

**ANALISIS PENDAPATAN YANG DIPEROLEH TOKO SEMBAKO BPK.
AHMAD ZAMRONI DITENGAH PERSAINGAN PANDEMIC *COVID19***



TUGAS AKHIR

**OLEH :
FENNI AMELIA
NIM 18030039**

**PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas akhir yang berjudul :

ANALISIS PENDAPATAN YANG DIPEROLEH TOKO SEMBAKO BPK.
AHMAD ZAMRONI DITENGAH PERSAINGAN PANDEMIC *COVID19*

Oleh mahasiswa :

Nama : Fenni Amelia

Nim : 18030039

Telah diperiksa dan dikoreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing menyetujui mahasiswa tersebut untuk menempuh Ujian Tugas Akhir.

Pembimbing I



Hesti Widiанти, S.E., M.Si

NIPY. 09.008.043

Pembimbing II



Arifia Yasmin, S.E., M.Si., Ak., CA

NIPY. 09.017.335

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir yang berjudul :

ANALISIS PENDAPATAN YANG DIPEROLEH TOKO SEMBAKO BPK.
AHMAD ZAMRONI DITENGAH PERSAINGAN PANDEMIC *COVID19*.

Oleh :

Nama : Fenni Amelia

NIM : 18030039

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal.

Tegal, 06 Juli 2021

1. Hesti Widianti, S.E., M.Si

Ketua Sidang



2. Andri Widiyanto, S.E., M.Si

Penguji I



3. Anita Karunia, S.E., M.Si

Penguji II



Mengetahui

Ketua Program Studi



Yeni Priatna Sari, M.Si., Ak., CA

NIPY. 009.011.062

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TA

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk tugas akhir ini yang berjudul “ANALISIS PENDAPATAN YANG DIPEROLEH TOKO SEMBAKO BPK. AHMAD ZAMRONI DITENGAH PERSAINGAN PANDEMIC COVID19” beserta isinya adalah benar benar karya saya sendiri.

Dalam penulisan tugas akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung segala resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya. Atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, 03 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



FENNI AMELIA

18030039

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai mahasiswa Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Fenni Amelia

Nim : 18030039

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal atas karya ilmiah saya yang berjudul Analisis Pendapatan Yang Diperoleh Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni Di Tengah Persaingan Pandemic Covid19. Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal. Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas Pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Tegal, 03 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



FENNI AMELIA

18030039

HALAMAN MOTTO

Yang membedakan pemenang dengan pecundang hanya satu, pemenang tahu cara berdiri saat jatuh, pecundang lebih nyaman tetap ada di posisi jatuh.

(Fiersa Besari)

Sejauh apapun langkah kaki melaju, sebahaya dan semenakutkan apapun kehidupan di luar selama masih ada namaku dalam Do'a Ibuku aku yakin akan

baik-baik saja

(Fenni Amelia)

Menghina Tuhan itu tidak harus menginjak-injak Al-Qur'an, khawatir besok tidak makan, khawatir tidak punya jodoh, khawatir skripsi tidak selesai, itu sudah termasuk menghina Tuhan.

(Sujiwo Tejo)

Balas dendam terbaik adalah dengan menjadikan dirimu lebih baik

(Ali Bin Abi Thalib)

Cobalah untuk tidak menjadi orang sukses, tapi menjadi orang yang lebih bernilai

(Albert Einstein)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan ucapan syukur alhamdulillah kepada Allah SWT, tugas akhir ini saya persembahkan untuk :

- Allah SWT yang senantiasa selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya.
- Ibu serta Ayah tercinta yang tidak pernah membiarkan saya sendirin dan yang selalu menguatkan saya dengan do'a.
- Partner segala suasana Rizal Amri yang selalu mendukung tanpa henti dan yang selalu memberi semangat.
- Ibu Bapak kedua saya Ibu Mu'minah dan Bpk. Ahmad Zamroni yang sudah seperti orang tua saya sendiri sehat sehat ya.
- Dosen Pembimbing 1 Ibu Hesti Widianti, SE., M.Si dan Pembimbing 2 Arifia Yasmin, S.E., M.Si., Ak., CA terima kasih yang tak terhingga yang dengan sabar membimbing Tugas Akhir ini.
- Serta jajaran Dosen Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal atas ilmunya.
- Saya juga berterima kasih kepad Alm. Bpk. Sunandar karena telah memberikan ilmu yang luar biasa untuk kami, surga milik bapak.
- Sahabat saya Rahma Vannisya Risqi, terima kasih sudah menjadi sahabatku dan sudah bersedia mendengar keluh kesahku
- Sahabat saya Alfi Rizqiyani, Eva Salsadilah, Mita Royanti, teman seperjuangan terima kasih sudah menjadi teman ghibahku dan terima kasih sudah saling menguatkan.

Sahabat dan seluruh teman di kampus tercinta terutama untuk kelas 6 B tanpa kalian mungkin mungkin masa-masa kuliah saya akan menjadi biasa-biasa saja, maaf jika banyak salah dengan maaf yang tak terucap.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kita ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan. Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Pendapatan Yang Diperoleh Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni Di Tengah Persaingan Pandemic *Covid19*”.

Tugas Akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal. Adapun tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini yaitu sebagai syarat menuju gelar Ahli Madya.

Penulisan laporan ini didasarkan pada wawancara, observasi dan pengamatan di Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni Kecamatan Jatinegara Kabupaten Tegal. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi materi dan kontennya. penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Nizar Suhendra, SE, MPP selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama Tegal.
2. Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA selaku Ketua Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.
3. Ibu Hetika, S.Pd, M.Si, AK selaku Dosen Wali kelas B dalam memberikan motivasi dan saran bagi anak didiknya dalam mendukung proses belajar mengajar selama menjadi mahasiswa DIII Akuntansi.
4. Ibu Hesti Widianti, SE, M.Si selaku dosen pembimbing 1 dengan penuh kesabaran dan ketelitian dalam meberikan suatu arahan, bimbingan dan pentujuk sehingga terselesaikannya penyusunan laporan Tugas Akhir ini dengan sangat baik.
5. Ibu Arifia Yasmin, SE, M.Si., Ak., CA selaku dosen pembimbing 2

yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian dalam memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk sehingga terselesaikannya penyusunan laporan Tugas Akhir ini dengan sangat baik.

6. Segenap Dosen pengajar Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal.
7. Bapak Ahmad Zamroni dan Ibu Mu'minah selaku Pemilik Toko Sembako yang telah memberi izin untuk penulis melakukan penelitian.
8. Orang Tua yang senantiasa mendukung dan mendo'akan dalam segala hal sehingga penulis dapat melaksanakan Tugas Akhir dengan baik.
9. Rizal Amri yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada saya.
10. Kepada teman-teman Politeknik Harapan Bersama Tegal khususnya Program DIII Akuntansi yang telah membantu dan saling memberikan informasi.
11. Dan semua pihak yang telah membantu dan mendukung yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan instansi-instansi yang terkait. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan kelemahan dalam laporan ini, oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis agar dapat memperbaiki penulisan di waktu selanjutnya.

Tegal, 03 Juli 2021


FENNI AMELIA
18030039

ABSTRAK

Fenni Amelia. 2021. *Analisis Pendapatan Yang Diperoleh Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni Di Tengah Persaingan Pandemic Covid-19*. Program Studi : Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing I: Hesti Widiyanti, S.E., M.Si; Pembimbing II: Arifia Yasmin, S.E., M.Si.

Analisis pendapatan yang diperoleh Toko Sembako Bapak Ahmad Zamroni di tengah persaingan pandemi covid-19 adalah salah satu analisis yang dilakukan perusahaan untuk memperkirakan atau memprediksi persaingan yang berdampak pada jumlah pendapatan sejak adanya pandemic covid19. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mencari tahu mengenai pendapatan yang diperoleh Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni di masa pandemic *covid-19* dan mempersiapkan hal hal yang perlu dilakukan untuk mempertahankan perusahaan dari banyaknya pesaing yang timbul akibat adanya *covid-19*, serta meningkatkan daya saing untuk tetap bertahan di tengah kesulitan pandemic *covid-19* ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan observasi, wawancara, dokumentasi, tinjauan pustaka, peninjauan langsung lapangan dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan eksploratif yang dikembangkan dengan penjelasan teori teori terkait. Pendekatan teori/konsep dilakukan dengan merujuk dari beberapa sumber seperti buku, jurnal ilmiah, dan internet. Hasil analisis data dan pembahasan menunjukkan bahwa selama pandemic *covid-19* telah terjadi penurunan pendapatan di Toko Sembako Bapak Ahmad Zamroni yang terjadi akibat adanya persaingan yang timbul di masa pandemi *covid-19* yang dibuktikan dengan data keuangan yang menurun setiap bulannya.

Kata Kunci : Persaingan, Besarnya Pendapatan, Peningkatan Daya Saing

ABSTRACT

Amelia, Fenni. 2021. *Analysis of Income Earned by the Basic Food Store Bpk. Ahmad Zamroni in the midst of the Covid-19 pandemic competition. Study Program : Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama. Advisor : Hesti Widiyanti, S.E., M.Si. Co-Advisor : Arifia Yasmin, S.E., M.Si.*

Income Analysis Obtained by Mr. Ahmad Zamroni Amid the Covid-19 Pandemic Competition is one of the analyses carried out by the company to estimate or predict the competition that has an impact on the amount of revenue since the covid-19 pandemic. The purpose of this study was to find out about the income obtained by the Food Shop Bpk. Ahmad Zamroni during the covid-19 pandemic and preparing things that need to be done to defend the company from the many competitors that arise due to covid-19, as well as increasing competitiveness to stay afloat in the midst of the difficulties of this covid19 pandemic. Data collection techniques used were observation, interviews, documentation, literature review, direct field observation and literature study. The data analysis technique used was descriptive qualitative with an exploratory approach which was developed with an explanation of related theories. The theory/concept approach was carried out by referring to several sources such as books, scientific journals, and the internet. The results of data analysis and discussion show that during the covid-19 pandemic there has been a decline in income at the Grocery Shop Mr. Ahmad Zamroni which occurred due to competition that arose during the covid-19 pandemic as evidenced by financial data that decreases every month.

