



**ANALISIS TREND OMZET PENJUALAN SEPATU DAN
SANDAL DI CV. PRIBADI TIGA KOTA MOJOKERTO
TAHUN 2015-2017**

SKRIPSI

Oleh:

FARIDA FLORENSIA

NIM 130210301043

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2018**



**ANALISIS TREND OMZET PENJUALAN SEPATU DAN
SANDAL DI CV. PRIBADI TIGA KOTA MOJOKERTO
TAHUN 2015-2017**

SKRIPSI

**Oleh:
FARIDA FLORENSIA
NIM 130210301043**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan S1 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2018**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah dan kebahagiaan, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Ayahanda Imam Hambali dan Ibunda Suhernanik yang selama ini telah mendidik dan membesarkan saya tiada henti, dan selalu mendoakan demi keberhasilan dan kesuksesan saya. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan membalas semua yang telah orang tua saya berikan selama ini.
2. Saudara saya Firdaus Florentino yang selalu memberikan dukungan serta semangat demi keberhasilan dan kesuksesan saya.
3. Keluarga Suwarno yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi serta semangat demi keberhasilan dan kesuksesan saya.
4. Almamater yang kebanggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember sebagai tempat dalam menuntut ilmu.
5. Bapak/Ibu Guru di tingkat TK, SD, SMP, MA, Bapak/Ibu Dosen di Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember, serta semua orang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman dengan penuh keikhlasan.

MOTTO

“Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak”

(Ernest Newman)

“Cara untuk menjadi di depan adalah memulai sekarang. Jika memulai sekarang, tahun depan Anda akan tahu banyak hal yang sekarang tidak diketahui, dan anda tak akan mengetahui masa depan jika Anda menunggu-nunggu”

(Nabi Muhammad SAW)

“Janganlah melihat ke masa depan dengan mata buta. Masa lampau sangat berguna sebagai kaca benggala daripada masa yang akan datang”

(Ir. Soekarno)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Farida Florensia

NIM : 130210301043

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: “**Analisis Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto Tahun 2015-2017**” adalah benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa tekanan dan paksaan serta bersedia mendapat sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 23 April 2018

Farida Florensia
NIM. 130210301043

PERSETUJUAN

**ANALISIS TREND OMZET PENJUALAN SEPATU DAN SANDAL
DI CV. PRIBADI TIGA KOTA MOJOKERTO TAHUN 2015-2017**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

Nama Mahasiswa : Farida Florensia
NIM : 130210301043
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2013
Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 05 Juli 1994

Disetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Djoko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
NIP. 19801205 200604 2 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**Analisis Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal
di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto Tahun 2015-2017**”

telah diuji dan dilaksanakan pada :

Hari, Tanggal : Senin, 23 April 2018

Tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas
Jember

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Drs. Djoko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
NIP. 19801205 200604 2 001

Anggota I

Anggota II

Drs. Sutrisno Djaja, M.M
NIP. 19540302 198601 1 001

Dr. Sukidin, M.Pd.
NIP. 19660323 199301 1 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D
NIP. 19680802 199303 1 004

RINGKASAN

Analisis Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto Tahun 2015-2017, Farida Florensia, 130210301043; 2018; 60 halaman; Jurusan Pendidikan IPS Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Omzet penjualan merupakan tolak ukur keberhasilan jumlah penjualan suatu industri dan merupakan total keseluruhan jumlah pendapatan yang diperoleh oleh suatu industri dari hasil penjualan dalam kurun waktu tertentu. Tujuan suatu industri didirikan adalah untuk meningkatkan omzet penjualan dan juga menghasilkan laba yang optimal. CV. Pribadi Tiga merupakan salah satu industri sepatu dan sandal berbahan kulit yang berlokasi di Jl. KH. Usman No. 22 Surodinawan Kota Mojokerto. Perusahaan ini memproduksi beragam sepatu, sepatu sandal, sandal, dan tas. Hasil produksi dari perusahaan tersebut lebih banyak dipasarkan di luar Kota Mojokerto. Selama tiga tahun terakhir perolehan omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga mengalami fluktuasi atau naik turun, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi perolehan omzet penjualan tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui trend omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga tahun 2015-2017 dan (2) untuk mengetahui prediksi omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga tahun 2019. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tempat penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *purposive area*. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode dokumen, wawancara, dan observasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis trend.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa trend omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto tahun 2015-2017 mengalami peningkatan. Pencapaian omzet penjualan selama tiga tahun terakhir, tertinggi pada tahun 2015 sebesar Rp 294.017.500 dan terendah pada tahun 2015 sebesar Rp 59.556.000. Ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian di CV. Pribadi Tiga dikarenakan

perusahaan memberikan pelayanan yang berbeda yaitu seperti para konsumen dapat melakukan pesanan sepatu, sandal maupun tas sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan cara menunjukkan gambar ataupun menunjukkan contoh asli dari sepatu, sandal maupun tas yang diinginkan oleh konsumen. Perusahaan juga memberikan pelayanan berupa garansi pada pembelian produknya, servis sepatu, sandal maupun tas dengan harga yang cukup terjangkau. Hal tersebut sangat bermanfaat untuk perkembangan perusahaan, terutama berkaitan dengan perolehan omzet penjualan tahun-tahun selanjutnya.

Prediksi jumlah omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga tahun 2019 dengan menggunakan analisis trend metode *Least Square* adalah pencapaian omzet penjualan dari bulan Januari sampai Desember menunjukkan angka yang fluktuatif dan untuk trend dari omzet penjualan menunjukkan angka peningkatan. Pada bulan Januari prediksi pencapaian omzet penjualan sebesar Rp 176.128.297 dan trend prediksi omzet penjualan sebesar 161.585.593,4, pada bulan Desember prediksi pencapaian omzet penjualan sebesar Rp 166.324.690 dan trend prediksi omzet penjualan sebesar 165.827.208,8.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah skripsi yang berjudul “Analisis Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto Tahun 2015-2017”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sumardi, M.Hum., selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dra. Sri Wahyuni, M.Si., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Titin Kartini, S.Pd, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi saya;
5. Drs. Sutrisno Djaja, M.M selaku Dosen Penguji I dan Dr. Sukidin, M.Pd selaku Dosen Penguji II, yang telah memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan penyusunan skripsi saya;
6. Semua Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
7. Pemilik CV. Pribadi Tiga, Ibu Anik Nurtiana beserta putrinya mbak Anis, mbak Faulien Karnalia selaku Administrasi CV. Pribadi Tiga dan karyawan-

karyawan CV. Pribadi Tiga yang turut membantu dalam pengumpulan data skripsi ini;

8. Sahabat seperjuangan saya Eri Novalinda, Shinta Nurafni Untari, Hana Maskhufatuz Zahro, dan Suci Fitria Ningsih, dan seluruh teman-teman Pendidikan Ekonomi Angkatan 2013 terima kasih atas kebersamaan kalian selama menuntut ilmu di Pendidikan Ekonomi Universitas Jember;
9. Keluarga Mako-Kost Bapak Joko Budi Santoso dan Ibu Emma Ratnawati yang senantiasa memberikan penguatan dan motivasinya, serta teman-teman kos Titis, Linda, Feni, Kiki, Monika, Luluk, Dwi Eka dan Kinkin terima kasih atas kenyamanan tempat tinggalnya di Jember;
10. Teman seperjuangan selama CPNS Ade Bayu Anugrah terima kasih telah memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini;
11. Pihak-pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan kalian semua. Demi kesempurnaan skripsi ini, penulis menerima segala kritik dan saran dari semua pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 23 April 2018

Penulis,

Farida Florensia

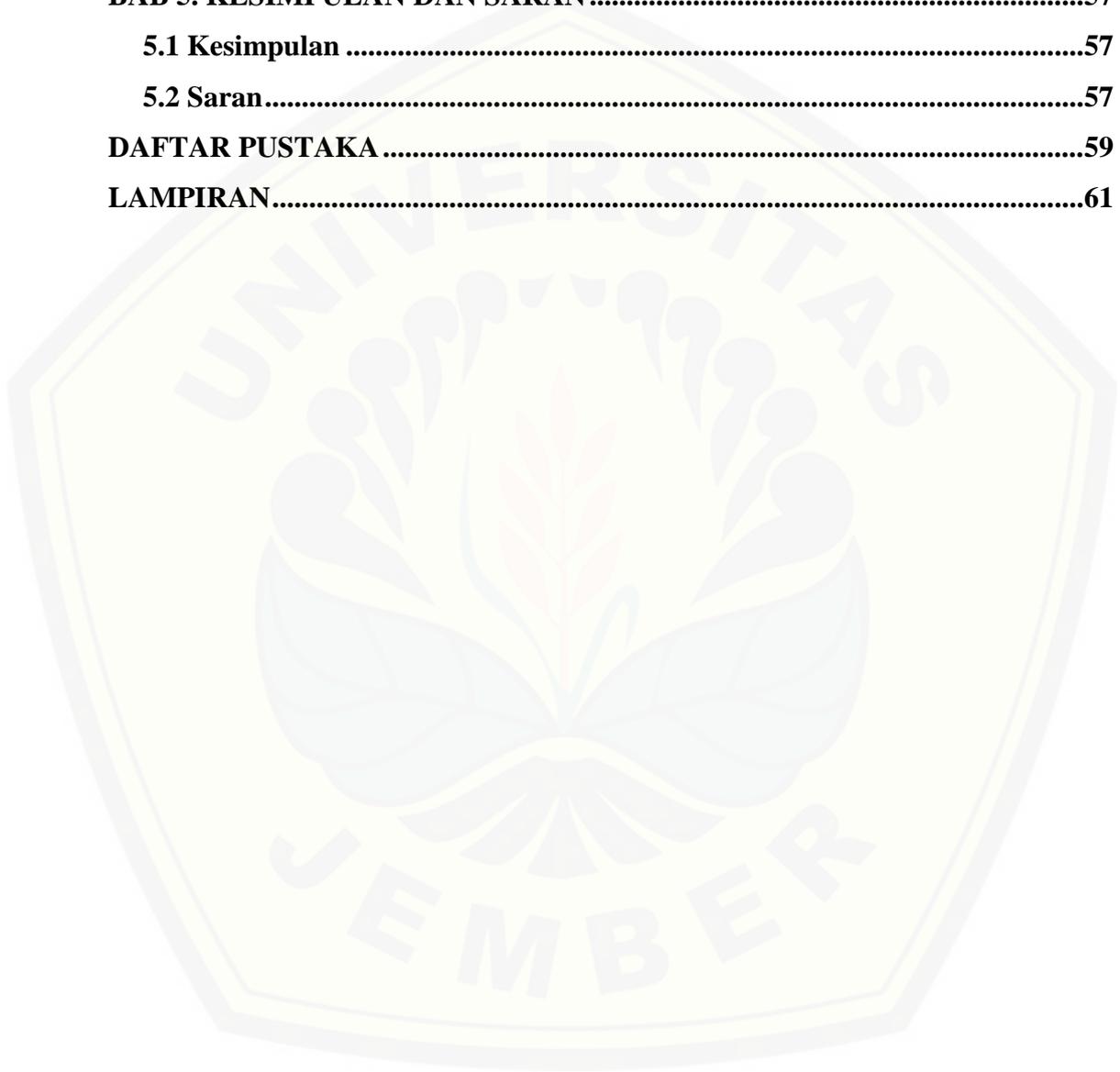
130210301043

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Karakteristik Badan Usaha	7
2.3 Teori Penjualan	12
2.3.1 Pengertian Penjualan	12
2.3.2 Tujuan Penjualan	13
2.3.3 Jenis-Jenis Penjualan	14
2.4 Konsep Pemasaran	15
2.5 Omzet Penjualan	16
2.5.1 Pengertian Omzet Penjualan.....	16

