

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu**

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu dengan tujuan memperkuat hasil dari penelitian yang dilakukan, berikut beberapa penelitian yang dapat dijadikan acuan untuk dipahami dan dipelajari :

Penelitian yang dilakukan Saerang 2019 hasil yang diberikan dalam penelitian bahwa adanya penerapan ilmu pengetahuan teknologi dalam manajemen persediaan barang dagang yang bertujuan memberikan pemahaman kepada para pedagang kecil dalam mengelola persediaan barang.

Beberapa penelitian lain juga yang dilakukan oleh Fitria 2021 hasil yang diberikan dalam penelitian bahwa prosedur dalam penjualan kredit pada PT Nusantara Surya Sakti Bengkulu memiliki prosedur dalam bentuk penagihan, penerimaan rekening, distribusi penjualan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmati 2017 hasil dari penelitian tersebut bahwa adanya nasabah yang memiliki wanprestasi, maka akan terjual jaminan yang telah diberikan, namun ketika sebelum penjualan maka pihak bank akan mengkonfirmasi pihak nasabah akan menjual jaminan yang diberikan.

Penelitian yang dilakukan juga oleh Widyanti 2020 bahwa penelitian tersebut memberikan hasil adanya alat pembayaran tunai akan dijadikan sebagai transaksi jual beli, baik dari uang logam atau pun uang kertas alat pembayaran non tunai juga dapat digolongkan menjadi dua golongan yaitu kredit *transfer* dan debit *transfer*. Dalam transaksi indomaret juga menerapkan etika bisnis Islam dimana petugas pelayanan memberikan pelayanan yang sopan kepada konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Sidevi 2019 hasil penelitian tersebut memberikan hasil bahwa metode perhitungan harga pokok penjualan *precut* pada tahun 2016-2017 memberikan dampak presentase laba dari perusahaan faktor

lainnya dari beberapa volume penjualan dan laba yang telah diputuskan dan ditetapkan oleh PT BATIK DANAR HARI.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Barkhodari 2017 dengan hasil penelitian memberikan keputusan dalam mengembangkan beberapa solusi yang dapat menyesuaikan dan dapat membantu mendorong penerapan sistem pembayaran elektronik.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Assad 2017 memberikan hasil adanya bertujuan untuk mengevaluasi adanya pertumbuhan sistem pembayaran *online* dan melihat adanya perkembangan pada masa yang akan datang.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Liebena 2018 memberikan hasil dalam penggunaan media sosial pada setiap *handphone* seluler, sehingga dalam penelitian ini juga memberikan alternatif untuk perusahaan mengkonsolidasikan model bisnis baru.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Penetapan harga**

#### **2.2.1.1 Pengertian Harga**

Harga merupakan suatu penilaian barang yang dimana akan menjadi berharga dan bernilai dimasa yang akan datang. Namun jika pada suatu saat suatu barang akan memiliki harga yang tinggi maka penjual akan mendapatkan keuntungan tetapi jika suatu barang tersebut akan menurun harganya maka penjual akan memiliki kerugian.

Menurut Kotler (2016:324) mengatakan bahwa harga merupakan lembaran uang yang dipergunakan untuk bertransaksi jual beli barang dan jasa, atau bisa dikatakan sebagai alat untuk memperoleh suatu kepemilikan dan manfaat dalam penggunaan barang dan jasa.

Menurut penelitian yang lain Malau (2017:126) harga dalam sebuah produk dan jasa merupakan sebagai sebab utama dalam sebuah permintaan pasar. Harga juga dapat mempengaruhi posisi dalam persaingan dan bagian atau sebuah saham pasar dari perusahaan. Harga dalam produk dapat mempengaruhi sebuah kegiatan penjualan dalam perusahaan.

### 2.2.1.2 Tujuan penetapan harga

Menurut Kotler (2016:491) ada beberapa tujuan penetapan harga :

