

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Implementasi

Menurut Lister yang dikemukakan dalam (Taufik dan Isril, 2013:136), “sebagai sebuah hasil, maka implementasi menyangkut tindakan seberapa jauh arah yang telah diprogramkan itu benar-benar memuaskan”.

Menurut Widodo yang dikemukakan dalam (Syahida, 2014:10), “implementasi berarti menyediakan sarana untuk melaksanakan suatu kebijakan dan dapat menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu”.

Implementasi berasal dari kata “*to implement*” yang berarti mengimplementasikan. Arti implementasi ialah kegiatan yang dilakukan melalui perencanaan dan mengacu pada aturan tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan tersebut. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), implementasi juga berarti penerapan atau pelaksanaan.

Implementasi adalah tindakan untuk menjalankan rencana yang telah dibuat. Implementasi hanya dapat dilakukan jika terdapat sebuah rencana. Hasil implementasi akan maksimal jika penerapan dilakukan sesuai rencana sebelumnya. Akhirnya implementasi bermuara pada system atau mekanisme.

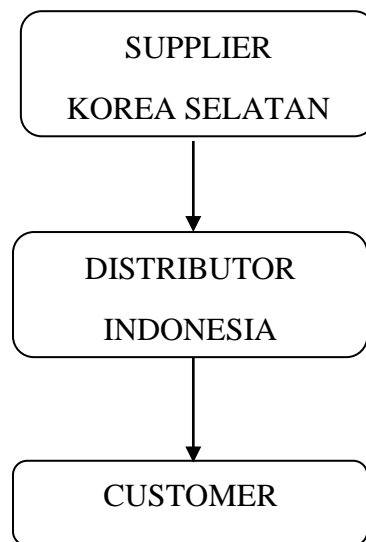
2.1.2 Tujuan Implementasi

Menurut pengarang Mohamad Nurkamal Fauzan dan Lalita Chandiany Adiputri dalam buku **Tutorial Membuat Prototipe Prediksi Ketinggian Air (Pka) Untuk Pendeteksi Banjir Peringatan Dini Berbasis Iot Volume 1. 2020** menyebutkan beberapa tujuan implementasi, antara lain:

1. Tujuan utama implementasi adalah untuk melaksanakan rencana yang telah disusun dengan cermat, baik oleh individu maupun kelompok.

2. Untuk menguji serta mendokumentasikan suatu prosedur dalam penerapan rencana atau kebijakan.
3. Untuk mewujudkan tujuan-tujuan yang hendak dicapai di dalam perencanaan atau kebijakan yang telah dirancang.
4. Untuk mengetahui kemampuan masyarakat dalam menerapkan suatu kebijakan atau rencana sesuai dengan yang diharapkan.
5. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu kebijakan atau rencana yang telah dirancang demi perbaikan atau peningkatan mutu.

2.1.3 Implementasi Penjualan Barang Impor



Gambar 1 Blok Diagram Implementasi Penjualan

Definisi Supplier, Distributor dan Customer

- a. *Supplier* adalah pihak/orang yang menyediakan bahan baku untuk diolah menjadi produk jadi atau setengah jadi.
- b. Distributor diambil dari Bahasa Inggris untuk kata *distribute* yang berarti menyalurkan. Sehingga dalam istilah ekonomi, distributor adalah orang atau kelompok yang menyalurkan sebuah produk ke customer akhir. Proses distributor dapat dipahami dengan membeli produk kepada supplier, kemudian menjualnya lagi dengan pengecer atau ke customer langsung. Biasanya membeli produk dengan jumlah yang sangat besar dari supplier. Distributor adalah penghubung pertama antara supplier dan customer. Untuk memperoleh

keuntungan, maka distributor mengambilnya dari harga penjualan kepada customer dan potongan harga dari supplier.

- c. Customer atau pelanggan secara umum adalah organisasi atau orang yang membeli suatu produk barang atau jasa dari suatu distributor maupun bisnis tertentu. Beberapa ahli ada yang mengatakan bahwa arti customer adalah pelanggan berupa individu, perusahaan atau rumah tangga yang berbelanja suatu produk barang, jasa atau ide dari suatu penjual atau pemasok. Arti customer dalam hal ini tidak melulu tentang konsumen, karena bisa juga diartikan sebagai seorang pelanggan yang berbelanja suatu produk untuk dijual atau diberikan ke orang lain, bukan untuk dikonsumsi atau digunakan sendiri.

