
**PENGARUH PENJUALAN ONLINE PRODUK INDUSTRI RAJUT XX TERHADAP
KUANTITAS PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19**

Fatonatul Khasanah¹, Widwi Handari Adji²

Politeknik Piksi Ganesha Jawa Barat

fkhasanah@piksi.ac.id¹, widwihandari@gmail.com²

Abstract

The study was conducted to find out how much influence online sales have on sales quantity during the Covid-19 pandemic. With quantitative research methods and data collection is done by means of observation, interviews, and questionnaires. The questionnaire was addressed to 72 respondents who were randomly selected from a population of 263 people, which were then processed using SPSS Ver.25. In the validity test the results are VALID, the reliability test produces RELIABLE with a Cronbach Alpha value of 0.962 > 0.60. Based on the analysis of the coefficient of determination of the influence of the variable X on Y by 67% and 33% comes from variables not listed in the study. Many consumers do not know online store. Suggestions for the XX knitting industry to start advertising on social media so that online stores and products are known to potential buyers

Keywords: *Online Sales, Sales Quantity*

Abstrak

Penelitian dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penjualan online terhadap kuantitas penjualan di masa pandemi Covid-19. Dengan metode penelitian kuantitatif dan pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan kuesioner. Kuesioner ditujukan kepada 72 responden yang dipilih secara acak dari populasi 263 orang, yang kemudian data diolah menggunakan SPSS Ver.25. Dalam uji validitas hasilnya VALID, uji reliabilitas menghasilkan RELIABEL dengan nilai Cronbach Alpha sebesar 0,962 > 0,60. Berdasarkan analisis koefisien determinasi pengaruh variabel X terhadap Y sebesar 67% dan 33% berasal dari variabel yang tidak tercantum dalam penelitian. Banyak konsumen yang belum tahu toko online tersebut. Saran untuk industri rajut XX untuk mulai beriklan di media sosial agar toko online dan produk lebih banyak dikenal calon pembeli.

Kata Kunci: Penjualan Online, Kuantitas Penjualan

PENDAHULUAN

Di masa pandemi Covid-19, internet berperan penting dalam keberlangsungan sebuah usaha. Karena dengan internet sebuah perusahaan masih bisa mempromosikan produknya ke seluruh penjuru negeri bahkan dunia hanya dengan melalui jaringan internet. (Yamti, Eni Kurniawati, 2020) Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat mendorong kaum muda untuk lebih kreatif dan inovatif dibidang entrepreneurship. Berdasarkan hasil survey sosial networking pengguna internet di Indonesia 73,58% sebagian besar digunakan untuk shopping online.

Pada awal 2021, penduduk Indonesia yang menggunakan internet sebanyak 202,6 juta *user*. Jumlah pengguna internet bertambah menjadi 15,5% jika dibandingkan dengan pencapaian pada bulan Januari 2020, (Riyanto, 2021). Kenaikan persentase yang besar di masa pandemi ini tidak luput dari seruan pemerintah yang mengencangkan sistem daring dan program *stay at home* yang mengakibatkan *shopping* online menjadi salah satu cara agar kebutuhan sehari-hari bisa tercukupi. Menurut (Natalia, 2020) melalui diskusi virtual pada April lalu Menteri Komunikasi dan Informatika JohnnyG Plate mengatakan bahwa bisnis jual beli secara online meroket 480% lebih tinggi dibanding beberapa bulan sebelumnya. Sejak pandemi *Covid-19* melanda, banyak kegiatan masyarakat yang terhambat akibat kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Akan tetapi, bisnis online masih bisa bertahan dimana sebaliknya usaha non online mengalami keterpurukan.

Covid-19 mengakibatkan pemerintah untuk melakukan berbagai macam cara agar tidak terjadinya kerumunan di tempat umum, dan di tempat yang biasanya ramai. Seperti industri rajut yang ada di Binong, Bandung. Salah satunya industri rajut XX yang sudah beroperasi sejak tahun 2017 yang juga terdampak pandemi ini dan mulai menjual produknya melalui online shop pada tahun ini (2021) langkah ini dilakukan untuk meminimalisir kerumunan orang dan kerugian akibat pandemi *covid-19*. Meskipun pandemi, peminat produk rajut saat ini semakin hari semakin banyak. Karena industri rajut XX ini selalu meng update desain yang menarik minat beli masyarakat. Apalagi didukung oleh gelombang K-Pop yang semakin *booming* di tengah masyarakat Indonesia. Masyarakat cenderung memiliki keinginan untuk tampil seperti idolanya yang kerap memakai fashion berbahan rajut. Ini menjadi peluang besar untuk industri rajut agar terus berinovasi membuat model baju yang banyak diminati masyarakat. Dengan latar belakang dan potensi diatas, penulis mengambil topik “Pengaruh Penjualan Online Produk Industri Rajut Terhadap Kuantitas Penjualan Di Masa Pandemi *COVID-19*”.

