

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENJUALAN YANG BISA MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA TOKO THE ZAMRUD OUTLET MARTAPURA

Syifa Norhalisa ZA<sup>1</sup>, H.Akhmad Samhudi<sup>2</sup>, Teguh Wicaksono<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manajemen (61201), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 18310279

<sup>2</sup>Manajemen (61201), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 0006075901

<sup>3</sup>Manajemen (61201), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1116028801

Email: [syifahalisa@gmail.com](mailto:syifahalisa@gmail.com)

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang bisa meningkatkan omzet penjualan yang ada pada toko the zamrud outlet martapura.(2) untuk mengetahui apakah faktor internal dan eksternal dapat meningkatkan omzet penjualan pada toko the zamrud outlet martapura. Penelitian ini adalah penelitian lapangan(field research), mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi,observasi dan wawancara.Sedangkan teknik analisis meliputi: reduksi data,penyajian data dan penarikan kesimpulan.Dari hasil analisis terdapat faktor-faktor penjualan yang bisa meningkatkan omzet penjualan pada toko the zamrud outlet martapura dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari beberapa indikator yaitu kualitas produk barang dan jasa,kondisi dan kemampuan penjual,modal,persediaan bahan baku, teknologi, dan promosi. Faktor eksternal terdiri dari persaingan dan faktor lainnya.

**Kata kunci:** Faktor-faktor Penjualan,Omzet Penjualan, Toko The Zamrud Outltet Martapura.

---

## ABSTRACT

The purpose of this study is (1) to find out what are the factors that can increase sales turnover at The Zamrud Outlet Martapura store. (2) to find out whether internal or external factors can increase sales turnover at The Zamrud Outlet Martapura store.This reserch is a field research, while the method used in this research is a qualitative descrtive method. Data collection techniques used are documentations,observation and interviews. While the data analysis techniques in this study used descriptive analysis, including: data reduction, data presentation and drawing conclusions.From the analysis results, there are sales factors that can increase sales turnover at The Zamrud Outlet Martapura store which is influenced by two factors, namely internal factors and external factors. Internal factors consist of several indicators, namely the quality of goods or services, the condition and ability of the seller, capital, supplies of raw materials, technology and promotion. External factors consist of competition and other factors.

Keywords: Sales Factors, Sales Turnover, The Zamrud Outlet Martapura Store

---

## **PENDAHULUAN**

Dalam persaingan usaha yang semakin ketat seperti saat ini, kesuksesan sebuah usaha banyak ditentukan oleh kepintaran kita untuk berfikir kreatif dalam memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi jalannya usaha untuk mendapatkan dan menggunakan barang ataupun jasa. Banyaknya usahan yang berusaha untuk memenangkan persaingan pasar dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dengan menerapkan berbagai macam strategi pemasaran yang tepat serta memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang terbaik untuk memenuhi kepuasan konsumen dengan tujuan akhir mendapatkan laba yang maksimal dengan tingkat efisiensi kinerja secara optimal.

Salah satu usaha saat ini yang tengah berusaha bersaing untuk memenangkan persaingan usaha yang semakin ketat dibidangnya ini yaitu toko The Zamrud Outlet Martapura yang bergerak dibidang batu mulia, toko ini merupakan salah satu toko yang berada di pertokoan cahaya bumi selamat yang ada di Martapura, toko ini mampu menyediakan batu mulia kualitas yang terbaik serta juga menjual berbagai perhiasan, aksesoris dan khas-khas kalimantan selatan.