2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet Penjualan	17
2.6 Teori Deret Waktu (<i>Time Series</i>)	21
2.6.1 Faktor Terjadinya Fluktuasi <i>Time Series</i>	22
2.7 Analisis Trend.....	23
2.7.1 Trend Linear	23
2.8 Kerangka Berfikir	27
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Rancangan Penelitian.....	28
3.2 Metode Penentuan Lokasi	28
3.3 Definisi Operasional Konsep	28
3.3.1 Omzet Penjualan.....	28
3.3.2 Trend.....	29
3.4 Jenis dan Sumber Data	29
3.4.1 Jenis Data.....	29
3.4.2 Sumber Data	29
3.5 Metode Pengumpulan Data	29
3.5.1 Dokumen.....	30
3.5.2 Wawancara	30
3.5.3 Observasi	30
3.6 Metode Analisis Data	31
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian	33
4.1.1 Sejarah Singkat dan Profil CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto	33
4.1.2 Visi dan Misi	34
4.2 Hasil Penelitian	35
4.2.1 Jumlah Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2015.....	35
4.2.2 Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2015.....	36
4.2.3 Jumlah Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2016.....	39
4.2.4 Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2016.....	40
4.2.5 Jumlah Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2017.....	43
4.2.6 Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2017.....	44

4.2.7 Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal CV. Pribadi Tiga Tahun 2015-2017.....	47
4.2.8 Prediksi Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2021	50
4.3 Pembahasan	52
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

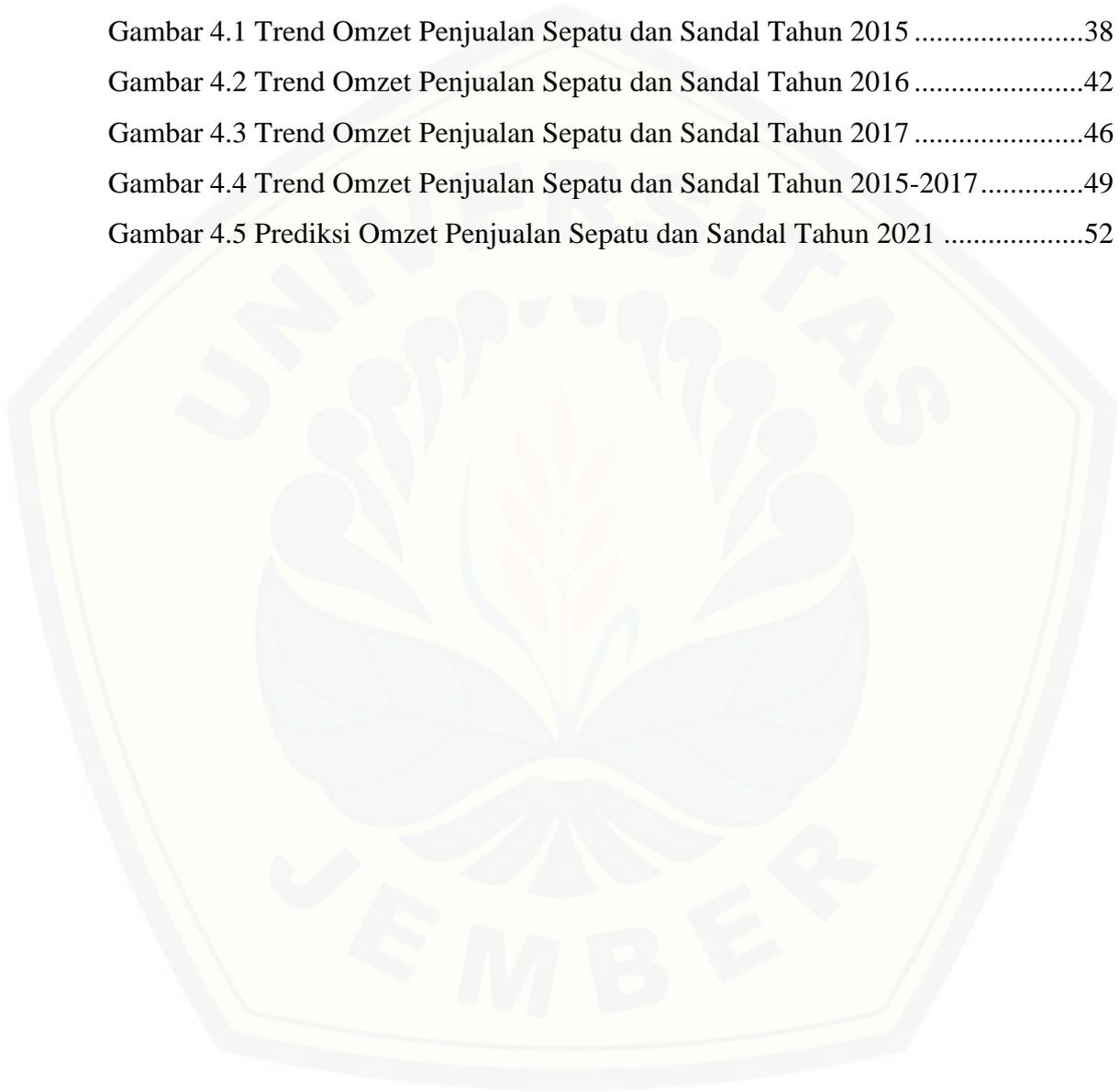
Lampiran A Matrik Penelitian	62
Lampiran B Tuntunan Penelitian	63
Lampiran C Pedoman Wawancara Subjek Penelitian.....	64
Lampiran D Transkrip Hasil Wawancara	65
Lampiran E Data Omzet Penjualan CV. Pribadi Tiga	68
Lampiran F Lampiran Foto	70
Lampiran G Lembar Konsultasi.....	74
Lampiran H Surat Ijin Penelitian	76
Lampiran I Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	77
Lampiran J Daftar Riwayat Hidup	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Badan Usaha dengan Perusahaan	8
Tabel 3.1 Data Omzet Penjualan CV. Pribadi Tiga Tahun 2015-2017.....	32
Tabel 4.1 Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2015	35
Tabel 4.2 Perhitungan Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2015	36
Tabel 4.3 Perhitungan Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2015.....	37
Tabel 4.4 Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2016	39
Tabel 4.5 Perhitungan Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2016	40
Tabel 4.6 Perhitungan Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2016.....	41
Tabel 4.7 Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2017	43
Tabel 4.8 Perhitungan Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2017	44
Tabel 4.9 Perhitungan Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2017.....	45
Tabel 4.10 Perhitungan Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2015- 2017	47
Tabel 4.11 Prediksi Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2019.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2015	38
Gambar 4.2 Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2016	42
Gambar 4.3 Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2017	46
Gambar 4.4 Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2015-2017.....	49
Gambar 4.5 Prediksi Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal Tahun 2021	52



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri yang pesat memunculkan persaingan yang ketat diantara pelaku usaha. Terlebih pada era globalisasi sekarang ini, sangat memungkinkan persaingan terjadi dimanapun tidak hanya dalam dunia nyata tetapi juga dalam dunia maya. Adanya persaingan tersebut, industri dituntut untuk semakin inovatif dalam menciptakan produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Konsumen yang kritis dengan produk suatu industri merupakan salah satu penentu keberhasilan inovasi suatu industri, dikarenakan hal tersebut dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen. Sehingga konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian secara terus-menerus, dan sebaliknya konsumen yang merasa tidak puas akan menghentikan pembelian pada produk industri tersebut.

Industri sepatu merupakan salah satu industri yang pesat perkembangannya di Indonesia termasuk di Kota Mojokerto. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan masyarakat terhadap sepatu berpengaruh pada kegiatan masyarakat sehari-hari, seperti digunakan dalam kegiatan sekolah maupun berbagai jenis pekerjaan. Kebutuhan akan sepatu membuat industri-industri kecil maupun industri besar mengalami kemajuan yang cukup besar. Hal ini terjadi karena munculnya inovasi produk-produk sepatu yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri, sehingga banyak produsen sepatu yang melakukan inovasi sebaik mungkin dengan berdasarkan pada permintaan dan kebutuhan masyarakat.

Tujuan suatu industri didirikan adalah untuk meningkatkan omzet penjualan dan juga menghasilkan laba yang optimal. Adanya tujuan tersebut, produsen suatu industri harus menentukan cara yang efektif untuk dapat menarik minat konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Semakin tinggi daya beli masyarakat, maka permintaan akan suatu barang dan jasa akan meningkat dari sisi kuantitas maupun kualitasnya. Hal ini sangat menentukan besarnya jumlah barang yang mampu terjual sehingga omzet penjualan akan semakin meningkat.

Omzet penjualan merupakan tolak ukur keberhasilan jumlah penjualan suatu industri dan merupakan total keseluruhan jumlah pendapatan yang diperoleh oleh suatu industri dari hasil penjualan dalam kurun waktu tertentu biasanya dihitung dalam satu tahun. Perkembangan suatu perusahaan dapat dilihat dari kenaikan atau penurunan jumlah penjualan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Apabila pencapaian omzet penjualan pada perusahaan tersebut lebih tinggi dari jumlah pengeluaran pada faktor produksi maka perusahaan tersebut mengalami kenaikan. Sebaliknya apabila pencapaian omzet penjualan lebih rendah dari jumlah pengeluaran pada faktor produksi maka perusahaan tersebut mengalami kemunduran.

CV. Pribadi Tiga merupakan salah satu industri sepatu dan sandal berbahan kulit yang berdiri di Kota Mojokerto dan memproduksi beragam sepatu, sepatu sandal, sandal, dan tas. CV. Pribadi Tiga memiliki ruang galeri atau toko untuk memasarkan produknya di Jl. KH. Usman No. 22 Surodinawan Kota Mojokerto. Hasil produksi sepatu tersebut lebih banyak dipasarkan di luar Mojokerto antara lain Surabaya, Probolinggo, Pasuruan, Solo, Yogyakarta, Jakarta bahkan juga dipasarkan di Luar Jawa terutama Kalimantan. Konsumen tetap dari CV. Pribadi Tiga adalah Solo dan Yogyakarta, karena kedua kota tersebut memesan sepatu terutama sepatu fantovel untuk beberapa instansi secara berkelanjutan. Hal ini yang menyebabkan omzet penjualan yang diperoleh oleh CV. Pribadi Tiga semakin bertambah dari tahun ke tahun.

Dunia industri sangat rentan terhadap persaingan dalam bidang usaha yang sama terutama berkaitan dengan harga, maka industri harus mampu bersaing untuk menghindari kerugian. Suatu industri harus dapat mengikuti perkembangan yang terjadi saat ini, agar industri tersebut dapat tetap bertahan dalam pasar. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan berbagai kegiatan dalam bidang pemasaran. Menurut Kartajaya, H (2010:5) Pemasaran merupakan jawaban dalam menghadapi persaingan bisnis di masa depan. Apabila terus melakukan evolusi pemasaran, sebuah institusi dapat terus mempertahankan relevansinya di tengah lanskap bisnis yang terus berubah sehingga diperlukan manajemen pemasaran yang baik pula. Dalam menerapkan tujuan tersebut tentu

tidak mudah bagi suatu industri yang berusaha mempertahankan konsumen jika dibandingkan dengan banyaknya pesaing yang memiliki produk yang sama. Hal ini membuat pemilik CV. Pribadi Tiga berusaha menstabilkan harga jual produknya untuk menjaga daya beli konsumen.

Menjelang tahun ajaran baru, CV. Pribadi Tiga memproduksi sepatu dalam jumlah yang lebih banyak dikarenakan permintaan sepatu untuk para peserta didik setiap tahunnya meningkat untuk memasuki ajaran baru di sekolah. Hal ini merupakan kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah Kota Mojokerto untuk menggunakan produk yang menjadi unggulan daerah tersebut. Selain menjelang tahun ajaran baru, yang bertepatan dengan perayaan hari raya juga memproduksi sandal dan tas lebih banyak sebab semakin banyaknya konsumen yang memesan sandal maupun sepatu saat hari raya. Semakin banyaknya permintaan akan sepatu dan sandal maka CV. Pribadi Tiga mampu meningkatkan jumlah produksi yang dapat berpengaruh pada peningkatan omzet penjualan yang diperoleh.