TINJAUAN PUSTAKA

Penjualan Online

Menurut (Romindo, dkk, 2019) penjualan online adalah kegiatan jual beli barang maupun jasa melalui media elektronik, seperti televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet. Bisa dikatakan siapa saja yang mempunyai jaringan internet bisa menjalankan bisnis online. Menurut (Mohammad Aldrin Akbar, 2020) Penjualan online merupakan produk dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di bidang jual beli online yang pertukaran informasi produknya di

salurkan melalui media elektronik elektronik seperti : internet, televisi, dan jaringan komputer lainnya baik itu barang maupun jasa. Jadi dari definisi tersebut, bisa disimpulkan penjualan online ialah hasil kemajuan teknologi di bidang jual beli barang atau jasa melalui media elektronik.

Marketplace adalah media yang menghubungkan penjual dan pembeli di dunia maya. *Marketplace* berperan sebagai orang ketiga dalam jual beli online dan juga penyedia toko online dan fasilitas pembayaran. Bisa dikatakan *marketplace* adalah departemen *store* online, (Mubarok, 2019). Di Indonesia sendiri ada banyak *marketplace* terpercaya, seperti : Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Blibli, Lazada, dll. (Hidayat, 2021) Instrumen yang akan digunakan pada dasarnya ada dua kategori instrumen yang sudah baku / sudah ada (tanpa membuat sendiri) dan instrumen yang belum baku (dengan menyusun sendiri). Indikator penjualan online (belum baku):

1. Toko online, sebagai tempat penjualan online.
2. Produk, barang yang dijual/ dipromosikan.
3. Harga, nilai jual produk.
4. Layanan, cara melayani konsumen.
5. Informasi akurat, kecocokan informasi yang ada di spesifikasi produk dengan aslinya.

Kuantitas Penjualan

Kuantitas penjualan adalah banyaknya penjualan yang di nyatakan dalam satuan pcs, lusin, koli, dus, tergantung dengan produk apa yang dijual. Berdasarkan riset yang dilakukan peneliti, kuantitas penjualan bisa naik dengan adanya voucher diskon, gratis ongkir, promo *buy 1 get 1*, dll. Strategi tersebut yang membuat orang-orang semakin tertarik untuk belanja sehingga dapat meningkatkan kuantitas penjualan.

Indikator kuantitas penjualan (belum baku) :

1. Promo, semakin banyak promo semakin banyak pembelian.
2. Kebutuhan, kebutuhan sandang pangan di masa pandemi tidak berkurang, dan relatif meningkat.
3. Kondisi, dunia sedang dilanda *covid-19* akibatnya aktifitas manusia dibatasi sehingga untuk memenuhi kebutuhan, online *shop* menjadi jalan keluarnya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitiannya, penulis menggunakan teknik penelitian kuantitatif. Menurut (Jaya, 2020) penelitian kuantitatif yaitu jenis penelitian yang menghasilkan beberapa prosedur statistik atau cara-cara lain dari pengukuran.

Populasi

Menurut (M. Askari Zakariah, 2021a) populasi merupakan kumpulan objek mengenai sesuatu persoalan secara keseluruhan atau kumpulan individu atau karakteristik keseluruhan yang akan diteliti.

Tabel 1.
Data Penjualan Online Industri Rajut XX

TGL (April 2021)	QTY Penjualan (pcs)	Persentase Kenaikannya
1	9	0%
3	15	67%
5	26	73%
6	6	-77%
7	19	217%
8	7	-63%
9	12	71%
10	12	0%
12	3	-75%
13	7	133%
14	4	-43%
15	25	525%
16	23	-8%
17	25	9%
19	11	-56%
20	1	-91%
22	7	600%
23	11	57%
24	4	-64%
26	3	-25%
27	6	100%
28	11	83%
29	6	-45%
30	10	67%

Sumber : Data penjualan bulan April 2021 Industri Rajut XX

Berdasarkan **Tabel 1**. Jumlah populasi pembeli di marketplece dalam bulan April 2021 adalah 263 orang.