1. **Memiliki kemampuan bertahan**  
Sebuah perusahaan harus memiliki kemampuan bertahan dimana dalam tujuan sebuah perusahaan mengalami kelebihan kapasitas, persaingan yang ketat dan keinginan pelanggan yang berubah. Sampai harga dapat mencukupi biaya variabel dan sebagian variabel tetap, lalu perusahaan akan tetap berada dalam bisnis. Kemampuan bertahan adalah tujuan dari jangka pendek. Untuk jangka panjang, perusahaan harus mempunyai cara yang menarik agar menambah nilai atau dapat menghadapi kebangkrutan.
2. **Laba maksimum saat ini**  
Beberapa perusahaan memiliki penetapan harga yang dapat memaksimalkan keuntungan pada saat ini. Perusahaan juga dapat memperkirakan adanya suatu permintaan dan biaya yang berasumsi dengan harga alternatif dan menentukan harga yang menghasilkan keuntungan saat ini, arus kas, atau pengembalian investasi yang maksimum.
3. **Pangsa pasar terbesar**  
Beberapa perusahaan saat ini pasti mengharapkan adanya strategi pemasaran yang meningkat. Perusahaan percaya bahwa semakin tinggi volume penjualan, semakin rendah biaya per unit dan semakin tinggi keuntungan jangka Panjang. Perusahaan yang menetapkan harga rendah akan menyebabkan asumsi pasar yang sensitif terhadap harga.
4. **Pemerahan pasar maksimum**  
Perusahaan akan mengatakan bahwa adanya sebuah teknologi baru yang akan menetapkan harga tinggi untuk memaksimalkan pemerahan pasar. Seiring berjalannya waktu harga yang ditetapkan dari perusahaan yang tinggi semakin lama harga itu sendiri akan menurun. Lalu strategi ini akan menyebabkan kefatalan atau kehancuran jika suatu perusahaan akan memutuskan adanya penurunan harga.

## 5. Kepemimpinan kualitas produk

Banyak *brand* yang ingin menjadikan “kemewahan terjangkau” produk atau jasa yang memiliki karakter dengan kualitas, keinginan dan status yang tinggi dengan harga yang tinggi namun konsumen dapat memilikinya.

## 6. Tujuan-tujuan Lainnya

Dalam organisasi nirlaba dan masyarakat mungkin memiliki penetapan harga tujuan yang berbeda. Namun sebuah perusahaan tidak boleh membiarkan sebuah pasar menentukan harga pada perusahaan, maka bisnis yang paling menguntungkan adalah menjalankan strategi dengan harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

### **2.2.2 Penerapan Sistem**

#### **2.2.2.1 Pengertian Sistem**

Sistem merupakan beberapa rangkaian dari dua atau lebih yang memiliki beberapa bagian yang saling terikat. Sistem sendiri akan melakukan interaksi dalam pencapaian suatu tujuan. Beberapa bagian sistem terdiri dari subsistem yang lebih kecil dalam mendukung sistem yang lebih besar.

Menurut Mulyadi (2016:5), Sistem adalah sebuah jaringan prosedur yang dirancang dibuat menurut pola yang teratur untuk membentuk suatu kegiatan utama perusahaan. Jadi arti dari maksud sebuah sistem merupakan suatu kumpulan rancangan yang saling terikat antara satu dengan yang lain dalam suatu pencapaian dalam menjalankan suatu kegiatan pokok perusahaan.

Menurut Sutabri (2016) dalam buku sistem informasi manajemen mengatakan bahwa Sistem merupakan kumpulan langkah-langkah yang saling berkaitan dan berinteraksi untuk memproses masukan lalu berhubungan dalam pencapaian dengan tujuan tertentu.

Menurut Steinbart (2017:33) “Sistem adalah sebuah rangkaian yang terdiri dari dua atau lebih struktur yang berhubungan dan saling interaksi untuk mencapai sebuah tujuan dimana sistem tersebut dibagi dalam beberapa sub sistem yang lebih kecil dimana sistem tersebut lebih mendukung sistem yang lebih besar”.

Menurut Wongso (2016:163) ”sistem merupakan suatu kumpulan atau komponen-komponen yang selalu berhubungan, bekerja sama, dan berinteraksi dalam mencapai sebuah tujuan dengan melalui tahapan yaitu masuk, proses dan keluar”.

#### **2.2.2.2 Karakteristik sistem**

Dalam pembentukan sistem yang baik, maka ada beberapa bentuk dari karakteristik sistem itu sendiri yaitu Sutabri (2016) :

