

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang maraknya virus corona atau *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*. Virus corona adalah virus yang menjangkit ke tubuh manusia yang dapat menyebabkan kematian jika sistem imun manusia tersebut melemah di tengah pandemi yang terjadi. Virus ini telah ada di Indonesia sejak Februari 2020 lalu dan menyebabkan perekonomian negara kita sangat terganggu seperti halnya tempat wisata yang sering di kunjungi, mall, restaurant, *wedding organizer*.

Tidak dipungkiri terlihat jelas dampak adanya *Covid-19* timbul di berbagai sektor di Indonesia termasuk sektor ekonomi. Pembatasan Sosial Berskala Besar berdampak pada perusahaan dalam jumlah produksi maupun karyawan. Tidak sedikit perusahaan yang memutuskan karyawannya untuk dirumahkan bahkan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang menyebabkan kehidupan masyarakat merosot kualitasnya. Pandemi ini mengharuskan pemerintah bijak dalam berkeputusan, salah satu bentuk nyatanya adalah pemberian/pengadaan dana bantuan guna memulus perekonomian masyarakat yang tengah sulit. Selain itu, kebijakan *new normal* dari pemerintah Indonesia juga diharapkan membantu perekonomian.

Dengan diterapkannya *new normal* (adaptasi kebiasaan baru) aktivitas ekonomi antara pembeli dan penjual taklantas kembali seperti sebelumnya. Kondisi ini memunculkan pemanfaatan *online system* dalam pemenuhan kebutuhan baik sebagai pembeli maupun penjual. Saluran *online* dapat dijangkau dengan media computer (*e-commerce*) oleh masyarakat.

Saluran *online* seperti *e-commerce* yang bisa terjangkau dengan media elektronik atau komputer sangat membantu pelaku usaha dalam aktivitas usahanya, dan memberi banyak informasi yang berguna bagi konsumen dalam memperoleh dan memutuskan pilihannya (Kloter dan Armstrong, 2012).

E-commerce di Indonesia sudah berdiri sejak tahun 2000-an. Akan tetapi sejak tahun 2014 penggunaan *e-commerce* baru banyak di gemari masyarakat. Kemajuan *e-commerce* yang begitu pesat yang berpengaruh oleh beberapa faktor yang mengakibatkan individu atau kalangan masyarakat untuk berbelanja *online* di situs *e-commerce* diantaranya, ekonomis, kualitas barang, kepercayaan, memudahkan transaksi, dan banyak lagi faktor pendukung lainnya yang berlandaskan pada kebutuhan individu yang beragam.

Adanya sistem *e-commerce* di masa *covid-19* sekarang ini masyarakat lebih condong memilih membeli kebutuhan pokok, selain lebih praktis, efektif dan juga efisien. Masyarakat juga dapat menjauhi kontak secara langsung dengan penjual maupun konsumen lainnya. Dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat, masyarakat lebih praktis mencari kebutuhan apa yang di butuhkan, harga dan ritel *online* yang cocok dengan selera konsumen. dan masyarakat di masa pandemi memilih memanfaatkan waktu untuk dirumah saja melakukan kegiatan berolahraga karena berolahraga dapat meningkatkan sistem kekebalan tubuh imunitas yang mampu mencegah terkena virus *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*.

Saat ini belanja *online* sangat digemari seluruh masyarakat Indonesia apalagi dimasa pandemi *Covid-19* karena dinilai jauh lebih praktis, aman dan lebih banyak kemudahan serta lebih efektif. Pada masyarakat saat ini banyak ritel *online* yang menyediakan banyak jasa yaitu layanan jual beli *online*, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Dengan adanya ritel *online* malah menjadikan salah satu alat penunjang dalam mendapatkan informasi dan promosi. Belanja *online* sekarang ini menjadikan salah satu cara berbelanja yang sedang populer atau modern yang digunakan khususnya untuk jual beli. Kita ketahui bahwa adanya ritel *online* tidak lagi harus keluar rumah untuk berbelanja ke toko. Caranya sangat praktis yaitu mereka hanya memilih barang yang mereka inginkan di internet kemudian membeli dengan cara mentransfer uang lalu toko mengirimkan barang dan sampai kerumah.

Adanya bisnis ritel *online* di masa sekarang lebih berkembang lebih pesat sehingga semakin mempermudah pembeli untuk memiliki barang yang diinginkannya tidak perlu keluar rumah. Tidak bisa di pungkiri lagi apabila perubahan belanja yang sangat trend ini menjadikan hal yang biasa untuk industri ritel *online*. Hal ini tampak lebih jelas ketika saat maraknya penyebaran *covid-19* di seluruh wilayah Indonesia ini. sehingga saluran perdagangan *online* telah terbukti kemampuan untuk mendukung pemilik bisnis untuk mempertahankan pendapatan penjualan *online* selama pandemi.

Retail yang artinya suatu hubungan aktivitas bisnis untuk memperbanyak nilai guna barang dan jasa yang memasarkan kepada konsumen untuk di pakai pribadi atau rumah tangga. Jadi pembeli yang menjadi sasaran dan ritel adalah konsumen akhir yang berbelanja produk untuk pemakaian sendiri (Levy dan Weitz, 2001).