Keywords : *Competition, Amount of Income, Increasing Competitiveness*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TA. Error! Bookmark not defined. <u>ii</u>	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI Error! Bookmark not defined. <u>iii</u>	
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	6

1.6 Kerangka Berpikir	6
1.7. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Definisi Persaingan	10
2.2 Mekanisme Persaingan.....	11
2.3 Kelebihan Persaingan Ekonomi	12
2.4 Kelebihan Persaingan Dalam Sistem Ekonomi Makro	14
2.5 Dasar Hukum Persaingan Usaha	15
2.6 Faktor faktor penentu intensitas persaingan antar perusahaan.....	17
2.7 Definisi penjualan	18
2.8 Tujuan Penjualan.....	20
2.9 Jenis-jenis Penjualan	21
2.10 Bentuk-bentuk Penjualan.....	23
2.11 Sasaran Sasaran Penjualan.....	24
2.12 Beberapa cara untuk meningkatkan Pendapatan	24
2.13 Strategi pemasaran warung sembako.....	25
2.14 Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Lokasi Penelitian	33
3.2 Waktu Peneltian	33
3.3 Jenis data	33
3.4 Sumber Data.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34

3.6 Metode Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Analisis Data dan Hasil Penelitian	39
4.1.1 Data Pendapatan sebelum pandemic covid19	40
4.1.2 Data Pendapatan sesudah adanya pandemic covid19	41
4.1.3 Data Pendapatan di Toko Sembako Pesaing.....	43
4.2 Pembahasan.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	27
Tabel 4.1 Data Pendapatan sebelum pandemic <i>Covid19</i>	40
Tabel 4.2 Data Pendapatan Sesudah adanya Pandemic <i>Covid19</i>	46
Tabel 4.4 Data Perbandingan Sebelum <i>Covid19</i>	54
Tabel 4.5 Data Perbandingan Sesudah <i>Covid19</i>	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	7

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Pencatatan manual pendapatan Bpk. Ahmad Zamroni.....	53
Lampiran 2. Pencatatan menggunakan aplikasi buku kas.....	54
Lampiran 3. Buku Bimbingan Tugas Akhir.....	55
Lampiran 4. Kegiatan wawancara penelitian.....	56
Lampiran 5. Dokumentasi.....	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan merupakan tujuan utama yang ingin diwujudkan bagi setiap perusahaan. Dalam perekonomian setiap negara, tidak mungkin akan terlepas dari persaingan usaha. Setiap orang tentu ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya sesuai dengan prinsip bisnis. Selain dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi, persaingan juga dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran, dan kegiatan-kegiatan untuk mempertahankan usaha. Tujuan yang lain yaitu manajemen untuk mencapai efisiensi dan efektivitas, yaitu dua konsepsi utama untuk mengukur prestasi kinerja (*performance*) bisnis. Agar semua tujuan tersebut dapat tercapai maka para pelaku bisnis dituntut untuk memiliki kemampuan untuk menganalisis strategi yang baik dan terstruktur untuk menghadapi persaingan yang kian marak di tengah pandemic *covid19*. Baru-baru ini banyak persaingan yang timbul karena adanya pandemi *covid19* yang mengharuskan masing-masing individu bersaing untuk mempertahankan ekonominya.

Menurut Adam Smith dalam *The Wealth of Nations* (1776)^[1], persaingan akan mendorong alokasi faktor produksi ke arah penggunaan yang paling bernilai tinggi dan efisien. Proses ini sering disebut tangan tak

terlihat (*Invisible Hand*). Persaingan usaha dewasa ini menuntut perusahaan agar lebih peka terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen akan produk yang ditawarkan. Sedangkan kepekaan perusahaan terhadap konsumen akan berpengaruh pada pendapatan. Pendapatan merupakan seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung. (Suroto, 2000)^[2]. Maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar pula kemampuan suatu usaha untuk membiayai pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan. Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (Samuelson dan Nordhaus, 2013)^[3]

Toko sembako Bpk. Ahmad Zamroni merupakan toko sembako di Ds. Mokaha RT 01/RW 01 yang memiliki permasalahan mengenai pendapatan sejak adanya persaingan dimasa pandemi *covid19*. Terhitung sejak adanya *covid19* penjualan menurun. Peneliti tertarik melakukan analisis guna menstabilkan penjualan dengan menganalisis persaingan yang dapat dijadikan patokan untuk mengetahui tingkat persaingan dan

menganalisis kelemahan internal pesaing dengan indikator lemahnya struktur permodalan usaha, lemahnya dalam pengelolaan/manajemen usaha, kurangnya pengalaman usaha, tingkat kemampuan dan profesionalisme, kurangnya pengetahuan tentang bisnis oleh pengelola UMKM, pengelolaan kurang inovatif, kurangnya pengetahuan dan keterampilan teknis dalam bidang usaha yang dilakukan, kurangnya penguasaan teknologi, sulit menentukan bisnis inti, kurangnya kesadaran tentang hak dan kewajiban. Analisis ini juga dilakukan untuk bisa terus mengungguli pesaing untuk bisa terus memenuhi kebutuhan konsumen di Ds. Mokaha Kec. Jatinegara untuk meningkatkan pendapatan di toko sembako Bpk. Ahmad Zamroni. Dalam hal ini persaingan penjualan merupakan resiko yang mungkin akan terjadi jangka panjang di masa yang akan datang. Dengan itu naik turunnya pendapatan dan penjualan yang dicapai dapat dipergunakan sebagai alat ukur maju mundurnya suatu usaha.

Dampak pandemi *covid19* menimbulkan persaingan ketat sesama pengusaha dan mengharuskan Toko Bpk. Ahmad Zamroni mengatur strategi untuk tetap mempertahankan nilai penjualan tetap stabil. Salah satu usaha untuk meningkatkan penjualan adalah dengan menganalisis tingkat persaingan untuk mengetahui besarnya pendapatan sejak adanya pandemic *covid19* apakah mengalami penurunan atau kenaikan (*Laba/Rugi*). Penurunan yang dimaksud dikarenakan timbulnya persaingan akibat masyarakat yang terdampak *covid19* yang sebagian besar membuka

usaha toko sembako yang dianggap paling mudah untuk dilakukan dan tidak memerlukan modal yang terlalu banyak. Hal ini menyebabkan terjadinya penurunan pendapatan yang terjadi di toko sembako Bpk. Ahmad Zamroni.

Permasalahan timbul akibat adanya pandemi *covid19*. Permasalahan permasalahan tersebut berdampak pada kelangsungan Toko sembako, salah satunya adalah menurunnya pendapatan yang terjadi terus menerus, penjualan yang cenderung tidak stabil berdampak pada pendapatan Toko sembako. Maka untuk mengantisipasi permasalahan tersebut penulis melakukan prediksi kemungkinan terjadinya penurunan atau kenaikan penjualan pada periode yang akan datang dengan diperolehnya informasi yang akurat sehingga penulis dapat menyampaikan beberapa informasi kepada perusahaan untuk dapat mempersiapkan strategi-strategi yang harus ditempuh menghadapi suatu kondisi tertentu. Berdasarkan pernyataan tersebut maka terlihat betapa pentingnya fungsi menganalisis tingkat persaingan saat ini atau yang akan datang.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Analisis Pendapatan Yang Diperoleh Bpk. Ahmad Zamroni Di Tengah Persaingan Pandemic covid19.”**

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah seberapa besar pendapatan yang diperoleh Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni ditengah pandemi *covid19* Ds Mokaha RT 01/RW 01 Kec. Jatinegara Kab. Tegal.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapatan yang diperoleh Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni di tengah pandemic *covid19* Ds. Mokaha Rt 01/Rw 01 Kec. Jatinegara Kab. Tegal.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu :

2.1 Bagi Peneliti

Sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian dan menambah informasi, pengetahuan serta pemahaman mengenai tingkat persaingan terhadap pendapatan.

2.2 Bagi Toko Sembako Bpk Ahmad Zamroni

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pedoman atau referensi untuk menganalisis persaingan untuk meningkatkan daya saing terhadap pendapatan dan jumlah penjualan yang diperoleh di toko sembako Bpk. Ahmad Zamroni di tahun yang akan datang.

2.3 Bagi Politeknik Harapan Bersama

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah refrensi kepustakaan bagi angkatan selanjutnya.

1.5 Batasan Masalah

Permasalahan yang akan dibatasi dalam penyusunan penelitian ini yaitu :