Setiap industri dapat meningkatkan penjualan produknya dengan menerapkan pemasaran yang efektif. Pemasaran tersebut merupakan cara yang diperlukan untuk dapat meningkatkan jumlah omzet penjualan. Meningkatnya omzet penjualan mendorong tujuan industri untuk memperoleh laba akan tercapai. Salah satu cara yang diterapkan oleh pemilik CV. Pribadi Tiga adalah selain memasarkan hasil produksinya melalui ruang galeri atau toko, namun juga memasarkan melalui situs jual beli online yaitu di Qlapa.com, dengan cara tersebut diharapkan dapat meningkatkan omzet penjualannya. Kegiatan CV. Pribadi Tiga tidak hanya menjual dan memasarkan hasil produksinya, CV. Pribadi Tiga juga memberikan garansi dan melayani perbaikan dari pembelian sepatu, sepatu sandal, dan tas konsumen, dan juga melayani pemesanan sepatu dan sepatu sandal sesuai dengan keinginan konsumen. Berdasarkan berbagai cara yang dilakukan tersebut diharapkan dapat meningkatkan volume produksi sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan juga.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto Tahun 2015-2017**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana trend omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto tahun 2015-2017?
2. Bagaimana prediksi omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto tahun 2019?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui trend omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto tahun 2015-2017.
2. Untuk mengetahui prediksi omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto tahun 2019.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan sebagai sebagai berikut

1.4.1 Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, pengalaman, serta wawasan yang baru mengenai penelitian ilmiah dan meningkatkan daya pikir dalam menulis karya tulis ilmiah.

1.4.2 Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai tambahan bacaan yang bisa dibuat referensi mahasiswa lain di Universitas Jember.

1.4.3 Bagi Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi informasi yang bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan oleh instansi terkait untuk lebih mengevaluasi omzet penjualan yang dihasilkan serta dapat dijadikan sebagai pedoman untuk meningkatkan omzet penjualan.

1.4.4 Bagi Peneliti Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan penelitian, referensi, dan pertimbangan dalam melakukan penelitian sejenis.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka atau kajian teori yang berkaitan dengan judul penelitian. Adapun tinjauan pustaka dalam penelitian ini secara sistematis meliputi: (1) Tinjauan Penelitian Terdahulu, (2) Karakteristik Badan Usaha, (3) Teori Penjualan, (4) Konsep Pemasaran, (5) Omzet Penjualan, (6) Teori Deret Waktu (*Time Series*), (7) Analisis Trend, dan (8) Kerangka Berfikir.

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian sejenis yang dijadikan acuan bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Novi Rahmawati (2014) dengan judul “Analisis Trend Volume Pejualan Handphone Samsung Tahun 2009-2013 di Optus Cellular Banyuwangi”. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa trend volume penjualan handphone Samsung tahun 2009-2013 mengalami peningkatan sejak menggunakan OS Android, selain itu juga disebabkan karena Samsung menjual produk dengan fitur-fitur yang canggih dan menarik. Volume penjualan handphone Samsung juga mengalami penurunan sebab munculnya pesaing baru yaitu handphone android buatan China dan handphone merek Blackberry. Peningkatan trend volume penjualan handphone Samsung tersebut menyebabkan prediksi volume penjualan handphone Samsung tahun 2014 juga mengalami peningkatan.

Penelitian sejenis juga dilakukan oleh Almira Candra Marlitasari (2015) dengan judul “Analisis Trend Produksi Rokok di Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso Tahun 2009-2013”. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa trend produksi rokok di Perusahaan Gagak Hitam Bondowoso pada tahun 2009-2013 mengalami kenaikan yaitu tahun 2009 trend produksi sebesar 835.417 menjadi 1.045.103 pada tahun 2013. Kenaikan jumlah produksi disebabkan karena adanya bahan baku yang berkualitas, permintaan rokok meningkat, semakin banyaknya pangsa pasar, adanya target produksi, dan penggunaan tenaga kerja yang optimal sehingga produksi rokok semakin meningkat.

Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Novi Rahmawati dan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan analisis trend untuk mengukur perkembangan usaha dari tempat tersebut. Perbedaannya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Novi Rahmawati menganalisis tentang trend volume penjualan *handphone* Samsung, analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan yaitu menganalisis tentang trend omzet penjualan sepatu dan sandal di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto dan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Almira Candra Marlitasari dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan analisis trend dalam penelitian. Perbedaannya yaitu pada penelitian Almira Candra Marlitasari menganalisis trend produksi rokok pada tahun 2009-2013, sedangkan pada penelitian sekarang adalah mengukur trend omzet penjualan tahun 2015-2017 dari hasil penjualan CV. Pribadi Tiga selama 36 bulan.

2.2 Karakteristik Badan Usaha

Pengertian badan usaha berbeda dengan perusahaan. Menurut Ekawarna (2010:2) Badan usaha adalah kesatuan yuridis ekonomi yang bertujuan mencari keuntungan atau laba, sedangkan perusahaan adalah satuan teknis yang bertujuan untuk menghasilkan barang dan/atau jasa. Menurut Sukidin (2010:1-4) Badan usaha didefinisikan sebagai kesatuan hukum dan ekonomi atau organisasi yang menggunakan faktor-faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh laba atau memberikan pelayanan umum terhadap masyarakat, sedangkan perusahaan merupakan tempat berlangsungnya proses produksi yang menggabungkan faktor-faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa. Perusahaan merupakan alat dari badan usaha untuk mencapai tujuan, yaitu mencari keuntungan.

Tabel 2.1 Perbedaan Badan Usaha dengan Perusahaan

Badan Usaha	Perusahaan
1. Merupakan kesatuan hukum dan ekonomi.	1. Merupakan kesatuan teknis.
2. Tujuannya mencari laba dan melayani masyarakat.	2. Tujuannya menghasilkan barang dan jasa.
3. Suatu kebulatan ekonomi.	3. Bagian/ alat di badan usaha untuk mencapai tujuan .
4. Tempat kedudukan.	4. Tempat kediaman/domisili, pabrik/lokasi.
5. Berupa UD, Fa, CV, PT, Koperasi.	5. Berupa toko, bengkel, pabrik.

Sumber: Sukidin (2010:4)

Menurut Ekawarna (2010:2-7) secara garis besar macam-macam Badan Usaha dibagi menjadi 7, yaitu sebagai berikut:

a. Perusahaan Perorangan

Perusahaan perorangan adalah suatu bentuk badan usaha yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggungjawab penuh terhadap resiko dan kegiatan perusahaan. Perusahaan ini tidak memerlukan anggaran dasar. Untuk membiayai dan mengembangkan usaha, yang bersangkutan dapat menggunakan modal pinjaman. Perusahaan perorangan tidak mengenal adanya pemisahan antara kekayaan perusahaan dan kekayaan pribadi. Segala harta kekayaan pemilik menjamin semua hutang-hutang perusahaan atau dengan kata lain pengusaha tersebut mempunyai tanggung jawab yang tidak terbatas. Sebaliknya keuntungan bersih yang diraih perusahaan seluruhnya menjadi hak pemilik. Pendirian perusahaan perorangan (di Indonesia) tidak memiliki aturan khusus, tetapi untuk beberapa lapangan kegiatan usaha diperlukan izin dari pemerintah setempat. Pada umumnya usaha ini bermodal sangat terbatas, sehingga umumnya perusahaan perorangan ini tergolong dalam usaha kecil. Contoh perusahaan perorangan adalah toko-toko kecil, warung-warung, bengkel sepeda/sepeda motor.

b. Persekutuan Firma

Firma adalah persekutuan dua orang atau lebih untuk menjalankan perusahaan. Persekutuan ini didirikan tanpa mengeluarkan saham. Pada pendirian firma, para sekutu secara bersama-sama membuat akta pendirian dari badan usaha tersebut di depan notaris, didaftarkan di pengadilan negeri dan diumumkan di berita negara. Jika firma menderita kerugian dan kekayaan perusahaan tidak dapat memenuhi pembayaran hutang-hutangnya, maka kekayaan pribadi para sekutu ikut bertanggungjawab atas pembayaran hutang-hutang tersebut. Sedangkan keuntungan yang diperoleh firma dibagi antar sekutu secara proporsional dengan banyaknya modal yang dimasukkan oleh masing-masing sekutu. Sekali lagi dikatakan bahwa firma adalah merupakan persekutuan dalam menjalankan perusahaan di bawah nama bersama.

c. Persekutuan Komanditer

Persekutuan komanditer (dalam bahasa Belanda disebut *comanditer vennootschap*) adalah suatu bentuk perjanjian kerjasama untuk berusaha antara mereka yang bersedia menjalankan, memimpin dan bertanggungjawab penuh dengan kekayaan pribadinya dengan mereka memberikan pinjaman, tetapi tidak bersedia memimpin perusahaan dan bertanggungjawab terbatas pada kekayaan yang diikutsertakan dalam perusahaan tersebut. Menurut Sukidin (2010:9) Persekutuan komanditer (CV) adalah persekutuan dari beberapa orang yang mengumpulkan modal dan diantara mereka ada seorang atau beberapa orang yang hanya memasukkan modal saja, CV mempunyai dua kelompok anggota/pemilik. Berbeda dengan persekutuan firma, persekutuan komanditer ini memiliki dua sekutu, yaitu sekutu komplementer dan sekutu komanditer. Sekutu komplementer adalah mereka yang menjalankan dan memimpin perusahaan, sedang sekutu komanditer adalah mereka yang mempercayakan modalnya kepada sekutunya. Jadi, sekutu komanditer tidak terlibat dalam pengelolaan perusahaan. Perbedaan dalam hak antara tanggung jawab atas hutang-hutang akibatnya adanya perbedaan dalam tanggung jawab atas hutang-hutang kepada pihak ketiga. Sekutu komplementer bertanggungjawab atas hutang-hutang perusahaan, sedangkan

sekutu komanditer hanya bertanggungjawab sebesar modal yang dipercayakan kepada sekutu komplementer.

d. Perseroan Terbatas

Perseroan terbatas adalah suatu kumpulan dari orang-orang yang diberi hak dan diakui oleh hukum untuk berusaha dan atau untuk suatu tujuan tertentu. Modal usaha dari PT terdiri atas saham-saham dari pemegang saham. Jadi kekayaan PT terpisah dari kekayaan pemilik-pemilikinya. Dalam hal likuidasi dan jika ternyata perusahaan tersebut masih mempunyai hutang kewajiban yang harus dibayar, maka para pemegang saham hanya bertanggungjawab terhadap kerugian sebatas jumlah saham yang dimilikinya. Pendirian PT harus didukung oleh akta resmi dari notaris dan disahkan oleh Menteri Kehakiman. Akta yang telah disahkan tersebut harus didaftarkan di kepaniteraan pengadilan negeri dan selanjutnya diumumkan dalam berita negara Republik Indonesia.

Perangkat organisasi dari PT terdiri atas: rapat umum pemegang saham (RUPS), dewan komisaris dan direksi. Jika perusahaan yang berbadan hukum PT tersebut melakukan kegiatan perbankan, maka perangkat organisasi di atas ditambah dengan dewan audit sesuai dengan ketentuan dari Bank Indonesia (BI). Dalam PT dikenal beberapa jenis modal, yaitu modal dasar, modal yang ditempatkan, dan modal yang disetor. Modal dasar adalah jumlah modal yang disebut dalam akta pendirian dan merupakan jumlah maksimum dimana perusahaan tersebut diperkenankan mengeluarkan surat-surat saham. Modal yang ditempatkan adalah modal yang sanggup dimasukkan dan pada waktu pendiriannya merupakan jumlah keikutsertaan para pendiri. Sedangkan modal yang disetor adalah modal yang benar-benar telah diserahkan pada perusahaan tersebut.

e. Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

BUMN adalah badan usaha dan anak perusahaan BUMN yang seluruh modalnya dimiliki oleh negara. Perusahaan negara berbentuk BUMN tersebut bisa berbentuk perusahaan jawatan (perjan), perusahaan umum (perum) dan perseroan terbatas (persero).

- Perjan adalah perusahaan milik negara yang merupakan bagian dari sebuah departemen. Contoh: TVRI.
- Perum adalah perusahaan milik negara yang tujuan utamanya melayani kepentingan umum. Contoh: Perum Damri.
- Persero adalah perusahaan milik negara yang berbentuk PT dan bertujuan untuk memperoleh laba seperti halnya pada PT lainnya. Contoh: PT. Bank BNI, PT. Garuda Indonesia.