Bisnis perdagangan batu mulia pada akhir tahun 2014 buming-bumingnya bermunculan dibelahan Indonesia, oleh karena itulah banyak pihak yang secara mendadak berminat untuk berusaha dalam bidang jasa tersebut. Namun pada awal tahun 2020 munculah wabah yang dikenal dengan nama covid-19 yang menyebar keseluruh dunia terutama Indonesia, tentunya mengakibatkan menurunnya omzet penjualan pada toko The Zamrud Outlet Martapura dikarenakan beberapa faktor, seperti faktor dari luar ( eksternal) dan faktor dari dalam (internal). Faktor-faktor yang berasal dari dalam yaitu meningkatkan kualitas produk barang atau jasa, mengkondisikan kemampuan penjual, modal, persediaan bahan baku, teknologi dan promosi, sedangkan faktor yang berasal dari luar yaitu berkurangnya jumlah pengunjung dari luar kota yang merupakan sasaran utama dan kurangnya minat beli masyarakat sehingga menimbulkan persaingan yang ketat dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen.

Mengingat adanya beberapa faktor tersebut membuat perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan termasuk meningkatkan pelayanan serta kualitas produk dengan memberikan hasil yang mengikuti trend trend yang ada agar membangun hubungan mereka jangka panjang dengan pelanggannya. Selain produk , harga dan distributor hal yang akan berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan adalah strategi yang ada dalam menjalankan suatu usaha.

Hal ini bisa berdampak sangat besar pada omzet penjualan pada toko the zamrud outlet martapura, maka dari itu sangat diperlukan strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing dipangsa pasar. Oleh karena itu penulis mengambil pembahasan skripsi ini mengenai ”Analisis Faktor-Faktor Penjualan Yang Bisa Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Toko The Zamrud Outlet Martapura”

## **METODE PENELITIAN**

Berdasarkan jenisnya, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research).Penelitian lapangan dilakukan dengan mendatangi keobjek penelitian untuk melakukan pengamatan dan meminta data yang diperlukan. Adapun penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yang merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia,suatu objek,suatu kondisi,suatu sistem ataupun masa lampau.Maksud dari penelitian ini yaitu untuk membuat sebuah deskripsi,gambaran,atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Penelitian ini dilakukan pada Toko The Zamrud Outlet Martapura yang beralamat dipertokoan Cahaya Bumi Selamat ,untuk waktu dalam penelitian dilakukan kurang lebih 1 (satu) bulan dari bulan Maret sampai bulan April 2022. Dalam usaha menghimpun data dilokasi penulis menggunakan metode pengamatan (observasi) yang dilakukan dengan mengamati secara langsung pada objek yang diteliti,wawancara ( interview) diajukan langsung kepada pemilik toko the

zamrud outlet martapura dan dokumentasi yang berbentuk surat, catatan harian atau laporan dan juga dapat berbentuk file.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **Faktor yang bisa meningkatkan omzet penjualan toko the zamrud outlet martapura**

Berdasarkan hasil penelitian yang di dapat peneliti melalui wawancara dan observasi yang dilakukan langsung ditoko teh zamrud outlet martapura yang berlokasi di pertokoan cahaya bumi selamet, kepada 4 orang karyawan yang ada pada toko the zamrud outlet bahwa terdapat dua faktor yang bisa meningkatkan omzet penjualan yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

#### 1. Faktor internal

##### 1) Kualitas produk barang atau jasa

Dalam langkah menjaga kualitas produk barang atau jasa yang diambil toko teh zamrud outlet martapura yaitu mendapatkan feedback dari konsumen untuk tahu kekurangan produk atau jasa. Juga selalu mengontrol untuk setiap produk dan jasa yang dijual dan selalu mengamati competitor yang ada agar produk tidak kalah.

##### 2) Kondisi dan kemampuan penjual

Begitu halnya yang didapat peneliti melalui wawancara kepada karyawan yang ada pada toko the zamrud outlet martapura, mereka berlaku sopan kepada pelanggan agar pelanggan merasa nyaman saat datang pertama ketoko, lalu biasanya memberitahu keunggulan apa saja yang akan didapatkan apabila membeli dari toko, seperti biasanya ditoko selalu memberikan diskon 20% dari harga label terus apabila mau dijual kembali biasanya cuman memberikan potongan 5% saja dari harga nota, dan banyak lagi keunggulan keunggulan lain.

