

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN
BESI TUA**

(Studi Pada UKM Surya Abadi Kelurahan Sumompo)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Ekonomi Syaria'ah pada Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam IAIN Manado**



OLEH :

Dahlan Rozaly Harun

15.4.1.024

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MANADO

PRODI EKONOMI SYARIAH

MANADO

1442H/2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikasi, tiruan, plagiasi, atau dibuatkan oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya, batal demi hukum.

Manado, 12 April 2021

Penyusun,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow rectangular stamp. The stamp contains the text 'METRAL TEMPER' and a serial number '074A1X67547975'. To the left of the stamp is a vertical strip with the word 'KUBU' and some other markings.

(Dahlia Rozaly Harun)

NIM: 15.4.1.024

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN BESI TUA (STUDI PADA UKM SURYA ABADI KELURAHAN SUMOMPO)**

yang disusun oleh Dahlan Rozaly Harun 15.4.1.024, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Senin, 21-06-2021 dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah tanpa (dengan beberapa) perbaikan.

Manado, 21 Juli 2021

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Radlyah Hasanjan, SE,M.Si
 Sekretaris : Youlanda Hasan, SE.MM
 Munaqisyi I : Ridwan Jamal, M.HI.
 Munaqisyi II : Fitria Ayu Lestari Niu, M.SA
 Pembimbing I : Dr. Radlyah Hasanjan, SE,M.Si
 Pembimbing II : Youlanda Hasan, SE.MM

(.....)
 (.....)
 (.....)
 (.....)
 (.....)
 (.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum

NPWP: 97803242006042003

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah swt atas limpahan rahmat, taufiq, nikmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado. Sholawat dan salam selalu penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw, yang telah membimbing kita dari jalan kebodohan menuju jalan yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua tercinta bapak .Ahmad Harun dan Suriani Upingo yang telah mempertaruhkan dan dengan ikhlas mempersembahkan seluruh hidupnya untuk kesuksesan anaknya, yang telah melahirkan, membesarkan dan mendidik dengan sepenuh hati, selalu berbagi ilmu dan pengalaman dan tidak pernah lelah mengarahkan penulis. Semoga Allah swt selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia, dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas segala kebaikan yang telah mereka berikan. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dengan judul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi penjualan besi tua di Manado (Studi Kasus Ukm Surya Abadi)” tidak terlepas dari bimbingan, kerja keras, doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Delmus Puneri Salim, MA, M.Res Ph. D. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado beserta wakil rektor I Ahmad Rajafi, M.

HI, wakil rektor II Dr. Radlyah Hasan Jan, SE., M.Si, dan wakil rektor III Dr. Musdalifah, M.Si., M.Psi.

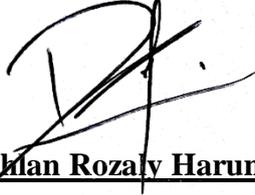
2. Dr. Rosdalina Bukido, S.Ag., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado beserta wakil dekan I Dr. Andi Mukarramah Nagauleng M.P, wakil dekan II Ridwan Jamal M.HI. Dr. Munir Tubagus, dan wakil dekan III
3. Syamsuddin A. K. Antuli, S.Ag., M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi syariah yang senantiasa dengan sabar memberi masukan sejak saya pertama menjadi mahasiswa.
4. Dr Radlyah Hasan Jan, M,Si, selaku Dosen Pembimbing I dan Youlanda Hasan, SE., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang selama ini telah meluangkan waktu dan memberikan arahan-arahan yang sangat membantu, serta dengan ikhlas dan sabar membimbing saya.
5. Seluruh Dosen dan Tendik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado yang selama ini dengan segala jerih payahnya telah memberikan ilmu bagi penulis selama masa perkuliahan.
6. Kakak-kakak TIPD Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado Kak Agung Zulkarnain, terima kasih karena telah sabar dan membantu penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih untuk Istri Tercinta yang telah memberikan nasehat, motivasi, serta dorongan sehingga saya bisa menyusun skripsi ini.

8. Terima kasih untuk Iqbal Malabar, Murdiono Papatungan Fahrizal Wakid dan teman-teman atap negeri covid 19 , untuk semua bantuan, motivasi, dukungan dan nasihat-nasihatnya.
9. Terimah kasih juga untuk teman-teman Angkatan 2015 Ekonomi Syariah yang telah sama-sama berjuang dari awal kuliah hingga akhir.
10. Teruntuk semua pihak yang banyak membantu dan tak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah swt, memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Semoga hasil karya yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Aamiin Yaa Rabbal'Alamiin

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan tangan terbuka. Namun demikian, penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya .

Manado, 13 November 2021


Dahlan Rozaly Harun
NIM 15.4.1.024

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
A.	La
tar Belakang Masalah	1
B.	Id
entifikasi Masalah.....	6
C.	Ba
tasan Masalah	7
D.	Ru
musan Masalah	7
E.....	Tu
juan Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A.	Pe
njualan dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	9
B.	Fa
ktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan	11

C.	In
dikator Volume Penjualan	14
D.	Pe
jualan Ditinjau Menurut Pandangan Ekonomi Islam	15
E.	Be
si Tua/ <i>Scap</i>	17
F.	Pe
nelitian Terdahulu.....	20

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Te
mpat dan Waktu Penelitian	24
B.	Ra
ncangan Penelitian.....	24
C.	Da
ta dan Instrumen	25
D.	Inf
orman dan Penelitian	26
E.	Te
knik Pengumpulan Data.....	27
F.	Te
knik Analisis Data	28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Ga
mbaran Umum Objek Penelitian	31
B.	Ha
sil dan Pembahasan	31

BAB V PENUTUP

A.	Ke
simpulan.....	46
B.	Sa
ran	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRACT

Name : Dahlan Rozaly Harun
SRN : 15.4.1.024
Faculty : Islamic Economics and Business
Study Program : Syari'ah Economy
Title : Factors Affecting Sales Volume of Scrap Metal (Study on UKM Surya Abadi, Sumompo)

This study aims to determine the factors that affect the sales volume of scrap metal at UKM Surya Abadi Sumompo Manado City. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. The data collection techniques used are observation, interviews and documentation which are then analyzed in three stages that include data reduction, data presentation and conclusions. The results showed that there are 2 factors that affect the sales volume of scrap metal at UKM Surya Abadi, namely Internal Factors and External Factors. Internal factors include the price applied according to the weight and quality of scrap metal, capital that affects scrap metal inventory and kind and excellent service provided to sellers and buyers of scrap metal. While external factors include the impact of the covid-19 pandemic which causes scrap metal suppliers to decline and the lack of scrap metal buyers thereby reducing business income. Moreover, the owner struggles to overcome the impact of the COVID-19 pandemic, that is by reducing the number of employees since income has decreased by up to 50% and can no longer pay employee wages.

Key Words: internal factors, external factors, sales volume



ABSTRAK

Nama : Dahlan Rozaly Harun
NIM : 15.4.1.024
Judul : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Besi Tua (Studi Pada UKM Surya Abadi Kelurahan Sumompo)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan besi tua pada UKM Surya Abadi Sumompo Kota Manado. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi yang kemudian dianalisis dengan tiga tahapan yang meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 2 faktor yang mempengaruhi volume penjualan besi tua pada UKM Surya Abadi yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor internal meliputi harga yang diberlakukan sesuai dengan berat dan kualitas besi tua, modal yang mempengaruhi persediaan besi tua dan pelayanan yang ramah dan prima yang diberikan kepada penjual dan pembeli besi tua. Sedangkan faktor eksternal meliputi dampak pandemic covid-19 yang menyebabkan pemasok besi tua menjadi menurun dan kurangnya pembeli besi tua sehingga menurunkan pendapatan usaha serta upaya dalam mengatasi dampak dari pandemic covid 19 yaitu dengan melakukan pengurangan jumlah karyawan sebab pendapatan yang menurun hingga 50% tidak mampu lagi membayar upah karyawan.