Dalam rangka peningkatan efisiensi dan produktivitas perusahaan milik negara, maka dikeluarkan SK Menteri Keuangan No. 840/KMK.00/1994 dimana dalam BAB I Pasal 1 dikatakan bahwa yang dimaksud dengan BUMN adalah sebagai berikut; (1) Badan usaha yang seluruh sahamnya dimiliki oleh negara, (2) Badan usaha yang sebagian sahamnya dimiliki oleh negara, tetapi statusnya disamakan dengan BUMN, yaitu: (a) BUMN patungan antara pemerintah dan daerah, (b) BUMN patungan antara pemerintah dan BUMN lain, (c) Badan usaha patungan BUMN dengan swasta nasional/asing dimana negara memiliki saham mayoritas (minimal 51%), dan (d) Kekayaan negara pada BUMN yang dipisahkan berdasarkan peraturan pemerintah. BUMN memiliki ciri atau sifat sebagai berikut;

- Didirikan berdasarkan Undang-Undang yang berlaku dan dimiliki serta dikelola oleh pemerintah.
- Didirikan dengan tujuan untuk melindungi keselamatan dan kesejahteraan masyarakat.
- Dibentuk untuk melaksanakan kebijaksanaan pemerintah.

Usahanya pada umumnya bersifat memberikan pelayanan kepada masyarakat (*public utilities*). Di samping usaha bersifat komersial, BUMN menghasilkan produk berupa barang atau jasa untuk pemerintah yang karena sifat kerahasiaannya/keamanannya tidak diserahkan kepada perusahaan swasta

f. Perusahaan Daerah

Perusahaan daerah didirikan dengan suatu peraturan daerah dan telah mendapat pengesahan dari instansi atasannya, yaitu Menteri Dalam Negeri bagi daerah tingkat I dan Gubernur bagi daerah tingkat II. Khusus DKI Jakarta pengesahan dilakukan oleh Presiden.

g. Koperasi

Menurut Hendar dan Kusnandi (dalam Ekawarna, 2010:7) koperasi merupakan organisasi ekonomi yang berusaha menggerakkan potensi sumber daya ekonomi demi memajukan kesejahteraan anggota. Adanya sumber daya ekonomi yang terbatas sehingga dalam mengembangkan koperasi harus mengutamakan kepentingan anggota serta menghadapi persaingan di dalam pasar, maka koperasi harus mampu bekerja efisien mengikuti prinsip-prinsip koperasi dan kaidah-kaidah ekonomi. Karena itu, partisipasi anggota akan sangat menentukan keberhasilan koperasi dalam membantu mencapai tujuan-tujuan ekonomi anggota, sesuai dengan tugas koperasi untuk memperkuat dan mengembangkan perekonomian anggota. Menurut Anoraga dan Widiyanti (1995:23) Landasan koperasi merupakan suatu dasar tempat berpijak yang memungkinkan koperasi untuk tumbuh dan berdiri kokoh serta berkembang dalam pelaksanaan usaha-usahanya untuk mencapai tujuan dan cita-citanya. Faktor utama yang menentukan terbentuknya koperasi adalah adanya sekelompok orang yang telah seia sekata untuk mengadakan kerjasama.

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan di atas CV. Pribadi Tiga merupakan bentuk dari Persekutuan Komanditer (*Comanditer Venootschap* atau CV), dan merupakan usaha dari keluarga. Tingginya kebutuhan sepatu dan sandal oleh masyarakat berdampak pada peningkatan jumlah produksi sepatu dan sandal, hal ini disebabkan sepatu dan sandal adalah suatu benda yang digunakan dalam kegiatan masyarakat sehari-hari, seperti digunakan dalam kegiatan sekolah maupun berbagai jenis pekerjaan. Sehingga CV. Pribadi Tiga terus memproduksi sepatu sesuai dengan permintaan pasar, kebutuhan konsumen dan juga berdasarkan pesanan konsumen.

2.3 Teori Penjualan

2.3.1 Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan suatu aktivitas menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan, toko, dan/atau orang perorangan. Secara umum, penjualan juga diartikan sebagai kegiatan mempengaruhi seseorang yang

dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar membeli barang atau jasa yang ditawarkannya.

Menurut Swastha dan Irawan (2008:406) bahwa penjualan adalah transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa yang pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual pembeli. Menurut Nikels (dalam Swastha, 2015:10) penjualan merupakan interaksi antar individu, saling bertemu yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Dalam kegiatan jual beli dikenal istilah hukum penjualan, yaitu sebagai berikut: (1) Tiap manusia adalah penjual, (2) Jual beli merupakan pertukaran antara dua jenis barang atau jasa, dan (3) Orang mau menjual sesuatu karena didorong oleh keuntungan dan kepuasan yang akan diperoleh dari hasil penjualan tersebut (Sadeli dan Ukas, 2006)

Berdasarkan pengertian diatas, disimpulkan bahwa penjualan adalah transaksi jual beli atas barang dan jasa yang ditujukan untuk mempengaruhi orang lain agar membeli barang dan jasa yang ditawarkan dengan menggunakan alat pembayaran yang sah sehingga terjadi hubungan yang menguntungkan antar kedua belah pihak.

2.3.2 Tujuan Penjualan

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mewujudkan tujuan utama perusahaan. Suatu perusahaan akan melakukan berbagai upaya demi tercapainya tujuan penjualan yang diharapkan oleh perusahaan. Upaya tersebut dilakukan dengan cara mempengaruhi konsumen untuk dapat membeli barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Menurut Swastha dan Irawan (2008:404) pada umumnya perusahaan memiliki tujuan umum dalam penjualannya, antara lain:

1. Mencapai volume penjualan tertentu

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan untuk mencapai volume penjualan sesuai dengan target yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam

menganalisis volume penjualan didasarkan pada product line dan segmen pasar (territorial, kelompok pembeli dan sebagainya) (Swastha dan Irawan, 2008:141)

2. Mendapatkan laba tertentu

Laba atau keuntungan merupakan tujuan utama dari suatu perusahaan tetap dijalankan. Untuk dapat memaksimalkan laba suatu perusahaan menetapkan harga untuk barang atau jasa yang diproduksi, sehingga banyaknya jumlah produk yang diproduksi dengan harga tertentu maka didapatkan laba perusahaan.

3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Pertumbuhan perusahaan ditandai dengan lonjakan cepat dalam penjualan. Hal ini berpengaruh pada tingkat pembelian barang atau jasa oleh konsumen, pada awalnya konsumen mulai menyukai produk tersebut sehingga mayoritas membeli produk tersebut. Banyaknya permintaan akan suatu barang menyebabkan pesaing baru memasuki pasar, tertarik dengan kesempatan produksi dan laba yang berskala besar, sehingga perusahaan memperkenalkan keistimewaan produk baru dan memperluas toko distribusi (Kotler dan Susanto, 2001:475)

Untuk mencapai keberhasilan kegiatan penjualan, maka tiga tujuan umum tersebut diatas dapat dijadikan sebagai pedoman bagi perusahaan. Adanya tujuan tersebut diharapkan perusahaan dapat menciptakan kegiatan penjualan dengan baik, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan yang ingin didapatkannya.

2.3.3 Jenis-Jenis Penjualan

Menurut Swastha (2015:11-12) jenis-jenis penjualan dikelompokkan sebagai berikut:

1. Trade Selling

Trade selling dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru. Jadi titik beratnya adalah pada “penjualan melalui” penyalur daripada “penjualan ke” pembeli akhir.

2. Missionary Selling

Dalam missionary selling, penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Disini, wiraniaga lebih cenderung pada “penjualan untuk” penyalur. Jadi, wiraniaga sendiri tidak menjual secara langsung produk yang ditawarkan, misalnya penawaran obat kepada dokter.

3. Technical Selling

Technical selling berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir di barang dan jasanya. Dalam hal ini, tugas utama wiraniaga adalah mengidentifikasi dan menganalisis masalah-masalah yang dihadapi pembeli, serta menunjukkan bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut.

4. New Business Selling

New business selling berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini sering dipakai oleh Perusahaan Asuransi.

5. Responsive Selling

Setiap tenaga penjualan diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli. Dua jenis penjualan utama disini adalah *route driving* dan *retailing*. Para pengemudi yang menghantarkan susu, roti, gas, untuk keperluan rumah tangga; para nelayan di toko serba ada, toko pakaian, toko spesial, merupakan contoh dari penjualan ini. Jenis penjualan yang seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meskipun layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang menyenangkan dapat menjurus kepada pembelian ulang.

2.4 Konsep Pemasaran

Setiap industri ataupun perusahaan pasti membutuhkan kegiatan pemasaran yang benar untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen. Kegiatan pemasaran yang dilakukan secara efektif akan dapat berpengaruh terhadap keberhasilan pencapaian suatu tujuan perusahaan. Dalam masyarakat seringkali

kegiatan pemasaran disama artikan dengan penjualan dan periklanan, maka dari itu pengertian pemasaran banyak dikemukakan oleh para ahli dengan sudut pandang tersendiri.

Menurut Kotler dan Armstrong (1997:6) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan serta diinginkan melalui penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Menurut Cannon J. P., et all (2008:8) Pemasaran (marketing) adalah suatu aktivitas yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari produsen.

Menurut Swastha dan Irawan (2008:5) pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba.

Berdasarkan berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran berbeda dengan penjualan, dimana pemasaran mencakup kegiatan perusahaan yang dilakukan tidak semata-mata untuk mencari keuntungan atau laba, namun juga memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga terjadi hubungan timbal balik antara produsen dan konsumen yang saling menguntungkan.

Menurut Kerin dan Peterson (2015:1) tujuan utama kegiatan pemasaran adalah menciptakan kondisi yang saling menguntungkan dalam jangka panjang antara sebuah entitas dan publik (individual atau organisasi) dimana keduanya saling berinteraksi.

2.5 Omzet Penjualan

2.5.1 Pengertian Omzet Penjualan

Setiap kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai omzet penjualan yang diharapkan. Omzet penjualan didasarkan pada volume penjualan yang terjual atau jumlah hasil yang diterima perusahaan dari

kegiatan penjualan. Laba atau keuntungan merupakan tujuan utama perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Hal ini dapat tercapai apabila unit usaha mampu membawa konsumen sebanyak-banyaknya untuk membeli produk yang ditawarkan. Semakin banyak konsumen yang datang membeli produk maka akan berdampak pada peningkatan penjualan, sehingga omzet penjualan akan meningkat.

Menurut Direktorat Jenderal Pajak (2017) omzet penjualan adalah penjualan kotor tiap bulan semua gerai, counter, outlet, baik Pusat maupun Cabang, yang dilakukan secara langsung dan/atau melalui media online. Menurut Kotler (2000:62) omzet penjualan adalah total penjualan produk di suatu daerah, waktu, di lingkungan pemasaran dan di bawah program pemasaran tertentu. Omzet penjualan juga diartikan oleh Kamus Besar Bahasa Indonesia sebagai banyaknya uang dari hasil penjualan barang dagangan selama satu masa jual.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan omzet penjualan adalah jumlah keseluruhan pendapatan yang diterima oleh suatu perusahaan atas penjualan barang dan jasa selama satu masa jual. Omzet penjualan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah penjualan sepatu dan sandal yang dihitung berdasarkan jumlah uang dalam rupiah yang dihasilkan oleh CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto per bulan selama 3 tahun atau 36 bulan yaitu pada tahun 2015-2017.

2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet Penjualan

Omzet penjualan merupakan target penjualan atas produk yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan. Dalam suatu perusahaan, peningkatan omzet penjualan sangat penting karena omzet berbanding lurus dengan laba yang diperoleh. Semakin besar jumlah penjualan produk maka semakin besar omzet penjualan yang diperoleh perusahaan. Peningkatan omzet penjualan bagi perusahaan sangat penting untuk mengukur keberhasilan manajer atau merupakan indikasi berhasil tidaknya suatu perusahaan menghadapi persaingan.

Menurut Kotler (2007:168) menyatakan bahwa perolehan peningkatan penjualan yang tinggi akan terpenuhi apabila:

- a. Kekuatan-kekuatan dari luar perusahaan dapat memberikan keuntungan

Perusahaan yang semakin sukses akan meningkatkan tingkat kompetisi. Persaingan pada zaman sekarang pada hakiktnya terjadi antarjaringan bisnis, dan bukan hanya antarperusahaan semata. Adalah kemampuan suatu perusahaan untuk dapat menemukan celah-celah bisnis dengan lebih cepat, untuk dapat belajar lebih cepat, dan dapat bekerja lebih cepat sebagai sebuah jaringan adalah kunci utama keunggulan kompetitif perusahaan.

