

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Akuntansi merupakan terjemahan dari kata *accounting*, yang bila kita terjemahkan dalam bahasa Indonesia berarti menghitung. Akuntansi dalam dunia usaha bisa dikatakan sebagai bahasa bisnis karena hampir seluruh kegiatan bisnis didunia baik perorangan ataupun perusahaan besar menggunakan akuntansi untuk menghitung serta untuk mengambil keputusan yang berhubungan dengan bisnis yang dijalankan.

Akuntansi sering pula disebut sebagai seni, sains dan teknologi. Seni diartikan sebagai keterampilan mencatat, menganalisa dan mengukur, dimana seorang akuntan ketika melakukan praktik akuntansi bukan hanya berdasarkan teori, tetapi juga menerapkan Kreativitas dalam menyelesaikan permasalahan yang ada. Seperti halnya Annisa (2017) menjelaskan bahwa, pengertian seni mengacu pada keahlian dalam memilih prinsip, metode dan teknik yang sesuai kebutuhan, dan akuntansi juga merupakan suatu alat yang bentuk dan isinya sangat bergantung pada kondisi lingkungan, dimana akuntansi itu diterapkan. Dengan kata lain akuntansi disebut sebagai teknologi maka yang dimaksud adalah bagaimana pendekatan teknologi terhadap akuntansi. Seperti pada penyajian laporan keuangan pada laporan laba/rugi di mana teknologi disini dapat membantu mengembangkan omset dari setiap perusahaan maupun individu.

Suatu usaha umumnya mempunyai tujuan yang sama, yaitu untuk memperoleh laba yang dijadikan sebagai ukuran keberhasilan suatu usaha dalam menjalankan aktivitasnya. Maka dari itu suatu usaha harus mencapai target yang telah ditentukan setiap periodenya, dengan adanya target maka suatu manajemen akan termotivasi supaya bekerja secara optimal. Laba yang diperoleh dari suatu usaha terdiri dari dua macam yaitu laba kotor dan laba bersih. Nantinya laba yang diperoleh dapat digunakan untuk berbagai kepentingan pemilik dan manajemen. Menurut Kasmir (2015:305) bahwa untuk melihat perubahan laba, kotor perlu dilakukan analisa untuk mengetahui perubahan yang terjadi, sehingga kita dapat mengetahui dimana perubahan yang terjadi dan berapa besar perubahan tersebut.

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat sekaligus diikuti oleh persaingan yang semakin kompetitif memaksa setiap perusahaan untuk berusaha mempertahankan keberadaannya. Hanya perusahaan yang mampu bersainglah yang akan mampu hidup dan berkembang, sementara perusahaan yang tidak dapat bersainglah akan terdesak bahkan keluar dari pasar. Apabila perusahaan tidak ingin keluar dari pasar, maka mereka harus mampu mempertahankan, mengimbangi, menguasai persaingan yang ada, serta dapat mempertahankan profitabilitas perusahaan tersebut. Masalah menurunnya profitabilitas adalah masalah yang sering terjadi hamper pada setiap perusahaan. Perusahaan yang tidak mampu menghasilkan profit yang baik akan memberikan dampak saat ini ataupun dimasa yang akan datang atas keberlangsungan perusahaan tersebut. Hanafi (2015) Menyatakan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan

perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, Aset, dan Modal saham tertentu.

Pada umumnya ukuran yang sering kali digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah dengan melihat laba yang diperoleh perusahaan. Laba bersih merupakan selisih positif atas biaya penjualan dikurangi biaya-biaya dan pajak. Pengertian laba yang dianut oleh organisasi akuntansi saat ini adalah laba akuntansi yang merupakan selisih positif antara pendapatan dan biaya. Laba usaha adalah pendapatan perusahaan dikurangi biaya eksplisit atau biaya akuntansi perusahaan. Laba membantu perusahaan untuk memprediksikan dan melihat seberapa besar laba yang dapat dihasilkan untuk periode mendatang. Ukuran laba juga menggambarkan bagaimana kinerja manajemen dalam menghasilkan laba guna membayar deviden investor, bunga kreditor, dan pajak pemerintah. (Hery, 2015:34).