Sampel

Menurut (M. Askari Zakariah, 2021b) sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan sebagai bahan penelitian yang diharapkan sampel yang diambil dari populasi tersebut bisa menjadi perwakilan bagi populasinya.

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

$$n = \frac{263}{1 + 263.0,01}$$

$$n = \frac{263}{3,63}$$

$$n = 72,45$$

Dibulatkan menjadi 72

Teknik Pengumpulan Data

Data diperoleh dari :

1. Observasi

Datang ke tempat produksi, mengamati setiap proses produksi dari gulungan benang yang kemudian di satukan menjadi bagian-bagian kain (proses rajut) kemudian ke proses penyatuan bagian-bagian kain menjadi satu (proses lingking) hingga menjadi produk jadi, contohnya seperti kardigan. Kemudian masuk ke proses *steam* (press), *QC*, *finishing* (pembungkusan produk), hingga akhirnya siap untuk di pasarkan.

2. Wawancara

Wawancara secara langsung kepada pemilik industri rajut dengan tujuan untuk meminta data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Kuesioner

Membuat kuesioner menggunakan *google form*, kemudian menyebarkan *link form* kuesioner kepada customer industri rajut XX.

Hasil dari pengumpulan data diatas kemudian diolah menggunakan SPSS ver. 25. Selain pengumpulan data diatas, penulis juga menggunakan data sekunder yang bersumber dari internet, artikel penelitian terdahulu, *e-book*.

Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidak suatu kuesioner. Menurut Wahyudi (2020) dikutip dari *e-book* karangan (Ovan, 2020a) Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.

Menurut Arikunto (1999:78) yang dikutip dari artikel (Hayati, 2017) untuk menguji validitas instrumen digunakan rumus korelasi *pearson product moment* sebagai kriteria keputusan sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item tidak valid

Formula penghitungan r_{hitung} :

$$r_{hitung} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \cdot \{n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Uji Reliabilitas

Menurut (Ovan, 2020b) Reliabilitas dipakai sebagai alat untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengujian dilakukan berulang. *Cronbach Alpha* > 0,60 adalah syarat suatu variabel dikatakan reliabel.

Teknik Analisis Data

1. Regresi Linier Sederhana

Menurut (SUYONO, 2018) model regresi linier sederhana yaitu model probabilistik yang menyatakan hubungan linier antara dua variabel dimana salah satu variabel dianggap mempengaruhi variabel yang lain.

Rumus untuk regresi linier sederhana adalah :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \epsilon$$

2. Koefisien Determinasi

(Yanuarti, 2014) untuk menentukan besarnya perubahan variabel Y atas pengaruh peningkatan variabel X bisa dihitung menggunakan Metode Koefisien Determinasi dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

3. Uji Signifikansi (t)

Menurut (Yanuarti, 2014) Uji t digunakan untuk mencari makna variabel X terhadap Y, hasil korelasi *Pearson Product Moment* diuji dengan Uji Signifikansi dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Kaidah pengujian :

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Penelitian ini, data di proses menggunakan aplikasi SPSS ver. 25.

Tabel 2. Hasil Uji Validasi

KODE PERNYATAAN	r _{tabel}	r _{hitung}	HASIL
X1.1	0,2287	0,69	VALID
X1.2	0,2287	0,849	VALID
X1.3	0,2287	0,811	VALID
X1.4	0,2287	0,706	VALID
X1.5	0,2287	0,907	VALID
X1.6	0,2287	0,908	VALID
X1.7	0,2287	0,717	VALID
X1.8	0,2287	0,886	VALID
X1.9	0,2287	0,799	VALID
X1.10	0,2287	0,918	VALID
Y1.1	0,2287	0,798	VALID
Y1.2	0,2287	0,783	VALID
Y1.3	0,2287	0,805	VALID
Y1.4	0,2287	0,821	VALID
Y1.5	0,2287	0,691	VALID
Y1.6	0,2287	0,809	VALID



Sumber : Data diolah oleh penulis menggunakan SPSS Ver. 25

Berdasarkan *output* SPSS ver. 25 dalam **Tabel 2.** semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Diketahui r_{tabel} dari $n=72$ adalah 0,2287. Maka dari itu setiap pernyataan yang diisi responden pada kuesioner adalah **VALID**.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,962	16

Sumber : Output SPSS Ver. 25

Berdasarkan *output* SPSS Ver. 25 dalam **Tabel 3**, nilai *Cronbach Alpha* adalah $0,962 > 0,60$. Maka dari itu pernyataan dalam kuesioner dikatakan reliabel.