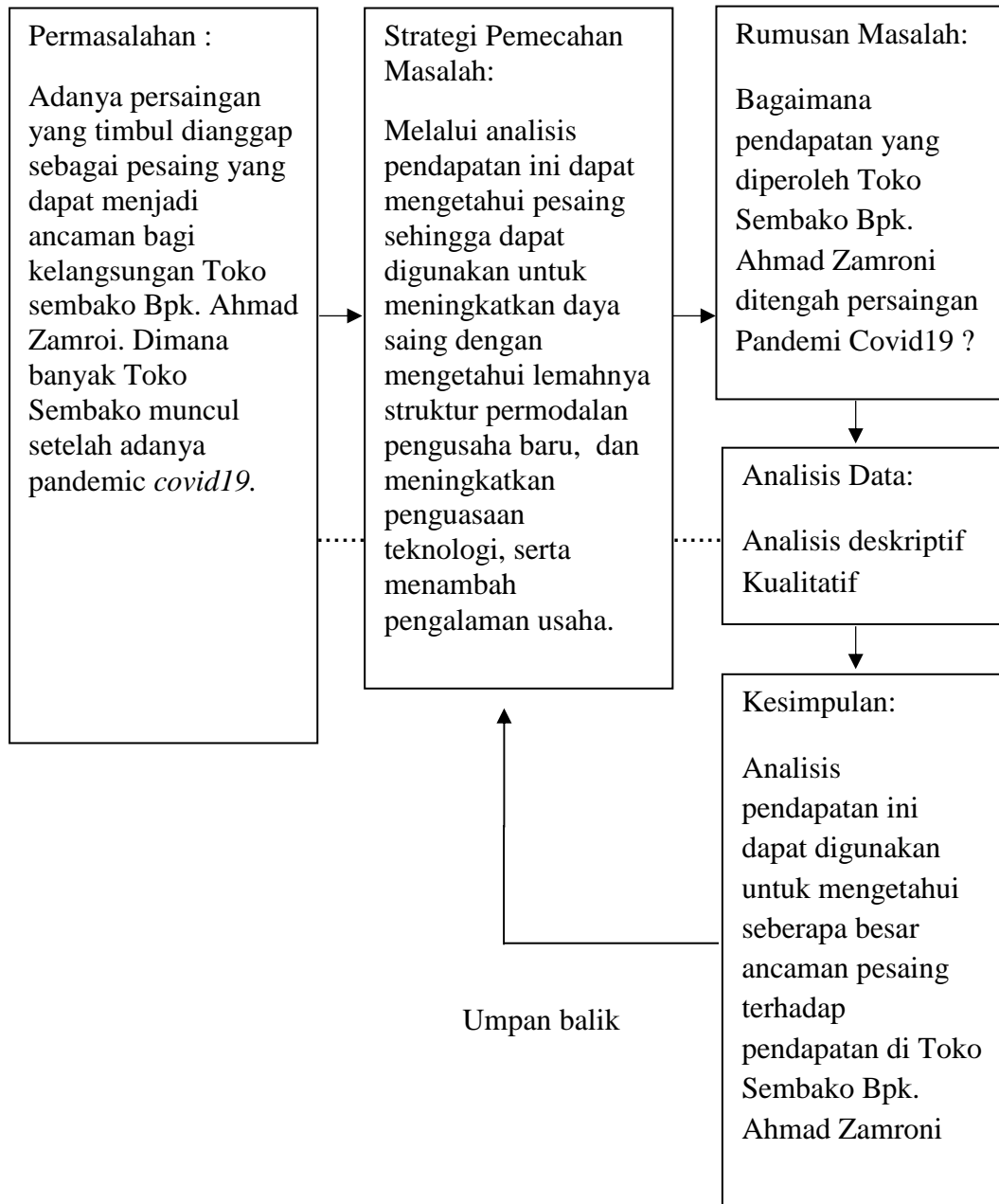
1. Data pendapatan sebelum adanya pandemi covid19 di toko sembako Bpk. Ahmad Zamroni untuk bulan November-Desember 2019 dan Januari-Maret 2020 (sebelum pandemic).
2. Data pendapatan sejak adanya pandemic covid19 di toko sembako Bpk. Ahmad Zamroni selama bulan November-Desember 2020 dan Januari-Maret 2021 (setelah pandemic).

1.6 Kerangka Berpikir

Toko sembako Bpk. Ahmad Zamroni merupakan salah satu UMKM yang berada di Ds. Mokaha RT 01/RW 01 Kecamatan Jatinegara Kabupaten Tegal. Kegiatan utamanya adalah menjual sembako. Toko Sembako tersebut menyediakan berbagai macam sembako dan kebutuhan pokok lainnya seperti alat-alat tulis, obat-obatan, dll.

Penulis melakukan pengambilan data dengan melakukan observasi dan wawancara tahap kedua untuk pengambilan data untuk memenuhi judul tugas akhir, Bpk. Ahmad Zamroni menyatakan bahwa sejak adanya pandemic *covid19* banyak Toko sembako yang timbul diTengah adanya pandemic *covid19*. Toko sembako tersebut dianggap sebagai pesaing Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni di Tengah Pandemic *covid19* ini.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dilakukan penyederhanaan menggunakan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut: ↓



Gambar 1.1 Kerangka berpikir

1.7. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikn gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini, sistematika penulisan tugas akhir ini akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, intisari/abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori tentang pengertian persaingan menurut para ahli, mekanisme persaingan, kelebihan persaingan ekonomi, kelebihan persaingan dalam sistem ekonomi makro, pengertian penjualan, tujuan

penjualan, jenis jenis penjualan dan bentuk bentuk penjualan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian (tempat dan alamat penelitian), waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi instansi atau perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian.

3. Bagian Akhir

LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Tempat Penelitian, Kartu Konsultasi, Spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Persaingan

Beberapa pengertian persaingan antara lain :

Dalam ekonomi, persaingan atau kompetisi adalah bersaingnya para penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungannya pangsa pasar, dan jumlah penjualan. Para penjual biasanya mengungguli persaingan dengan membedakan harga, produk, distribusi dan promosi. Menurut Adam Smith dalam *The Wealth of Nations* (1776)^[1], persaingan akan mendorong alokasi faktor produksi ke arah penggunaan yang paling bernilai tinggi dan efisien. Proses ini sering disebut tangan tak terlihat (*Invisible Hand*).

Dalam teori mikro ekonomi, persaingan dalam suatu pasar dibedakan menjadi persaingan sempurna dan persaingan tidak sempurna. Pasar yang tidak memiliki persaingan disebut *Monopoli*. Adanya persaingan menyebabkan perusahaan-perusahaan komersial untuk mengembangkan produk, teknologi dan jasa, sehingga menyebabkan lebih banyaknya pilihan, menghasilkan produk yang lebih baik, dan harga yang lebih rendah.

Menurut ahli ekonomi Jerman dari lembaga *Friedrich Naumann Stiftung*, *Dr. Rainer Adam* berpendapat bahwa persaingan adalah suatu mekanisme yang efektif dan efisien yang bertujuan untuk menemukan solusi-solusi baru atas masalah-masalah baru dan tantangan-tantangan baru yang selalu muncul dalam dunia ekonomi. Rainer Adam juga menambahkan persaingan juga dapat diartikan sebagai instrumen *non-otoriter* yang

mencegah munculnya kekuatan dominan dalam sistem ekonomi, sekaligus membatasi kekuasaan pada umumnya.

Menurut Ahli ekonomi Britania Raya berdarah Austria, (August Von Hayek)^[4] menyatakan persaingan dalam ekonomi terkait dengan mekanisme pasar terhadap harga-harga. Menurutny secara singkat, sistem harga mentransfer informasi dengan cara yang paling singkat dan sederhana antara produsen dan konsumen. Dari transfer informasi itu kemudian para pelaku pasar dapat menganalisa indikator-indikator ekonomi untuk menghasilkan kesimpulan sendiri. Hasil analisa para pelaku pasar itu kemudian akan menghasilkan perubahan pada perilaku pasar berdasarkan inovasi-inovasi organisasional dan teknis.

Maka dapat disimpulkan bahwa persaingan mempengaruhi pendapatan masing masing individu atau kelompok. Karena persaingan saling bergelut dalam sistem harga antara konsumen dan produsen yang kemudian akan mentransfer informasi informasi tentang harga.dari informasi harga tersebutlah yang akan membawa kemana produsen akan membeli suatu barang atau jasa.

2.2 Mekanisme Persaingan

Menurut August Von Hayek, mekanisme persaingan mulai dari proses analisa, hingga terciptanya kesimpulan dan inovasi dari pelaku pasar akan menciptakan suatu iklim pasar yang memaksa pelaku pasar untuk beradaptasi. Proses adaptasi itu kemudian terdiri dari banyak langkah-langkah kecil yang diambil berdasarkan keputusan orang perorang dalam sistem

pasar. Proses ini berfungsi menciptakan suatu iklim keseimbangan dalam pasar, keseimbangan antara kepentingan dan membentuk sifat sosial dan politis.^[4] Setelah proses adaptasi, kemudian ada yang disebut proses evaluasi atau juga disebut “*trial and error*”. Proses trial and error ini berguna untuk mencegah masyarakat melakukan kesalahan fatal yang berujung pada kolaps-nya ekonomi suatu negara. Proses ini juga berguna untuk membuktikan pasar merupakan mekanisme alokasi sumber daya yang terbatas dan unggul.

2.3 Kelebihan Persaingan Ekonomi

Persaingan ekonomi terjadi akibat adanya keterbatasan dari jumlah benda pemuas kebutuhan individu yaitu manusia dalam masyarakat sementara banyak pihak yang saling membutuhkannya. Namun ada kelebihan dari persaingan ekonomi.

Menurut Rainer Adam, ada 3 hal yang dapat dipandang sebagai kelebihan atau keuntungan dengan adanya persaingan dalam ekonomi. 3 hal tersebut antara lain :

- a. Persaingan menurunkan harga barang dan jasa, sekaligus meningkatkan kualitas produksi. Pengimplementasian undang-undang persaingan yang benar pada dasarnya mencegah perusahaan melakukan penetapan, memecah belah pasar, menetapkan output dan perilaku “memangsa” lainnya. Perilaku-perilaku “memangsa” oleh para pelaku pasar biasanya akan merugikan konsumen sebagai pihak

ketiga. Kerugian yang dialami oleh konsumen itu seperti harga-harga barang yang tinggi dan output yang rendah.

- b. Persaingan mendorong munculnya inovasi-inovasi. Hasil utama dari persaingan tentu saja diharapkan adanya inovasi, yang bermuara pada produk-produk baru yang disertai dengan turunnya harga-harga barang, khususnya harga barang lama. Dalam pasar yang kompetitif, inovasi bukan merupakan pilihan, melainkan sebuah kewajiban yang memaksa suatu perusahaan agar bisa bertahan hidup. Jikalau suatu perusahaan tidak berinovasi, perlahan-lahan ia akan kehilangan kesetiaan dari pelanggan (konsumen) yang pasti akan memilih barang-barang baru yang lebih bagus dan murah. Karena itu perusahaan (produsen) yang enggan melakukan inovasi pada jangka panjang akan hancur dan lenyap.
- c. Persaingan mengangkat mobilitas sosial dan memberdayakan sumber daya manusia. Pada waktu jangka panjang pemerintah tidak dapat menciptakan lapangan kerja dalam suatu sistem perekonomian, tetapi bisnis dapat menyediakannya. Persaingan memungkinkan pengusaha-pengusaha baru memasuki pasar dengan produk baru atau produk yang sudah ada tetapi dengan harga yang lebih murah maupun kualitas yang lebih bagus. Dengan demikian persaingan dapat melahirkan harga-harga dan kualitas barang yang kompetitif. Dinamika ini memungkinkan manusia untuk memaksimalkan kemampuannya dalam sistem ekonomi dan bisa membantu meningkatkan

kesejahteraannya sendiri. Selain itu manusia juga akan menjadi lebih dinamis, beberapa orang akan perlahan bergerak naik dalam tatanan masyarakat.