##### 3) Modal

Toko The Zamrud Outlet selalu menanamkan pemikiran yang positif kepada semua karyawannya. Ketika akan ada pameran khas kalimantan atau event yang tentunya memiliki peluang besar terhadap penjualan berlian, pemilik toko selalu menyediakan biaya yang sekiranya cukup untuk melakukan kegiatan yang mendukung untuk hal ini seperti biaya promosi, biaya pameran dan lain-lain.

##### 4) Persediaan bahan baku

Persediaan bahan baku yang ada di toko teh zamrud outlet langsung didapatkan dari sumbernya yaitu pendulangan intan yang ada dicampaka. Pada toko The Zamrud Outlet masih memiliki keterbatasan untuk mendapatkan bahan baku dikarenakan sulitnya mendapatkan langsung.

##### 5) Teknologi

Hasil penelitian diperoleh teknologi dipakai hanya sebagian saja dan dari toko The Zamrud Outlet masih memakai cara tradisional. Hal ini mengakibatkan lamanya proses pengolahan bisa sampai 5-6 hari. Kesulitan saat ini yaitu berapa jauh pemakian peralatan atau mesin untuk tenaga kerja supaya bisa meningkatkan produktivitas dan mutu.

##### 6) Promosi

Pada toko The Zamrud Outlet Martapura termasuk toko yang sangat aktif dalam melakukan promosi. Promosi yang digunakan oleh toko The Zamrud Outlet adalah mengenalkan produknya melalui internet khususnya instagram dan toko pedia tidak hanya internet toko the Zamrud Outlet juga mempromosikan melalui media iklan, media massa dan media elektronik seperti menampilkan produknya disebuah acara tv. Tidak hanya itu tempat promosi lain yang dilakukan toko The Zamrud Outlet juga memakai kartu nama.

#### 2. Faktor eksternal

##### 1) Persaingan

Persaingan adalah keadaan dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing, begitu juga yang dilakukan toko The Zamrud Outlet berfokus pada perluasan nama, selalu memahami pesang bisnis yang ada dan selalu mengenali kebiasaan konsumen.

2) Faktor lainnya

Faktor lainnya meliputi kurangnya pengunjung dari luar kota yang dikarenakan adanya wabah covid-19 sedangkan seperti yang diketahui pada Toko The Zamrud Outlet Martapura banyak pangsa pasar yang dituju adalah konsumen dari laur kota. Sehingga Toko Zamrud harus mengatasi masalah tersebut dengan cara melakukan penjualan online tanpa langsung ketoko dengan cara melalui pengiriman setelah transaksi.

**Analisis faktor internal dan eksternal dapat meningkatkan omzet penjualan pada toko the zamrud outlet martapura**

**Tabel 4.1 Perkembangan Penjualan Toko The Zamrud Outlet Martapura Pada Tahun 2021 Dari Bulan Januari Hingga Desember**

| Bulan   | Faktor yang bisa meningkatkan penjualan  | Bulan sebelum | Bulan sesudah | Keterangan   |
|---------|--|---------------|---------------|--|
| Januari | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas produk atau jasa</li> <li>• Kondisi dan kemampuan penjual</li> </ul>     | -             | 154.585.000   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pilihan motif lengkap</li> <li>• Pelayanan baik</li> </ul>                                  |
| Febuari | <ul style="list-style-type: none"> <li>• kualitas produk atau jasa</li> <li>• persedian bahan baku</li> </ul>              | 154.585.000   | 106.165.000   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• pilihan motif kurang</li> <li>• bahan baku sulit dicari</li> </ul>                          |
| Maret   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• kualitas produk barang atau jasa</li> <li>• persedian bahan baku</li> </ul>       | 106.165.000   | 159.789.000   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• motif trend sesuai keinginan konsumen</li> <li>• bahan baku yang banyak</li> </ul>          |
| April   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• persaingan</li> <li>• promo</li> <li>• modal</li> <li>• faktor lainnya</li> </ul> | 159.789.000   | 107.820.000   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• pesaing melakuka n promo</li> <li>• kurangnya modal untuk promo</li> <li>• tidak</li> </ul> |