1. **Komponen sistem**  
Komponen sistem merupakan bagian-bagian subsistem yang dapat mempengaruhi suatu proses sistem secara menyeluruh.
2. **Berdasarkan sistem**  
Penyesuaian sistem berdasarkan ketentuan dan prosedur sehingga jika ketentuan telah menyerupai dengan prosedur yang telah dibentuk maka sistem tersebut akan berjalan.
3. **Lingkungan luar sistem**  
Sistem memiliki batasan kemampuan tersendiri dimana sistem tersebut akan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh operasi sistem. Contohnya adalah pada sebuah penggunaan komputer, maka energi listrik menjadi sebuah luar lingkungan pada komputer tersebut.
4. **Penghubung sistem**  
Penghubung sendiri merupakan wadah media yang dapat menghubungkan masuk ke subsistem melalui konektor . contoh : kabel dalam sistem komputer.
5. **Masukan sistem**  
Masukan sistem sendiri merupakan sebuah energi dan *maintenance* atau *signal*. Sehingga energi itu sendiri dapat memberikan energi yang dapat mengoperasikan sistem.
6. **Keluaran sistem**  
Hasil energi yang diolah dalam proses inputan yang meliputi adanya hasil keluaran dan sisa pembuangan.
7. **Pengolah sistem**

Suatu bentuk perubahan yang dimana akan menjadi keluaran atau hasil dari proses *input* itu sendiri.

#### 8. Sasaran atau tujuan sistem

Sistem sendiri memiliki ketetapan atau kesesuaian. Sehingga pada sebuah subsistem dimana istilah sasaran tersebut akan lebih tepat.

### 2.2.3 Sistem Pembayaran

#### 2.2.3.1 Pengertian Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran merupakan suatu sistem yang mengatur perjanjian, dan menjalankan operasional dan mekanisme penggunaan, penerimaan instruksi pembayaran serta untuk memenuhi kewajiban yang nantinya akan dikumpulkan melalui pembayaran antar perorangan, bank dan Lembaga keuangan lainnya Pohan (2011: 70).

Menurut Fikri 2014 sistem pembayaran memiliki beberapa komponen yang saling terkait dengan yang lain, yaitu :

#### 1. Kebijakan

Kebijakan sistem pembayaran ini akan bermaksud bahwa adanya peraturan dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh penerima pembayaran tersebut. Maka pada setiap negara pasti memiliki kebijakan sistem pembayaran yang berbeda. Hal ini dapat disebabkan adanya kebijakan-kebijakan yang berbeda antara sistem moneter dan sistem bank. Dalam negara Indonesia terutama bank Indonesia memiliki prinsip kebijakan yaitu: keamanan, efisiensi, kesetaraan, akses perlindungan konsumen.

#### 2. Kelembagaan

Dalam sistem pembayaran memiliki berbagai lembaga yang secara langsung atau tidak langsung akan berperan dalam meliputi sistem pembayaran. Pada umumnya lembaga yang terkait seperti : bank, pasar modal, jasa jaringan komunikasi, pembukaan kartu kredit.

#### 3. *Instrument* Pembayaran

*Instrument* dalam sistem pembayaran mengartikan bahwa adanya alat media yang digunakan dalam sistem pembayaran. *Instrument* yang dimaksud merupakan sistem pembayaran tunai dan *non* tunai, maka dapat dikatakan juga

bahwa *instrument* tunai merupakan uang kertas dan uang logam yang selama ini kita kenal, sementara dari sistem pembayaran *non* tunai merupakan alat sistem pembayaran yang dimana bisa dikatakan sebagai *paperbased instrument*. Namun dengan seiring berjalan waktu teknologi kedepannya semakin berkembang maka sekarang banyak yang menggunakan *electronic money* (*e-money*).

#### 4. Mekanisme Operasional

Sistem pembayaran sendiri memerlukan suatu sistem mekanisme yang baik guna dalam bentuk operasional dapat melakukan perpindahan dana dari rekening ke rekening lainnya. Dalam mekanisme ini sistem pembayaran itu sendiri harus bisa menjamin kelancaran dalam melakukan kegiatan operasional tersebut, sehingga pengguna dapat melakukannya dengan nyaman.

### **2.2.4 E-Payment**

#### **2.2.4.1 Pengertian E-Payment**

*E-payment* merupakan model pembayaran yang memudahkan dan memberikan rasa kenyamanan kepada pengguna yang akan melakukan seluruh jenis pembayaran. Namun pengguna hanya memerlukan internet atau jaringan agar transaksi tersebut bisa berjalan dengan lancar sehingga tidak memerlukan adanya sebuah pertemuan.

Menurut Pram 2016 *E-payment* merupakan metode pembayaran yang memiliki fasilitas internet sebagai sarana perantara. Sehingga sistem *E-payment* sangat memudahkan dan membantu masyarakat dalam melakukan pembayaran pada semua jenis transaksi kapan pun dan dimana pun.