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui hubungan linear antara variabel X dan Y.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
(Constant)	,488	,337		1,449	,152
Penjualan Online (Marketplace)	,889	,075	,819	11,923	,000

a. Dependent Variable: Kuantitas Penjualan

Sumber : Output SPSS Ver. 25

Dalam **Tabel 4**. *Output Coefficients* diketahui nilai *Constanta* a adalah 0,488 dan nilai Penjualan Online (Marketplace) (b/Koefisien Regresi) adalah 0,889.

- Koefisien X = 0,488 artinya setiap 1 unit yang bernilai X maka nilai Y bertambah 0,488
- Konstanta = 0,889 artinya jika X = 0, maka nilai Y = 0,889

4. Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,819 ^a	,670	,665	,405

a. Predictors: (Constant), Penjualan Online (Marketplace)

Sumber : Output SPSS Ver. 25

Berdasarkan **Tabel 5**, R_{square} sebesar 0,670. Artinya variabel X mempengaruhi variabel Y sebesar 67% sedangkan 33% berasal dari variabel lain yang tidak diteliti.

5. Uji Signifikansi (t)

$$t_{tabel} = t(a^2 : n - 1) = t(0.025 : 71) = 3,521$$

Pengujian Hipotesis

Tabel 6. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
(Constant)	,488	,337		1,449	,152
Penjualan Online (Marketplace)	,889	,075	,819	11,923	,000

a. Dependent Variable: Kuantitas Penjualan

Sumber : Output SPSS Ver. 25

Berdasarkan *output* SPSS Ver. 25 (**Tabel 6**) nilai sig. Variabel X terhadap Y adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 11,923 > t_{tabel} 3,521$. Maka dengan dasar kaidah pengujian H_0 ditolak dan H_1 diterima.

KESIMPULAN

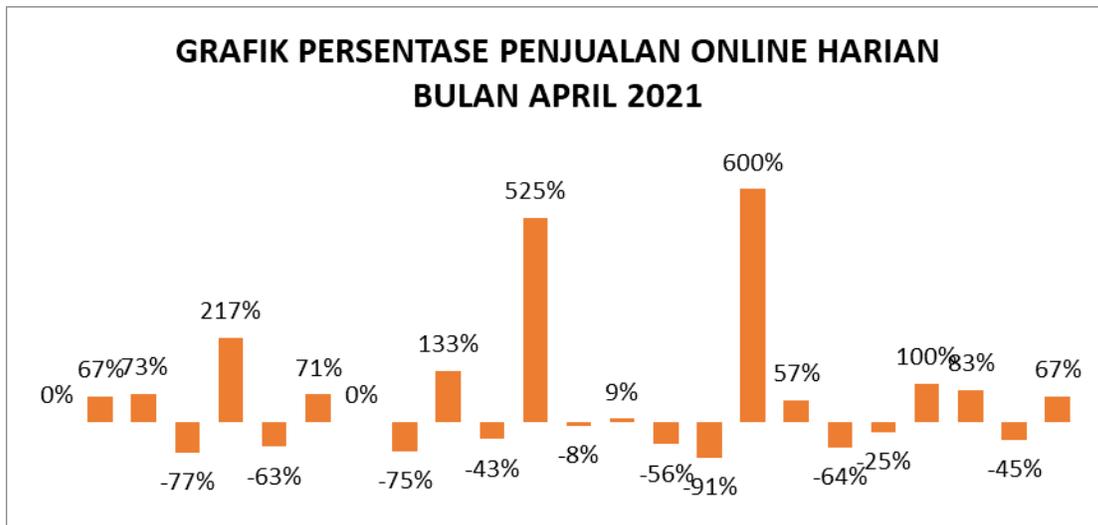
1. Pengaruh variabel X yaitu Penjualan Online (*marketplace*) terhadap variabel Y yaitu kuantitas penjualan di masa pandemi *covid-19* sebesar 67% dan sisanya 33% berasal dari luar variabel yang diteliti.

2. Dengan pengaruh variabel X sebesar 67%, penjualan online direkomendasikan untuk para pedagang untuk mengatasi kerugian akibat covid-19.
3. Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden belum tahu toko online industri rajut XX.