2.4 Kelebihan Persaingan Dalam Sistem Ekonomi Makro

Kelebihan persaingan dalam sistem ekonomi makro yaitu adanya optimalisasi yang efektif dan efisien terhadap sumber daya ekonomi yang terbatas, mencegah terjadinya pemusatan kekuasaan ekonomi atau monopoli pasar, yang dapat berimplikasi pada dominasi politik.

Rainer Adam juga menambahkan secara spesifik beberapa hal yang membuat persaingan ekonomi adalah hal-hal baik ekonomi makro.

Berikut ini kelebihan-kelebihan yang dimaksud antara lain :

- a. Adanya pengendalian atau kontrol dalam prinsip dasar ekonomi, yakni permintaan dan penawaran.
- b. Adanya optimalisasi yang efektif dan efisien terhadap sumberdaya ekonomi yang terbatas.
- c. Memotiasi para pelaku ekonomi untuk berperilaku inovatif, solutif, dan kreatif.
- d. Adanya distribusi pendapatan yang sesuai dengan kinerja dan prestasi karyawan.
- e. Mencegah terjadinya pemusatan kekuasaan ekonomi atau monopoli pasar, yang dapat berimplikasi pada dominasi politik.

2.5 Dasar Hukum Persaingan Usaha

Undang-Undang (UU) Nomor 5/1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, atau UU Anti Monopoli.

Perlu ditegaskan hukum persaingan usaha (competition law) merupakan bagian dari kebijakan persaingan usaha disamping melingkupi hukum persaingan usaha, termasuk advokasi persaingan (competition advocacy).

Menurut Rosenthal dan Matshushita (1997)^[3] kebijakan persaingan usaha mempunyai multi sasaran. Pertama, efisiensi ekonomi pasar. Kedua, kewajiban atau keadilan dalam praktik bisnis. Ketiga, menghilangkan regulasi pemerintah yang tidak efisien. Keempat, mengurangi konsentrasi kekuatan ekonomi pada sedikit pelaku pasar. Kelima, membatasi kolaborasi diantara pesaing yang memfasilitasi kolusi. Keenam, meningkatkan kedaulatan konsumen dengan mendorong perusahaan untuk mendorong barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, posisi dominan, Komisi PengawaPersaingan Usaha, dan Penegakan hukum.

Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, memiliki aturan-aturan pelaksanaan yaitu :

- a. Peraturan Pemerintah No 57/2010 tentang penggabungan atau peleburan badan usaha dan pengambilan saham perusahaan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Melaksanakan ketentuan pasal 28 ayat 3.
- b. Peraturan Pemerintah No 57/2010 tentang penggabungan atau peleburan badan usaha dan pengambilan saham perusahaan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Melaksanakan ketentuan pasal 29 ayat 2.
- c. Keputusan Presiden No. 75/1999 tentang komisi pengawas persaingan usaha sebagaimana telah diubah dengan peraturan presiden No. 80 Tahun 2008 tentang perubahan atas keputusan presiden No. 75 Tahun 1999 tentang komisi pengawas persaingan usaha. Melaksanakan ketentuan pasal 34 ayat 1.

Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat disahkan di Jakarta pada tanggal 5 maret 1999 oleh BJ. Habibie. UU No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat diundangkan di Jakarta pada tanggal 5 maret 1999 oleh Mensesneg Akbar Tandjung.

Dasar hukum Undang- Undang Nomor 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah Pasal 5 Ayat (1) Pasal 21 ayat (1), Pasal 27 ayat (2), dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945. UUD^[5].

2.6 Faktor faktor penentu intensitas persaingan antar perusahaan

Unsur yang menjadi penyebab permasalahan dalam Undang-Undang anti monopoli adalah tindakan atau praktek yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merupakan hambatan terhadap perdagangan. Dengan Undang-Undang ini ditentukan bahwa setiap perjanjian yang mengandung pembatasan perdagangan diwajibkan untuk didaftarkan dalam jangka waktu tertentu ke *Directorat General Of Fair Trading* (DGFT).

Intensitas persaingan meningkat ketika masing-masing perusahaan berjuang untuk mendapatkan pangsa pasar dari satu sama lain. Persaingan tersebut dapat mengambil beberapa dimensi, diantaranya persaingan harga, desain, iklan dan promosi, dan upaya penjualan langsung. Persaingan ketat menyiratkan harga yang lebih rendah karena persaingan yang ketat menurunkan harga dan menaikkan biaya, hal itu menekan profitabilitas dari suatu industri. Sebaliknya jika persaingan tidak terlalu ketat, perusahaan memiliki kesempatan untuk menaikkan harga atau mengurangi pengeluaran, yang mana mengarah pada tingkat keuntungan industri yang lebih tinggi.

Empat faktor memiliki dampak besar pada intensitas persaingan diantara perusahaan-perusahaan yang ada dalam suatu industri :

1. Struktur pasar
2. Kondisi permintaan
3. Kondisi biaya
4. Dan tingginya hambatan keluar di industri.

Struktur pasar terkait dengan jumlah perusahaan dalam suatu industri. Monopoli dicirikan dengan tidak adanya persaingan karena hanya ada satu perusahaan. Sebaliknya intensitas persaingan semakin ketat jika pasar mengarah pada persaingan sempurna.

Selanjutnya, intensitas persaingan semakin meningkat ketika permintaan menurun dan memiliki biaya tetap yang tinggi. Masing masing perusahaan akan berusaha merebut pangsa pasar demi meraih penjualan yang lebih baik.

2.7 Definisi penjualan

Penjualan adalah proses dimana penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi penjual maupun pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak. (William G. Nickles, 1998:10)^[6]

Penjualan adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk melancarkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan yang efektif. (Nitisemito, 1998:13)^[7]

Penjualan merupakan syarat mutlak keberlangsungan suatu usaha, karena dengan penjualan maka akan didapatkan keuntungan. Semakin tinggi penjualan maka keuntungan yang akan didapatpun akan semakin maksimal. Untuk mencapai tujuan ini maka sangat diperlukan usaha-usaha-usaha agar konsumen mempunyai daya tarik dan sifat loyal dalam berbelanja disuatu unit usaha.

Suatu perusahaan tidak akan berkembang apabila tidak mampu menjual produk yang dihasilkan, sebaliknya suatu perusahaan mampu untuk terus meningkatkan penjualan maka perusahaan tersebut akan mampu eksis dalam persaingan usaha. Seiring terjadi salah pengertian tentang istilah penjualan. Istilah penjualan sering dianggap sama dengan istilah pemasaran, padahal pemasaran mempunyai kegiatan yang luas. Sedangkan penjualan hanyalah merupakan suatu kegiatan saja dalam pemasaran. Untuk memperoleh gambaran lebih jelas tentang penjualan, maka dapat ditinjau dulu definisi penjualan menurut para ahli.

Penjualan menurut Kotler (2001)^[8] diketahui bahwa pasar pokok penjualannya adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi dan dipersuakan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang yang ditawarkan.

Menurut swastha (2001)^[9] penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang yang ditawarkan. Jadi dengan adanya penjualan dapat terciptakan suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembel. Dengan alat penukar berupa uang orang akan mudah untuk memebuhi kebutuhannya, dan penjualan akan mudah dilakukan. Penjualan pada umumnya langsung ditawarkan kepada masyarakat atau konsumen dengan melalui perantara seperti wiraniaga, yang berfungsi sebagai mata rantai yang menghubungkan perusahaan engan pelangganya. (dalam Rogi : 2016)^[10]

Peneliti menyimpulkan penjualan adalah suatu kegiatan dan cara untuk mempengaruhi pribadi agar terjadi pembelian (penyerahan) barang atau jasa yang ditawarkan, berdasarkan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam kegiatan tersebut.

2.8 Tujuan Penjualan

Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk atau barang yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik. Dalam pelaksanaannya penjualan sendiri tidak akan bisa dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja didalamnya seperti agen, pedagang, dan tenaga pemasaran.

Beberapa tujuan penjualan sebagai berikut :

a. Mendapatkan Volume Penjualan

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan penjualan yang ingin dicapai. Jumlah penjualan perusahaan tentunya diharapkan bisa bertambah setiap bulan atau tahunnya untuk meningkatkan performa usaha.

b. Mendapatkan Laba

Tujuan utama penjualan adalah mendapatkan laba atau keuntungan dari produk yang dijual. Dengan pengelolaan yang baik, perusahaan atau usaha akan mendapatkan laba yang besar dan mendapatkan pelanggan tetap (*loyal customers*).

a. Menunjang Pertumbuhan Perusahaan

Jika perusahaan mencapai target penjualan yang ditetapkan, tentunya usaha akan cepat berkembang. Hal ini juga dibantu dengan peningkatan kinerja dari perusahaan sebagai distributor dalam menjaga kualitas barang yang dijual.

2.9 Jenis-jenis Penjualan

Penjualan adalah sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang atau jasa dari produsen kepada konsumen sarannya. Ada beberapa jenis jenis penjualan.