Menurut Nielsen 2016 bahwa *E-payment* itu sendiri merupakan kegiatan transaksi yang dilakukan pada seluler, sehingga transaksi yang dilakukan oleh semua kalangan dapat dilakukan pada satu jenis perangkat saja. 38% banyak orang yang telah menggunakan layanan aplikasi seluler, dan 47% banyak orang yang menggunakan transaksi pada perangkat seluler.

#### **2.2.4.2 Karakteristik *E-payment***

Menurut Serly 2014 pembayaran elektronik (*E-payment*) memiliki macam-macam karakteristik yaitu :

1. *Applicability* : Penerimaan dari *user* ketika membeli barang dan jasa
2. *Easy to use* : Sistem dapat dipergunakan dengan mudah pada semua kalangan.
3. *Security* : Keamanan nilai uang sendiri sangat terjamin sehingga otoritas terhadap nilai uang hanya bisa dilakukan oleh *user* sendiri dan tidak bisa diganggu dengan pemakaian dari pihak orang lain.
4. *Reliability* : Sistem akan berjalan dengan baik dan handal. Sehingga ketika sistem sedang berjalan tidak akan mengalami adanya kerusakan atau kendala dalam menjalankan sistem tersebut.
5. *Trust* : Tingkat kepercayaan terhadap keamanan yang sangat tinggi. Sehingga pemberian informasi kepada personal dapat memberikan rasa kepercayaan kepada pengguna.

#### **2.2.4.3 Faktor-faktor *E-payment***

Dalam mengenali faktor-faktor *E payment*, menurut kutipan Firmansyah 2013 dibagi menjadi beberapa faktor :

1. *Independence*, pada aplikasi pengguna akan terinstalasi *software* dan *hardware* pada saat melakukan pembayaran.
2. *Interoperabilitas* dan *portabilitas*, seluruh bentuk *e-commerce* dijalankan dengan menggunakan sistem khusus yang menghubungkan pada aplikasi sistem dan aplikasi perusahaan.
3. Keamanan, ketika terjadinya resiko pembayar akan lebih tinggi ketimbang resiko yang akan dialami oleh penjual, maka pihak pembayar tidak akan menerima metode ini.
4. *Anonimitas*, pembayaran secara elektronik akan memberikan layanan fitur untuk melakukan penelusuran identitas pembeli dan pola pembelian yang dilakukan.



5. *Divisibilitas*, pada umumnya bahwa kartu kredit hanya bisa menggunakan batas minimum dan maksimum. Pembayaran dengan metode kartu kredit ini tidak dapat dilakukan apabila biaya pembelian terlalu kecil.

#### **2.2.4.4 Jenis – jenis Transaksi *E-payment***

Dalam sistem pembayaran *e-payment* dapat dibagi beberapa macam sebagai berikut menurut Ekarini 2020 yaitu:

1. *Payment Card*

*Payment card* merupakan sebuah kartu yang dapat digunakan dalam bertransaksi berupa *e-payment*. Contoh dalam keseharian kita ialah adanya transaksi belanja dalam menggunakan kartu atm dan mesin *EDC*. Keunggulan dalam penggunaan *Payment Card* pengguna tidak perlu lagi membawa uang tunai dan mendapatkan banyak promo atau diskon dalam penggunaannya.

2. *E-wallet*

*E-wallet* sendiri merupakan salah satu jenis dompet elektronik dan salah satu alternatif pembayaran elektronik atau *non* tunai. Keutamaan dan manfaat dari dompet elektronik ini pengguna dapat bertransaksi dengan *virtual* yang hanya saja pengguna dapat men *top-up* saldo pada uang dompet elektronik tersebut. Sehingga pada perangkat yang digunakan aplikasi tersebut disebut sebagai dompet elektronik yang bisa bertransaksi dengan *virtual*.

3. *Smart Card*

*Smart card* merupakan salah satu jenis bentuk *e-payment card* yang lain. Keunggulan dari *smart card* sendiri penerima uang akan mengetahui informasi data dari pembeli.

4. *E-cash*

*E-cash* merupakan bentuk uang elektronik yang dapat digunakan dalam transaksi jual beli online dan dapat mengirimkan uang yang bertujuan menyesuaikan dalam penggunaannya. Keunggulan dalam menggunakan *E-cash* sendiri nomor rekening yang terdaftar pada akun itu sendiri merupakan nomor *handphone* yang dimiliki oleh pengguna.