SARAN

1. Untuk industri rajut XX disarankan mulai mengiklankan toko online dan produknya di sosial media agar pasar lebih luas lagi dan diharapkan bisa menstabilkan grafik presentase penjualan online harian (Grafik 1) dimasa yang akan datang.

Grafik 1. Persentase Penjualan Online



Sumber : data diolah oleh penulis menggunakan microsoft excel 2010

2. Untuk penelitian selanjutnya agar meneliti lebih banyak lagi variabel-variabel yang mempengaruhi kuantitas penjualan dan semoga karya tulis ini bisa menjadi referensi untuk karya tulis selanjutnya.

REFERENSI

- Hayati, D. (2017). Pengaruh bauran promosi terhadap omzet penjualan produk kerajinan purun di Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi Dan ...*, 10(1), 119. <https://journal.stienas-y pb.ac.id/index.php/jdeb/article/download/15/12>
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Book Publishing.

- https://www.google.co.id/books/edition/Menyusun_Instrumen_Penelitian_Uji_Validi/0dAeEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=uji+validitas&printsec=frontcover
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF*. ANAK HEBAT INDONESIA. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Kuantitatif_dan_Kualit/yz8KEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=penelitian+kuantitatif&printsec=frontcover
- M. Askari Zakariah, V. A. (2021a). *ANALISIS DENGAN SPSS UNTUK PENELITIAN KUANTITATIF*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahma. https://www.google.co.id/books/edition/ANALISIS_STATISTIK_DENGAN_SPSS_UNTUK_PEN/4Vs3EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+populasi&printsec=frontcover
- M. Askari Zakariah, V. A. (2021b). *ANALISIS DENGAN SPSS UNTUK PENELITIAN KUANTITATIF*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahma. https://www.google.co.id/books/edition/ANALISIS_STATISTIK_DENGAN_SPSS_UNTUK_PEN/4Vs3EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+populasi&printsec=frontcover
- Mohammad Aldrin Akbar, S. N. A. (2020). *E-COMMERCE Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan **KITA** Menulis. https://www.google.co.id/books/edition/E_COMMERCE_Dasar_Teori_Dalam_Bisnis_Digi/sXf2DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=e-commerce+adalah&printsec=frontcover
- Mubarak, I. (2019). *Apa Itu Marketplace? Pengertian, Jenis, dan Contohnya*. Niagahoster.Co.Id. <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/>
- Natalia, M. (2020). *Penjualan Online Naik 480% selama Pandemi Covid-19*. Okezone.Com. <https://economy.okezone.com/read/2020/10/05/455/2288689/penjualan-online-naik-480-selama-pandemi-covid-19>
- Ovan, A. S. (2020a). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/CAMI_Aplikasi_Uji_Validitas_dan_Reliabil/mZgMEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=uji+validitas+adalah&printsec=frontcover
- Ovan, A. S. (2020b). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

- https://www.google.co.id/books/edition/CAMI_Aplikasi_Uji_Validitas_dan_Reliabil/mZgMEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=uji+validitas+adalah&printsec=frontcover
- Riyanto, G. P. (2021). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Romindo, Muttaqin, Didin Hadi Saputra, Deddy Wahyudin Purba, M. Iswahyudi, Astri Rumondang Banjarnahor, Aditya Halim Perdana Kusuma, Faried Effendy, Oris Krianto Sulaiman, J. S. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis. https://www.google.co.id/books/edition/E_Commerce_Implementasi_Strategi_dan_Ino/PirGDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=e-commerce+adalah&printsec=frontcover
- SUYONO. (2018). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. DEEPUBLISH. https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Regresi_untuk_Penelitian/3vIRDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=analisis+regresi+linear+berganda&printsec=frontcover
- Yanti, Eni Kurniawati, A. N. A. (2020). *Dari Mahasiswa untuk Indonesia: Kewirausahaan dan Inovasi di Era Digital* (A. N. Husna (ed.)). UNIMMA PRESS. https://www.google.co.id/books/edition/Dari_Mahasiswa_untuk_Indonesia_Kewirausa/KRL2DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=andrianie&pg=PA75&printsec=frontcover
- Yanuarti, E. (2014). *PENGARUH EVALUASI DIRI DAN PENGEMBANGAN PROFESI TERHADAP KOMPETENSI PEDAGOGIK GURU di Kabupaten Sukabumi, Bandung Barat dan Majalengka*. 94. http://repository.upi.edu/8683/4/t_adp_0707204_chapter3.pdf