Perkembangan pada dunia bisnis pada saat ini mengalami berbagai inovasi, yang didukung oleh berkembangnya teknologi saat ini. Salah satu barometer penting dalam dunia bisnis yakni seberapa besar omset yang diperoleh oleh suatu perusahaan tersebut. Pemilik perusahaan harus mengetahui secara akurat seberapa besar omset yang didapatkan dalam suatu perusahaan secara berkala. Dimana para pelaku usahapun harus mengetahui serta memahami tentang bagaimana cara menaikkan omset perusahaan tersebut dikarenakan berhasilnya suatu bisnis dapat dilihat berdasarkan tingginya penjualan tersebut. Semakin tinggi penjualan maka akan semakin banyak juga keuntungan yang didapatkan.

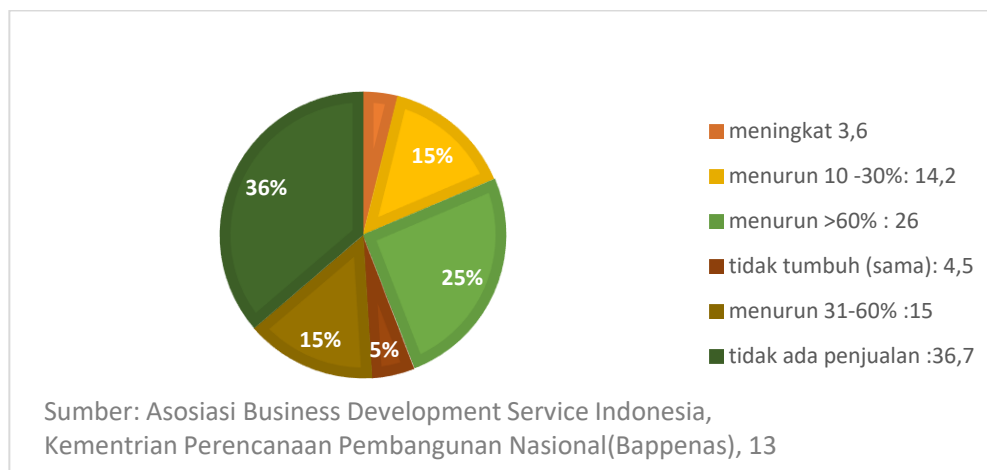
Pada tahun 2019 telah terjadi guncangan yang begitu hebat, ekonomi tiba-tiba ambruk dalam sekejap akibat menyebarnya Covid-19 ke seluruh dunia. Semenjak WHO (*World Healthy Organization*) mengumumkan bahwa Covid-19 merupakan pandemi dunia, perilaku konsumen di berbagai sektor bisnis berubah, konsumen menjadi sangat berhati-hati untuk melakukan konsumsi dan berusaha untuk menjaga diri dan keluarganya untuk bertahan di situasi pandemi Covid-19. Wilayah-wilayah kota dan negara mulai melakukan penutupan, tidak ada lalu lintas dan aktifitas yang normal seperti beberapa bulan lalu, tidak heran jika krisis kesehatan berdampak pada krisis ekonomi secara bersamaan.

Hal yang perlu diketahui tentu saja adalah seberapa parah dampak krisis pada bisnis di berbagai sektor. Apakah semua sektor bisnis terkena imbas dengan pertumbuhan yang negatif? atau ternyata ada sektor yang masih bisa bertahan dan alih-alih turun malah meningkat tajam di situasi pandemi Covid-19 ini. Melihat data yang ada, tergambar bagaimana dalam situasi krisis Covid-19 perilaku konsumen mulai berubah, serta banyaknya toko-toko mulai di tutup oleh pemerintah setempat demi menjaga keamanan bersama, akibatnya para konsumen berbondong-bondong untuk menyelamatkan diri sebisa mungkin dan meminimalisir untuk tidak keluar rumah. Hal ini pun sangat berdampak pada proses penjualan yang mengakibatkan turunya pendapatan perusahaan. Hal ini pun dibuktikan dengan adanya survey yang dilakukan oleh Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI) Terhadap 6.405 responden daerah responden meliputi 50 persen di Jawa dan Bali, sisanya tersebar diseluruh Indonesia. Salah satu dampaknya terdapat dari penurunan penjualan yang hampir dirasakan oleh seluruh UMKM. Sebanyak

36,7%, responden mengakui tidak ada penjualan. Selanjutnya sebanyak 26% responden mengakui terdapat penurunan lebih dari 60% disisi lain hanya ada sekitaran 3,6% yang mengalami kenaikan penjualan.