Basu Swasta (2011:11)^[9] Mengelompokan jenis jenis penjualan sebagai berikut :

a. Missionary Selling

Penjualan ditingkatkan dengan mendorong pembeli guna membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Jenis penjualan ini, penjualan berusaha ditingkatkan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan. Perusahaan ini bersangkutan memiliki penyalur sendiri dalam mendistribusikan produk.

b. Trade Selling

Trade Selling adalah sebuah penjualan yang dapat terjadi saat produsen dan pedagang besar memberikan keleluasaan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Trade selling ini biasa disebut juga jenis penjualan yang dilakukan oleh pedagang kepada grosir untuk dijual kembali.

c. Technical Selling

Cara atau usaha untuk meningkatkan penjualan dengan cara memberikan saran kepada konsumen. Dalam hal ini wirausaha memiliki tugas utama untuk mengidentifikasi serta menganalisa berbagai macam masalah yang dihadapi oleh pembeli. Kemudian menunjukkan bagaimana produk yang ditawarkan untuk mengatasi masalah konsumen.

b. New business Selling

New Business Selling adalah jenis penjualan yang berusaha membuka transaksi baru dengan mengubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini kerap digunakan perusahaan asuransi.

c. Responsive Selling

Ada dua jenis penjualan utama pada penjualan yaitu *route driing* dan *retailing*. Setiap tenaga kerja penjual memberikan reaksi terhadap permintaan. jenis penjualan ini tidak menciptakan penjualan besar meskipun layanan baik dan membangun hubungan baik dengan pelanggan akan memicu pembelian ulang.

2.10 Bentuk-bentuk Penjualan

Selain jenis ada juga jenis penjualan yang dibagi menjadi beberapa komponen yaitu penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan tender, penjualan grosir, penjualan ekspor, penjualan konsinyasi yang dijabarkan dibawah sebagai berikut :

a. Penjualan Tunai

Penjualan ini bersifat *cash and carry*, dimana penjualan umumnya terjadi kontan serta pembayaran dari pembeli selama sebulan dianggap kontan. Penjualan ini terjadi setelah ada kesepakatan harga antara penjual dan pembeli.

b. Penjualan Kredit

Penjualan ini termasuk non cash dengan tenggang waktu tertentu yang rata-rata diatas sebulan.

c. Penjualan Tender

Penjualan ini dilaksanakan lewat prosedur tender untuk memenuhi permintaan pembeli yang membuka tender.

d. Penjualan Grosir

Penjualan yang tidak langsung kepada pembeli melalui pedagang perantara yang menjadi perantara pabrik atau importir dengan pedagang eceran.

e. Penjualan Ekspor

Penjualan ini dilaksanakan dengan pihak pembeli, luar negeri. Mengimpor barang yang menggunakan fasilitas *letter of credit*.

f. Penjualan Konsinyasi

Penjualan barang titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjual. Jika barang tersebut tidak terjual, barang akan dikembalikan kepada penjual.

2.11 Sasaran Sasaran Penjualan

Sasaran penjualan adalah untuk mencapai pendapatan yang optimal dan mencapai tingkat pendapatan yang telah ditentukan sebelumnya. Untuk mencapai sasaran tersebut maka dibutuhkan perencanaan penjualan agar dapat berjalan lancar tanpa hambatan.

Beberapa sasaran penjualan sebagai berikut :

- a. Memenuhi tujuan dalam sebuah organisasi
- b. Menimbulkan konsisten dalam pengambilan keputusan atas sejumlah besar manajer yang berbeda
- c. Memberikan dasar untuk menyusun perencanaan spesifik
- d. Memberikan dasar untuk tindakan korektif serta pengawasan
- e. Memberikan landasan untuk tindakan korektif serta pengawasan

2.12 Beberapa cara untuk meningkatkan Pendapatan

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2015:23.1)^[11] Pendapatan merupakan penghasilan timbul dari pelaksanaan aktivitas entitas normal dan dikenal dngan sebutan yang berbeda, seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, dividen, royalti, dan sewa.

Pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima atau dihasilkan dari penjualan dari pada suatu periode yang telah dikurangi HPP dan biaya. Pendapatan bisnis merupakan tujuan utama perusahaan. Bahkan perusahaan

yang sudah mendapatkan pendapatan akan tetap mencari cara untuk meningkatkannya terus menerus.

Berikut ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pendapatan yaitu :

1. Menambah produk atau layanan
2. Tingkatkan nilai jual kepada pelanggan
3. Perluas bidang industri
4. Mencari target konsumen baru
5. Jual produk atau layanan dalam ukuran lebih besar
6. Hindari kompetisi harga
7. Proses bisnis sederhana dan kurangi biaya operasional.

2.13 Strategi pemasaran warung sembako

Bisnis warung sembako atau toko kelontong masih menjadi salah satu prospek yang menjanjikan karena rakyat Indonesia masih sering mencari kebutuhan sehari-hari di warung. Karena itu beberapa strategi agar warung sembako bisa mencapai target penjualan dan pendapatan yang maksimal maka beberapa hal perlu dilakukan diantaranya :

1. Memasang Spanduk

Spanduk menjadi sarana pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian customer. Karena selain bisa dikenal oleh customer spanduk bisa memberikan kesan elegant sehingga customer yang melihat bisa mengingat toko sembako tersebut.

2. Berikan Promo Menarik

Salah satu strategi untuk menarik customer adalah dengan memberikan promo. Semua orang pasti akan tertarik dengan promo. Oleh sebab untuk mengundang customer datang berikanlah promo agar customer merasakan kenyamanan saat berbelanja di Toko sembako.

3. Perhatikan Kompetitor

Bagi pelaku bisnis seseorang harus mengetahui apasaja yang dilakukan kompetitor pada bisnisnya supaya tidak kalah saing dengan toko lainnya. Perhatikan promo yang diberikan kompetitor terutama pada produk yang sama dijual di Toko kita.

4. Melakukan Promosi

Lakukanlah promosi terutama pada customer disekitar toko agar bisa disampaikan secara *face to face* tentang apasaja yang dibutuhkan customer maka tersedia di toko kita.

5. Memberikan Pelayanan Yang Baik

Menjaga kenyamanan customer sangatlah penting , karena kenyamanan dan keramahan pemilik toko sangat berpengaruh dengan keputusan customer untuk berbelanja di toko kita.

2.14 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Permasalahan	Rumusan Masalah	Metode Penelitian	Hasil
1.	Kristina Sedyastuti (2018) “Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global”	Arus globalisasi yang membuat tingginya persaingan menghadapi tantangan global	Menganalisis strategi pemberdayaan UMKM dalam menghadapi pasar global dengan meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumberdaya manusia dan teknologi dan perluasan area pemasaran.	Penelitian ini menggunakan metode penekatan eksploratif deskriptif dengan menganalisis pemberdayaan UMKM dan meningkatkan daya	1. Pelatihan pelatihan kepada lembaga pendamping UMKM dalam rangka meningkatkan kredit UMKM 2. Pendirian pusat pengembangan an pendamping UKM (P3UKM) 3. Pengembang

				saing dalam menghadapi pasar global.	an Sistem Informasi Terpadu Usaha Kecil (SIPUK)
2.	Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Studi Pada Batik Diajeng Solo”	Adanya persaingan usaha yang semakin keras mendorong untuk melakukan peningkatan Strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing.	Menganalisis Strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing untuk memenangkan keunggulan bersaing.	Penelitian ini menggunakan deskriptif. Teknik pengumpulan datanya dengan dokumentasi, wawancara dan observasi	Hasil dari analisis efektifitas strategi pemasaran menunjukkan adanya peningkatan total penjualan dari tahun ke tahun dan dijadikan sebagai acuan efektifitas strategi pemasaran dalam persaingan antar perusahaan batik.

3.	Tetty Yulianty (2020) “Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong”	Peran UMKM dalam memilih strategi yang paling tepat yang harus diambil oleh PT. Muniru Bumi Telong.	Menganalisis strategi dengan menggunakan analisis SWOT dan IFAS, EFAS dengan melakukan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan juga studi literature.	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Dengan menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang harus dilakukan PT. Muniru Bumi Telong adalah dikuadran I yaitu kuadran yang mendukung strategi pertumbuhan agresif yang menunjukkan perusahaan ini memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.
4.	Prayitno (2019) “Peran Politehnik	Mengetahui peran politehnik sebagai	Menganalisis peran politehnik terhadap	Penelitian ini menggunakan	Hasil penelitian ini bahwa perkembangan dunia industri di

	Mengembangkan UMKM Dalam Persaingan Global”	pendidikan vokasi terhadap tumbuhnya umkm menghadapi persaingan global.	tumbuhnya UMKM diwilayah Kabupaten Tegal untuk menghadapi persaingan global dengan pengetahuan dibidang penelitian.	metode analisis data dan sintesis, tinjauan pustaka dan peninjauan lapangan, serta metode wawancara pribadi.	Kabupaten Tegal tidak terlalu pesat selama kurun waktu 5 tahun terakhir. Sedangkan untuk mendukung aktivitas perdagangan pemerintah daerah menyediakan sarana perdagangan berupa pasar tradisional yang jumlahnya 26 unit tersebar diseluruh kecamatan
5.	Faroh Adibah (2018) “Peningkatan	Peningkatan daya saing perusahaan menghadapi	Mengembangkan daya saing menghadapi produk impor	Penelitian ini menggunakan	Hasil penelitian ini adalah perkembangan UMKM di

Daya Saing UMKM Kabupaten Pasurun Untuk Menopang Perekonomi an Nasional Dalam Menghadapi Persaingan”	kerugian dalam jumlah besar baik dari kapasitas produksi pabrik yang tidak terpakai atau kapasitas produksi pabrik yang tidak terjual	yang dipengaruhi oleh oleh krisis global, UMKM juga menghadapi persoalan perekonomian yang tidak kunjung terselesaikan seperti masalah upah buruh, upah ketenaga kerjaan.	metode kualitatif dengan melakukan survei lapangan dan pengumpu lan data sekunder sebagai supporting data berupa dokumen tertulis yang berupa gambaran umum pemberda yaan UMKM di	Kabupaten Pasuruan masih dihadapkan pada berbagai persoalan antara lain produksi, penjualan dan pemasaran sehingga menyebabkan lemahnya daya saing terhadap produk impor .
--	---	---	---	--

				Kabupaten Pasuruan.	
--	--	--	--	------------------------	--

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni. Yang beralamat di Ds.Mokaha Rt 01/Rw 01 Kecamatan Jatinegara Kabupaten Tegal.

3.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 1 bulan terhitung dari tanggal 6 Maret sampai 6 April 2021.

3.3 Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Data Kualitatif

Penelitian kualitatif deskriptif adalah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus (Sugiyono, 2017)^[12].

Deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menganalisis persaingan dan meningkatkan daya saing dalam menghadapi pandemic *covid19* untuk meningkatkan pendapatan pada Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni. Teknik pengumpulannya adalah dengan menggunakan data keuangan sebelum adanya pandemi *covid19* dan sesudah adanya pandemi *covid19*.

2. Data Kualitatif

Data kualitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif deskriptif kualitatif yang dikembangkan dengan penjelasan teori-teori

terkait dan dikuatkan dengan peninjauan langsung lapangan yang bertujuan untuk menggali secara luas tentang sebab-sebab yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. (Morissan, 2017)^[13].

3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer menurut Suliyanto (2005:131)^[14] adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data ini diperoleh hasil wawancara bersama narasumber langsung dari Toko Sembako Bpk. Ahmad zamroni selaku pemilik Toko Sembako.
2. Data sekunder menurut Suliyanto (2005:132)^[14] adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Dalam hal ini data sekunder yang diperoleh seperti data penjualan pada saat sebelum pandemi *covid19* dan sesudah pandemi *covid19* sehingga diketahui adanya perubahan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2014: 145)^[15] yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi

dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada instansi dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan proposal ini.

2. Wawancara

Wawancara menurut Suliyanto (2006 : 137)^[16] yaitu teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang terkait dalam penyusunan penelitian proposal ini.

3. Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara pengumpulan bukti-bukti atau keterangan tertulis yang dimiliki perusahaan sesuai dengan tujuan untuk penelitian ini. Seperti perhitungan perolehan hasil penjualan yang telah dilakukan Toko sembako Bpk. Ahmad Zamroni selama masa Pandemi yang berkaitan dengan turunnya pendapatan.

4. Studi Pustaka

Studi Pustaka menurut Sugiyono (2012:291)^[17] merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini yang dapat menunjang dalam penyusunan Proposal.

3.6 Metode Analisis Data

Dalam melakukan sebuah penelitian maka sangat diperlukan alat analisis dalam unsur terpenting dimana penelitian sebagai analisis dilakukan secara tepat supaya masalah yang sedang dihadapi menemukan titik temu untuk diselesaikan. Maka dalam metode analisis ini penulis menggunakan Analisis Deskriptif Kualitatif. Yang dimana menurut Sugiyono (2019):46)^[17] metode deskriptif adalah sebuah penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam bentuk kalimat, yang akan disisihkan sementara karena sangat berguna untuk menyertai dan melengkapi data yang diperoleh dari data kuantitatif yang sudah diolah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif deskriptif kualitatif dengan menganalisis pendapatannya dan meningkatkan daya saing dalam menghadapi pandemic *covid19* untuk meningkatkan pendapatan pada Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni. Teknik pengumpulannya adalah dengan menggunakan data keuangan sebelum adanya pandemi *covid19* dan sesudah adanya pandemi *covid19*, tinjauan pustaka, peninjauan langsung lapangan, serta metode wawancara pribadi. Penelitian ini juga dikembangkan dengan penjelasan teori teori terkait. Pendekatan teori/konsep dilakukan dengan merujuk dari beberapa sumber seperti buku, jurnal ilmiah, dan internet. Semua gagasan yang ada digabungkan dalam satu susunan kerangka pemikiran.

Adapun analisis yang digunakan untuk menganalisis persaingannya penulis menggunakan teknik analisis taksonomi. Teknik ini dilakukan

dengan cara mengumpulkan data dilapangan secara terus menerus melalui pengamatan partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi, sehingga data yang terkumpul menjadi banyak dan lengkap. Setelah keseluruhan data terkumpul, kemudian oleh peneliti data-data tersebut dijabarkan secara lebih rinci dan mendalam.

Adapun langkah-langkah analisis data sebagai berikut :

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilah hal hal pokok, berfokus pada hal hal yang penting, mencari tema dan polanya, serta menghindari hal-hal yang tidak diperlukan dalam penelitian. Dalam tahap mereduksi data, peneliti menggunakan pendekatan eksploratif. Metode ini dilakukan dengan cara mengumpuulkan data dilapangan melalui pengamatan langsung ke lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang kemudian dikembangkan dengan teori teori yang meruju pada karya ilmiah, internet dan lain lain. Dan setelah semua data yang diperlukan terkumpul data data tersebut dijabarkan secara lebih rinci dan mendalam.

2. Display Data

Display data atau penyajian data adalah tahap analisis data kualitatif. Pennyajian data adalah kegiatan saat sekumpulan data disusun secara sistematis dan mudah untuk dipahami, sehingga memberikan kemungkinan menghasilkan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif bisa berupa teks naratif , matriks, grafik, jaringan atau bagan.

Melalui penyajian data tersebut, maka data akan terorganisasikan dan tersusun dengan pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami.

3. Penarikan kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah tahap akhir pada teknik analisis data kualitatif yang dilakukan melihat hasil reduksi data terus mengacu terhadap tujuan analisis yang hendak dicapai. Tahap ini bermaksud mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan persamaan atau perbedaan dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data dan Hasil Penelitian

Toko sembako Bpk. Ahmad zamroni mengalami permasalahan terhadap menurunnya pendapatan yang disebabkan timbulnya beberapa pesaing dengan usaha yang sama dilingkungan tempat usaha Bpk. Ahmad Zamroni. Menurunnya pendapatan menjadi masalah serius yang dialami Bpk. Ahmad Zamroni yang membuat penulis tertarik melakukan penelitian mengapa terjadi penurunan. Menurut keterangan bpk. Ahmad Zamroni pendapatan perhari sebelum timbulnya pesaing dimasa pandemi mencapai Rp. 1500.000/hari dan paling sedikit Rp. 1000.000/hari termasuk penjualan gas dll. Pendapatan tersebut diperoleh perhari yang dimulai Toko buka jam 07.00 sampai jam 18.00 WIB. Tapi akhir akhir ini Bpk Ahmad Zamroni merasa bahwa pendapatan semakin menurun yang kemudian membuat Bpk. Ahmad Zamroni membuka tokonya lebih lama dari biasanya. Yang pada mulanya Toko buka hanya sampai jam 18.00 sekarang buka sampai jam 22.00 WIB. Hal ini dilakukan Bpk. Ahmad Zamroni dengan harapan bisa memenuhi pendapatan yang semakin menurun. Namun, usaha tersebut belum memenuhi hasi yang maksimal. Jika dibandingkan sebelum adanya persaingan seharusnya jika Toko sembako buka sampai jam 18.00 saja memperoleh pendapatan sebesar Rp. 1500.000/hari maka seharusnya jika Toko dibuka sampai jam 22.00 maka pendapatan kan jauh lebih banyak dan melebihi dari biasanya. Namun,

perkiraan tersebut salah, meskipun Toko dibuka lebih lama hasil yang diperoleh masih belum stabil.

Untuk membahas lebih dalam berikut penulis sajikan data keuangan Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni untuk membuktikan bahwa terjadi adanya penurunan pendapatan. Data yang penulis ambil adalah penghasilan rata-rata yang diperoleh perharinya.

4.1.1 Data Pendapatan sebelum pandemic covid19

Tabel 4.1 Data Pendapatan Toko sembako November 2019-Maret 2020

Periode			Pendapatan
2019	November		45.000.000
	Desember		45.000.000
2020	Januari		39.000.000
	Februari		45.000.000
	Maret		30.000.000
	Total		204.000.000

Sumber : Data Perhitungan Pendapatan Bulan November 2019-Maret 2020

Dapat dilihat pada tabel diatas mengenai pendapatan selama bulan November-Desember 2019 dan Januari-Maret 2020. Penulis menggunakan data pendapatan dari Toko sembako Bpk. Ahmad zamroni dimana pendapatan dikalkulasikan menjadi bulan dari perhari. Data yang diambil adalah data sebelum pandemic *covid19* yang menimbulkan persaingan yang menyebabkan turunnya pendapatan.

4.1.2 Data Pendapatan sesudah adanya pandemic covid19

Untuk membandingkan data agar diketahui adanya kenaikan atau penurunan pendapatan pada Toko Sembako, penulis kemudian menyajikan data keuangan sesudah adanya pandemic *covid19* sebagai berikut :

Tabel 4.1 Data Pendapatan toko Sembako November 2020 – Maret 2021

Periode			Pendapatan (Rp)
2020	November		24.000.000
	Desember		19.500.000
2021	Januari		30.000.000
	Februari		30.000.000
	Maret		22.500.000
	Total		126.000.000

Sumber : Data Perhitungan Toko sembako Bulan November 2020 – Bulan Maret 2021

Berikut penulis sajikan data pendapatan sejak adanya covid19 yang dimana data tersebut juga bersumber dari catatan pendapatan Toko Sembako Bpk. Ahmad zamroni yang dikalkulasi menjadi pendapatan perbulan. Jika dilihat pada tabel diatas pada bulan Januari-Maret 2021 pendapatan naik (dari masa covid19), hal tersebut bukan karena hilangnya pesaing/bangkrutnya pesaing namun karena Toko sembako Bpk. Ahmad zamroni yang membuka Tokonya lebih lama dari biasanya. Mulanya sebelum covid19 bpk. Ahmad

Zamroni membuka tokonya pada jam 07.00-18.00. Namun dimulai pada Januari-Maret 2021 Bpk. Ahmad Zamroni membuka Tokonya pada jam 07.00-22.00 WIB. Hal tersebut tentu dapat berpengaruh pada pendapatan bpk. Ahmad zamroni. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan pada masa masa sulit *Covid19* ditengah banyaknya pesaing Toko sembako lainnya.

Penulis juga membandingkan penghasilan sebelum dan sesudah pandemic covid19 pada Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni untuk membuktikan adanya penurunan sejak adanya covid19 yang menimbulkan beberapa pesaing.

Tabel 4.2 Perbandingan hasil pendapatan sebelum adanya covid19 bulan November 2019-Maret 2020. Pendapatan masih stabil.

	Pendapatan perbulan	
	November-Desember 2019	Januari 2020- Maret 2020
	Rp. 90.000.000	Rp. 114.000.000
Total Pendapatan	Rp. 204.000.000	

Tabel 4.3 Perbandingan hasil pendapatan sesudah adanya covid19 karena timbulnya persaingan pada bulan November-desember 2020 dan Januari-Maret 2021 cenderung menurun.