2.1.4 Perbedaan Implementasi E-commerce, Marketplace, dan Online shop

Faktor	Ecommerce (Toko Online)	Marketplace	Online Shop (Olshop)
Platform	Website	Shopee, Tokopedia, Lazada	Instagram, Facebook, Twitter
Biaya	Mengeluarkan uang di awal. Tapi ini merupakan investasi jangka panjang.	Gratis (kecuali untuk menikmati fitur-fitur premium yang disediakan marketplace)	Gratis (kecuali untuk menggunakan fitur berbayar sosial media, seperti Facebook Ads atau Instagram Ads)
Tingkat Kesulitan Pembuatan	Pembuatan mudah dan cepat jika sudah terbiasa mengoperasikan <i>website</i> .	Bisa mendaftar dan langsung menggunakannya untuk berjualan.	Perlu mengubah atau membuat akun bisnis di media sosial terlebih dahulu.
Jenis Barang	Cocok untuk barang bermerek, artisan, butik,	Barang umum seperti perkakas dan aksesoris yang bisa dibeli dalam	Barang apa saja, tapi dalam skala lebih kecil yang ditujukan untuk konsumsi

	dan barang lain yang perlu brand <i>awareness</i> tinggi.	jumlah besar sekaligus	pribadi.
Promosi	Upaya promosi lebih fleksibel dan bisa atur sendiri.	Promosi lebih dikendalikan oleh marketplace.	Sedikit usaha dan uang dengan memanfaatkan Facebook Ads atau Instagram Ads.
Persaingan	Persaingan dengan sesama website untuk mendapatkan ranking pertama di hasil pencarian.	Persaingan dalam satu marketplace sangat ketat.	Persaingan di satu media sosial sangat ketat.
Jumlah Penjualan	Sedikit sudah bisa untung.	Harus jualan banyak agar bisa memuaskan.	Harus jualan banyak agar bisa memuaskan.
Kepercayaan	Jika menerapkan strategi yang benar, kepercayaan pembeli bisa dibangun dengan cepat.	Pembeli lebih percaya kepada marketplace, bukan pada bisnis yang menjual produk.	Butuh waktu lama. Kecuali, sudah punya reputasi dahulu di akun pribadi.

Tabel 1. Perbedaan Implementasi

Sumber: *Google Jevt Online*

2.2 Pengertian Penjualan

Pengertian Penjualan Menurut Moekijat dalam **Widharta dan Sugiharto (2013:2)**, *Selling* adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Menurut Basu Swastha dalam **Irwan Sahaja (2014, 246)** penjualan adalah suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa, penjualan adalah kegiatan mengajak orang lain agar bersedia membeli atau menerima barang maupun jasa yang ditawarkan oleh penjual dengan menetapkan kesepakatan harga antara kedua belah pihak sebelum terjadi pertukaran antara barang yang dijual dengan uang sebagai alat penukarnya, dengan tujuan untuk saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

2.2.1 Bentuk-bentuk Penjualan

Bentuk-bentuk Penjualan Adalah Berikut

1. Penjualan Tunai

Arti Penjualan ini bersifat *cash and carry*, di mana penjualan umumnya terjadi kontan serta pembayaran dari pembeli selama sebulan dianggap kontan.

Penjualan ini terjadi setelah ada kesepakatan harga antara penjual dan pembeli.

2. Penjualan Kredit

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

3. Penjualan Tender

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

4. Penjualan Grosir

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

5. Penjualan Ekspor

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

6. Penjualan konsinyasi

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

2.3 Pengertian Impor

Pengertian Impor Menurut Andi Susilo (2013:135) Impor adalah kegiatan memasukan barang dari suatu Negara kedalam wilayah pabean. Hal ini berarti melibatkan 2 negara dalam hal ini biasa diwakili oleh kepentingan 2 perusahaan antar dua Negara tersebut yang berbeda dan pastinya juga peraturan serta perundang_undangan yang berbeda pula. Negara yang satu bertindak sebagai eksportir (supplier) dan yang lainnya bertindak sebagai Negara penerima atau importir. Menurut I Komang Oko Berata (2013:7) impor adalah kegiatan memasukan barang dari luar daerah Indonesia atau dikenal juga dengan sebutan daerah pabean kedalam daerah Indonesia atau daerah pabean. Menurut Ali Purwitodan Indriani (2015:10) Impor merupakan kegiatan memasukan barang kedalam daerah pabean baik yang dilakukan oleh orang pribadi maupun badan hukum yang dibawa oleh sarana pengangkut telah melintasi batas Negara dan kepadanya diwajibkan memenuhi kewajiban pabean seperti, pembayaran bea masuk dan pajak dalam rangka impor. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2006 tentang kepabeanan, impor adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean.