|         |   |             |             |  |
|---------|---|-------------|-------------|--|
|         |   |             |             | melakukan promosi  |
| Mei     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• modal</li> <li>• persaingan</li> <li>• promosi</li> <li>• faktor lainnya</li> </ul>                  | 107.820.000 | 149.900.000 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• modal untuk promo</li> <li>• bersaing dengan pesaing</li> <li>• media iklan, media elektronik, media massa</li> </ul> |
| Juni    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• modal</li> <li>• persaingan</li> <li>• promosi</li> <li>• faktor lainnya</li> </ul>                  | 149.900.000 | 164.528.000 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• modal untuk promo</li> <li>• bersaing dengan pesaing</li> <li>• media iklan, media elektronik, media massa</li> </ul> |
| Juli    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• kondisi dan kemampuan penjual</li> <li>• teknologi</li> <li>• modal</li> <li>• persaingan</li> </ul> | 164.528.000 | 112.195.000 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• pelayanan kurang</li> <li>• teknologi manual</li> <li>• kurangnya modal</li> </ul>                                    |
| Agustus | <ul style="list-style-type: none"> <li>• kondisi dan kemampuan penjual</li> <li>• teknologi</li> <li>• modal</li> <li>• persaingan</li> </ul> | 112.195.000 | 136.547.000 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• pelayanan yang bagus</li> <li>• memakai mesin</li> <li>• melakukan promo</li> </ul>                                   |

|           |   |             |             |   |
|-----------|---|-------------|-------------|---|
| September | <ul style="list-style-type: none"> <li>• faktor lainnya</li> <li>• promosi</li> <li>• persaingan</li> </ul>   | 136.547.000 | 36.510.000  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• adanya wabah covid -19</li> <li>• persaingan banyak</li> </ul>                       |
| Oktober   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• faktor lainnya</li> <li>• promosi</li> <li>• kondisi dan kemampuan penjual</li> </ul>                                      | 36.510.000  | 140.021.000 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• penjualan online</li> <li>• pelayanan online</li> <li>• pembeli luar kota</li> </ul> |
| November  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• faktor lainnya</li> <li>• kondisi dan kemampuan penjual</li> <li>• kualitas produk atau jasa</li> <li>• promosi</li> </ul> | 140.021.000 | 160.716.000 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• penjualan online</li> <li>• pelayanan online</li> <li>• pembeli luar kota</li> </ul> |
| Desember  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• faktor lainnya</li> <li>• kondisi dan kemampuan penjual</li> <li>• teknologi</li> <li>• promosi</li> </ul>                 | 115.716.000 | 198.289.000 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• penjualan online</li> <li>• pelayanan online</li> <li>• menggunakan mesin</li> </ul> |

Berdasarkan tabel 4.1 di atas terlihat bahwa perkembangan penjualan pada toko the zamrud outlet martapura mengalami naik turun. pada tahun 2021 toko zamrud menargetkan penjualan mencapai omzet Rp 150.000.000 juta dalam 1 bulan, dan untuk bulan januari terealisasi mencapai Rp 154.585.000, sedangkan Pada bulan febuari toko zamrud mengalami penurunan dan hanya terealisasi Rp. 106.165.000 penurunan omzet di karenakan pada saat itu terdapat kesalahan tentang sulitnya mendapatkan bahan baku sehingga stok barang yang kurang memenuhi standar yang diinginkan konsumen , seperti kurangnya pilihan motif terbaru yang kekinian sedangkan di bulan Januari stok barang masih lumayan banyak ditambah pelayanan toko yang baik.

Pada bulan maret toko zamrud membenahi masalah yang terjadi dibulan febuari kemarin dengan menambah motif motif terbaru yang lagi trend dipasaran sehingga toko zamrud kembali dapat meningkatkan omzet sebanyak Rp. 159.789.000 dan omzet telah mencapai target yang diinginkan perbulannya.