### Diagram I

#### Penurunan Penjualan Sektor UMKM Akibat Covid-19



Pandemi COVID-19 berimbas besar pada kelangsungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Krisis ekonomi yang dialami oleh UMKM pun menjadi ancaman besar bagi perekonomian nasional, mengingat UMKM merupakan penggerak ekonomi domestik dan Penyerapan tenaga kerja terbesar dalam beberapa dekade terakhir.

UMKM yang merupakan penopang produksi nasional tengah menghadapi guncangan dari sisi penawaran dan permintaan, hal itu dapat berimplikasi pada penurunan kesejahteraan masyarakat,” ujar Kepala Pusat Penelitian Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), Agus Eko Nugroho dalam Webinar “Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Kinerja UMKM: Mitigasi dan Pemulihan”

Pusat Penelitian Ekonomi LIPI telah melakukan Survei Kajian Cepat Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Kinerja UMKM Indonesia. Survei ini bertujuan untuk mendiagnosa dampak pandemi pada kelangsungan UMKM serta mengidentifikasi strategi pemulihan kinerja UMKM. “Tantangan dalam menghadapi pandemi ini adalah adanya ketidakpastian dan *trade-off* antara persoalan kesehatan dan ekonomi. Kompleksitas masalah yang ada adalah bagaimana menyelamatkan UMKM terdampak dan mempersiapkan pemulihan ekonomi

Survei ini menjangking responden pelaku usaha mikro 54,98%, ultra-mikro 33,02%, pelaku usaha kecil 8,1% dan pelaku usaha menengah 3,89%; dengan lama usaha 0-5 tahun (55,2%), 6-10 tahun (24%) dan lebih dari 10 tahun (20,8%). Sebagian besar usaha yang berusia 0-5 tahun berada dalam skala ultra-mikro (58,36%) dan skala mikro (58,33%). Selain itu, terdapat variasi metode penjualan yang dilakukan pelaku usaha, yaitu *door-to-door* 41%, toko fisik 34%, melalui agen/*reseller* 32%, melalui market place 15%, serta penjualan secara *online* melalui media sosial 54%. Data survei menunjukkan bahwa selama pandemi, 94,69% usaha mengalami penurunan penjualan. Berdasarkan skala usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 49,01% usaha ultra-mikro, 43,3% usaha mikro, 40% usaha kecil, dan 45,83% usaha menengah. Berdasarkan lama usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 23,27% usaha berusia 0-5 tahun, 10,9% usaha berusia 6-10 tahun dan 8,84% usaha yang telah berjalan lebih dari 10 tahun. Berdasarkan metode penjualan, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh

47,44% usaha penjualan offline/fisik, 40,17% usaha penjualan online, dan 39,41% usaha dengan metode penjualan *offline* sekaligus *online*.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat menguasai dunia. Perusahaan-perusahaan yang termaksud dalam industry kecil, menengah maupun besar, yang merupakan salah satu dari sekian banyaknya pelaku usaha yang juga merupakan penunjang kegiatan ekonomi di negeri ini, semakin di pacu untuk menggunakan teknologi yang lebih maju sebagai senjata untuk tetap survive serta meningkatkan omset perusahaan lebih besar lagi dan memenangkan persaingan yang kian hari terasa ketat dan keras dalam dunia bisnis. Oleh karena itu teknologi internet sangat berperan penting bagi pembisnis yang memungkinkan organisasi ataupun perusahaan memasuki pasar dengan cara yang sangat mudah untuk di aplikasikan di dunia bisnis yang nantinya akan membawa dampak yang sangat besar bagi setiap perusahaan.

Revolusi industry mengalami puncaknya saat ini dengan lahirnya teknologi digital positive terhadap hidup manusia di seluruh dunia. Revolusi industry terkini atau generasi keempat merupakan suatu proses industri yang terhubung secara digital yang mencakup berbagai jenis teknologi. Perkembangan teknologi digital yang begitu pesat selama beberapa tahun terakhir memberikan dampak besar kepada para pelaku usaha ekonomi yang ada termaksud para pelaku UMKM. Teknologi digital yang sangat berkembang pesat serta berpotensi bagi perkembangan UMKM ataupun suatu Perusahaan yakni Media Sosial. Dikarenakan media social mempunyai keunggulan yaitu menghubungkan orang secara luas dan serta biaya yang dikeluarkan tidak begitu besar.