	Pendapatan setelah adanya covid19 akibat timbulnya pesaing	
	Pendapatan bulan November-Desember 2020	Pendapatan bulan Januari 2021-Maret 2021
	Rp. 43.500.000	Rp. 82.500.000
Total	Rp. 126.000.000	

Dari perbandingan data sebelum dan sesudah covid maka adanya selisih pendapatan yang sangat besar. Dimana pada sebelum pandemic *covid19* pendapatan mencapai Rp. 204.000.000,00 dan ketika ada pandemic *covid19* dan timbul persaingan penghasilan menurun menjadi Rp. 126.000.000,00. Terdapat selisih pendapatan sebesar Rp. 78.000.000,00. Penurunan pendapatan tersebut disebabkan adanya persaingan yakni Toko Sembako lain yang timbul dilingkungan Bpk. Ahmad zamroni.

4.1.3 Data Pendapatan di Toko Sembako Pesaing

Untuk mengetahui adanya persaingan/kompetisi antar usaha Toko Sembako di lingkungan Ds. Mokaha Kec. Jatinegara Kab. Tegal , penulis juga menyajikan data keuangan dari Toko sembako lain untuk membandingkan antara pendapatan Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni dan

Pendapatan Toko Sembako lain. Penulis mengambil sampel dari 2 Toko sembako yaitu Toko sembako Bpk. Hj. Taro dan Ibu Dewi santika. Data yang Penulis ambil dari Toko Sembako Bpk. Hj. Taro dan Toko Sembako Ibu Dewi Santika adalah data sesudah adanya pandemic *covid19* karena Toko sembako Bpk. Hj. Taro dan Toko Sembako Ibu Dewi Santika baru berdiri setelah adanya pandemi *covid19*. Data yang diambil yaitu bulan November Desember 2020 dan Januari-Maret 2021 agar bisa dibandingkan pendapatannya dengan Toko Sembako Bpk. Ahmad zamroni. Berikut tabel pendapatan Toko Bpk. Hj. Taro dan Toko Ibu Dewi Santika sebagai berikut :

Tabel 4.1 Data Pendapatan Toko Bpk. Hj. Taro

Periode			Pendapatan (Rp)
2020	November		15.000.000
	Desember		15.000.000
2021	Januari		15.000.000
	Februari		15.000.000
	Maret		15.000.000
	Total		75.000.000

Dari hasil wawancara penulis terhadap Bpk. Hj. Taro menyadari bahwa penghasilan yang dihasilkan belum maksimal karena memang banyaknya usaha Toko Sembako termasuk dirinya sendiri. Menurut keterangan dari ibu ketika penulis bertanya “apakah toko sembako Bpk ramai pembeli?” Bpk. Hj. Taro menjawab “ tidak terlalu ramai karena mungkin belum lengkap untuk

kebutuhan yang diinginkan konsumen dan juga toko saya terletak diujung, dan kesannya lagi jauh dari rumah-rumah, walaupun ada yang beli paling orang orang yang lewat dari arah timur dan paling ramai paling orang sebrang jalan Toko”. Data yang penulis ambil dari Toko sembako Bpk. Hj. Taro adalah penghasilan selama kurang lebihnya 5 bulan yang terhitung dari bulan November-desember 2020 dan Januari-Maret 2021 penghasilan rata rata yang dipeoleh adalah Rp. 500.000.

Tabel 4.2. Data Pendapatan Toko Ibu Dewi Santika

Periode			Pendapatan (Rp)
2020	November		12.000.000
	Desember		12.000.000
2021	Januari		12.000.000
	Februari		12.000.000
	Maret		12.000.000
	Total		60.000.000

Pada Toko Sembako Ibu Dewi Santika penulis juga mengambil data keuangan sesudah covid19 pada bulan November-Desember 2020 dan Januari-Maret 2021. Toko sembako Ibu Dewi Santika terletak di sebelah Toko Sembako Bpk. Hj. Taro hanya berkisar 10-15 m dari Toko Sembako Bpk. Hj. Taro. Dari hasil pengamatan dan survey dihasilkan keterangan yang diperoleh dari Ibu Dewi Santika penghasilan yang diperoleh rata-rata perharinya adalah Rp. 300.000- 400.000,

itupun kalau ramai, susahnya toko saya berada di Tengah dimana kanan kiri juga diapit Toko Sembako Juga kata ibu Dewi Santika.

4.2 Pembahasan

Dari hasil perbandingan tabel diatas dapat dilihat bahwa akibat adanya persaingan pendapatan di Toko sembako Bpk. Ahmad zamroni cenderung menurun perbulannya. Jika dilihat dari penurunan pendapatan akibat adanya persaingan dimasa pandemic covid19 disebabkan timbulnya beberapa toko sembako disekitar lingkungan Toko sembako Bpk. Ahmad Zamroni. Pada hasil dari analisis pendapatan yang dilakukan untuk penjualan di Toko sembako Bpk Ahmad zamroni sebelum *Covid19* Menurut data dicatatan keuangan bpk. Ahmad Zamroni penghasilan sehari tidak menentu, alhasil semua pendapatan kadang tidak tercatat secara pasti namun tetap dihitung perharinya. Penulis juga membulatkan hasil pendapatan perhari yang mulanya Rp. 1.425.000 dibulatkan menjadi Rp. 1.500.000 berikut dengan hasil yang paling sering diperoleh perharinya dalam pendapatan pada bulan tersebut. Kemudian penulis melakukan wawancara mengenai pendapatan yang paling sering diperoleh perhari dalam bulan tersebut. Menurut keterangan Bpk. Ahmad Zamroni pendapatan pada bulan November dan Desember 2019 mencapai Rp. 1.500.000/hari. Maka ditemukan hasil dari penjumlahan bulan November-desember 2020 menghasilkan pendapatan sebesar Rp. 90.000.000 dan Bulan Januari-Maret 2021 diperoleh hasil Rp. 114.000.000,00 sehingga pada masa sbelum covid19 penghasilan Bpk. Ahmad zamroni Rp. 204.000.000,00.

Data pendapatan setelah pandemic covid19 Pada bulan November 2020 pendapatan yang paling sering adalah Rp. 700.000-800.000 perhari, itu sudah penghasilan paling banyak selama bulan tersebut. Maka jika dikalkulasi menjadi . pada Bulan November dan Desember 2020 diperoleh hasil Rp.43.500.000,00 dan pada Bulan Januari-Maret diperoleh hasil Rp. 82.500.000,00 maka pada sesudah adanya pandemic covid19 diperoleh Rp. 126.000.000.

Adanya penurunan yang terjadi akibat timbulnya persaingan Toko sembako Bpk. Hj. Taro dan Toko Sembako Ibu Dewi Santika. Dimana pada sebelum masa pandemic covid19 penghasilan di Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni adalah Rp. 204.000.000,00 dan pada masa sesudah covid19 penghasilan menurun menjadi Rp. 126.000.000,00 padahal Toko Sembako Bpk. Ahmad zamroni dibuka lebih lama dari biasanya. Dari data sebelum dan sesudah pandemic terdapat selisih sebesar Rp. 78.000.000,00. Selisih penurunan tersebut karena adanya persaingan dari Toko Bpk. Hj. Taro dan Toko Ibu Dewi Santika dimana Toko Bpk. Hj Taro mendapatkan penghasilan rata-rata Rp. 500.000,00/ hari dan Toko Iu Dewi Santika mendapatkan penghasilan Rp. 400.000,00/hari. Toko sembako Bpk. Ahmad zamroni dan Toko Sembako pesaing saling berkompetisi untuk mendapatkan pendapatan maksimal. Adanya persaingan tersebut akhirnya membuat Bpk. Ahmad Zamroni terus meningkatkan kualitas Toko Sembakonya agar bisa terus bersaing dan mempertahankan usaha Toko Sembako yang sudah digeluti sejak dahulu.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Analisis Pendapatan Di Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni DiTengah Persaingan Pandemic *covid19* penulis menarik kesimpulan bahwa menurunnya pendapatan pada Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni memang disebabkan oleh adanya persaingan dimasa pandemic *covid19* ini. Karena pada saat adanya pandemic *covid19* pun pendapatan masih stabil sebelum muncul adanya Toko Sembako baru. Hal ini dapat dilihat dari catatan data keuangan pada Toko sembako bpk. Ahmad Zamroni yang angkanya benar-benar mengalami penurunan setelah Toko Sembako baru muncul. Menurunnya pendapatan oleh persaingan tersebut dibuktikan penulis ketika melakukan survey ke lingkungan tempat tinggal bpk. Ahmad Zamroni yang dimana pada mulanya hanya terdapat satu Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni. Namun, timbulnya *covid19* memberikan peluang untuk beberapa orang juga membuka usaha Toko Sembako.

Namun jika dilihat kelengkapan Toko sembako (pesaing) masih sangat kurang lengkap dibandingkan Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni yang memang sudah sangat lengkap barang barangnya dan sudah memenuhi kebutuhan Konsumen. Di Toko Sembako Bpk. Ahmad zamroni juga menyediakan gas Elpiji dan berbagai kebutuhan elektronik lainnya dengan

cicilan perbulan. Karena itu meskipun terdapat banyak pesaing yang timbul, Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni masih tetap untung.

5.2 Saran

Maka dari hasil analisa penulis melakukan penelitian penulis menyarankan Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni sbb :

- 1) Saran bagi Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni untuk menyusun strategi lebih matang agar dimasa pandemic *covid19* Toko Sembako tetap berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.
- 2) Lengkapi barang barang yang diperlukan konsumen agar memadai sehingga konsumen lebih tertarik untuk tetap berbelanja di Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni karena jauh lebih lengkap.
- 3) Melakukan promosi menggunakan spanduk/poster untuk meningkatkan penjualan dimasa pandemic *covid19*.
- 4) Lengkapi juga daftar harga mengenai harga barang-barang yang dijual sehingga konsumen tidak akan ragu tentang harga yang mahal jika ingin membeli.
- 5) Berikan promo menarik untuk minimal belanja persekian bila perlu agar menarik minat konsumen karena dapat dipastikan semua orang menyukai promo.