Pada bulan april toko zamrud kembali mengalami penurunan, tetapi bukan dikarenakan kurangnya stok motif seperti halnya permasalahan dibulan february, tetapi karena banyaknya pesaing yang melakukan promo promo menarik sehingga toko zamrud mengalami penurunan omzet kembali di bulan april. Dari permasalahan yang ada toko zamrud langsung membenahi permasalahan seperti melakukan promo untuk pembelian perhiasan berlian mendapatkan potongan 20% dari harga lebel untuk menarik minat konsumen dan tidak hanya itu toko zamrud juga melakukan promo melalui media sosial, media iklan, dan media elektronik seperti promo melewati akun instagram, facebook, iklan iklan dan melewati kartu nama sehingga pada bulan mei dan Juni toko zamrud mengalami kenaikan kembali. Untuk bulan Juli toko zamrud kembali tidak mencapai target perbulannya dengan alasan kurangnya pelayanan karyawan kepada konsumen dan lamanya waktu proses pembuatan untuk perhiasan permata sehingga konsumen lebih memilih melakukan pesanan di tempat lain.

Pada bulan Agustus omzet kembali naik tetapi masih belum bisa mencapai target perbulannya dikarenakan faktor permasalahan masih belum bisa di atasi puncak penurunan terparah terjadi pada bulan september toko zamrud mengalami penurunan hanya memperoleh Rp. 36.510.000 pada bulan agustus tidak hanya toko zamrud yang mengalami penurunan omzet tetapi hampir semua toko lain juga mengalami penurunan omzet penurunan omzet tersebut dikarenakan pada saat itu kasus covid kembali mencetak rekor baru angkanya semakin tinggi sehingga berkurangnya minat pembeli perhiasan permata, dan juga kurangnya pembeli dari luar kota. Dibulan Oktober toko zamrud mendapatkan solusi dengan cara dapat melakukan pembelian online tanpa harus mendatangi toko dengan cara tersebut lumayan memberikan dampak positif terhadap omzet toko zamrud hingga naik secara signifikan walau tetap belum memenuhi target perbulannya, sehingga pada bulan november dan desember omzet pada toko zamrud terus naik dan selalu mencapai target perbulannya apalagi pada bulan november toko zamrud telah menggunakan mesin teknologi dalam proses pembuatannya perhiasaan.

Secara langsung dengan perubahan-perubahan sistem penjualan yang ada memiliki dampak untuk bisa meningkatkan omzet penjualan di toko The Zamrud Outlet Martapura. Hal tersebut dapat dilihat pada data penjualan pada tahun 2021 dengan target penjualan Rp 150.000.000 hanya pada bulan januari, maret, juni, november serta desember.

## **PEMBAHASAN**

The Zamrud Outlet Martapura merupakan sebuah toko yang bergerak di bidang batu mulia yang terletak dipertokoan cahaya bumi selamat yang ada di Martapura, yang menjual berbagai produk dengan banyak macam pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pada toko The Zamrud Outlet Martapura yang bisa meningkatkan omzet penjualan terdapat 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdapat dari dalam perusahaan sedangkan untuk faktor eksternal disebabkan hal yang berasal dari luar. Faktor internal terdapat beberapa indikator yang bisa meningkatkan omzet penjualan yaitu kualitas produk barang atau jasa, kondisi dan kemampuan penjual, modal, persediaan bahan baku, teknologi dan promosi. Faktor eksternal sendiri terdiri dari pesaing dan faktor lainnya. Dalam hal tersebut dapat diketahui bahwa faktor internal dan eksternal bisa meningkatkan omzet penjualan dikarenakan memiliki pengaruh terhadap peningkatan jumlah pembeli serta naiknya pendapatan dari toko The Zamrud Outlet Martapura. Faktor-faktor tersebut dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Faktor Internal**

#### **1) Kualitas produk barang atau jasa**

Dalam hal ini kualitas produk barang dan jasa yang ada pada toko The Zamrud Outlet Martapura masih kurang bisa dalam meningkatkan omzet penjualan masih perlu pendukung faktor lain dalam hal tersebut, dengan terus mengembangkan kualitas yang terbaik ini dapat menciptakan dan mengembangkan produk barang dan jasa yang berkualitas tinggi.