Menurut Priambada (2015) Penggunaan media social dalam UMKM ataupun perusahaan mampu meningkatkan pangsa pasar dan volume hingga 100% apabila mampu konsisten untuk melakukan update informasi setiap harinya. Pemanfaatan perkembangan teknologi informasi banyak sekali digunakan untuk mengembangkan bisnis baik dari perusahaan maupun dari individu. Yaitu teknologi informasi berbasis jejaring social yang banyak dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis. Media social yang saat ini menjadi tren anak muda mengepresikan diri menjadi peluang besar sebagai sebagai media iklan maupun promosi bisnis. Media social seperti Facebook, instagram, Twitter, Whatsapp, dan lain sebagainya sekarang banyak dimanfaatkan sebagai media bisnis. Perkembangan teknologi berbasis digital sangat mempengaruhi perekonomian disuatu Negara, Indonesia adalah salah satu Negara dengan pengguna media social paling aktif di dunia. Indonesia juga merupakan Negara dengan ekosistem e-commerce dan ride-sharing yang berkembang sangat pesat secara digital. Hal itu disebabkan kepercayaan konsumen terhadap ecommerce meningkat dan lebih banyak UMKM yang menggunakan sistem online (Mckinsey,2018).

Dalam beberapa tahun belakangan ini fenomena bisnis online di Indonesia mulai menunjukkan pertumbuhannya, banyak perusahaan maupun bisnis usaha kecil dan menengah mulai ikut menjalani bisnis Online. Bisnis Online memudahkan konsumen atau pelanggan untuk dapat melakukan transaksi bisnis tanpa batasan ruang dan waktu serta menguntungkan bagi produsen dalam menghemat biaya dan memperluas jaringan pemasaran (Kosasi,2015).



Penggunaan teknologi diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif. Salah satu dampak pada aspek persaingan teknologi internet adalah terbentuknya tingkat kompetisi yang semakin tajam yang membuat perusahaan dalam globalisasi ekonomi ini membuat perubahan menjadi konstan, pesat radikal dan serentak.

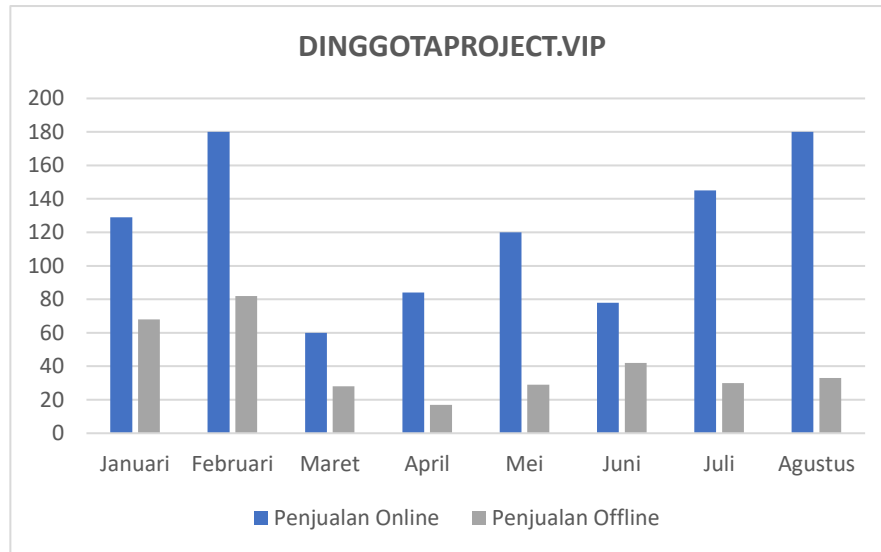
Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal ini meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan penjualan online melalui media social Serta memasarkan berbagai macam produk ataupun jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital.