Kata Kunci : Faktor Internal, Faktor Eksternal, Volume Penjualan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam masa liberalisasi perdagangan, persaingan industri baik dalam dunia perdagangan komoditas ekspor ataupun impor dialami dari waktu ke waktu terus menjadi menampilkan persaingan yang sangat ketat semacam dikala ini. Keadaan demikian berakibat kepada industri-industri buat berupaya optimal dengan bermacam strategi buat berpacu mendapatkan keberhasilan serta keuntungan, yang mana salah satu indikatornya bisa ditunjukkan dalam tingkatan penjualan yang besar.¹

Industri butuh memikirkan langkah-langkah yang wajib ditempuh supaya bisa menggapai tujuan serta target yang mau dicapai. Buat itu, industri dituntut supaya bisa melaksanakan sesuatu strategi pemasaran yang pas guna menunjang kelangsungan serta kemajuan usaha sesuatu industri.

Strategi bersaing yang pas buat industri merupakan dengan meningkatkan resep gimana bisnis bisa bersaing secara berkepanjangan, apa yang sepatutnya jadi tujuannya, dan kebijaksanaan yang dibutuhkan buat menggapai tujuan tersebut. Dalam usaha buat menggapai tujuan industri pasti saja tidak lepas dari seluruh hambatan yang terdapat baik dari luar ataupun dari dalam industri itu sendiri.

Banyaknya jenis usaha baik usaha makro maupun mikro (industri rumahan) yang berkembang di masyarakat, tidak terlepas dari tujuan utama didirikannya usaha tersebut yaitu memperoleh keuntungan membiayai kebutuhan

¹ Hidayat, Syarif Imam. 2008. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Volume Penjualan Produk Olahan Kentang "*French Fried*". J-SEP Vol. 2 No. 1 Maret 2008

dan kelangsungan hidup pelaku usaha sekaligus untuk kelangsungan usaha itu sendiri. Dari banyaknya jenis usaha tersebut, terdapat usaha mikro yang banyak digeluti oleh para pelaku usaha kecil-menengah di Indonesia khususnya di Sulawesi Utara dengan modal yang minim namun dengan peluang dan prospek keuntungan yang lumayan besar dan menjanjikan. Bentuk usaha yang dimaksud adalah jual beli besi tua atau dalam istilah ekonomi biasa disebut Scrap yang berarti bahan atau barang bekas.

Besi adalah logam yang paling banyak digunakan, mencakup 92% dari produksi logam dunia. Besi telah digarap, atau ditempa, selama beberapa millennium. Besi merupakan bahan yang sangat penting, mengingat fungsinya yang sangat begitu luar biasa bermanfaat bagi manusia. Salah satunya penggunaan besi beton dalam industri pembangunan seperti gedung kantor, stadion, rumah ibadah, swalayan atau pun rumah tinggal. Karena penggunaannya cukup tinggi, besi beton jadi lahan bisnis yang menggiurkan, hal tersebut juga berlaku dengan besi scrap atau besi rongsok yang tak kalah menggiurkan dalam dunia bisnis. Secara raga besi scrap dapat berbentuk potongan- potongan maupun besi sisa dari suatu pembongkaran rumah, pabrik, ataupun gedung.

Besi scrap bisa jadi nampak biasa saja untuk kita yang awam dengan perihal ini, namun sebagian orang malah memakainya selaku kesempatan bisnis. Pasti tidaklah perihal gampang buat dapat menempuh bisnis ini, diperlukan kejelian dalam memandang kesempatan besar. Sehingga kita ketahui tren pasar yang lagi tumbuh dikala ini spesialnya di industri besi sisa. Dalam

industri pembangunan juga tidak lepas dari pemakaian besi, semacam besi beton, baja, plat, serta lain lain.

Besi scrap ataupun biasa diucap Besi Rongsok (Sisa/ Tua). Besi scrap merupakan besi tua/ sisa yang telah tidak terpakai lagi. Secara raga besi scrap dapat berbentuk potongan- potongan maupun besi sisa dari suatu pembongkaran rumah, pabrik, ataupun gedung dan biasa didapatkan dari toko yang menawarkan jual beli besi tua atau dari pengepul. Keberadaan besi scrap atau besi tua dianggap biasa bagi kebanyakan orang, bahkan ada yang menanggap besi scrap tidak dapat dimanfaatkan sama sekali. Peluang ini ternyata dimanfaatkan bagi pebisnis yang menggeluti bisnis besi scrap. Meski kenyataannya diperlukan kesabaran dan ketelitian, namun hasil jual beli besi tua ini sangat menjanjikan.

Jenis usaha besi tua di Manado masih tergolong sebagai jenis usaha mikro yang dikembangkan dan dioperasikan oleh industri rumahan yang terdiri dari usaha keluarga dan sejenisnya dengan jumlah karyawan serta operasional yang terbatas. Kegiatan operasional jenis usaha besi tua ini meliputi kegiatan pengepulan besi tua oleh pelaku jenis usaha besi tua ini dari para pengepul maupun dari para penjual bebas yang memiliki besi tua yang dihargai sesuai dengan harga pasar yang berlaku. Besi tua yang bisa dibeli oleh para pelaku jenis usaha besi tua ini meliputi besi tua pada kendaraan, alat rumah tangga maupun jenis besi tua yang berpotensi dapat dijadikan bahan baku bagi perusahaan baja di luar daerah yang menjadi konsumen dari besi tua ini.

Jenis-jenis besi tua yang diperdagangkan di industri ini antara lain: (1) Besi tua golongan A dengan ketebalan minimal 6 mm Jenis komoditi yang

ditawarkan antara lain baja IWF / H, pipa, besi beton batangan, pelat, rel, pembuatan besi tua, mesin balok, Rantai kapal, as, roda kereta api, pelat kapal, (2) Tebal minimum besi tua tipe B adalah 3-5 mm. Jenis barang tersebut antara lain pelat tipis, pelat, roda, dan sisa potong kumparan yang tidak mudah berkarat atau tidak dicat; (3) besi tua C dengan ketebalan minimal 2-3 mm; dan jenis barang antara lain: bekas pakai bergantian kawat / kawat sling, seng bekas pabrik, paku, plat mobil bekas, drum oli, dan barang tidak boleh terlalu berkarat atau dicat; dan (4) besi tua dengan ketebalan tertentu minimal 1-2 mm Jenis barang antara lain serutan / mesin bubut, kaleng susu, seng karatan, kawat las, roda sepeda dengan sedikit karat atau cat.²

Melihat peluang bisnis penjualan besi tua ini, Badan Usaha Surya Abadi memanfaatkan momen dan peluang ini untuk menjadi pengumpul besi tua yang selanjutnya menjadi menjualnya ke perusahaan baja yang berada di Jakarta. Tingginya permintaan dari pelanggan terutama perusahaan baja ini menjadikan Badan Usaha Surya Abadi menjadi pemasok besi tua di perusahaan tersebut. Sejak didirikan dan beroperasi pada Tahun 2005 sudah banyak hal, baik dalam bentuk kendala ataupun kemudahan ditemui dalam bisnis ini. Perusahaan ini mampu eksis kurang lebih selama 15 tahun yang tak lepas dari tantangan dan kendala yang dihadapi namun dapat bertahan dengan strategi yang diterapkan untuk mengatasi kendala dan tantangan tersebut khususnya pada kegiatan penjualan besi tua untuk mencapai laba yang diinginkan. Berdasarkan data awal diketahui bahwa dalam kurun waktu 3 tahun terakhir yaitu sejak tahun 2017

² Histell.co.id

sampai tahun 2019, usaha ini mengalami kenaikan pada jumlah permintaan dan jumlah suplai besi tua. Namun sejak awal tahun 2020 justru terjadi penurunan jumlah permintaan dan suplai besi tua yang tidak dapat diprediksi hal ini akan terjadi.

Mekanisme penjualan besi tua ini di Manado meliputi (1) proses pengumpulan besi tua dari para pengepul dan penjual bebas, kemudian (2) disortir untuk dikelompokkan sesuai dengan jenis besi tua yang berlaku di pasar, (3) memberikan penawaran pada pelanggan atau pemenuhan pesanan atau permintaan dari pelanggan, (4) proses penawaran harga per kg, (5) pemrosesan penjualan besi tua sesuai yang sesuai dengan permintaan dan penawaran yang disepakati dan terakhir (6) proses transaksi jual beli.