5. *E-check*

Inovasi ini merupakan bentuk produk perbankan yakni *E-check*. Produk ini dibuat dalam bentuk elektronik atau digital sehingga bisa digunakan dalam pembayaran dan bisa digunakan pencairan tunai yang hanya bisa dicairkan melalui bank. Keunggulan yang dimiliki dari *E-check* sendiri memiliki fasilitas *paperless* atau bisa dikatakan tidak menggunakan kertas, hanya cukup genggam sudah bisa melakukan transaksi pembayaran yang lebih efisien dan efektif.

#### **2.2.4.5 Sistem pembayaran *E-payment* menurut kebijakan pemerintah**

Dalam kutipan yang diambil Redaksi (2019) bahwa pemerintah telah melakukan uji coba pembayaran dengan kartu kredit dengan landasan bahwa pengguna kartu kredit dalam rezim pembayaran pemerintah. Dalam pasal 17 ayat (3) perdirjen perbendaharaan nomor 17/PB/2017 bahwa kartu kredit dapat digunakan dalam pembayaran pemerintah yang meliputi pembelian keperluan kantor, pengadaan belanja makanan, belanja bahan makanan, penginapan, sewa kendaraan dalam kota.

Dalam proses administrasi juga bukti-bukti transaksi dapat dilakukan oleh pemegang kartu kredit sendiri, sehingga dokumen tagihan atau daftar sementara yang diterbitkan oleh bank yang akan diberikan oleh pengguna yang telah diatur oleh undang-undang perbankan. Mengenai tagihan yang diterbitkan oleh pihak bank yang telah membuat komitmen (PPK). Hal ini para pejabat pembuat komitmen telah melakukan verifikasi terhadap validitas dokumen yang menjadi transaksi *non* tunai.

Penerapan *E-payment* dalam pembayaran pemerintah akan menjadi jawaban atas segala bentuk upaya dalam menciptakan keuangan negara yang efektif dan benar. Sehingga akan terwujudnya prinsip yang diwujudkan dalam pengelolaan keuangan negara.

#### **2.2.4.6 Sistem pembayaran *E-payment* menurut Hukum**

Menurut Asmadi 2018 bahwa adanya suatu perkembangan teknologi informasi, multimedia membawa perkembangan kemajuan dari sisi kehidupan manusia. Sehingga selain memberikan aspek yang positif dalam kehidupan manusia

adanya aspek negatif yang akan berdampak ketika mengetahui adanya kesalahan dalam pengguna dan pelanggaran ketika menggunakan transaksi *E-payment*. Di negara kita sendiri terdapat undang undang Nomor 11 tahun 2008 mengenai informasi dan transaksi elektronik telah terdaftar dan memiliki hukum yang resmi. Namun adanya peraturan hukum elektronik *E-payment* akan tunduk pada , peraturan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009 mengenai tata cara teknologi *e-money*. Pengguna akan melakukan transaksi *E-Payment*, maka adanya UU tersebut akan menegaskan dan memberikan kenyamanan dalam pengguna sistem pembayaran *E-payment*.

Dalam otoritas jasa keuangan (OJK) maka otoritas jasa keuangan sebagai lembaga keuangan negara yang memegang hak otoritas izin usaha maka OJK sendiri akan dapat memberikan hak otoritas berdasarkan rekomendasi dari Bank Indonesia. Sehingga ketika suatu badan usaha tidak memiliki izin dari Bank Indonesia maka akan diberikan sanksi pasal 36 PBI 18/2016, dan sanksi berkelanjutan dari OJK sendiri.

## **2.2.5 Penjualan**

### **2.2.5.1 Pengertian Penjualan**

Penjualan merupakan ilmu dan seni yang dapat mempengaruhi orang pribadi yang nantinya akan dilakukan pada saat penjualan, sehingga orang akan mengikuti dirinya untuk membeli barang yang diinginkan oleh pembeli.

Menurut Mulyadi (2016:160) proses penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual barang dan jasa. Keinginan dalam memperoleh sebuah keuntungan dari setiap transaksi yang dilakukan penjual. Artinya penjualan juga bisa dikatakan bahwa pengalihan atau memindahkan adanya hak kepemilikan atas barang dan jasa dari pihak penjual dan pembeli.

Dalam penjualan dapat dibagi menjadi dua yaitu penjualan tunai dan penjualan kredit. Penjualan tunai merupakan penjualan yang menghasilkan kelangsungan terealisasi dalam pembentukan suatu kas perusahaan dalam mempertahankan volume penjualan.