#### **2) Kondisi dan kemampuan penjual**

seorang penjual harus dapat meyakinkan kepada pelanggan agar dapat berhasil mencapai target penjualan yang diinginkan. Dalam hal ini toko The Zamrud Outlet bisa memberikan

training pelatihan awal kepada seluruh karyawan tanpa terkecuali yaitu teknik berbicara untuk menarik dan meyakinkan kepada calon pembeli.

### 3) Modal

Dalam hal ini pemilik toko The zamrud Outlet sebisa mungkin selalu menyediakan biaya cukup untuk melakukan kegiatan yang mendukung untuk kemajuan toko artinya toko The Zamrud Outlet Martapura dan harus selalu siap untuk hal ini sebagai upaya terciptanya tujuan perusaha'an.

### 4) Persediaan bahan baku

Dalam hal ini toko The Zamrud Outlet masih memiliki keterbatasan untuk mendapatkan bahan baku yang ada sehingga mengakibatkan terlambatnya hasil dari suatu produk.

### 5) Teknologi

Di saat sekarang cukup diperlukan sebuah teknologi yang canggih agar bisa mempercepat hasil sebuah produk. Tetapi pada toko The Zamrud Outlet Martapura belum sepenuhnya menggunakan mesin teknologi. Mengingat dikarenakan kurangnya teknologi membuat waktu proses pembuatan menjadi lama.

### 6) Promosi

Toko The Zamrud Outlet Martapura melakukan kegiatan promosi melalui media sosial, media iklan, dan media massa dan media elektronik, seperti penjualan melalui instagram, whatsapp, iklan dimedia cetak dan televisi dan juga biasanya melalui kartu nama. Untuk hal ini promosi yang ada pada toko the zamrud outlet telah terbilang bagus.

## 2. Faktor Eksternal

### 1) Persaingan

Toko the zamrud outlet berusaha menawarkan harga yang komperatif, dengan harga produk persaingan lainnya. Toko the zamrus juga berusaha selalu berinovasi dalam menampilkan model yang bermacam-macam walaupun dengan harga yang mahal.

### 2) Faktor lainnya

Strategi lain yang dilakukan oleh toko the zamrud outlet yaitu dengan adanya promosi bisa transaksi online tanpa datang langsung ketoko strategi ini dapat mempermudah pelanggan yang berasal dari luar kota, namun hal ini masih belum bisa sepenuhnya dalam mengatasi omzet penjualan disaat pandemic karenaa banyak orang yang masih belum bisa mempercayai kondisi produk yang hanya bisa dilihat lewat gambar.

## PENUTUP

## KESIMPULAN

Berdasarkan dari uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat faktor-faktor terhadap penelitian yang berjudul “ Analisis faktor-Faktor Penjualan Yang Bisa Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Toko The Zamrud Outlet Martapura “. Berdasarkan pada data yang telah ada maka penulis dapat menarik suatu kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Sesuai data yang diperoleh peneliti, terdapat dua faktor yang bisa meningkatkan omzet penjualan di toko The Zamrud Outlet Martapura yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor internal terdiri dari kualitas produk dan jasa, kondisi dan kemampuan penjual ,modal ,persedian bahan baku,teknologi,promosi. Sedangkan untuk faktor eksternal terdiri dari Pesaing,faktor lainnya.
2. Berdasarkan hasil analisis dari data penjualan yang didapat bahwa dari faktor internal dan eksternal ini masing masing indikator dapat meningkatkan omzet penjualan pada toko The Zamrud Outlet

## SARAN

Dari hasil pembahasan pada kesimpulan yang telah dibahas sebelumnya maka penulis dapat memberikan beberapa saran kepada toko The Zamrud Outlet Martapura sebagai berikut :