Namun, situasi yang terjadi saat sebelum adanya pandemic dan setelah adanya pandemic ini jelas tergambar sangat berbeda dan mempengaruhi kelangsungan usaha besi tua ini. Hal ini terlihat dari jumlah omset penjualan yang dipengaruhi oleh faktor permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar industri ini. Para pelaku usaha mikro dibidang penjualan besi tua ini mengakui bahwa pada saat sebelum adanya pandemic, permintaan dan penawaran terhadap besi tua ini berlangsung normal dan menunjukkan volume serta omset penjualan yang kondusif dan positif sehingga membantu dan mendorong kelangsungan usaha dan kemampuan ekonomi bagi para pelaku Usaha mikro besi tua. Namun sejak adanya pandemic ini, para pelaku usaha besi tua ini mengakui mengalami penurunan yang drastic pada permintaan dan penawaran yang mengakibatkan kerugian pada usaha mereka yang menjadi risiko yang

mungkin terjadi dan harus dihadapi oleh para pelaku usaha terutama usaha mikro besi tua ini.

Risiko mengacu pada segala hal yang menyebabkan perusahaan mengalami kerugian.³ Dengan jelas dapat dikatakan bahwa segala sesuatu yang akan menjadi faktor kerugian bagi perusahaan akan disebut resiko, dan resiko dapat berkaitan dengan hal-hal yang mungkin terjadi dan akan merugikan perusahaan jika tidak diantisipasi sebelumnya. Risiko merupakan faktor yang menyebabkan ketidakpastian dalam suatu peristiwa dalam kurun waktu tertentu yang menyebabkan kerugian, baik kerugian kecil yang sepele maupun kerugian besar yang mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.⁴

Sehingga penelitian ini tertarik untuk mengetahui dan menguraikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan besi tua di Badan Usaha Surya Abadi terlebih pada saat pandemi covid-19 yang juga mengancam kelangsungan operasional dan yang beresiko menurunkan volume penjualan dan tingkat perolehan laba. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif proposal penelitian ini berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Besi Tua Pada UKM Surya Abadi Kelurahan Sumompo”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini mengidentifikasi adanya masalah seperti dampak pandemic covid-19 terhadap kelangsungan usaha dan operasional UKM Surya Abadi secara

³ Muslich, Moh. 2007. Manajemen Risiko Operasional. Jakarta: PT Bumi Aksara. Hal 221.

⁴ Lokobal, A., & Marthin, D. (2014). Manajemen Risiko pada Perusahaan Jasa Pelaksana Konstruksi di Propinsi Papua. Jurnal Ilmiah Media Engineering Vol.4 No.2 , 109-118.

komprehensif sehingga perlu diteliti lebih lanjut dengan menetapkan batasan masalah agar penelitian ini fokus yang sesuai dengan judul penelitian.

C. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu fokus pada penemuan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan besi tua pada UKM Surya Abadi terutama di masa pandemic covid 19 ini.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan besi tua pada UKM Surya Abadi Kelurahan Sumompo Kota Manado?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan besi tua pada UKM Surya Abadi Kelurahan Sumompo Kota Manado.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, kedua manfaat tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini merupakan bentuk implementasi dari ilmu pengetahuan yang penulis miliki, khususnya pada disiplin ilmu ekonomi syariah.
- b. Merupakan tambahan literatur dalam memperkaya wacana ilmu pengetahuan secara umum dan wacana ekonomi syariah secara khusus.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat memberikan masukan dan saran kepada unit usaha yang menjadi objek pada penelitian ini, khususnya dalam hal meningkatkan volume penjualan dan pendapatannya dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan besi tua.
- b. Dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki topik yang sama dengan penelitian ini.

G. Definisi Operasional

1. Faktor

Faktor adalah hal (lingkungan, peristiwa) yang membantu (mempengaruhi) sesuatu terjadi

2. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang diperoleh perusahaan dengan menjual produk perusahaan.

3. Besi Tua / Scrap

Besi tua adalah besi yang sudah tidak digunakan lagi karena pemakaian dalam jangka waktu yang lama

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran pada dasarnya merupakan suatu kegiatan penyusunan dan penerapan terhadap rencana-rencana di suatu perusahaan. Tujuan perusahaan menyusun strategi pemasaran adalah untuk meningkatkan penjualan. Atau dengan kata lain, penjualan merupakan hasil akhir dari manajemen perusahaan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Kotler dan Keller mengatakan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu seni dan ilmu di dalam pasar sasaran untuk menarik, menjaga, juga meningkatkan konsumen dengan menciptakan, mengkomunikasikan dan menghantarkan kualitas konsumen yang unggul.⁵ Sedangkan Assauri mengemukakan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu aktivitas penjabaran, persiapan, pelaksanaan, dan penerapan suatu rencana yang dilakukan demi menciptakan, menyusun, dan menjaga keuntungan dari pertukaran dengan tujuan pasar untuk mencapai misi di perusahaan dalam jangka panjang.⁶

Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu keterampilan atau seni untuk menentukan pasar sasaran, dengan cara menyusun, menentukan harga, dan menyalurkan suatu produk terhadap pasar sasaran untuk mencapai tujuan di dalam organisasi atau perusahaan dalam jangka waktu panjang.

⁵ Kotler dan Keller. 2009. *Op Cit*

⁶ Assauri, Sofjan. "Manajemen Pemasaran: dasar, konsep dan strategi." PT. Grafindo Persada. Jakarta (2004).

Rangkuti mengemukakan bahwa manajemen dalam pemasaran memiliki tiga tugas utama. Yaitu:

1. Menyusun strategi atau cara secara umum di dalam perusahaan.
2. Mengadakan strategi tersebut.
3. Melaksanakan penilaian, menganalisis, dan memperhatikan strategi tersebut dalam pelaksanaannya (untuk menilai hasil dan kekeliruan serta untuk mengatur kegiatan).

B. Pengertian Penjualan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Secara sederhana, penjualan adalah proses perpindahan hak milik akan suatu barang atau jasa dari tangan pemiliknya kepada calon pemilik baru (pembeli) dengan suatu harga tertentu. Kegiatan penjualan dapat tercipta suatu proses penukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli. Tujuan penjualan oleh suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan volume penjualan sehingga dapat diperoleh laba yang maksimal.⁷ Dengan keuntungan yang diperoleh maka suatu perusahaan dapat menjalankan operasional perusahaan sehingga perusahaan dapat berkembang sesuai yang diharapkan. Sedangkan volume penjualan adalah hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Adapun tujuan umum penjualan yang dimiliki oleh perusahaan yaitu untuk mencapai volume penjualan tertentu, mendapat laba

⁷ Hidayat, Syarif Imam. 2008. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Olahan Kentang “*French Fried*”. J-SEP Vol. 2 No. 1 Maret 2008.

tertentu dan menunjang pertumbuhan perusahaan.⁸ Pada umumnya perusahaan yang ingin mempercepat proses peningkatan volume penjualan akan melakukan kegiatan promosi melalui iklan, *personal selling*, dan publisitas.

Francis Tantri dan Tamrin, penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran.⁹ sedangkan Kotler mendefinisikan penjualan sebagai proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.¹⁰ Penjualan dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan, dikatakan pula bahwa kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap dari pembelian untuk memungkinkan terjadinya transaksi antara dua pihak. Oleh karenanya, kegiatan penjualan sama seperti kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan pihak pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran yang ditentukan oleh pihak penjual dari rencana penjualan yang telah ditetapkannya.¹¹

Dari beberapa definisi yang dikemukakan para ahli di atas, maka dapat dipahami bahwa suatu perusahaan menanamkan sebagian dari dananya dalam modal kerja karena modal kerja diperlukan untuk menunjang kegiatan operasional yang bertumpuh pada penjualan. Istilah penjualan sering disamakan dengan istilah promosi. Padahal penjualan hanya meliputi kegiatan pemindahan barang atau jasa,

⁸ Chairul Marom, *System Akuntansi Perusahaan Dagang*, (Jakarta : PT. Prenhallindo, 2002), hal. 28

⁹ Abdullah, Tamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada

¹⁰ Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.