Mahaguru marketing Theodore Levitt (dalam Kotler, 2004:28) menyatakan bahwa:

Bentuk persaingan yang baru bukan lagi antara produk yang dihasilkan perusahaan, tapi pada apa yang ditambahkan pada output pabrik, seperti bentuk kemasan, berbagai layanan yang mengiringi produk itu, cara pengiklanan, nasihat-nasihat yang diberikan bagi pelanggan, pendanaan, cara distribusi, penggudangan, dan hal-hal lain yang bernilai di mata masyarakat.

Cara untuk dapat mengalahkan pesaing-pesaing adalah dengan cara “menyerang” perusahaan sendiri terlebih dahulu. Selain itu perlu untuk mengawasi kompetitor perusahaan dengan ketat, dan juga membuat perusahaan sendiri terobsesi dengan pelanggan. Bagaimanapun juga, pelanggan yang menentukan siapa yang memenangkan pertarungan antara perusahaan sendiri dengan pesaing tersebut (Kotler, 2003:29)

- b. Kinerja perusahaan secara rata-rata mengalami peningkatan setiap periode waktu.

Keunggulan perusahaan (*corporate advantage*) merupakan kekuatan atau kelebihan yang dimiliki perusahaan, seperti biaya modal (*cost of capital*) yang rendah, desain produk yang menarik konsumen, fitur-fitur, fungsi dari produk yang dijual, dan lain-lain. Keunggulan perusahaan tercipta dari dalam perusahaan tersebut bahkan dari unit-unit kerja yang ada, termasuk anak-anak perusahaan yang merupakan afiliasi dari perusahaan inti.

Keunggulan perusahaan diperoleh dari adanya keahlian (*skill*) dan teknologi yang dimiliki perusahaan. Berkaitan dengan keunggulan perusahaan terdapat tiga dasar untuk mengelola perusahaan. Pertama, kepemilikan perusahaan menciptakan manfaat dalam perusahaan akan terjadi jika suatu

perusahaan melakukan pertukaran sumber daya antarunit kerja dalam perusahaan sehingga masing-masing unit dapat memanfaatkannya secara maksimum. Misalnya menempatkan seorang pegawai di unit yang lebih cocok dengan keahlian yang dimilikinya.

Kedua, berkaitan dengan tingkat persaingan antarunit bisnis. Akan tetapi sekecil apapun tindakan intervensi dari manajemen yang menimbulkan hambatan dapat dianggap merugikan karena tidak efisien. Hal ini dapat mengurangi daya saing dan mengancam keunggulan perusahaan.

Ketiga, yaitu upaya perusahaan untuk keberhasilan bisnis berkaitan dengan upaya optimal dari para pemilik perusahaan. Dalam hal ini, banyak perusahaan yang menambah nilai ke dalam bisnisnya. Hal itu dilakukan dengan alasan bahwa perusahaan yang menambah nilainya akan menciptakan keabsahan (*justify*) kepemilikan korporasi, dengan akibat kemungkinan bahwa sahamnya dibayar dengan harga lebih mahal dibandingkan dengan perolehannya. Sebenarnya, jika perusahaan ingin menaikkan saham yang dimiliki, sebaiknya meningkatkan keuntungan (*profitability*) perusahaan dengan cara meningkatkan penjualan dengan mutu produk yang lebih baik secara terus-menerus (Prawirosentono, 2016:23)

c. Setiap omzet penjualan perusahaan tidak mengalami penurunan

Tujuan yang paling umum dari suatu bisnis adalah mendapatkan hasil yang lebih besar dari pada *cost of capital* – biaya atas modal. Tujuannya adalah membuat investasi yang ditanamkan hari ini berharga lebih pada masa yang akan datang terutama berkaitan dengan pemasaran. Pemasaran bukan hanya sebagai suatu kegiatan yang memaksimalkan penjualan, tetapi juga keuntungan jangka panjang. Jika tenaga penjualan menaruh perhatian pada penjualan, tenaga pemasaran harus memfokuskan diri pada laba (Kotler, 2004:81)

Cara suatu perusahaan dalam meningkatkan tingkat omzet penjualan dalam pemasaran menggunakan dua dasar, yaitu:

- Meningkatkan efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran meliputi pengurangan biaya-biaya untuk aktivitas-aktivitas yang harus dilakukan

oleh perusahaan. Contohnya: sebuah perusahaan melakukan penelitian pemasaran sendiri dengan biaya X, hanya untuk menyadari bahwa penelitian yang sama atau bahkan lebih baik dapat diserahkan pada perusahaan penelitian pemasaran dengan biaya yang lebih rendah.

- Meningkatkan efektifitas pemasaran. Efektivitas pemasaran mencerminkan pencarian perusahaan akan bauran pemasaran yang lebih produktif. Sebuah perusahaan dapat meningkatkan efektifitas pemasarannya dengan cara mengganti jalur pemasaran yang berbiaya tinggi dengan jalur-jalur yang lebih murah, menyalurkan biaya iklan untuk kepentingan *public relations*, menambah atau mengurangi fitur-fitur produk, atau menerapkan teknologi yang dapat meningkatkan efektifitas informasi dan komunikasi perusahaan.

d. Setiap omzet perusahaan meningkat sesuai dengan besarnya jumlah pelanggan

Kebanyakan perusahaan berusaha untuk mengumpulkan pelanggan sebanyak-banyaknya. Namun pangsa pasar yang semakin besar sering kali berarti mendapatkan pelanggan yang tidak dapat diadalkan. Perusahaan-perusahaan yang seperti ini akan menjadi lebih pandai jika mereka memfokuskan diri pada pembinaan pelanggan-pelanggan yang loyal, mencoba mengenal pelanggan dengan lebih baik, dan menemukan lebih banyak barang dan jasa yang dibutuhkan maupun diinginkan oleh pelanggan.

Perusahaan harus memandang pelanggan sebagai aset finansial yang perlu dikelola dan dimaksimalkan seperti aset-aset lainnya. Mantan CEO General Electric Jack Welch (dalam Kotler, 2004:46) menyatakan: “Cara terbaik untuk dapat mempertahankan pelanggan Anda adalah dengan senantiasa mencari jalan untuk memberi mereka nilai lebih banyak dengan harga yang lebih murah”. Banyak pelanggan semakin tertarik untuk membeli berdasarkan nilai (*value*) yang didapatnya, dan bukan berdasarkan pada hubungan baiknya dengan penjual semata.

- e. Tidak terpengaruh oleh faktor-faktor yang kurang komparatif dalam mempengaruhi omzet penjualan yang diterima

Strategi perusahaan harus didasarkan apa yang terbaik bisa dilakukan perusahaan (kekuatan dan kemampuan bersaing) dan mencegah dari apa yang tidak baik dilakukan (kelemahan bersaing). Strategi yang dijalankan perusahaan, biasanya sangat berkaitan (*closely matched*) dengan industri yang bersangkutan dan kondisi persaingan. Setiap industri mengalami tekanan persaingan yang berbeda-beda yang berasal dari pemerintah, supplier, konsumen, pesaing lama yang sudah bermain di industri bersangkutan, dan pesaing baru yang akan masuk (Hariadi, 2005:40)

Setiap tindakan strategis yang diambil perusahaan seharusnya dilandasi oleh kode etik. Perusahaan tidak boleh menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, karena hal tersebut justru akan melemahkan posisi perusahaan dalam jangka panjang. Usaha bisnis yang kokoh, biasanya, didasarkan sikap saling percaya dan tidak hanya sekedar mendapatkan keuntungan jangka pendek dan mengabaikan prospek jangka panjang.

Berdasarkan uraian di atas, maka diketahui bahwa peningkatan omzet penjualan yang diterima oleh suatu perusahaan sangat ditentukan oleh besarnya jumlah penjualan yang diterima dari transaksi produk yang dilakukan.

2.6 Teori Deret Waktu (*Time Series*)

Analisis *time series* (deret berkala) merupakan suatu metode analisis data yang dipergunakan untuk melakukan suatu estimasi maupun peramalan pada masa mendatang. Agar estimasi dapat diperoleh dengan baik dibutuhkan berbagai macam informasi (data-data) yang cukup banyak dan diamati dalam periode waktu yang amat relatif cukup panjang, sehingga dari analisis tersebut dapat diketahui fluktuasi yang terjadi dan faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap perubahan tersebut (Sumanto, 2014:111)

Dalam analisis *time series* dapat digolongkan ke dalam analisis jangka pendek dan jangka panjang. Apabila analisis yang dipakai jangka pendek, maka ada kecenderungan model analisisnya merupakan analisis *time series* yang

menggunakan persamaan garis linier, sedangkan dalam jangka panjang jarang sekali akan diperoleh analisis yang berbentuk garis linier, karena dalam jangka panjang banyak faktor yang ikut memengaruhi fluktuasi dari data *time series* yang diperoleh, sehingga bentuk analisisnya cenderung bersifat non linier. Macam-macam metode analisis trend adalah: metode garis linier secara bebas, metode setengah rata-rata, metode kuadrat terkecil, metode rata-rata bergerak, trend kuartalan dan bulanan, trend non linier.

2.6.1 Faktor Terjadinya Fluktuasi *Time Series*

Sumanto (2014:112) menyatakan bahwa hasil analisis *time series* dapat memberikan gambaran yang lebih jelas terhadap perubahan-perubahan variabel yang diamati, serta mampu mengukur terjadinya fluktuasi (deviasi) dari data-data *time series* tersebut dengan baik dan tepat. Jadi terjadinya fluktuasi dari data *time series* yang diperoleh disebabkan oleh faktor terjadinya perubahan pertumbuhan penduduk yang mungkin sekali sangat berpengaruh terhadap permintaan akan makanan, pakaian, perumahan maupun barang dan jasa lainnya serta dapat dipastikan pula memengaruhi fluktuasi dari variabel-variabel yang diamati.

Selain faktor tersebut fluktuasi dapat pula terjadi karena faktor musim (*seasonal variation*), yaitu pengaruh dari berbagai macam variasi yang terjadi seperti iklim, kebiasaan masyarakat sangat memengaruhi perubahan tersebut. Adapun faktor lainnya adalah fluktuasi siklis yang disebabkan oleh faktor yang disebut “*business cycle*” yang rentangan waktunya cukup panjang misal terjadinya masa depresi, inflasi, resesi, dan lain-lain.

Dalam penelitian ini fluktuasi omzet penjualan dipengaruhi oleh faktor musim dan kebiasaan masyarakat. Ketika musim penerimaan siswa baru, CV. Pribadi Tiga menerima pesanan sepatu fantovel untuk semua siswa baru SMP di Kota Mojokerto. Selain tahun ajaran baru, kebiasaan masyarakat pada waktu perayaan hari raya, natal, dan tahun baru juga cenderung memengaruhi permintaan akan sepatu sandal di CV. Pribadi Tiga. Sehingga pada waktu-waktu tertentu omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga mengalami peningkatan dibandingkan dengan bulan-bulan biasa lainnya.

2.7 Analisis Trend

Analisis trend merupakan suatu metode analisis yang ditujukan untuk melakukan suatu estimasi atau peramalan pada masa yang akan datang. Menurut Atmaja (2009:75) trend merupakan gerakan jangka panjang yang memiliki kecenderungan menuju pada satu arah, yaitu arah naik dan turun. Trend melukiskan gerak data deret waktu selama jangka waktu yang panjang atau cukup lama. Gerak ini mencerminkan sifat kontinuitas atau keadaan yang terus-menerus dari waktu ke waktu selama kurun waktu tertentu (Supangat, 2008:167). Untuk melakukan peramalan dengan baik maka dibutuhkan data yang cukup banyak dan diamati dalam periode waktu yang relatif cukup panjang, sehingga dari analisis tersebut dapat diketahui besarnya fluktuasi yang terjadi.

2.7.1 Trend Linear

Menurut Supangat (2008:168) trend linear merupakan model persamaan garis lurus yang terbentuk berdasarkan titik-titik diagram pencar dari data selama kurun waktu tertentu. Pada model trend linier garis vertikal (tegak) dinyatakan sebagai jumlah perkembangan data yang akan dianalisis (y), dan untuk garis horizontal (mendatar) dinyatakan sebagai waktu (x).

