan dari banyak hal yang diperoleh dengan mencari mengamati berbagai sumber. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil wawancara kepada pemilik usaha sembako (grosir), dan observasi yang dilakukan di Desa Pringgacala, Indramayu.

6. Sumber Data Penelitian.

1) Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung. Contoh dari data primer yaitu kuesioner dan wawancara langsung dengan narasumber. Data primer pada penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung dari tempat penelitian, yaitu di tempat usaha sembako (grosir), di Desa Pringgacala Kec. Karangampel Kab. Indramayu.

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain, yakni dari buku-buku, jurnal atau sumber data lainnya yang berkaitan dengan pembahasan pada proposal ini, dan

diharapkan sumber data sekunder ini dapat membantu memberi keterangan, atau data pelengkap.

7. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik yang diambil dalam pengumpulan data penelitian untuk menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Observasi merupakan pengumpulan data melalui pengamatan perilaku. Observasi ini dilakukan terhadap penelitian perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati terlalu besar. (Rukajat, 2018 : 54). Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dilakukan di kediaman pelaku usaha yaitu di Desa Pringgacala.
- b. Wawancara merupakan metode penelitian yang mempertemukan antara peneliti dan responden untuk mendapatkan informasi yang akan diteliti oleh peneliti. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan fakta secara langsung oleh responden. Pada penelitian ini yang menjadi narasumber yaitu pelaku usaha sembako (grosir), di Desa Pringgacala. Hal ini dilakukan guna mendapatkan data yang akurat mengenai objek dan sasaran penelitian.
- c. Dokumen merupakan bahan tertulis ataupun film, lain dari record, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. Dokumen digunakan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan. Menurut Rukajat (2018) Dalam penelitian ini data-data yang dikumpulkan berisikan informasi berbentuk foto selama wawancara dan observasi pada pedagang sembako (grosir), di Desa Pringgacala Indramayu.

8. Instrumen Penelitian.

Instrumen penelitian dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Peneliti merupakan perencana, pelaksana, pengumpul data, analisis, penafsir data dan kemudian melaporkan hasil penelitian yang

telah dilakukan. Oleh karena itu, peneliti sebagai instrument juga harus di validasi melalui evaluasi diri seberapa jauh pemahaman terhadap metode kualitatif, penguasaan teori dan wawasan terhadap bidang yang diteliti serta kesiapan dan bekal ketika memasuki lapangan.

9. Populasi dan Sampel.

Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian yang diteliti. Populasi sebagai kumpulan atau agregasi dari seluruh elemen-elemen atau individu yang merupakan sumber informasi dalam suatu penelitian. (Hadi, 2005 : 45) Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah para pedagang di Desa Pringgacala Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu sebanyak 127 Pedagang.

Sedangkan menurut Sugiyono (2004 : 91) sampel adalah bagian dan jumlah karakteristik populasi yang ada. Bila populasi besar, dan penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Adapun sampel yang diambil adalah tiga populasi dengan teknik *purposive sampling*.

10. Uji Validitas Data

Uji validitas (keabsahan data) yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji triangulasi data. Uji Triangulasi data yakni pengecekan data dari berbagai data yang telah dikumpulkan.

- a. Triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi atau data yang diperoleh melalui berbagai sumber. Dari semua sumber yang ada dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama. Jika semua data yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut memiliki persamaan dan menghasilkan kesimpulan yang sama maka data dinyatakan benar.
- b. Triangulasi teknik, dilakukan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama

dengan teknik yang berbeda. Data yang telah diperoleh dari hasil wawancara kemudian dicek kembali dengan metode observasi atau dokumentasi. Jika teknik pengujian tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda maka perlu diadakan pengecekan ulang kepada sumber yang bersangkutan, untuk mengetahui mana yang benar. Jika semua data sama maka data dianggap benar.

- c. Triangulasi waktu, yaitu pengujian data pada berbagai sumber pada waktu yang berbeda. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat nara sumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga data lebih kredibel. Untuk itu dilakukan pengecekan data baik dengan metode wawancara, observasi, atau teknik lain dengan waktu dan situasi yang berbeda.

11. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Patton (2019 : 268) adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan urutan dasar. (Nazir, 1988 : 237) Adapun aktivitas dalam analisis, yaitu sebagai berikut:

- a. Reduksi data

Kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema dan polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari dan mencari apabila diperlukan. (Nazir, 1988 : 243)

- b. Display Data

Data yang sudah direduksi kemudian langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan

mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. (Nazir, 1988 : 243)

c. Kesimpulan

Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan. Dari permulaan pengumpulan data, seorang menganalisis kualitatif, mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat dan proposisi. (Anggito & Setiawan, 2018) Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan yang berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih tersamarkan atau tidak jelas keberadaannya. (Fauziyah, 2016 : 249)

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan kemudahan pemahaman dan memberikan gambaran umum kepada pembaca tentang penelitian yang telah diuraikan oleh peneliti. Adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, dalam bab ini akan dijelaskan secara garis besar yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, metode penelitian dan sistematika penulisan. Dengan tujuan agar para pembaca dapat mengetahui gambaran penelitian pada penelitian ini.

BAB II STRATEGI PEDAGANG SEMBAKO (GROSIR) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA PRINGGACALA INDRAMAYU, dalam bab ini berisi uraian teori-teori yang digunakan dalam membahas masalah yang meliputi teori UMKM, volume penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan, kondisi UMKM di masa pandemi covid-19 dan strategi dalam meningkatkan volume penjualan. Dengan tujuan

memberikan teori guna para pembaca mendapatkan berbagai informasi dari teori yang dipaparkan.

BAB III KONDISI OBJEKTIF DAN OBJEK PENELITIAN.

Dalam bab ini berisi mengenai sejarah Desa Pringgacala dan profil singkat mengenai UMKM toko Eeng, toko Syamsiyah dan toko Faiz, dalam profil singkat tersebut berisikan sejarah berdirinya toko sembako, tempat toko sembako, modal, pendapatan serta strategi yang dilakukan pada setiap tokonya masing-masing. Dengan tujuan agar para pembaca dapat mengetahui gambaran singkat mengenai objek dan tempat penelitian pada penelitian ini.

BAB IV STRATEGI PEDAGANG SEMBAKO (GROSIR) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA PRINGGACALA INDRAMAYU,

dalam bab ini akan berisi mengenai hasil yang diperoleh dari pengolahan data melalui metode yang digunakan akan dideskripsikan dan dianalisis. Bab ini berisi tentang analisis volume penjualan pada umkm (toko sembako) desa pringgacala indramayu di masa pandemi covid-19, analisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada umkm (toko sembako) desa pringgacala indramayu dimasa pandemi covid-19. serta strategi meningkatkan volume penjualan pada umkm di desa pringgacala indramayu dimasa pandemi covid-19. Adapun tujuan dari bab ini adalah untuk memecahkan atau menjawab dari rumusan masalah pada penelitian ini.

BAB V PENUTUP,

bab ini adalah bagian terakhir dalam penelitian ini, dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah uraian jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah yang telah dianalisis pada bab sebelumnya. sedangkan saran berisi mengenai rekomendasi dari peneliti tentang masalah yang diteliti berdasarkan kesimpulan yang diperoleh.