¹¹ Assauri, Sofjan. "*Manajemen Pemasaran: dasar, konsep dan strategi*." PT. Grafindo Persada. Jakarta (2004).

atau penggunaan penjual saja. Tidak terdapat kegiatan promosi yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Jadi penjualan hanya merupakan bagian dari promosi. Sifat kegiatan dan struktur pelaporan di dalam perusahaan dapat berbeda. Namun pada prinsipnya semua ditujukan untuk memudahkan tugas penjualan.¹²

Selain itu, penjualan juga memiliki tujuan, hal ini dikarenakan para pengusaha tentunya memiliki tujuan untuk mendapatkan laba tertentu dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkan pendapatannya untuk jangka waktu yang lama. Pada umumnya, tujuan dalam penjualan adalah sebagai berikut:¹³

1. Meningkatkan Volume Penjualan

Penetapan harga di beberapa perusahaan difokuskan pada volume penjualan selama periode waktu tertentu, misalnya 1 tahun atau 3 tahun. Manajemen bertujuan meningkatkan volume penjualan dengan memberikan diskon atau strategi penetapan harga yang agresif lainnya, meskipun harus mengalami rugi dalam jangka pendek.

2. Mempertahankan dan Meningkatkan Pangsa Pasar

Beberapa perusahaan, besar dan kecil, menetapkan harga dengan tujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar perusahaan. Misalnya, ketika mata uang Jepang nilainya melebihi nilai dolar Amerika Serikat, maka produk Jepang berada pada prospek

¹² Faithoni, Ahmad. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

¹³ Swastha, Basu. "Manajemen Penjualan Edisi 3." *BPFE Yogyakarta. Yogyakarta* (2010).

berkurangnya pangsa pasar. Untuk mempertahankan pangsa pasar, perusahaan Jepang menerima margin laba yang lebih kecil dan mengurangi biaya sehingga dapat menjual produk dengan harga di bawah harga jual yang seharusnya.

Praktek kegiatan penjualan sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Faktor tersebut antara lain:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli atau memindahkan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil dalam mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

2. Kondisi Pasar

Pasar sebagai sekelompok orang pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu untuk diperhatikan adalah:

- a. Jenis pasar, yaitu pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah, dan pasar internasional.
- b. Kelompok pembeli atau segmentasi pasar
- c. Daya beli
- d. Frekuensi pembelian
- e. Keinginan dan kebutuhan

3. Modal

Modal merupakan uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Akan sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari lokasi penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu atau membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transportasi, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk dilakukan.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan pasar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan. Beda halnya dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerja yang sedikit, sistem organisasi yang sederhana, masalah-masalah yang dihadapi serta sasaran yang dimilikinya juga tidak serumit perusahaan besar. Pada umumnya, masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

5. Faktor lain

Faktor lainnya mencakup, periklanan, kampanye, pemberian hadiah, yang juga sering mempengaruhi penjualan. Namun, dalam pelaksanaannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang memiliki modal yang kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan. Pada umumnya yang terjadi dilapangan adalah, sebelum pembeli melakukan pembelian, pembeli tersebut perlu dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan kemasan produk yang menarik atau dengan cara promosi lainnya.¹⁴

C. Pengertian Volume Penjualan dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Volume Penjualan

Kotler¹⁵ mendefinisikan volume penjualan sebagai barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Besar kecilnya penjualan dipengaruhi oleh jumlah produk yang terjual. Volume penjualan merupakan total penjualan yang di dapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit, tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Jika volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun.

¹⁴ Sutojo, Siswanto. "Manajemen Penjualan yang efektif." *Jakarta: Damar Mulia Pustaka* (2003).

¹⁵ Kotler dan Keller. 2009. *OpCit*

Dari penjelasan Kotler tersebut maka dapat dimaknai bahwa volume penjualan merupakan sejumlah komoditas yang terjual dalam periode waktu tertentu yang merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau laba merupakan saran penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, oleh sebab itu perusahaan harus berusaha untuk menciptakan volume penjualan yang menguntungkan,

Adapun, beberapa usaha dalam meningkatkan volume penjualan, antara lain:

1. Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
2. Menempatkan dan menata barang secara teratur, sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
3. Mengadakan analisa pasar.
4. Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
5. Mengadakan pameran.
6. Mengadakan diskon atau potongan harga.

Selain itu, terdapat pula beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan terbagi dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal yang dijelaskan sebagai berikut¹⁶:

- a. Faktor Internal :

¹⁶ Swastha Bayu dan Irawan, "Manajemen Pemasaran Modern". Yogyakarta. Liberty. 2003. Hlm.118

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual Transaksi jual – beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan, untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni :

(a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan

(b) Harga produk

(c) Syarat penjualan seperti : pembayaran, penghantaran, pelayanan, garansi dan sebagainya.

2) Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan, apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti : alat transport, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

3) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan.

4) Promosi

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan tersebut.

b. Faktor Eksternal :

1) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah kelompok pembeli atau segmen pasarnya b. Keinginan dan kebutuhan serta Faktor Lain yang meliputi acara bazar mobil, bergabung dengan komunitas pengusaha.

Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan. Ada pengusaha yang berpegangan pada suatu prinsip bahwa “paling penting membuat barang yang baik”. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan bungkus yang menarik atau dengan

cara promosi lainnya. Terdapat beberapa jenis-jenis dalam penjualan, antara lain¹⁷

:

- 1) *Trade Selling*, dapat terjadi apabila produsen dan pedagang besar mengizinkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Dan hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru.
- 2) *Missionary Selling*, yaitu penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan.
- 3) *Missionary Selling*, yaitu perusahaan berusaha meningkatkan penjualan dengan cara pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya.
- 4) *New Business Selling*, yaitu berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini sering dipakai oleh perusahaan Asuransi.
- 5) *Responsive Selling*, yaitu setiap tenaga penjualan diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli. Dua jenis penjualan utama disini adalah *route driving* dan *retailing*.

Penjualan bersih di peroleh dari hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu, dan hasil penjualan yang dicapai dari *market share* (pangsa pasar)

¹⁷ Bayu Swastha, "Manajemen Pemasaran Modern", BPFE, Yogyakarta, 2001, Hlm. 75

yang merupakan penjualan potensial, yang dapat terdiri dari kelompok teritorial dan kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu.¹⁸

D. Indikator Volume Penjualan

Salah satu berhasil atau tidaknya suatu aktivitas pemasaran dari suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya volume penjualan yang di capai oleh perusahaan yang bersangkutan dalam suatu periode. Umumnya bila volume penjualan yang di peroleh rendah maka keuntungan akan rendah pula. Hal ini menunjukkan pada kita bahwa setiap perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan volume penjualannya seoptimal mungkin.

Volume penjualan merupakan jumlah total yang di hasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang di hasilkan, maka semakin besar kemungkinan laba yang akan di hasilkan perusahaan. Terdapat beberapa indikator volume penjualan, antara lain¹⁹:

- (a) Mencapai target volume penjualan
- (b) Mendapatkan laba
- (c) Menunjang pertumbuhan perusahaan

Sehingga dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa volume penjualan merupakan total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan

¹⁸ Faithoni, Ahmad. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

¹⁹ Faithoni, Ahmad. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

E. Kegiatan Penjualan Ditinjau Menurut Pandangan Ekonomi Islam

Islam adalah agama yang memiliki ajaran komprehensif dan universal. Komprehensif berarti syari'ah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan. Baik ritual maupun sosial ekonomi (mu'amalah). Sedangkan universal bermakna bahwa syari'at Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai datangnya hari akhir. Kegiatan sosial ekonomi (bermu'amalah) dalam Islam mempunyai cakupan yang sangat luas dan fleksibel. Sistem perekonomian Islam saat ini lebih dikenal dengan fiqh mu'amalah. Fiqh mu'amalah adalah aturan-aturan (hukum) Allah yang ditujukan untuk mengatur kehidupan manusia dalam urusan kehidupan atau urusan yang berkaitan dengan urusan duniawi sosial kemasyarakatan.²⁰

Kegiatan penjualan atau perdagangan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam bidang mu'amalah, yakni bidang yang berkenan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia. Aspek ini mendapatkan penekanan khusus dalam ekonomi Islam, karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor ril. System ekonomi Islam tampaknya lebih mengutamakan sektor ril dibanding dengan sektor moneter, dan transaksi penjualan atau jual beli memastikan keterkaitan kedua sektor yang dimaksud. Namun tidak semua praktek penjualan (perdagangan) boleh dilakukan.

²⁰ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Mu'amalah*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2004), hal. 15.