Dalam penjualan kredit juga bisa dikatakan penjualan yang memberikan hasil tagihan untuk konsumen sebesar harga penjualan setelah dilakukan *trade discount*.

Atau bisa dikatakan bahwa penjualan kredit merupakan kegiatan pembelian barang kepada pembeli dengan metode pembayaran dikemudian hari dengan kesepakatan yang telah dibuat.

#### **2.2.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan**

Dalam sebuah penjualan ada kalanya penjual harus melihat hal yang dapat mempengaruhi adanya penjualan, menurut Kotler (2016:3), ada beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan, antara lain:

##### 1. Harga jual

Harga jual merupakan suatu penilaian dalam barang dan jasa sehingga harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang diberikan kepada pembeli.

##### 2. Produk

Produk sendiri bermaksud adanya barang dan jasa yang ditawarkan kepada pembeli, sehingga produk itu sendiri merupakan alat bantu dalam proses penjualan

##### 3. Promosi yang dirancang

Promosi yang dimaksud adanya sebuah kegiatan penawaran produk kepada pembeli namun telah dirancang pada awalnya sehingga kegiatan penjualan tersebut dapat berjalan dengan sesuai rancangan yang telah dibuat.

##### 4. Saluran distribusi

Pada awalnya saluran distribusi merupakan bantuan penyalur untuk membantu penjualan agar lebih cepat.

##### 5. Mutu

Dalam penjualan mutu sendiri mengartikan adanya sebuah kualitas yang nanti akan diberikan oleh penjual kepada pembeli, sehingga pembeli akan memberikan penilaian produk yang diberikan oleh penjual.

Sedangkan menurut Dharmesta (2014:129) dalam praktek, suatu kegiatan penjualan mempengaruhi beberapa faktor yaitu :

##### 1. Kondisi dan kemampuan penjual

Pada saat melakukan transaksi jual-beli secara komersial atas barang dan jasa mempunyai prinsip yang melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua, dimana penjual harus bisa

meyakinkan pembeli agar bisa mencapai tujuan dari sasaran penjualan yang sudah ditetapkan.

Ada yang harus dipahami oleh penjual untuk beberapa masalah yang akan dihadapi dalam penjualan, yaitu :

1) Jenis barang yang dijual

Dimana penjual harus mempunyai kualitas produk yang baik dan diminati oleh pembeli.

2) Harga produk

Memiliki harga yang terjangkau sesuai kualitas produk agar pembeli dapat tertarik membeli produk tersebut.

3) Syarat penjualan, seperti pembayaran, dimana harus memudahkan pembeli dalam sistem pembayaran apapun yang digunakan.

2. Kondisi pasar

Dimana pasar menjadi pusat sasaran dalam penjualan, disini pun dapat berpengaruh terhadap kegiatan penjualan. Ada beberapa faktor keadaan pasar yang harus diperhatikan yaitu :

1) Jenis pasar

Ada beberapa jenis pasar contoh pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah atau pasar internasional.

2) Kelompok pembeli

Dimana setiap pembeli mempunyai kelompoknya masing-masing atau segmen pasarnya.

3) Daya beli

Kemampuan yang dimiliki dalam setiap pembeli dalam membayar suatu produk.

4) Frekuensi pembelinya

Rata-rata dari setiap pembeli yang membeli produk dari satu penjual dalam periode tertentu.

5) Keinginan dan kebutuhan

Dimana pembeli yang mempunyai keinginan dan kebutuhan dalam membeli sebuah produk.

3. Modal

Produk tidak akan bisa sampai ke tangan pembeli jika produk tersebut belum terkenal atau lokasi pembeli jauh dari penjual, oleh sebab itu adanya sarana seperti alat transportasi, usaha promosi yang harus dilakukan oleh penjual agar barang tersebut laku terjual. Tetapi hal itu tidak semudah jika penjual tidak memiliki modal yang cukup. Semua bisa dilakukan jika penjual mempunyai modal yang diperlukan untuk itu.

#### 4. Kondisi organisasi perusahaan

Didalam perusahaan besar sudah jelas bahwa penjualan sudah diatur dengan orang yang mempunyai ahli dalam bidangnya lain hal jika perusahaan kecil yang mempunyai tugas lebih dari satu atau bahkan semuanya yang mengatur dalam fungsi-fungsi lain. Ini disebabkan karena jumlah karyawan yang sedikit, sistem yang sederhana, dan adapun masalah yang dihadapi tidak sekompleks perusahaan besar, masalah penjual ini pun ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak berikan kepada orang lain.