Peningkatan transaksi menggunakan penjualan Online oleh suatu perusahaan merupakan indikasi bahwa management memiliki komitmen terhadap pemanfaatan cara baru, atau lebih tepat di gambarkan sebagai suatu komitmen untuk memanfaatkan media social di dalam pengembangan perusahaan. Selama ini sistem penjualan yang sering di gunakan oleh perusahaan hanya bersifat manual dan secara tertulis. Dengan adanya layanan jasa berupa Penjualan Online melalui media yang dapat secara cepat dapat dinikmati oleh pelanggan maupun perusahaan tersebut. Bisnis online menjadi salah satu pekerjaan paling menjanjikan untuk dikerjakan saat ini. banyak sekali orang membidik bisnis penjualan secara online ini dikarenakan keuntungan yang dihasilkan akan sangat banyak apabila Bisnis online ini yang dikerjakan mulai berkembang dan dikenal luas oleh banyak orang. dengan segudang manfaat yang dimiliki oleh sistem penjualan online itu sendiri. Serta

Bisnis penjualan online ini menjadi salah satu strategi bagi perusahaan maupun UMKM untuk meningkatkan Omset pendapatan mereka.

Ketika adanya dampak pandemi Covid-19 ini peneliti mengambil suatu tindakan untuk meneliti bagaimana perkembangan bisnis ketika terjadinya pandemi Covid-19 ini, sehingga dapat memecahkan permasalahan pada sektor bisnis terhadap pandemi Covid-19, terutama untuk para pelaku usaha yang menggunakan sistem offline store, seperti yang telah terjadi pada beberapa sektor bisnis, salah satunya yakni Level Up Bistro Gorontalo, Dinggotaprojectvip dan Galleri Annora Gorontalo. usaha tersebut mengalami hal yang sama terkait penurunan pendapatan yang sangat pesat, sehingga mencari cara bagaimana bisa meminimalisir kerugian dimasa pandemi ini. Dikarenakan pada pandemi Covid-19 ini kebanyakan Perusahaan, Pertokoan, serta rumah makan yang menimbulkan kerimunan di tutup sementara untuk kepentingan bersama, serta bagaimana strategi para pelaku usaha untuk meningkatkan omset perusahaan agar tidak mengalami kerugian pada pandemi.

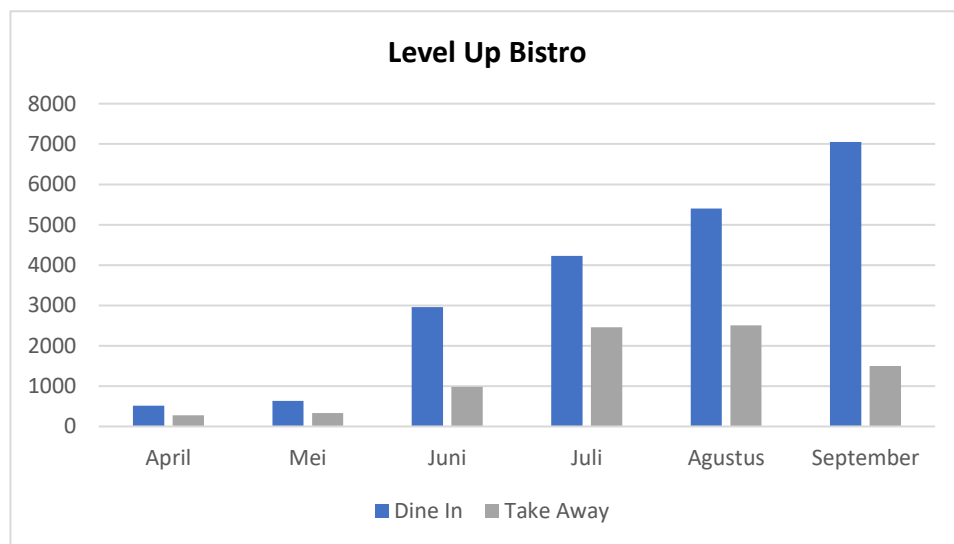
Diagram II



Berdasarkan diagram diatas dapat memberikan kesimpulan bahwa dimana pada penjualan tersebut memiliki permasalahan terhadap penjualan selama masa pandemic covid-19.yang dimana pada penjualan tersebut dari bulan Januari sampai dengan agustus mengalami fluktuasi ataupun penjualan yang tidak stabil.hal ini yang memacu penulis untuk meneliti sehingga perlu dilihat apa saja yang membuat penjualan tersebut menurun, serta apa saja strategi untuk meningkatkan laba usaha tersebut selama masa pandemi covid-19 ini. Pada bulan januari dan february tingkat penjualan dinggotaproject mencapai 130 sampai dengan 180 pembeli, kemudian pada bulan maret sampai dengan juni mengalami fluktuasi atau ketidakstabilan pendapatan, dari sini bias dilihat bahwa pandemic Covid19 sangat membuat sector bisnis menjadi ambruk dalam sekejap, Hal ini pun terjadi pada level up bistro yang dimana terjadi masalah yang sama selama pada masa pandemi Covid-19 ini. Berikut diagram tentang level up bistro yang kami sajikan :