2.3.1 Dokumen-dokumen Yang Terkait Dalam Impor

Menurut I Komang Oko Berata (2014:18) Dokumen-dokumen impor yang dibutuhkan dalam proses impor adalah sebagai berikut:

a. *Invoice Comercial Invoice* atau Invoice merupakan dokumen impor yang sangat penting. Hal ini karena dalam invoice tersebut tercantum harga barang sebagai dasar perhitungan bea masuk dan pajak yang harus dibayar ke kas Negara. Oleh sebab itu, harga yang tercantum dalam *Purchase Order* harus sama dengan harga tercantum pada invoice, sederhananya invoice merupakan tanda bukti transaksi atau surat tagihan yang tertibkan oleh penjual kepada pembeli untuk membayar harga barang yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Dalam invoice mencakup beberapa hal diantara lainnya:

1. Tulisan invoice beserta nomornya.
2. Tanggal dibuatnya invoice.
3. Data lengkap nama eksportir dan alamatnya
4. Data lengkap nama importir dan alamatnya.
5. Nomor purchase order (PO).

6. Nama barang.
 7. Jumlah barang.
 8. Harga per unit.
 9. Jumlah dari harga per unit dikali jumlah barang yang dipesan.
- b. Packing List, Packing List merupakan dokumen packing/kemasan yang menunjukkan jumlah jenis, serta berat barang ekspor packing list merupakan dokumen impor yang sama pentingnya dengan invoice. Dalam packing list mencakup beberapa hal diantara lainnya:
1. Tulisan packing list beserta nomor packing list.
 2. Tanggal dibuatnya packing list.
 3. Data lengkap nama eksportir dan alamatnya.
 4. Data lengkap nama importir dan alamatnya.
 5. Nomor purchase order (PO).
 6. Nama lengkap barang.
 7. Jumlah barang.
 8. Berat kotor dan berat bersih.

2.4 Pengertian Bisnis Online

Pengertian bisnis online secara umum adalah suatu aktivitas jual beli mulai dari promosi hingga transaksi yang dilakukan secara online. Biasanya melalui website, media sosial, atau yang lainnya.

Sedangkan, pengertian bisnis online menurut KBBI adalah usaha komersial entah itu barang atau jasa. Yang mana menggunakan internet sebagai wadahnya.

2.4.1 Tujuan Bisnis Online

1. Mendapat penghasilan.
2. Mendapat banyak pengunjung, sehingga pendapatan meningkat.
3. Berkomunikasi.
4. Membangun komunitas.
5. Mendapatkan iklan.

2.4.2 Masalah yang di hadapi Bisnis online

Berikut adalah masalah yang harus dihadapi dalam bisnis online:

1. Kesalahan teknis

Pengiriman yang tidak sesuai dengan jadwalnya, sampai transaksi yang sulit akan mempengaruhi proses jualan online atau bahkan memberhentikan. Secara tidak langsung calon pembeli pasti akan kehilangan kepercayaannya ketika permasalahan ini tak terselesaikan dengan baik.

2. Banyak orderan transaksi keteteran

Biasanya ketika usaha sudah mencapai scale up maka tidak menutup kemungkinan orderan yang masuk jumlahnya banyak. Dikarenakan bisnis ini termasuk kategori toko online maka secara otomatis pembayarannya via transfer. Maka akan cukup sulit melihat dan mengecek apakah jumlahnya sudah sesuai harga atau belum.

3. Persaingan sangat ketat

Pasalnya meskipun banyak omzet yang masuk namun jangan lupakan kendala persaingan ketat yang berusaha memenangkan kompetisi.

4. Kepercayaan diri kurang

Meskipun UKM yang dimiliki belum mencapai skala besar namun tetap konsisten dengan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Karena itu menjadi kunci utama untuk mempertahankan pembeli.

5. Koneksi internet lamban

Koneksi internet menjadi komponen yang cukup penting saat memilih bisnis yang dijalankan secara online. Tanpa pendukung ini usaha tidak akan berjalan dengan lancar dan maksimal sebagai prioritas dalam menjalankan bisnis.

6. Rawan penipuan

Dunia maya memang keras, karena banyak orang tidak bertanggungjawab yang memanfaatkan keadaan untuk melakukan penipuan. Saat berjualan online harus waspada terkait ini, karena bisa saja oknum-oknum itu memanfaatkan citra baik brand.

7. Tidak terlalu memiliki pengetahuan yang luas

Pengetahuan tidak hanya berlaku bagi pegawai kantoran namun juga pembisnis. Ilmu ini berupa strategi marketing, branding, mengelola keuangan bahkan pengambilan keputusan yang paling bijak.