Menurut Hasan (2009:200) trend linear adalah trend yang variabel X -nya (periode waktu) berpangkat paling tinggi satu. Trend Linear memiliki bentuk persamaan garis lurus.

$$\hat{Y} = a + bX$$

\hat{Y} = data berkala atau nilai trend untuk periode tertentu

X = periode waktu (hari, minggu, bulan, tahun)

a = konstanta, nilai \hat{Y} jika $X = 0$

b = koefisien X , kemiringan garis trend (*slope*)

Untuk menentukan nilai trend, terlebih dahulu dicari nilai a dan b . Artinya, jika nilai a dan b sudah diketahui maka garis trend dapat dibuat. Menurut Hasan (2009:187) Terdapat berbagai metode dalam menghitung trend linear, yaitu

metode tangan bebas, metode setengah rata-rata, metode rata-rata bergerak, dan metode kuadrat terkecil.

a. Metode tangan bebas (*Freehand method*)

Metode tangan bebas merupakan metode yang sangat sederhana serta tidak memerlukan perhitungan-perhitungan. Langkah-langkah penyelesaian dengan metode tangan bebas ialah sebagai berikut.

- 1) Data dari hasil pengamatan digambarkan ke dalam suatu diagram (disebut diagram pencar).
- 2) Pada diagram pencar tersebut ditarik garis lurus secara bebas. Arah garisnya sesuai dengan letak titiknya.

Metode tangan bebas ini menghasilkan trend yang kasar dan bersifat subyektif.

b. Metode setengah rata-rata (*Semi average method*)

Penentuan trend dengan metode setengah rata-rata adalah dengan mencari rata-rata data yang ada, setelah data tersebut dibagi menjadi dua bagian. Langkah-langkah penyelesaiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Membagi data berkala tersebut menjadi dua bagian yang sama banyak. Jika jumlah tahunnya ganjil maka tahun yang berada di tengah dihilangkan dalam perhitungan.
- 2) Menghitung jumlah (total) setiap bagian (jumlah semitotal).
- 3) Menghitung rata-rata setiap bagian dan meletakkannya di tengah masing-masing bagian. Kedua nilai rata-rata tersebut merupakan nilai trend untuk tahun yang ada di tengah setiap bagian.
- 4) Menentukan nilai trend untuk tahun-tahun lainnya dengan cara:
 - Menghitung kenaikan total trend dari nilai-nilai trend yang diketahui;
 - Menghitung rata-rata kenaikan trend per tahun;
 - Menambah atau mengurangi nilai trend yang diketahui dengan rata-rata kenaikan trend per tahun.
- 5) Menggambarkan atau menentukan garis trendnya. Caranya ialah dengan menghubungkan dua nilai rata-rata yang diketahui dalam suatu diagram.

c. Metode rata-rata bergerak (*Moving average method*)

Metode rata-rata disebut rata-rata bergerak jika setelah rata-rata dihitung, diikuti gerakan satu periode ke belakang. Metode rata-rata bergerak disebut juga rata-rata bergerak terpusat, karena rata-rata bergerak diletakkan pada pusat dan periode yang digunakan.

Pada metode rata-rata bergerak diadakan penggantian nilai data suatu tahun dengan nilai rata-ratanya, dihitung dengan nilai data tahun yang mendahuluinya dan nilai data tahun berikutnya. Langkah-langkahnya ialah sebagai berikut.

- 1) Menghitung rata-rata dari sejumlah data paling awal.
- 2) Melupakan nilai data yang pertama.
- 3) Mengulangi tahap (a) dan (b) sampai data yang terakhir.

d. Metode kuadrat terkecil (*Least square method*)

Metode kuadrat terkecil menganut prinsip bahwa garis yang paling sesuai untuk menggambarkan suatu data berkala adalah garis yang jumlah kuadrat dari selisih antara data tersebut dan garis trendnya terkecil atau minimum.

Persamaan trendnya adalah:

$$\hat{Y} = \alpha + bX$$

Dengan metode kuadrat terkecil, nilai α dan b dari persamaan trend linear di atas ditentukan dengan rumus :

$$\alpha = \frac{\sum Y}{n} \text{ dan } b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Keterangan:

Y = nilai data berkala

n = jumlah periode waktu

X = tahun kode

Tahun kode (X) memiliki nilai-nilai yang berbeda untuk jumlah tahun ganjil dan tahun genap.

- a. Untuk jumlah tahun ganjil (n ganjil), nilai-nilai X -nya: ..., -3, -2, -1, 0, +1, +2, +3,

- b. Untuk jumlah tahun genap (n genap), nilai-nilai X-nya: ..., -5, -3, -1, +1, +3, +5,

Metode jumlah kuadrat terkecil untuk mencari garis trend, dimaksudkan suatu perkiraan atau taksiran mengenai nilai a dan b dari persamaan $\hat{Y} = \alpha + bX$ yang didasarkan atas data hasil observasi, sedemikian rupa sehingga jumlah kesalahan kuadrat terkecil (minimum) (Supranto dalam Rahmawati, 2014).

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

1. Jika kurva trend semakin naik, maka menunjukkan trend yang semakin meningkat (positif)
2. Jika kurva trend semakin menurun, maka menunjukkan trend yang semakin menurun (negatif)

Pada penelitian ini menggunakan data berkala (*time series*) selama 36 bulan atau $n = 36$. Menurut Atmaja (2009:85) trend bulanan adalah trend dari bulan satu ke bulan berikutnya. Trend bulanan tidak sama dengan trend rata-rata bulanan. Trend bulanan pada penelitian ini, omzet penjualan pada bulan ke-1 berbeda dengan omzet penjualan pada bulan ke-2 pada tahun yang sama.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan trend merupakan suatu metode analisis data historis yang digunakan untuk menghitung peramalan tahun selanjutnya dengan mengacu pada tahun-tahun sebelumnya. Analisis trend pada penelitian ini adalah gerak naik turunnya omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto tahun 2015-2017, dan untuk memprediksi besarnya omzet penjualan yang akan diperoleh oleh CV. Pribadi Tiga pada tahun 2019. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis trend linear dengan metode kuadrat terkecil (*Least Square*), dikarenakan metode ini memiliki keunikan yaitu menggunakan rumus yang sederhana namun mempunyai hasil ramalan (*forecasting*) yang lebih sesuai.

2.8 Kerangka Berfikir

Berdasarkan hasil studi pustaka yang dilakukan peneliti maka kerangka berfikir dapat dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian

Keterangan:

Berdasarkan data historis berupa data omzet penjualan selama tiga tahun terakhir yaitu tahun 2015-2017 akan dilakukan analisis penyebab peningkatan dan penurunan omzet penjualan menggunakan analisis trend dengan Metode Kuadrat Terkecil (*Least Square Method*). Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dilakukan prediksi omzet penjualan untuk tahun 2019 sebagai upaya meminimalisasi kemungkinan terburuk pencapaian omzet penjualan perusahaan.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara-cara yang dipakai penelitian untuk melakukan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat terlaksana dengan baik. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi rancangan penelitian, metode penentuan lokasi penelitian, definisi operasional konsep, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis trend omzet penjualan sepatu dan sandal di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto tahun 2015-2017. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive area*. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode dokumen, observasi, dan wawancara. Analisis data yang digunakan adalah analisis *Trend* dengan menggunakan kuadrat terkecil (*Least Square*) untuk mengetahui trend omzet penjualan sepatu dan sandal tahun 2015-2017.

3.2 Metode Penentuan Lokasi

Metode penentuan lokasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive area*. Lokasi yang ditetapkan pada penelitian ini adalah CV. Pribadi Tiga. CV. Pribadi Tiga beralamatkan di Jl. KH. Usman 22, Surodinawan, Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto. Adapun alasan dalam memilih lokasi penelitian adalah karena CV. Pribadi Tiga merupakan industri sepatu dan sandal berbahan kulit yang memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) sendiri dan juga memiliki sertifikat ISO 9001:2008.

3.3 Definisi Operasional Konsep

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

3.3.1 Omzet Penjualan

Omzet penjualan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah penjualan sepatu dan sandal yang dihitung berdasarkan jumlah uang dalam

rupiah yang dihasilkan oleh CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto selama 36 bulan yaitu pada tahun 2015-2017.

3.3.2 Trend

Trend pada penelitian ini adalah gerak naik turunnya omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto tahun 2015-2017, dan untuk memprediksi besarnya omzet penjualan yang akan diperoleh oleh CV. Pribadi Tiga pada tahun 2021.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian ini meliputi:

1. Data Primer, data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, yaitu data laporan keuangan CV. Pribadi Tiga yang berhubungan dengan omzet penjualan selama 36 bulan atau tahun 2015-2017.
2. Data Sekunder, data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya, berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data pendukung yang berkaitan dengan penelitian berupa profil, alamat, sejarah dari CV. Pribadi Tiga, dan lain-lain.

3.4.2 Sumber Data

1. Subjek Penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai omzet penjualan sepatu dan sandal. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik CV. Pribadi Tiga.
2. Dokumen yang ada kaitannya dengan penelitian, yaitu data omzet penjualan atau data pembukuan sepatu dan sandal di CV. Pribadi Tiga tahun 2015-2017 dan data pendukung lainnya.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

3.5.1 Dokumen

Menurut Sugiyono (2013:82), dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental dari seseorang. Dalam penelitian ini, dokumen merupakan data utama. Dokumen berbentuk data pembukuan mengenai omzet penjualan sepatu dan sandal di CV. Pribadi Tiga selama tahun 2015-2017. Dokumen tersebut akan dianalisis oleh peneliti dengan menggunakan analisis trend sehingga akan diketahui trend omzet penjualan sepatu dan sandal tahun 2015-2017 dan prediksi omzet penjualan tahun 2021.

3.5.2 Wawancara

Metode wawancara merupakan cara yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data atau informasi tambahan guna melengkapi data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Metode wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan bertanya langsung kepada pemilik CV. Pribadi Tiga untuk mendapatkan informasi tentang metode pemasaran yang digunakan oleh pemilik CV. Pribadi Tiga sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan sepatu dan sandal selama 36 bulan atau 3 tahun terakhir, sehingga peneliti dapat mengetahui trend omzet penjualan sepatu dan sandal tersebut.

3.5.3 Observasi

Metode Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung mengenai hal-hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Pada tahap observasi ini, peneliti mengamati secara langsung segala kegiatan yang ada di lokasi penelitian, yaitu mengamati kegiatan produksi di CV. Pribadi Tiga. Sebelum melakukan observasi, peneliti harus membuat pedoman observasi dimana pedoman observasi ini digunakan untuk mendapatkan data hasil pengamatan sehingga peneliti dapat melakukan pengamatan sesuai dengan tujuan penelitian.

3.6 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2009:244) analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain secara sistematis sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data berkala dari tahun 2015-2017 atau selama 36 bulan. Data berkala adalah data yang disusun berdasarkan urutan waktu atau data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu. Waktu yang digunakan dapat berupa minggu, bulan, tahun, dan sebagainya. Dengan demikian, data berkala berhubungan dengan data statistik yang dicatat dan diselidiki dalam batas-batas waktu tertentu, seperti penjualan, harga, persediaan, produksi, dan tenaga kerja. Analisis data berkala merupakan analisis yang menerangkan dan mengukur berbagai perubahan atau perkembangan data selama satu periode (Hasan, 2009:184)

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis trend dengan metode kuadrat terkecil (*Least Square Method*). Metode *least square* atau metode kuadrat terkecil, dapat dipergunakan untuk melakukan *forecast* omzet penjualan, oleh karena itu metode ini merupakan salah satu teknik dalam menyusun *forecast* omzet penjualan. Rumus yang digunakan dalam metode *Least Square* :

$$\hat{Y} = \alpha + bX$$

Keterangan :

\hat{Y} = data berkala atau nilai trend untuk periode tertentu

X = periode waktu (bulan)

α = konstanta, nilai \hat{Y} jika $X = 0$

b = koefisien X , kemiringan garis trend (*slope*)

Bentuk tabel persiapan untuk penghitungan analisis trend dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Data Omzet Penjualan CV. Pribadi Tiga Tahun 2015-2017

n (Bulan)	Omzet Penjualan (Y)	X	XY	X^2
Januari, 2015	-	-11	-	-
Februari, 2015	-	-9	-	-
Maret, 2015	-	-7	-	-
April, 2015	-	-5	-	-
Mei, 2015	-	-3	-	-
Juni, 2015	-	-1	-	-
Juli, 2015	-	+1	-	-
Agustus, 2015	-	+3	-	-
September, 2015	-	+5	-	-
Oktober, 2015	-	+7	-	-
November, 2015	-	+9	-	-
Desember 2015	-	+11	-	-
Dst.	-	-	-

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa omzet penjualan sepatu dan sandal di CV. Pribadi Tiga mulai tahun 2015-2017 mengalami kenaikan dan juga penurunan karena berbagai faktor. Omzet penjualan sepatu dan sandal mengalami peningkatan ketika perusahaan memproduksi sepatu untuk seluruh siswa baru di SMP seKota Mojokerto dan juga turut serta dalam beberapa event di Mojokerto. CV Pribadi Tiga terus memperbaiki segala bentuk pelayanan yang sedang diterapkan perusahaan yaitu dengan cara melakukan inovasi pada kualitas produk sepatu dan sandal; memberikan pelayanan berupa garansi dari pembelian produk dan servis pada sepatu, sandal maupun tas konsumen; dan juga perusahaan menerima pembuatan sepatu, sandal dan tas sesuai dengan keinginan atau kebutuhan konsumen. Selain menjual produk di galerinya CV. Pribadi Tiga juga memasarkan produknya di salah satu situs jual beli online.