## Diagram II

### Pejualan Dine In (Offline) dan Take Away(Online) Level Up Bistro pada masa Covid-19



Pada diagram diatas menunjukan penjualan dine in dan tak away pada Level Up Bistro mengalami fluktuasi selama masa Covid-19. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa selama masa pandemi Covid-19 tersebut memberikan dampak yang sangatlah buruk terutama pada penjualan dine in yang dimana pada masa tersebut adalah masa PSBB diberlakukan oleh pemerintah setempat untuk membatasi para konsumen datang langsung ke tempat level up bistro demi keselamatan Bersama. Diagram tersebut juga menunjukan bahwa pada bulan April, mei dan September jumlah pembeli menurun sehingganya timbul permasalahan, apa saja yang membuat laba usaha tersebut menurun serta bagaimana strategi untuk mengatasi laba usaha yang menurun ataupun mengalami fluktuasi pada masa pandemi Covid-19 ini. Bahkan pada beberapa restoran di Indonesia mengalami penutupan Outlet untuk sementara, dicatat di detik.food dikatakan bahwa ada

sekitar 1.000 restoran tutup sementara pada masa pandemic Covid19 ini dikarenakan pendapatan yang tidak stabil pada laba usaha tersebut.

Hal ini memberikan kesimpulan bahwa salah satu strategi untuk meningkatkan laba perusahaan yakni dengan cara menggunakan sistem penjualan online. Dimana strategi ini sangatlah membantu proses penjualan serta strategi penjualan online yang sangat memenuhi kebutuhan perusahaan untuk tetap meningkatkan omset mereka ketika terjadinya pandemi Covid19 ini. Hal ini pun dapat memberikan keuntungan setelah menggunakan penjualan media promosi melalui penggunaan media social. Hal ini sesuai dengan penelitian Moris (2017) yang meneliti *Impact Of Social Media In The Restaurant Industry*. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengelolaan media social pada restoran mampu meningkatkan pendapatan di Uni Emirate Arab melalui membangun hubungan dengan pelanggan dan segmentasi pasar yang jelas.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ **Analisis Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Penentuan Laba Usaha.** “

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat di identifikasikan masalah peneliti yaitu :

1. Berkurangnya tingkat kunjungan pembeli/konsumen yang datang langsgn ketempat usaha Karena pandemi Covid-19.

2. Kebijakan pemerintah yang membatasi aktivitas masyarakat diluar rumah pada masa pandemi Covid-19
3. Perolehan laba usaha selama masa pandemi Covid-19 mengalami fluktuasi.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah yang didapat yaitu:

1. Bagaimana tingkat perkembangan penjualan Online dan Offline pada masa pandemi Covid-19
2. Bagaimana tingkat biaya penjualan Pada masa pandemi Covid-19
3. Bagaimana Perbandingan laba penjualan secara Online dan Offline Pada masa pandemi Covid-19.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat perkembangan penjualan Online dan Offline pada masa pandemi Covid-19
2. Untuk mengetahui tingkat biaya penjualan pada masa pandemi Covid-19
3. Untuk mengetahui perbandingan laba penjualan pada masa pandemi Covid-19.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat maupun kontribusi baik secara teoritis dan praktis. Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka, manfaat penelitian ini adalah:

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu akuntansi yang relevan khususnya mengenai pendapatan penjualan online. Disamping itu, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian sejenis dimasa yang akan datang khususnya mengenai penelitian penjualan online melalui penggunaan media social.

### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa masukan pemahaman kepada seluruh Perusahaan dan pelaku usaha kecil menengah. Disamping itu peneliti juga berharap hasil penelitian ini dapat menjadi suatu bentuk evaluasi bagi pelaku usaha kecil menengah.