DAFTAR PUSTAKA

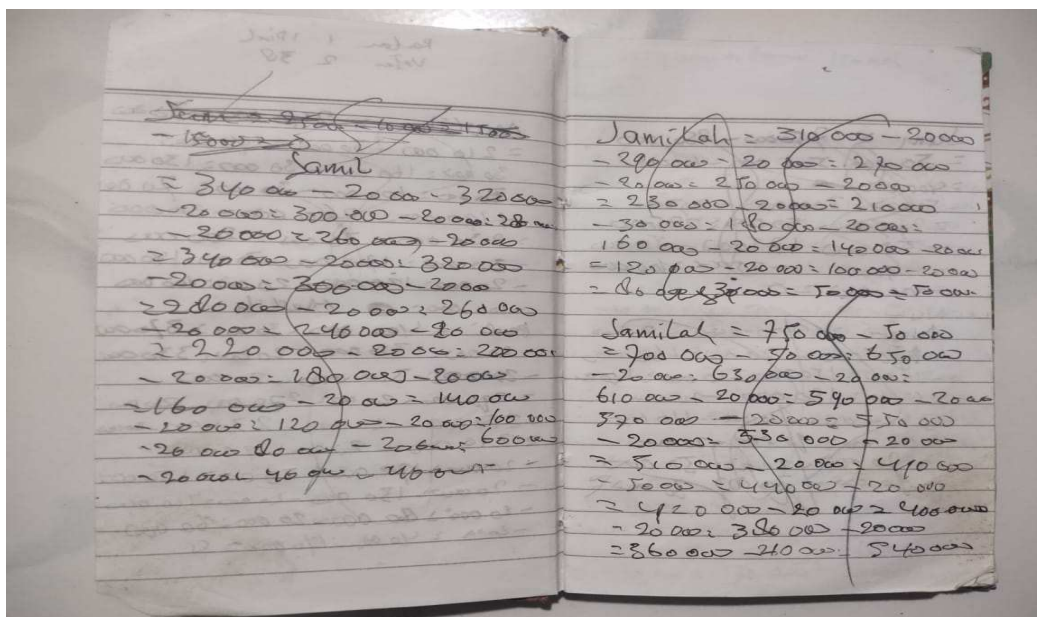
- [1] Smith, Adam (1937) *The Wealth Of Nations*. New York : Modern Library.
- [2] Suroto (2000). *Strategi Pembangunan dan perencanaan-perencanaan kesempatan kerja*. Yogyakarta: Gajah Mada University. Yogyakarta
- [3] Samuelson, Paul A dan Nordhaus, William D, (2004), *Ilmi Makro Ekonomi*. Jakarta : PT. Media Edukasi.
- [4] Hayek, F.A., (1976) *The Constitution Of Liberty*, London : Routledge
- [5] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.
- [6] Nickles, William G. (1998) *Marketing Communication and Promotion (Third Edition)*, New York : Jhon Wiley & Sons. Inc
- [7] Alex, S Nitisemito, (1998:13) “*Marketing*” Ghalia Indonesia, Indonesia: Jakarta
- [8] Kotler, Amstrong (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- [9] Swatha, Basu (2001). *Manajemen Penjualan*, Cetakan Kelima. BFSE: Yogyakarta
- [10] Gurizaldi, Rogi (2016) *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kelantan*. Riau : Universitas Islam Riau.
- [11] Ikatan Akuntan Indonesia, “*Pernyataan Standar Auntansi Keuangan No. 23 : Akuntansi Pendapatan*”. Salemba Empat, Jakarta, 2007.
- [12] Sugiono (2017). “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. Bandung : Alfabeta, CV.
- [13] A, Morissan M. Dkk (2017). “*Metode Penelitian Survey*”. Jakarta: Kencana.
- [14] Suliyanto (2005:131-132). “*Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*”, Bogor : Ghalia Indonesia.

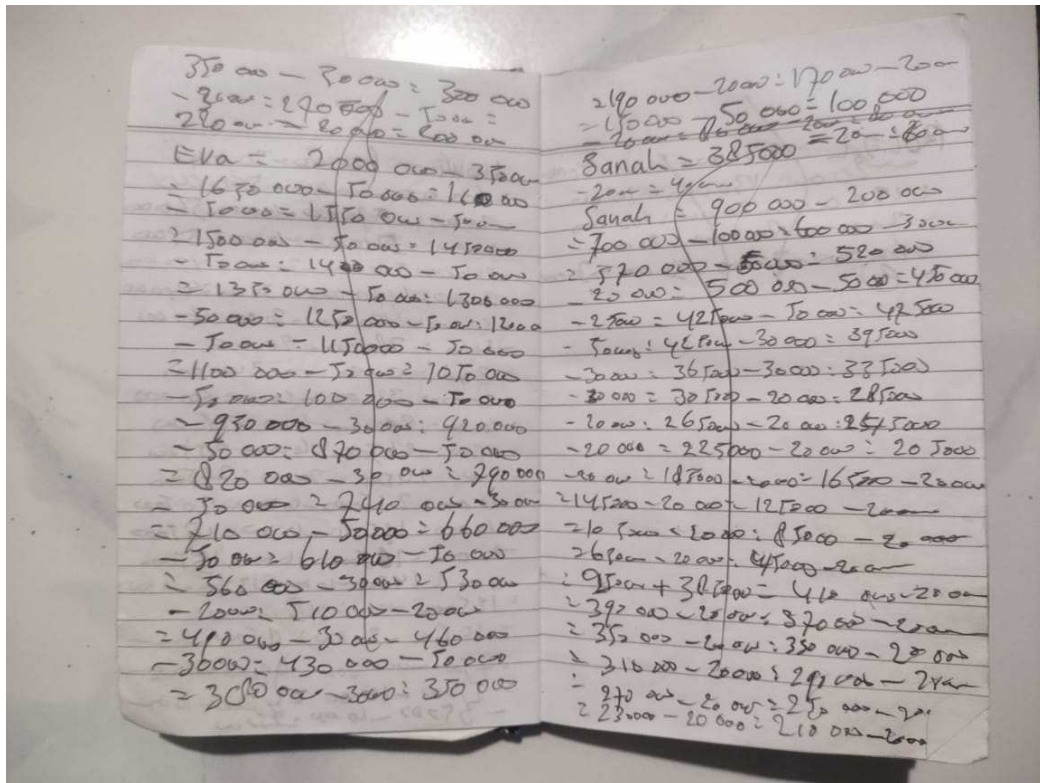
- [15] Sugiono (2014:145). “*Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. Bandung : Alfabeta
- [16] Suliyanto (2006) “*Metode Riset Bisnis*” Yogyakarta
- [17] Sugiono (2012:291). “*Memahami Penelitian Kualitatif*” Bandung : Alfabeta
- [18] Mekari (2019). Pengertian Penjualan, Tujuan dan Bentuknya dalam Perusahaan. (<https://www.talenta.co/blog/insight/talenta/apa-itu-arti-tujuan-definisi-juga-pengertian-penjualan-adalah-berikut/>. Diakses 7 Maret 2021).
- [19] Prayitno (2015) “*Peran Politeknik mengembangkan UMKM dalam Persaingan Global*”. Tegal : Politeknik Harapan Bersama.
- [20] Syahza, Almasdi. (2003). “*Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Untuk Percepatan Peningkatan Ekonomi Daerah di Kabupaten Indragiri Hulu Propinsi Riau*”. Pusat Pengkajian Koperasi dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat, Universitas Riau.
- [21] Wibowo, Hendika Dimas,dkk. “*Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (studi pada Batik Diajeng Solo)*”. Malang : Universitas Brawijaya.
- [22] Idmarco (2019). Strategi Pemasaran Warung Sembako Agar Laris. (<https://www.idmarco.com/blog/post/5-strategi-pemasaran-warung-sembako-agar-laris>. Diakses 19 Mei 2021)
- [23] Ilham, Mohamad (Agustus 2014). Cara Meningkatkan Omzet Penjualan. (<https://zahiraccounting.com/id/blog/5-cara-meningkatkan-omzet-penjualan-toko/>. Diakses 19 Mei 2021)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Pencatatan manual di Toko sembako bpk. Ahmad Zamroni





Lampiran 2

Pencatatan menggunakan aplikasi buku kas

4G+ 20:19 2,6 KB/dtk 4G+ 79%

← Penjualan Ubah Hapus

Penjualan Rp 45.000.000

Pengeluaran / Harga Pokok -Rp 0

Keuntungan **Rp 45.000.000**

Catatan
Penjualan Per desember 2019

Channel Penjualan Bukti pembayaran
Lainnya -

INVOICE •
Rp 45.000.000

✓ Lunas Print Bagikan

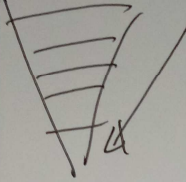
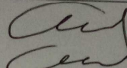
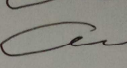
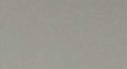
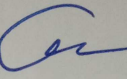
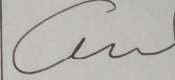
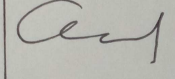
Toko sembako Bpk A. Zamroni

Nama Barang	QTY
Gas elpiji	150
Sembako	30
Minyak Drigen	8
Obat obatan	27
Rak piring	2
Kulkas	1
Almari plastik	1

Total Penjualan
Rp 45.000.000

Lampiran 3

Buku Bimbingan Tugas Akhir

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
	28/05 - 21	Pengajuan judul Acc judul Pewiri proposal  lihat catatan	  
	07-03-21	Acc proposal siapkan TA Bab I - (II)	
	23.05.21	pefitir Bab I (— II) (lihat catatan)	
	29.05.2021	Bab I perbaiki penulisan Bab II Acc Bab III Acc siapkan Bab III	
	3/06.2021	Bab I Acc siapkan bab III	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
 2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
 3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

Lampiran 4

Kegiatan wawancara penelitian



Lampiran 5

Dokumentasi