Perdagangan yang dijalankan dengan cara yang tidak jujur, mengandung unsur penipuan, yang karena itu ada pihak yang dirugikan dan praktek-praktek lain sejenisnya merupakan hal-hal yang dilarang dalam Islam.²¹

Perspektif agama aktivitas penjualan atau perdagangan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah digariskan oleh agama bernilai ibadah. Dengan perdagangan selain mendapatkan ketentuan-ketentuan material guna memenuhi kebutuhan ekonomi seorang tersebut sekaligus dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT. Berusaha atau mencari rizki Allah merupakan perbuatan yang baik dalam perdagangan Islam. Salah satu bentuk usaha itu adalah jual-beli, berniaga atau berdagang. Dalam sejarah tercatat bahwa Nabi Muhammad pada masa mudanya adalah seorang pedagang yang menjualkan barang-barang milik seorang pemilik barang yang kaya, yaitu Khadijah. Keberhasilan dan kejujuran Nabi dibuktikan dengan ketertarikan sang pemilik modal hingga kemudian menjadi istri Nabi.

Anjuran untuk melakukan kegiatan penjualan atau perdagangan dijelaskan didalam Al-Qur'an sirat Al-Baqharah ayat 198 sebagai berikut:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ
الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمِن الضَّالِّينَ

Artinya:

Tidak ada salahnya bagimu untuk mencari karunia dari Tuhanmu (selama haji). Tetapi ketika kamu berangkat dari 'Arafat, ingatlah Allah di al-Mash'ar al-Haram. Dan ingatlah Dia, sebagaimana Dia telah memberi petunjuk kepadamu, karena sesungguhnya kamu sebelum itu termasuk orang-orang yang sesat.

²¹ Masyhuri, System Perdagangan Dalam Islam, (Jakarta : Pusat Penelitian Ekonomi- LIPI, 2005), hal. 1.

Keterangan Al-Qur'an surat Al-Baqharah ayat 198 dijelaskan bahwa Allah SWT menyeru manusia untuk berusaha mencari rizki yang halal. Salah satu cara memperoleh rezki dari Allah SWT yaitu dengan melakukan perdagangan atau berusaha.

Melakukan transaksi jual-beli boleh melakukan khiyar selama mereka belum berpisah. Jika keduanya melakukan transaksi dengan benar dan jelas, keduanya diberkahi dalam jual-beli mereka. Jika mereka menyembunyikan dan berdusta, Allah SWT akan memusnahkan keberkahan jual-beli mereka. Karena itu dalam dunia perdagangan, Islam mengajarkan agar para pihak bertindak jujur. Tempat yang terhormat bagi pedagang yang jujur disejajarkan dengan para Nabi. Karena berdagang dengan jujur berarti menegakkan kebenaran dan keadilan yang merupakan misi para Nabi. Disejajarkan dengan orang-orang salah, karena pedagang yang jujur merupakan bagian dari amal saleh, sedangkan persamaan dengan para syuhadah, karena perdagangan adalah berjuang membela kepentingan dan kehormatan diri dan keluarganya dengan cara yang benar dan adil.

F. Besi Tua/ Scrap

Besi adalah logam yang paling banyak digunakan, mencakup 92% dari produksi logam dunia. Besi telah digarap, atau ditempa, selama beberapa millennium. Besi merupakan bahan yang sangat penting, mengingat fungsinya yang sangat begitu luar biasa bermanfaat bagi manusia. Salah satunya penggunaan besi beton dalam industri pembangunan seperti gedung kantor, stadion, rumah ibadah, swalayan atau pun rumah tinggal.

Besi dengan nama Latin *Ferrum* (Fe) merupakan unsur yang paling banyak membentuk bagian dalam dan luar planet bumi. Selain itu, dalam kehidupan sehari-hari kita dapat merasakan manfaat dari besi yang salah satunya adalah sebagai bahan penting dalam konstruksi bangunan. Tidak hanya besi utuh, besi tua juga dapat dimanfaatkan untuk bisnis, tergantung pada kondisi atau jenis besi dan kreativitas pengolahnya.

Besi tua atau rongsokan dikenal dengan sebutan besi scrap, yaitu besi bekas atau besi yang tidak terpakai karena sudah lama usianya. Besi scrap dapat berbentuk potongan besi maupun besi dari bekas pembongkaran gedung, biasa didapatkan dari toko yang menawarkan jual beli besi tua atau dari pengepul. Berikut disebutkan jenis-jenis besi tua yang dilansir dari Melansir Histell.co.id:

1. Besi Tua Kelas A

Besi tua yang ada di kelompok ini memiliki tebal minimal 6mm dan jenis barangnya antara lain Besi IWF/H-Beam, pipa, besi beton, plat, rel kereta, besi sisa fabrikasi, blok mesin, rantai kapal, besi as, roda kereta api, plat kapal. Biasanya pihak pabrik akan menerima dalam ukuran antara 50 – 180 cm. Kondisi barang tidak terlalu banyak karat atau lapisan cat / chrome.

2. Besi Tua Kelas B

Besi tua yang ada di kelompok ini memiliki tebal minimal 3 – 5 mm. Jenis barangnya antara lain plat tipis, potongan plat, velg mobil, sisa pemotongan coil. Biasanya pihak pabrik akan menerima dalam ukuran

antara 50 – 180 cm. Kondisi barang tidak terlalu banyak karat atau lapisan cat.

3. Besi Tua Kelas C

Besi tua yang ada di kelompok ini memiliki tebal minimal 2 – 3 mm dan jenis barangnya antara lain kawat seling/kawat sling, seng pabrik, paku, plat body mobil bekas, drum oli. Biasanya pihak pabrik akan menerima dalam ukuran antara 50 – 180 cm. Kondisi barang tidak terlalu banyak karat atau lapisan cat.

4. Besi Tua Kelas D

Besi tua yang ada di kelompok ini memiliki tebal minimal 1 – 2 mm dan jenis barangnya antara lain sisa serutan/bubutan, kaleng susu, seng berkarat, kawat las, velg sepeda. Dan biasanya pihak pabrik akan menerima dalam ukuran antara 50 – 180 cm. Kondisi barang tidak terlalu banyak karat atau lapisan cat.

Keberadaan besi *scrap* atau besi tua dianggap biasa bagi kebanyakan orang, bahkan ada yang menanggap besi *scrap* tidak dapat dimanfaatkan sama sekali. Peluang ini ternyata dimanfaatkan bagi pebisnis yang menggeluti bisnis besi scrap. Meski kenyataannya diperlukan kesabaran dan ketelitian, namun hasil jual beli besi tua ini sangat menjanjikan. Berikut lima alasan bahwasanya jual beli besi tua menguntungkan:

1. Pasokan bahan baku industry besi dalam negeri masih kurang, bisnis jual beli besi tua sangat besar potensinya di dalam negeri.

2. Besi tua dapat diolah kembali melalui pabrik peleburan (*recycle*). Besi tua yang dibeli dari para pengepul oleh pabrik akan diproses dan dileburkan sehingga menjadi besi baru dan dijual dengan harga tinggi.
3. Besi tua dalam negeri tergolong mahal. Harga scrap di negara lain seperti Australia, Kanada dan beberapa negara Eropa Timur tergolong lebih murah dibanding harga di negara kita. Itu sebabnya bagi pebisnis dengan modal besar (milyaran) dapat membeli besi tua di negara lain untuk diolah atau dijual kembali di dalam negeri.
4. Besi bekas dapat dimanfaatkan kembali (*reuse*). Beberapa proyek konstruksi maupun dunia industri menggunakan kembali besi scrap. Tidak ketinggalan dengan bisnis kerajinan yang juga dapat memanfaatkan dan mengolah besi tua, misalnya besi dari plat bekas dapat dimodifikasi menjadi benda seni atau bahkan produk baru yang bermanfaat lainnya.
5. Menyelamatkan lingkungan. Jual beli besi tua maupun mendaur ulang besi sama artinya bahwa kita turut serta melindungi atau menyelamatkan lingkungan dan alam sekitar. Limbah akibat pembuangan besi tua secara sembarangan dapat menyebabkan pencemaran lingkungan.