Trend omzet penjualan sepatu dan sandal tahun 2015-2017 mengalami peningkatan dari tahun ke tahun meskipun jumlah perolehan omzet penjualan fluktuatif. Hal ini digunakan untuk memprediksi pencapaian omzet penjualan dan trend omzet penjualan pada tahun 2019. Berdasarkan persamaan trend yang ada prediksi omzet penjualan tahun 2019 juga mengalami kenaikan dan penurunan, namun hal tersebut tidak berpengaruh terhadap nilai trend prediksi omzet penjualan dikarenakan trend prediksi omzet penjualan tetap mengalami peningkatan pada tahun 2019.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat diberikan saran bagi pemilik CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto yaitu sebaiknya CV. Pribadi Tiga lebih memaksimalkan penjualan produk-produk baik secara online maupun offline, serta terus meningkatkan berbagai pelayanan agar kualitas produk-produk menjadi

lebih baik. Adanya peningkatan pelayanan tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan yang lebih besar dan meningkatkan omzet penjualan yang lebih tinggi untuk tahun-tahun selanjutnya daripada tahun-tahun sebelumnya.



DAFTAR PUSTAKA**Buku**

- Anoraga, P dan Sudantoko, D. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Anoraga, P dan Widiyanti, N. 1995. *Manajemen Koperasi Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya.
- Atmaja, L. S. 2009. *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Andi.
- Djarwanto. 2001. *Statistika Sosial Ekonomi Bagian Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Ekawarna. 2010. *Manajemen Badan Usaha dan Koperasi*. Jakarta: Gaung Persada (GP) Press.
- Hariadi, B. 2005. *Strategi Manajemen “Strategi Memenangkan Perang Bisnis”*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Hasan, I. 2009. *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kartajaya, H. 2010. *Perjalanan Pemasaran Konsep Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kerin, R. A. and Peterson, R. A. 2007. *Strategic Marketing Problems: Cases and Comments*. New Jersey: Pearson Education, Inc. Terjemahan oleh N. K. Dewi. 2015. *Pemasaran Strategis: Kasus dan Komentar, Edisi Kesebelas Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Permata Puri Media
- Kotler, P. 2003. *Marketing Insights from A to Z (80 Concepts Every Manager Needs to Know)*. New York: John Wiley & Sons., Inc. Terjemahan oleh A. Lastiati. 2004. *Marketing Insights from A to Z (80 Konsep yang Harus Dipahami Setiap Manajer)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P and Armstrong, G. 1996. *Principles of Marketing, Seventh Edition*. New Jersey: A Simon & Schuster Company. Terjemahan oleh A. Sindoro. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, P dan Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

- Mujahidin, A. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Prawirosentono, S. 2016. *Manajemen Strategis & Keputusan Strategis Korporasi (Corporate Management & Decision Making Strategic)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiyono. 2009. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sukidin. 2010. *Bahan Ajar Badan Usaha*. Universitas Jember: Jember University Press
- Sumanto. 2014. *Statistika Deskriptif*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Supangat, A. 2010. *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Swastha, B. 2015. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, B dan Irawan. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Universitas Jember. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: Jember University Press.

Skripsi

- Marlitasari, A, C. 2015. Analisis Trend Produksi Rokok di Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso Tahun 2009-2013. *Skripsi*. Jember: Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jember.
- Rahmawati, N. 2014. Analisis Trend Volume Penjualan *Handphone* Samsung tahun 2009-2013 di Optus Cellular Banyuwangi. *Skripsi*. Jember: Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jember.

Internet

- www.mojokertokota.go.id [diakses pada 1 Mei 2017 13.14]
- www.pajak.go.id [diakses pada 3 Mei 2017 16.50]



LAMPIRAN

Lampiran A

MATRIK PENELITIAN

Judul	Permasalahan	Konsep	Sumber Data	Metode Penelitian
Analisis Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto Tahun 2015-2017	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana trend omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto tahun 2015-2017? 2. Bagaimana prediksi omzet penjualan di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto tahun 2018? 	<ul style="list-style-type: none"> • Omzet penjualan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis Data <ol style="list-style-type: none"> a. Data Primer, data yang diperoleh secara langsung dari pemilik CV. Pribadi Tiga yaitu berupa data laporan keuangan. b. Data Sekunder, data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya, berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan 2. Sumber Data <ol style="list-style-type: none"> a. Subjek Penelitian : Pemilik CV. Pribadi Tiga b. Dokumen : data omzet penjualan sepatu dan sandal selama tahun 2015-2017 di CV. Pribadi Tiga dan data pendukung lainnya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis penelitian : deskriptif kuantitatif 2. Metode penentuan lokasi menggunakan <i>purposive area</i> yaitu di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto 3. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu: Dokumen, Wawancara, Observasi 4. Analisis data yang digunakan yaitu Analisis <i>Trend</i> dengan metode <i>Least Square</i> Bentuk umum persamaan garis trend sebagai berikut : $\hat{Y} = \alpha + bX$ Nilai a dan b dari persamaan linier tersebut ditentukan dengan rumus: $\alpha = \frac{\sum Y}{n} \text{ dan } b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$

Lampiran B

TUNTUNAN PENELITIAN**1. Tuntunan Dokumen**

No	Data yang diperoleh	Sumber Informasi
1.	Catatan dari besaran omzet penjualan (dalam bentuk rupiah) di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto.	<ul style="list-style-type: none"> • Pemilik CV. Pribadi Tiga

2. Tuntunan Wawancara

No	Data yang diperoleh	Sumber Informasi
1.	Omzet penjualan sepatu dan sandal di CV. Pribadi Tiga tahun 2015-2017.	<ul style="list-style-type: none"> • Pemilik CV. Pribadi Tiga
2.	Cara menghadapi persaingan dengan produk China	

3. Tuntunan Observasi

No	Data yang diambil	Sumber Informasi
1.	Gambaran umum CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto	Pemilik CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto.
2.	Kegiatan pemasaran sepatu dan sandal di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto	

*Lampiran C***PEDOMAN WAWANCARA SUBJEK PENELITIAN
(PEMILIK CV. PRIBADI TIGA)****I. Identitas Subjek Penelitian**

Nama :

Usia :

Tuntunan Wawancara

1. Bagaimana awal berdirinya CV. Pribadi Tiga?

.....
.....

2. Jenis sepatu dan sandal apa saja yang diproduksi di CV. Pribadi Tiga?

.....
.....

3. Bagaimana omzet penjualan yang Ibu peroleh selama tiga tahun terakhir?

.....
.....

4. Menurut Ibu bagaimana cara yang dilakukan agar industri ini tetap berkembang?

.....
.....

5. Bagaimana cara memasarkan produk sepatu dan sandal ini agar omzet penjualannya bisa meningkat?

.....
.....

6. Bagaimana menghadapi persaingan dengan produsen sepatu lainnya agar produk Ibu tetap diminati konsumen?

.....
.....

Lampiran D

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Tanggal : Jum'at, 10 November 2017
Waktu : 09.00
Tempat : CV. Pribadi Tiga

BIODATA SUBJEK PENELITIAN

Nama : Anik Nurtiana
Usia : 53 tahun

HASIL WAWANCARA DENGAN SUBJEK PENELITIAN**1. Bagaimana awal berdirinya CV. Pribadi Tiga?**

Awalnya berdirinya dulu tahun 1995 namanya Toko Pribadi Tiga mbak, menjual bahan-bahan pembuatan sepatu saja. Akhirnya waktu krisis moneter itu mbak jualannya tidak bagus tapi kami masih tetap menjual bahan-bahan itu. Kemudian tahun 2009 kami beralih menjadi industri yang membuat sepatu dan sandal dan namanya menjadi CV. Pribadi Tiga sesuai dengan SIUPnya.

2. Jenis sepatu dan sandal apa saja yang diproduksi di CV. Pribadi Tiga?

Saya memproduksi sepatu-sepatu fantovel mbak asli berbahan kulit, sepatu sandal juga ada, sandal, tas dan kadang kami membuat sepatu untuk balet juga berbahan kulit. Sepatu-sepatu untuk wanita dan juga pria mbak, kami juga menyesuaikan pesanan dari konsumen. Seringnya kami menerima pesanan sepatu yang desainnya diinginkan konsumen, mereka memberi gambar sesuai kebutuhan dan keinginan kemudian kami memproduksinya.

3. Bagaimana omzet penjualan yang Ibu peroleh selama tiga tahun terakhir?

Ya naik turun mbak, namanya usaha kan tidak selalu bagus, tapi untuk 3 tahun kemarin cukup bagus. Apalagi ada pesanan untuk anak sekolah itu mbak, tapi untuk tahun 2016-2017 pesanan untuk anak sekolah disini berkurang, kan memang bergantian mbak yang mendapatkan pesanan. Tapi di hari raya Idul

Fitri dan Natal kami mendapatkan pesanan yang lebih besar terutama di tahun 2017, jadi omzet di tahun 2017 lebih tinggi mbak daripada tahun 2016.

4. Menurut Ibu bagaimana cara yang dilakukan agar industri ini tetap berkembang?

Di CV. Pribadi Tiga ini kan tidak hanya menjual sepatu, sandal dan tas di showroom mbak, kami juga menerima pesanan banyak pesanan ini dari luar kota seperti Probolinggo, Surabaya, Pasuruan, Solo, Jogja, dan Kalimantan mbak. Kami tidak hanya memasarkan lewat showroom saja tapi kami juga memasarkan secara online (market place) yaitu website qlapa.com. Tapi selain itu kami tetap optimis mbak, ketika kehilangan pelanggan yang disana pasti nanti ada lagi rejeki dari pelanggan lain. Kami menekankan pada customer service dengan cara memberikan garansi pada pembelian sepatu, sandal dan tas disini mbak, kan setiap sepatu beda merk beda ukuran mbak jadi kami melayani jika pembeli ingin tukar, dan juga kalau ada rusaknya dibawa pelanggan kesini nanti kami perbaiki. Mungkin itu salah satu caranya mbak agar usaha di CV. Pribadi Tiga lebih berkembang.

5. Bagaimana cara memasarkan produk sepatu dan sandal ini agar omzet penjualannya bisa meningkat?

Ya itu tadi mbak di CV. Pribadi Tiga ini kan tidak hanya menjual sepatu, sandal dan tas di showroom ini mbak, kami juga menerima pesanan banyak pesanan ini dari luar kota seperti Probolinggo, Surabaya, Pasuruan, Solo, Jogja, dan Kalimantan mbak, dan kami memasarkannya lewat market place juga di website qlapa.com, kami lebih memilih qlapa.com karena memang qlapa diperuntukkan bagi UKM mbak apalagi produk kami handmade. Dulu pernah mbak punya daftar lazada dan blibli.com, tapi tidak kami lanjutkan karena penjualan disitu kan sangat luas tidak hanya sepatu, sandal, atau tas tapi ada banyak produk dan juga ketentuan harganya tidak sesuai, kalau di lazada dan blibli.com ada komisi tersendiri untuk market placenya jadi jika kami menjual di lazada atau blibli harus menambah harga jual dengan komisi. Bagi kami itu merugikan apalagi kami tidak hanya melayani ecer, tapi juga grosir.