#### 5. Faktor lain

Seperti periklanan, pemberian hadiah, peragaan, kampanye, selalu mempengaruhi penjualan. Namun jika ingin melaksanakan tersebut tentu membutuhkan dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan besar tentu dapat memenuhinya bagaimana jika perusahaan kecil pasti mempunyai modal yang kecil dan tentu jarang melakukan kegiatan tersebut.

### **2.2.5.3 Jenis – jenis penjualan**

Dalam penjualan juga terdapat jenis-jenis kegiatan penjualan yang berbeda, sehingga menurut Dharmesta (2014:8) mengatakan bahwa ada golongan penjualan menurut jenis hubungan pembeli yang terlibat dalam penjualan.

#### 1. *Trade selling*

Trade selling sendiri merupakan suatu hal yang terjadi apabila produsen dan pengecer memperbaiki distributor produk mereka. Hal ini berdampak kepada penyalur kegiatan promosi, peragaan, persediaan pada produk baru.

#### 2. *Missionary selling*

Penjualan akan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli agar bisa memiliki barang dari penyalur perusahaan.

### 3. *Technical selling*

Kegiatan yang berusaha dimana penjualan dapat memberikan saran dan arahan kepada pembeli akhir dalam pembelian barang dan jasa. Sehingga penjualan juga harus bisa memberikan solusi masalah dari peminatan dan keinginan para pembeli.

### 4. *New bussines selling*

Kegiatan yang berusaha membuat awal kegiatan transaksi yang dapat merubah calon pembeli menjadi pembeli. Dalam jenis kegiatan penjualan ini sering kalinya dipergunakan dalam penjualan asuransi.

### 5. *Responsive selling*

Setiap kegiatan penjualan memiliki tenaga penjual, sehingga hal yang diharapkan dari *responsive selling* ini bisa memberikan reaksi permintaan pembeli.

## **2.2.6 UMKM**

Menurut Rudjito (2003) UMKM merupakan usaha yang akan membantu dalam perekonomian Indonesia. Karena hadirnya UMKM akan membentuk sebuah lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pembayaran pajak melewati badan usaha. Sehingga hadirnya UMKM bukan hanya sebagai pengurangan pengangguran negara namun memberikan hasil pajak negara dari segi bidang badan usaha. Dalam undang undang pasal 6 nilai kekayaan atau aset yang dimiliki seperti tanah dan bangunan tempat usaha memiliki macam kriteria sebagai berikut :

1. Usaha mikro memiliki aset yang paling banyak Rp 50 juta hal itu belum termasuk tanah dan bangunan yang digunakan sebagai tempat usaha dan memiliki penghasil sebesar Rp 300 juta.
2. Usaha kecil yang memiliki aset lebih dari Rp 50 juta dengan penghasil paling banyak sebesar Rp 500 juta hal itu masih sama belum termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan memiliki penghasilan Rp 300 juta selama 1 tahun hingga maksimum Rp 2.5 miliar
3. Usaha menengah sendiri memiliki ketentuan yang berbeda dari yang sebelumnya. Berbeda dari usaha menengah yang kini memiliki nilai kekayaan dari Rp 500 juta sampai terbesar Rp 10 miliar, dan memiliki penghasilan

penjualan pada setiap tahunnya Rp 2.5 miliar sampai yang terbesar Rp 50 miliar.

#### **2.2.6.1 Karakteristik UMKM**

Menurut Tulus 2009 usaha kecil yang ada di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan, karena target pasar yang luas, bahan baku mudah didapat, dan jumlah sumber daya manusia yang banyak menjadi variabel pendukung pengembangan usaha kecil tersebut. Namun yang perlu diingat adalah adanya manajemen perusahaan yang baik dan sistem manajemen yang efisien dan efektif akan membuat manajemen perusahaan menjadi langkah maju yang sukses.