G. Penelitian Terdahulu

No	Nama/ Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Putra, Cipta, dan Yudiatmaja (2016)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan Faktor-faktor yang mempengaruhi	Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif,	Penelitian ini memiliki tujuan yang sama yaitu ingin

		Penjualan Pada UD Wayan Fiber Glass Singaraja Tahun 2014		volume penjualan Pada UD. Wayan Fiber Glass adalah faktor 1 (produk) dan faktor 2 (saluran distribusi). Faktor yang paling dominan mempengaruhi volume penjualan UD. Wayan Fiber Glass yaitu faktor 1 (produk) dengan nilai <i>varimax rotation</i> 51,091%.	sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, serta jenis usaha dan objek penelitian yang berbeda.	mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada subjek penelitian yang sama juga.
2	Siregar dan Winita (2017)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan <i>Sparepart</i> Pada PT. Calispo Multi Utama Medan	Kuantitatif	Hasil penelitian ini diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada promosi melalui variabel periklanan dan penjualan perseorangan secara parsial dan simultan terhadap variabel volume penjualan <i>sparepart</i> . Dengan melakukan promosi yang dapat meningkatkan penjualan sehingga dapat	Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dan beberapa variabel untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap dependen.	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada tujuan penelitian dan landasan teori yang digunakan

				membantu PT. Calispo Multi Utama Medan untuk meningkatkan penjualan.		
3	Sulaeman dan Kusnanto (2020)	Analisis Model Bisnis Besi Tua Di Indonesia (Studi Kasus Di PT. Putra Kemuning Karawang)	Kualitatif	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa model bisnis menggunakan model bisnis kanvas telah mendukung proses operasi bisnis besi tua di PT. Putra Kemuning sesuai dengan harapan.	Model analisis yang digunakan pada penelitian terdahulu berbeda dengan penelitian ini meskipun pendekatannya sama yaitu kualitatif.	Kesamaan dalam penelitian ini dengan penelitain sebelumnya yaitu objek penelitian usaha besi tua dengan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif.
4	Susilowati (2016)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan <i>Feminime Hygine</i> Sirih Pada PT. Romos Inti Kosmetik Surabaya	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa volume penjualan produk <i>Feminime Hygine</i> Sirih dipengaruhi oleh faktor-faktor yaitu jumlah <i>counter</i> dengan wiraniaga, jumlah instansi, dan biaya promosi.	Pendekatan penelitian dan jenis usaha objek penelitian adalah pembeda dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu.	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada tujuan penelitian dan landasan teori yang digunakan
5	Hardilawati (2020)	Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19	Kualitatif	Hasil penelitian ini merekomendasi strategi bertahan untuk UKMK berupa melakukan perdagangan secara	Penelitian terdahulu membahas solusi berupa strategi bertahan oleh UMKM di masa pandemic,	Persamaannya adalah metode penelitian yang digunakan, serta menjadikan hasil penelitian

				<p>ecommerce, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. Hasil penelitian ini penting untuk dipahami dan diadopsi oleh pelaku UMKM dan diharapkan pelaku UMKM selalu responsif dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan agar bisa terus bertahan</p>	<p>sedangkan penelitian ini fokus menemukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan khususnya pada saat pandemic.</p>	<p>sebelumnya sebagai acuan teori dan pembahasan pada penelitian ini</p>
--	--	--	--	---	---	--

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan waktu penelitian

Objek dalam penelitian ini yaitu pengusaha besi tua yaitu Badan Usaha yang bernama Surya Abadi yang terletak di Kelurahan Sumompo Lingkungan I Kecamatan Tuminting Kota Manado dengan waktu pelaksanaan penelitian sejak bulan November 2021 hingga Bulan Januari 2021.

B. Rancangan Penelitian

Berdasarkan tujuan dan objek penelitian, kemudian desain penelitian yang diadopsi dalam artikel ini adalah on-site research yaitu penelitian yang sumber datanya diperoleh dengan mengunjungi langsung peserta usaha besi tua sebagai objek penelitian. Data kualitatif merupakan deskripsi data, dan memberikan gambaran teoritis untuk penjelasan berdasarkan permasalahan yang telah dipelajari di lapangan, dan telah digali dalam bentuk laporan. Metode kualitatif merupakan proses yang membutuhkan hasil dari wawancara, observasi, atau dokumentasi dalam jumlah besar. Kemudian gabungkan dan pilih data ini sehingga dapat dimasukkan ke dalam kategori yang sesuai. Metode kualitatif adalah metode menghasilkan data deskriptif yang berasal dari ekspresi tertulis atau lisan orang dan perilaku yang diamati.²²

Pemilihan metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini disebabkan oleh beberapa faktor, Pertama, metode tersebut dianggap dapat mendeskripsikan dan mendeskripsikan pelaksanaan kegiatan komersial besi tua di Kota Manado.

²² Amiruddin dan Zainal Azikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rajawali Press, 2006), h.133

Kedua, metode ini sangat berguna untuk menemukan data yang relevan secara langsung dan memahami makna data yang diperoleh melalui interaksi sosial (wawancara), penelitian dokumen, dan observasi langsung terkait faktor-faktor yang menentukan atau mempengaruhi penjualan besi tua. Ketiga, keterbatasan jumlah usaha besi tua yang terkendala akibat adanya pandemi sehingga dirasa pendekatan kualitatif cocok untuk kondisi dimana informan dan objek penelitian yang terbatas.

Penggunaan teori dalam penelitian kualitatif adalah ciri pembeda utama penelitian kuantitatif dan kualitatif adalah sifat deduktif dan induktifnya. Teori dalam penelitian kualitatif dapat digunakan dengan dua cara. Pertama, teori dapat digunakan sebagai sesuatu, kemudian penelitian dari metodologi. Kedua, teori yang ada dapat digunakan untuk membahas hasil penelitian untuk menunjukkan kebaruan penelitian. Data kualitatif menggambarkan hasil penelitian, sehingga lebih mudah untuk menarik kesimpulan. Data tersebut merupakan hasil wawancara terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan besi tua. Kemudian, gunakan pernyataan atau kalimat untuk mendeskripsikan data untuk menarik kesimpulan dan hasil penelitian.

C. Data dan Instrumen

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang dijelaskan sebagai berikut:²³

1. Data Primer

²³ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011) h. 106

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh dari hasil observasi pada objek penelitian yaitu tempat usaha besi tua dan wawancara langsung kepada pemilik usaha tersebut.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumen dan bahan tertulis lainnya dari pemberi informasi yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini, dokumen yang terlibat muncul dalam bentuk bukti transaksi dan dokumen pendukung lainnya.

Untuk mendukung diperolehnya data dalam penelitian ini dibutuhkan instrumen yang berguna untuk memudahkan penulis mendapatkan data dan informasi yaitu berupa pedoman wawancara yang disusun secara terstruktur, alat rekam suara (*recorder*) pada saat wawancara dan camera untuk mengambil gambar saat wawancara dengan informan yang dalam hal ini dibantu dengan menggunakan *smartphone* serta alat tulis dan buku catatan untuk mencatat hal-hal penting atau garis besar dari informasi yang diberikan informan pada saat wawancara.

D. Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, pertimbangan utama pengumpulan data adalah pilihan penyedia informasi. Dalam penelitian kualitatif, istilah "populasi" tidak digunakan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah purposive sampling yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu kasus-kasus dengan jumlah informasi yang besar dipilih berdasarkan strategi dan sasaran yang telah ditentukan, serta banyaknya strategi

dan sasaran yang telah ditentukan tergantung dari maksud dan sumber data penelitian. Teknik purposive sampling dalam penelitian ini adalah subjeknya adalah orang-orang yang sudah lama berkecimpung di industri tersebut, dan sasarannya adalah para pemilik dan pelaku usaha.