6. Bagaimana menghadapi persaingan dengan produsen sepatu lainnya agar produk Ibu tetap diminati konsumen?

Kalau persaingan ini paling berat dengan produk cina mbak, dulu omzet kami hampir turun karena kebanjiran produk dari Cina. Tapi kami tetap menekankan dan memperkenalkan keunggulan produk kami, produk CV. Pribadi Tiga menggunakan bahan kulit sapi asli mbak, kalau cina itu biasanya imitasi. Untuk persaingan harga memang kami lebih mahal, tapi kualitas kami dijamin lebih baik dari produksi cina. Maka dari itu kami lebih menekankan pada kepuasan pelanggan mbak.



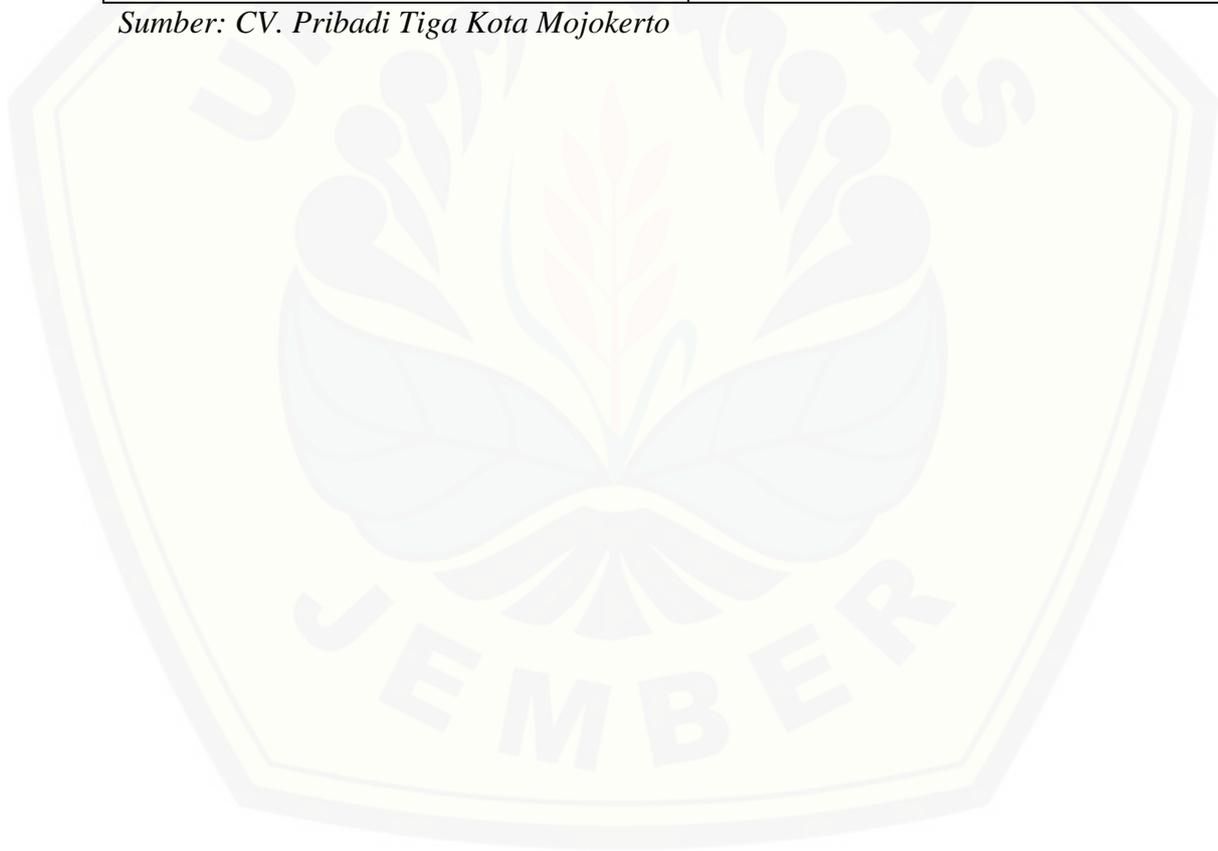
Lampiran E

**DATA OMZET PENJUALAN CV. PRIBADI TIGA KOTA MOJOKERTO
TAHUN 2015-2017**

NO.	BULAN	TAHUN	JUMLAH OMZET PENJUALAN
1.	JANUARI	2015	Rp 120.246.000
2.	FEBRUARI		Rp 59.556.000
3.	MARET		Rp 115.989.800
4.	APRIL		Rp 130.649.000
5.	MEI		Rp 113.946.000
6.	JUNI		Rp 168.780.000
7.	JULI		Rp 165.500.000
8.	AGUSTUS		Rp 294.017.500
9.	SEPTEMBER		Rp 197.517.600
10.	OKTOBER		Rp 272.067.500
11.	NOVEMBER		Rp 144.216.250
12.	DESEMBER		Rp 129.662.500
13.	JANUARI	2016	Rp 123.665.000
14.	FEBRUARI		Rp 118.558.000
15.	MARET		Rp 137.459.000
16.	APRIL		Rp 120.380.000
17.	MEI		Rp 176.895.000
18.	JUNI		Rp 96.403.000
19.	JULI		Rp 117.380.000
20.	AGUSTUS		Rp 169.370.000
21.	SEPTEMBER		Rp 94.821.000
22.	OKTOBER		Rp 139.662.000
23.	NOVEMBER		Rp 124.574.500
24.	DESEMBER		Rp 141.845.000
25.	JANUARI	2017	Rp 170.070.000
26.	FEBRUARI		Rp 116.065.000
27.	MARET		Rp 120.944.000

28.	APRIL		Rp 159.834.750
29.	MEI		Rp 182.035.875
30.	JUNI		Rp 225.510.000
31.	JULI		Rp 207.608.800
32.	AGUSTUS		Rp 209.557.500
33.	SEPTEMBER		Rp 131.488.000
34.	OKTOBER		Rp 125.438.500
35.	NOVEMBER		Rp 102.672.700
36.	DESEMBER		Rp 169.305.250
TOTAL			Rp 5.393.691.025

Sumber: CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto



Lampiran F

LAMPIRAN FOTO



Gambar 1. Lokasi CV. Pribadi Tiga



Gambar 2. Wawancara dengan Subjek Penelitian



Gambar 3. Aktivitas karyawan produksi



Gambar 4. Ruang Produksi



Gambar 5. Peralatan produksi



Gambar 6. Ruang display sepatu wanita



Gambar 7. Ruang display tas dan sepatu



Gambar 8. Ruang display sepatu pria

Lampiran G

LEMBAR KONSULTASI



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat : Jalan Kalimantan III/37 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162 Telp/Fax (0331) 33488 Jember
68121

Nama : Farida Florensia
 NIM/Angkatan : 130210301043
 Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : Analisis Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto Tahun 2015-2017
 Dosen Pembimbing I : Drs. Joko Widodo, M.M

KEGIATAN KONSULTASI

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan
1.	Selasa, 2 Mei 2017	Judul	
2.	Selasa, 9 Mei 2017	Konsultasi Bab 1,2,3	
3.	Kamis, 18 Mei 2017	Revisi Bab 1,2,3	
4.	Rabu, 31 Mei 2017	Konsultasi Bab 1,2,3	
5.	Selasa, 6 Juni 2017	Revisi Bab 1,2,3	
6.	Kamis, 15 Juni 2017	Revisi Bab 1,2,3	
7.	Kamis, 15 Juni 2017	<i>Ace Gemmae</i>	
8.	Selasa, 6 Februari 2018	Konsultasi Bab 4,5	
9.	Kamis, 15 Februari 2018	Revisi Bab 4,5	
10.	Selasa, 20 Februari 2018	Konsultasi Bab 4,5	
11.	Selasa, 27 Februari 2018	Revisi Bab 4,5	
12.	Selasa, 13 Maret 2018	Revisi Bab 4,5	
13.	Rabu, 28 Maret 2018	Revisi Bab 4,5	
14.	Kamis, 29 Maret 2018	<i>Ace Mpan</i>	
15.			

Catatan :

1. Lembar ini haru dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat : Jalan Kalimantan III/37 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162 Telp/Fax (0331) 33488 Jember
68121

Nama : Farida Florensia
NIM/Angkatan : 130210301043
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal di CV.
Pribadi Tiga Kota Mojokerto Tahun 2015-2017
Dosen Pembimbing II : Titin Kartini, S.Pd., M.Pd.

KEGIATAN KONSULTASI

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan
1.	Selasa, 9 Mei 2017	Judul	
2.	Selasa, 23 Mei 2017	Bab 1, 2, 3	
3.	Rabu, 07 Juni 2017	Bab 1, 2, 3	
4.	Kamis, 15 Juni 2017	Bab 1, 2, 3	
5.	Jum'at, 16 Juni 2017	Bab 1, 2, 3	
6.	Jum'at, 16 Juni 2017	Seminar	Aec
7.	Selasa, 6 Februari 2018	Bab 4, 5	
8.	Jum'at, 9 Februari 2018	Bab 4, 5	
9.	Kamis, 15 Februari 2018	Bab 4, 5	
10.	Selasa, 20 Februari 2018	Bab 4, 5	
11.	Rabu, 14 Maret 2018	Lampiran	
12.	Rabu, 28 Maret 2018	Aec Ujem	

Catatan :

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi

Lampiran H

SURAT IZIN PENELITIAN

 KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331- 334988, 330738 Faks: 0331-332475
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor **0203** /UN25.1.5/LT/2018
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

09 JAN 2018

Yth. Pimpinan CV. Pribadi Tiga
Di tempat

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember di bawah ini:

Nama : Farida Florensia
NIM : 130210301043
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian di CV. Pribadi Tiga dengan judul : "Analisis Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto Tahun 2015-2017". Penelitian tersebut rencananya akan dilaksanakan pada bulan Oktober-Selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenaan memberikan izin penelitian dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

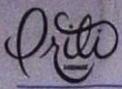
Demikian atas perkenaan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

a. n. Dekan
Wakil Dekan I

Prof. Dr. Suratno, M.Si
NIP. 19670625 199203 1 003

Lampiran I

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

 **CV. PRIBADI TIGA**
Jl. K.H Usman 22 Surodinawan, Mojokerto, Telp. (0321) 391918
ISO 9001 : 2008 No. 16 00 L 14239 TUV NORD Indonesia

SURAT KETERANGAN KEGIATAN PENELITIAN
Nomor : 01/PR/XII/2017

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ANIK NURTIANA
Alamat : Jalan K.H Usman 22 – Surodinawan Kota Mojokerto
Jabatan : Pemilik

Dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : FARIDA FLORENSIA
Jurusan : Pendidikan Ilmu pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
NIK : 130210301043
Institusi : Universitas Jember

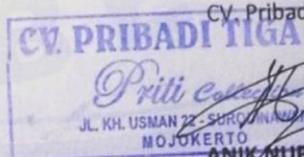
Telah melakukan penelitian pada perusahaan kami pada tanggal 04 Oktober sampai dengan 30 November 2017 guna menyelesaikan tugasnya yang berjudul " Analisis Trend Omzet Penjualan Sepatu dan Sandal di CV. Pribadi Tiga Kota Mojokerto Tahun 2015 – 2017".

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mojokerto, 04 Desember 2017

Manajemen
CV. Pribadi Tiga


ANIK NURTIANA
Pemilik


CV. PRIBADI TIGA
Prili
JL. KH. USMAN 22 - SURODINAWAN
MOJOKERTO

*Lampiran J***DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. IDENTITAS**

1. Nama : Farida Florensia
2. Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 05 Juli 1994
3. Agama : Islam
4. Nama Ayah : Imam Hambali
5. Nama Ibu : Suhernanik
6. Alamat
 - a. Asal : Dsn. Banjarmlati RT/RW 05/04 Ds. Lengkong Kecamatan Mojoanyar Kabupaten Mojokerto
 - b. Jember : Jl. Nias 2 No. 3 Jember

B. PENDIDIKAN

No.	NAMA SEKOLAH	TEMPAT	TAHUN LULUS
1.	SDN LENGKONG 3	MOJOKERTO	2006
2.	SMPN 2 MOJOANYAR	MOJOKERTO	2009
3.	MAN MOJOKERTO	MOJOKERTO	2012