#### **2.2.6.2 Kekuatan dan Kelemahan UMKM**

Dalam usaha yang dijalankan oleh pedagang UMKM terlihat memiliki kekuatan dan kelemahan yang diperoleh pada setiap jenis usahanya. Menurut AI Firmansyah 2018 kekuatan dan kelemahan tersebut dijelaskan sebagai berikut :

Pada umumnya UMKM sebagian kekuatan potensial yang ialah selaku andalan yang jadi basis dalam pengembangan pada waktu yang hendak tiba:

1. Tersedianya lapangan kerja pada industri kecil sehingga terdapatnya penyerapan tenaga kerja sampai 50% yang tersedia.
2. Ada sumber wirausaha yang baru dalam usaha kecil serta menengah sehingga ada fakta terdapatnya pertumbuhan wirausaha baru.
3. Ada segmen pasar unik, dan memiliki manajemen yang simpel serta apabila terjalin pergantian pada pasar yang fleksibel.
4. Ada khasiat sumber energi pada dekat, sehingga limbah yang dihasilkan bisa dimanfaatkan dari industri besar serta industri yang lain.
5. Memiliki kemampuan yang bisa tumbuh. Dalam upaya pembinaan dimana dilaksanakan buat menciptakan suatu cermin kalau industri kecil hendak sanggup dikembangkan lebih lanjut serta sanggup meningkatkan pada zona lain.

Pada kelemahan yang dimiliki UMKM, terdiri dari 2 faktor :



## 1. Faktor internal

Faktor internal yang dimaksud, sebuah masalah klasik dari UMKM yang diantaranya :

- 1) Adanya sebuah keterbatasan kemampuan yang dimiliki sumber daya manusia, sehingga banyak sebenarnya banyak usaha yang membutuhkan tenaga kerja namun sumber daya manusia yang sangat terbatas.
- 2) Kendala dalam memasarkan sebuah produk dari industri kecil dapat memprioritas pada aspek produksi. Sehingga fungsi pemasaran sendiri kurang mampu untuk dapat mengaksesnya, sehingga besarnya hanya untuk berfungsi sebagai tukang saja.
- 3) Banyaknya konsumen dalam mengembangkan produk dalam industri kecil sehingga terjadinya kecenderungan dan kurang percaya dalam mengembangkannya.
- 4) Kendala yang terakhir berasal dari modal dalam usaha kecil, artinya dalam usaha kecil dapat memanfaatkan modal sendiri yang relatif mudah dan dapat dikembangkan dengan sendirinya.

## 2. Faktor eksternal

Faktor eksternal sendiri biasanya terdapat dari pengembang dan Pembina UMKM. Sehingga Pembina dan pengembang sering kali memberikan binaan yang masih kurang tepat dan pengawasan dalam mengembangkan usaha yang masih kurang sehingga akan terjadi ketidakseimbangan dalam mengembangkan usaha UMKM.

Dalam munculan adanya faktor dari UMKM terdapat kesenjangan yang menghambat adanya pengembangan UMKM yaitu dari sisi perbankan, BUMN dan lembaga pendampinya dalam kesiapan dalam penerimaan kredit, karena terdapat ketentuan yang harus dipenuhi UMKM tersebut yang nantinya akan menerima pemberian kredit tersebut.

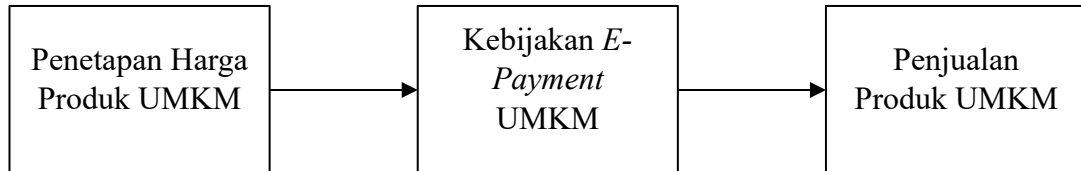
### **2.2.7 Kerangka Konseptual Penelitian**

Kerangka penelitian terdahulu merupakan suatu gambaran yang memberikan bagaimana penelitian ini dilakukan. Fungsi kerangka pemikiran sendiri digunakan

untuk mempermudah pembaca untuk dapat melihat arah penelitian ini. Berikut ini merupakan kerangka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

**Gambar 2.1**

**Konseptual Penelitian**



**Sumber : Data diolah oleh penulis**

Menurut Notoatmodjo (2015) kerangka konseptual merupakan tujuan utama yang dibentuk oleh beberapa kelompok dari beberapa pemikiran yang tertentu. Sehingga dalam pembentukan kerangka konsep yang dihitung dan diamati yang dikenal sebagai variabel. Dengan demikian bahwa kerangka konseptual merupakan gagasan pemikiran utama yang tersusun dalam logika untuk menjelaskan variabel. Dalam penjelasan konsep yang tersusun dari logika terdapat elemen dari pengukuran dan pengamatan yang secara kongkrit.