Keberadaan teknologi saat ini telah mengalihkan pola industri ritel dan pengalaman yaitu adanya ritel *modern* dan ritel tradisional. Ritel *modern* adalah bentuk ritel yang dituntut dapat memodernisasikan dengan dirinya yaitu dengan cara memberikan kemudahan dan kenyamanan, keamanan berbelanja, dengan ketentuan harga dan memenuhi keanekaragaman barang.

Sedangkan ritel tradisional adalah ritel yang masih banyak digunakan oleh ritel yang tinggal di daerah-daerah dan pinggiran kota.

Toko Rahman *Sport* salah satu toko olahraga yang sedang berkembang menyediakan penjualan pakaian futsal, sepatu futsal, kaus kaki, dan deker. Penjualan *online* di toko Rahman *sport* lebih diminati oleh pembeli di masa pandemi karena selama pandemi sekarang ini khususnya masyarakat lebih banyak melakukan aktivitas di rumah dengan melakukan olahraga. Dengan adanya penjualan *online* pembeli selama pandemi tidak perlu lagi repot-repot untuk datang ke toko untuk membeli sebuah produk. Pembeli hanya menggunakan internet dan dapat memilih-milih produk dan membeli sebuah produk.

Munculnya kegiatan belanja ritel *online* penulis ingin meneliti penjualan *online* berapa optimisasi keuntungan yang di dapatkan. Optimisasi yaitu proses untuk menghasilkan keputusan terbaik (solusi optimal) pada beberapa keadaan

yang diberikan untuk suatu tujuan(Rao, 2009). Optimisasi maksimum atau minimum yaitu suatu program linear yang akan dicari nilai atau titik optimumnya. Optimisasi banyak kegunaannya yaitu berguna untuk segala bidang yang berarti dalam bidang untuk melaksanakan usaha secara efektif dan efisien untuk memperoleh hasil atau target yang di inginkan sehingga optimisasi yaitu menjadikan hal yang terpenting dalam persaingan di kalangan dunia industri yang benar-benar ketat di segala bidang yang ada. Dalam sebuah toko target yang di inginkan adalah untuk memperoleh keuntungan maksimum. Keuntungan maksimum terpengaruhi oleh besaran harga produk dalam pemasaran. Memasarkan produk dengan harga rendah memberikan keuntungan yang lebih sedikit. Namun ketika produk dipasarkan dengan harga terlampau tinggi tidak berarti keuntungan akan diperoleh dengan sangat banyak karena dalam kondisi ini tingkat komsumtif pelanggan cenderung menurun.

Dalam bidang ekonomi optimisasi sangat dibutuhkan, sering kita dihadapkan pada persoalan penyelesaian termudah dengan memenuhi kendala yang ada kasus optimisasi.

Teknik optimisasi yang menghasilkan penyelesaian berbentuk persamaan atau pertidaksamaan dapat digunakan dalam menyelesaikan permasalahan melalui fungsi berkendala ataupun tidak. Oleh sebab itu cara untuk mengatasi permasalahan yang terlibat dalam penjualan tersebut peneliti menggunakan menggunakan metode *lagrange*.

Metode *pengali lagrange* yaitu suatu teknik yang digunakan untuk menyelesaikan masalah optimal dengan kendala persamaan. Metode ini yaitu mengubah suatu titik ekstrem terkendala menjadi persoalan titik ekstrem bebas kendala. Sehingga adanya metode ini, didapat solusi untuk mendapatkan keuntungan maksimum(Astiti dkk, 2013).

Kelebihan dari metode *pengali lagrange* ini yaitu untuk menyelesaikan suatu masalah optimisasi di bandingkan dengan metode substitusi.Serta penggunaan dari metode ini tidak banyak melibatkan banyak fungsi, tidak ada kendala apabila terjadi kesalahan dalam pemakaian variabel bebas, dan tidak perlu membentuk suatu fungsi-fungsi parameter apabila tidak ditemukan titik-titik

kritis. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa metode *pengali lagrange* membuat fungsi makin sederhana.

Berdasarkan masalah diatas, peneliti mengajukan penelitian dengan judul **Optimisasi Keuntungan Penjualan Ritel *Online* Dimasa *Covid-19* Menggunakan Metode *Pengali Lagrange*.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah yang akan di teliti yaitu mengoptimisasikan keuntungan penjualan ritel *online* yang mengalami kenaikan dan penurunan penjualan selama pandemi *Covid-19* dengan menggunakan metode *Pengali Lagrange*.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian dapat berjalan dengan lancar, peneliti membatasi masalah penelitian dengan melakukan penelitian di toko Rahman *Sport* Jl. Sudirman Stabat, Kabupaten Langkat dengan data yang dianalisis adalah data penjualan selama pandemi *covid-19* khusus di bulan April sampai Desember 2020 menggunakan metode *Pengali Lagrange*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keuntungan penjualan secara optimal yang di dapatkan selama pandemi *Covid-19* dengan menggunakan metode *Pengali Lagrange*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti:

Peneliti memperoleh tambahan serta wawasan dalam menerapkan metode *pengali lagrange* untuk menentukan keuntungan maksimum dalam penjualan ritel *online*

2. Bagi Perusahaan:

Penelitian yang dilakukan menghasilkan suatu masukan bagitoko Rahman Sport yang dapat membantu untuk mengetahui keuntungan dalam penjualan ritel *online* ini dimasa pandemi *Covid-19* sekarang ini.

3. Bagi Universitas:

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi baru dan bahan masukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin menggunakan tema yang sama.