1. Toko The Zamrud Outlet Martapura saat ini perlu mencermati dan peka terhadap perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan baik perubahan internal maupun ancaman dari eksternal yaitu pesaing lain sehingga dapat menolong toko Zamrud agar bisa untuk meningkatkan omzet penjualan. Selain itu juga harus terus mengembangkan kualitas produk dan jasa dalam berbagai macam pilihan motif sehingga sesuai dengan keinginan konsumen agar merasa puas ,juga di dalam pemasaran demi tercapainya omzet penjualan yang maksimal.
2. Diharapkan dapat memberikan kesempatan bagi peneliti lain untuk lebih memperluas dan mengembangkan penelitian lanjutan karena dalam penelitian ini hanya ada dua faktor yang diungkap, sehingga masih adanya keterbatasan dalam penelitian ini. Adapun faktor lain yang mungkin belum terungkap misalnya: sumber daya manusia, tenaga kerja dan lain sebagainya
3. Dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dimasa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber rujukan untuk penelitian dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan informasi yang lebih lengkap dan lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainal Dan Adhi Setiyawan.(2012). *Pengembangan Pembelajaran Aktif Dengan ICT*. Yogyakarta: Penerbit T. Skripta Media Creative,hlm. 92.
- Baridwan, Zaki. (2013).*Sistem Informasi Akuntansi, edisi kedua*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Departemen Pendidikan Nasional,(2002). *Kamus Besar Indonesia*. Jakarta :balai pustaka
- Faithoni, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. (2012). *Manajemen Pemasaran,Cetakan 2*. Bandung: Penerbit Yrama Widya
- Hartono, Hendry, dkk. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Jurusan Manajemen. Universitas Bina Nusantara. Jakarta Barat*.
- Herjanto, E. (2015). *Manajemen Operasi, Edisi Ketiga*. Jakarta: Penerbit Grasindo, hal. 237.
- Ishak, Ach. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Kafe Tumbuh Kopi Surabaya. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*.
- Kholmi, Masiyal. ( 2013). *”Akuntansi Biaya”, Edisi Empat*. Yogyakarta: Penerbit BPFE
- Khuriyati, Thina. (2013) Faktor-Faktor penyebab Penurunan Omzet Penjualan Pada Industri Kerajinan Monel Di Desa Kriyan Kabupaten Jepara. *Jurusan Teknologi Jasa Dan Produksi.Universitas Negeri Semarang*
- Kuswana, W. Sunaryo.(2013). *Filsafat Pendidikan Teknologi, Vokasi Dan Kejujuran*. Bandung: Penerbit Alfabeta,hal. 12.
- Nisrina, G. Ghina.(2019) Analisis Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin.*Universitas Islam Kalimantan*.
- Riswan, M. (2019). 5 Rangkaian Cincin yang Harus Kamu Tahu. *Vncojewellery.Com.https://vncojewellery.com/artikel/rangka-cincin-2019-10-07/*
- Rizal, Rusman. (2017). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Omzet Penjualan Pada PT.Gaudi Dwi Laras Gabang Palembang.*Jurnal Adminika. Vol.3,No.2*.
- Wibowo, Siggih. (2014). *Petunjuk Mendirikan Perusahaan Kecil, Edisi Revisi*, Jakarta: Penerbit Niaga swadaya,hal. 12.

- Wiraguna, I. Komang Gede Aditya (2016). Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan OmzetPenjualan di PT. Kelapa Gading Denpasar, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 13, No. 03, Hlm. 138
- Wulansari, D. A. (2015).Pengaruh Penjualan Online Terhadap Omzet Penjualan Butik Zieta DesaSewulan Kec.Dagangan Kab. Madiun, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 03, No. 02, Hlm. 137
- Yaumi, M. (2018). *Media Dan Teknologi Pembelajaran, Cetakan Pertama*, Jakarta :Penerbit Prenadamedia Group