

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENJUALAN YANG BISA MENINGKATKAN OMZET DI NAFA GIFT OF BORNEO GIFT OF BORNEO BANDARA SYAMSUDIN NOOR BANJARBARU

M.Nadzmi¹, Syahrani², Farida Yulianti³

¹Manajemen (61201), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al -
Banjari Banjarmasin, 19310270

²Manajemen (61201), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al -
Banjari Banjarmasin, 1125097401

³Manajemen (61201), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al -
Banjari Banjarmasin, 1121076901

Email : nadzmithalib01@gmail.com

ABSTRAK

Karya tulis ini berguna sebagai (1) Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang bisa meningkatkan omzet penjualan yang ada pada toko Nafa Gift Of Borneo Gift Of Borneo. (2) Untuk mengetahui apakah faktor Internal atau Eksternal dapat meningkatkan omzet penjualan pada toko Nafa Gift Of Borneo Gift Of Borneo. Jenis yang digunakan pada karya ini yakni penelitian lapangan (*field research*) ,adapun penggunaan metodenya berupa deskriptif kualitatif dengan teknik dokumentasi, observasi serta wawancara. Dalam menganalisis data secara deskriptif analisis, yakni: reduksi data, menyajikan data serta membuat kesimpulan. Dari hasil analisis terdapat Faktor-faktor penjualan yang bisa meningkatkan omzet penjualan pada toko Nafa Gift Of Borneo Gift Of Borneo dipengaruhi oleh dua faktor ,yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal berupa sejumlah indikator yaitu kualitas produk barang atau jasa, kondisi dan kemampuan penjual modal, persediaan bahan baku dan teknologi. Faktor eksternal berupa persaingan dan faktor lainnya.

Kata Kunci: Faktor-Faktor Penjualan, Omzet Penjualan, Toko Nafa Gift Of Borneo Gift Of Borneo

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
- Ishak, Ach. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Kafe Tumbuh Kopi Surabaya. Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis.
- 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
- 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
- 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
- Rizal. (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 Omzet Penjualan di PT. Kelapa Gading Denpasar, Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol. 13, No. 03, Hlm. 138