Dalam pendekatan kualitatif, sumber data primer dari pengumpulan data melalui wawancara adalah informan yang terdiri informan utama dan informan biasa atau pendukung. Informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan yang telah bekerja lebih dari 3 Tahun. Sedangkan informan biasa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah para karyawan usaha ini yang bekerja kurang dari 3 Tahun.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian terdiri dari wawancara, dokumentasi dan observasi yang diuraikan sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung dalam penelitian ini dilakukan oleh penulis untuk melihat langsung keadaan dan situasi usaha besi tua yaitu pada UKM Surya Abadi Kelurahan Sumompo, serta melihat kesesuaiannya dengan yang informasi yang diberikan oleh informan.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang paling utama dan identik dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif dimana teknik ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan secara terstruktur kepada informan untuk mendapatkan jawaban atas tujuan dan masalah

dalam penelitian. Wawancara dalam penelitian ini direncanakan akan dilakukan secara tatap langsung dengan informan yaitu pemilik usaha dan karyawan yang telah bekerja lebih dari 3 Tahun sebagai informan utama dan karyawan usaha ini yang bekerja kurang dari 3 Tahun sebagai informan biasa. Pelaksanaan wawancara ini juga akan tetap memperhatikan protokol kesehatan dan keamanan di era new normal pada pandemic covid-19 ini.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data sekunder sebagai bahan pendukung atas pernyataan dan jawaban dari informan atas pertanyaan yang diajukan dalam proses wawancara berupa bukti-bukti transaksi, laporan keuangan dan data pendukung lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

F. Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis Model Milles dan Huberman²⁴ yang terdiri atas *data reduction*, *data display* dan *drawing conclusion/verification* yang dilakukan secara interaktif dan terus menerus diselesaikan, sehingga data mencapai kejenuhan.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Tentunya dalam penelitian ini anda akan mendapatkan banyak sekali data, relatif berbicara, bahkan sangat kompleks. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Data yang diperoleh dalam

²⁴ Sugiyono. 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung. Hal. 85

penelitian ini akan disusun dalam bentuk laporan atau data rinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh akan direduksi, diringkas, dipilih konten utama, dan fokus pada konten penting. Reduksi data dilakukan dengan mempertimbangkan sifat jawaban responden terhadap topik yang terdapat dalam pertanyaan wawancara. Kemudian rangkum inti dari jawaban responden dalam rekaman wawancara dalam bentuk pola atau pola jawaban.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Langkah selanjutnya sesudah mereduksi data adalah menyajikan data yang disajikan dalam bentuk naratif yang dikutip dari transkrip wawancara.

Transkrip wawancara dikodekan dan dikelola secara manual yaitu mencatat setiap pernyataan yang diperoleh. Transkrip wawancara dibaca setidaknya dua kali dan masing-masing makna narasi diidentifikasi dan diberi label ke dalam kode dan juga memo yang ditulis pada sumber data itu sendiri. Selain itu, pola yang dibuat juga berguna untuk memeriksa bagaimana pola tersebut berhubungan kembali dengan rumusan masalah dan bagaimana kaitannya antara satu sama lain serta dapat mengetahui kapan diperlukannya analisis data yang lebih banyak. Selanjutnya kegunaan pengkodean (*coding*) adalah untuk membantu melihat pola analisis yang harus dilakukan.

3. Penarikan Kesimpulan dan/atau tahap verifikasi (*Drawing Conclusion*)

Tahapan terakhir dari semua kegiatan analisis data kualitatif yang dilakukan oleh model Miles & Huberman adalah kesimpulan. Pada tahap ini dilakukan pemaknaan atau yang disebut dengan interpretasi data, yaitu kegiatan menghubungkan, membandingkan, dan mendeskripsikan data sesuai dengan pertanyaan tentang makna yang akan diberikan. Makna tersebut juga diwujudkan dengan membuat konsep pernyataan ilmiah yang akan menjadi bahan kesimpulan penelitian. Kesimpulan yang disajikan harus menjurus kepada jawaban dari pertanyaan penelitian yang mengungkap faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan besi tua di Badan Usaha Surya Abadi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

UKM Surya Abadi merupakan usaha bisnis yang bergerak dibidang retail khususnya penjualan yang barang dagangnya adalah besi tua jenis A yang didapatkan dari para pengepul di sekitar Wilayah Kota Manado dan dijual kembali kepada Pembeli bahkan sampai dikirim ke Jakarta.

Usaha ini bermula dari adanya peluang yang dilihat oleh pemilik yaitu Ibu Suriani Upingo terhadap jual beli besi tua di Kota Manado. Usaha ini bertempat di Sumompo Lingkungan 2 Kecamatan Tuminting. Usaha ini pertama kali didirikan pada tahun 2005 tanggal 26 juni dengan tahap awal yaitu mencari relasi pemasok dan pembeli besi tua. Dari awal itu usaha ini bertahan hingga saat ini sudah memasuki tahun ke 15 menggeluti usaha ini.

B. Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang terdiri dari observasi pada objek penelitian, teknik wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara semi-structure untuk mendapatkan jawaban atas rumusan masalah yang ada yang bersumber dari informan kunci dan teknik dokumentasi berupa data-data bukti penjualan, literature dan jurnal penelitian terdahulu.

Adapun pedoman wawancara yang digunakan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

PEMAHAMAN TENTANG USAHA JUAL BELI BESI TUA

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Kapan awal didirikan usaha ini? 2. Bagaimana awal bermulanya usaha ini? 3. Sudah berapa lama usaha ini didirikan? 4. Berapa banyak pekerja yang dimiliki? 5. Bagaimana prospek usaha ini ke depan? 6. Dari mana saja besi tua ini didapatkan? Siapa pemasok utamanya? 7. Kepada siapa besi tua ini dijual? Dan biasanya besi tua ini dijadikan apa oleh pembeli? 8. Kategori atau jenis besi tua seperti apa yang layak dibeli dari pemasok? |
|--|

PROSES TRANSAKSI JUAL BELI BESI TUA
--

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana proses transaksi pembelian besi tua dari pemasok? 2. Bagaimana proses transaksi penjualan besi tua kepada penjual? 3. Bagaimana cara menentukan harga per satuan pada besi tua baik pada transaksi jual maupun beli? 4. Apa saja yang dapat mempengaruhi tinggi atau kurangnya harga beli besi tua dari pemasok? 5. Apa saja yang dapat mempengaruhi tinggi atau kurangnya harga jual besi tua kepada pembeli? 6. Bagaimana proses transaksi jual beli ini terjadi, apakah melalui pesanan, atau pembeli atau penjual besi tua mendatangi langsung ke tempat usaha ini? 7. Bagaimana dengan proses pembayarannya? Apakah dilakukan secara tunai atau dengan metode lain? |
|---|

FAKTOR INTERNAL YANG MEMPENGARUHI PENJUALAN BESI TUA

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kondisi barang yang dijual kepada pembeli sangat mempengaruhi banyaknya penjualan dan keuntungan? Jika ya jelaskan. 2. Apakah pelayanan yang diberikan kepada pembeli mempengaruhi banyaknya penjualan dan keuntungan? Jika Ya jelaskan |
|--|

3. Apakah pelayanan yang diberikan kepada pembeli mempengaruhi banyaknya penjualan dan keuntungan? Jika Ya jelaskan
4. Apakah modal usaha ini mempengaruhi banyaknya penjualan dan keuntungan? Jika Ya jelaskan
5. Apakah pernah usaha ini melakukan promosi terkait usaha ini? Jika ya, jenis promosi seperti apa yang dilakukan? Apakah lewat media sosial seperti facebook, atau melalui media masa seperti koran atau radio?
6. Apakah promosi ini mempengaruhi banyaknya penjualan besi?

FAKTOR EKSTERNAL YANG MEMPENGARUHI PENJUALAN BESI TUA

1. Apakah kondisi pasar saat ini terlebih di saat pandemic ini mempengaruhi penjualan besi tua? Jika ya, seberapa besar dampak yang dirasakan?
2. Sejak pandemic, berapa besar omset yang menurun?
3. Apa upaya yang dilakukan untuk mengatasi masalah akibat adanya pandemic ini?
4. Kapan mulai penjualan menurun?
5. Berapa kisaran menurunnya penjualan?
6. Bagaimana kondisi pasar jual beli besi tua pada saat pandemic yang sudah berjalan 1 tahun ini?

Untuk teknik wawancara dilakukan secara langsung kepada informan di masa pandemic dengan tetap memperhatikan dan menerapkan protokol kesehatan. Dengan teknik wawancara menggunakan pedoman wawancara tersebut, dilakukan terlebih dahulu penggalan informasi awal terhadap informan untuk menguji apakah informan ini layak dan memenuhi syarat menjadi informan kunci dengan menanyakan hal tentang pemahaman terhadap usaha jual beli besi tua ini dan proses transaksi jual beli besi tua ini agar kemudian dapat diketahui faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi volume penjualan yang menjadi tujuan

penelitian ini. Berikut disajikan hasil wawancara dengan informan tentang pemahaman terhadap usaha jual beli besi tua ini dan proses transaksi jual beli besi tua.

Pemahaman Terhadap Usaha Jual Beli Besi Tua pada UKM Surya Abadi

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha yang menjadi informan kunci dalam penelitian ini diketahui bahwa usaha ini didirikan pada tahun 2005 tanggal 26 juni dengan tahap awal yaitu mencari relasi pemasok dan pembeli besi tua. Dari awal itu usaha ini bertahan hingga saat ini sudah memasuki tahun ke 15 menggeluti usaha ini. Berikut kutipan wawancara dengan pemilik UKM Surya Abadi.

“Awal didirikan usaha ini pada tanggal 26 Juni 2005 dan pada tahun itu masih dalam tahapan mencari relasi berarti sampai sekarang sudah berjalan 15 tahun.”

Dari hasil wawancara juga ditemukan bahwa awal dari usaha ini yaitu kegelian dari pemilik usaha melihat perkembangan situasi dan peluang penjualan besi tua di Manado yang masih sangat jarang sehingga pemilik berinisiatif untuk mencoba membuka usaha dengan hasil kutipan wawancara sebagai berikut.

“Karena melihat perkembangan situasi pada saat itu usaha jual beli besi tua masih kurang atau belum terlalu banyak di area manada sehingga UKM Surya Abadi mengambil kesempatan itu dengan membuka UKM jual beli besi tua”

Selanjutnya dijelaskan oleh informan yaitu pemilik UKM Surya Abadi bahwa pemasok utamanya berasal dari sekitaran wilayah Sulawesi Utara khususnya daerah Kota Manado dan mereka tidak memiliki pemasok utama, hanya berasal dari pengepul yang tidak tetap, hal ini dijelaskan dalam hasil wawancara berikut.

“Torang pe pemasok itu cuma dari sekitaran wilayah sulawesi utara saja, untuk pemasok utamanya tidak ada”

Untuk pembeli dari besi tua ini, UKM Surya Abadi memiliki pelanggan atau pembeli yang berasal dari Jakarta dimana besi tua ini akan di daur ulang kembali oleh perusahaan untuk dijadikan besi yang baru seperti yang diungkapkan oleh informan berikut.

“Tempatnya di pabrik besi tua yang ada di bagian Jakarta serta hasil dari besi tua yang di beli akan di daur ulang menjadi besi yang baru”

Adapun jenis besi tua yang dikatakan layak untuk dibeli dari pemasok atau pengepul dan layak dijual kepada pembeli dari Jakarta menurut Pemilik yaitu adalah semua jenis kategori yang mengandung besi seperti yang diungkapkan dalam hasil wawancara berikut.

“Semua jenis kategori yang mengandung besi torang jual, nanti layak tidaknya torang akan sortir dulu sebelum torang beli dari pengepul dengan sebelum torang jual atau kirim ke Jakarta”

Untuk prospek ke depan dari usaha ini setelah berjalan selama 15 tahun meskipun sedang menghadapi masa pandemic ini tidak menurunkan niat dan optimism dari pemilik untuk mengembangkan usaha ini dengan membuka cabang di kota atau kabupaten yang ada di Sulawesi Utara seperti yang dijelaskan dalam hasil wawancara berikut.

“Kedepanya dengan melihat perkembangan yang ada maka akan membuka cabang, tentu torang mau buka cabang supaya lebih berkembang, mau coba dulu yang paling berpotensi di daerah kota atau kabupaten yang paling banyak depe pengepul di Sulawesi utara dulu belum ke luar daerah provinsi.”

Proses Transaksi Jual Beli Besi Tua pada UKM Surya Abadi

UKM Surya Abadi mendapatkan besi tua ini dari pengepul yang datang langsung mengantarkan besi tua itu ke tempat gudang UKM ini dengan proses transaksi pembelian besi tua dari pemasok oleh UKM Surya Abadi dilakukan secara tunai maupun via transfer bank ke Rekening pengepul atau pemasok setelah besi tua diserahkan dan telah di cek oleh karyawan UK Surya Abadi. Hal ini dijelaskan oleh pemilik dan karyawan pada kutipan wawancara sebagai berikut.

“Pembelian besi tua itu pemasok yang datang langsung ke torang disini. Dan depe pembayaran itu biasa torang kase secara tunai dan bisa juga lewat transfer ke rekening pa dorang.”

Sedangkan untuk penjualan besi tua ini kepada pembeli, biasanya pembeli yang mendatangi langsung ke gudang UKM Surya Abadi untuk melihat barang dan proses transaksi penjualan besi tua kepada penjual yaitu dengan adanya Down Payment atau bayar dimuka oleh Pembeli besi tua kepada UKM Surya Abadi sebagai tanda jadi pembelian. Setelah besi tua ini sampai kepada pembeli, kemudian besi tua ini dibongkar di pabrik dan setelah diperiksa semua aman lalu pembeli akan membayar lunas sisa dari harga penjualan tersebut kepada UKM Surya Abadi sesuai dengan berat besi yang dijual kepada pembeli melalui pembayaran secara tunai ataupun transfer bank ke rekening UKM Surya Abadi, seperti yang dijelaskan dalam kutipan wawancara berikut.

“para penjual langsung mendatangi UKM Surya Abadi, jadi dorang datang lia langsung disini besi tua mana yang dorang mo bli.”

“Jadi pertama torang minta DP dulu ke pembeli karena faktor pembeli kebanyakan dari Jakarta kan tapi biar yang dari area

manado dan sulawesi utara juga tetap torang minta DP, trus nanti barang atau besi tua itu sampai dan di bongkar di pabrik baru akan ada pelunasan sesuai dengan beratnya besi dan semua itu via transfer bank. Tapi kalo yang dari manado biasa bayar tunai”

Adapun temuan dalam hasil penelitian ini merupakan jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan besi tua di Kota Manado yang terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal yang disajikan sebagai berikut.

a. Faktor Internal

Faktor internal merupakan bagian yang berasal dari dalam perusahaan atau organisasi bisnis yang mempengaruhi berjalannya kegiatan operasional perusahaan. Dalam penelitian ini menemukan 3 tema yang diperoleh dari reduksi data dan display data yaitu harga, modal dan pelayanan yang akan dibahas berikut ini.

➤ Harga

Dari wawancara yang kemudian direduksi data dan disajikan dalam tema/ coding ditemukan bahwa cara menentukan harga per satuan pada besi tua baik pada transaksi jual maupun beli dilakukan dengan cara ditimbang terlebih dahulu, dilihat kondisi dan kelayakan serta kualitas besi tua lalu ditentukan harganya, jadi ada kemungkinan harga jual dan harga beli yang bervariasi namun tidak berbeda jauh secara signifikan harganya, hal ini diungkapkan oleh informan sebagai berikut.

“Torang itu disini entah itu mo saat beli dari pemasok atau jual ke pembeli itu torang timbang dulu trus depe harga juga torang liat dari depe kualitas besi itu, tentu yang bagus depe kualitas depe harga lebe tinggi dari yang kurang bagus depe kualitas.”

Selanjutnya penetapan harga dari saat harga beli dari pemasok ke harga jual ke pembeli di Jakarta khususnya ada penerapan harga perolehan yang akan menjadi selisih dengan keuntungan pada saat penjualan kepada pembeli. Ini yang menjadi dasar penentuan laba atau pendapatan yang akan diperoleh UKM Surya Abadi yang dijelaskan oleh pemilik selaku informan kunci sebagai berikut.

“Ya, karena biasanya pemasok menjual besi kelas A tapi di hitung harga biasa, kemudian di jual lagi dengan harga kelas A kepada pabrik besi tua yang ada di Jakarta”

➤ **Modal**

Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha diketahui bahwa modal sangat berpengaruh terhadap pendapatan dan kelangsungan usaha ini sebab semakin besar modal yang dimiliki maka semakin banyak pula barang yang dapat dibeli dari pemasok dan dijadikan barang persediaan untuk dijual kepada pembeli. Hal ini tentu sejalan dengan pendapatan dan keuntungan yang akan diperoleh UKM Surya Abadi, seperti yang dijelaskan oleh pemilik UKM Surya abadi berikut ini.

“ya, modal mempengaruhi karena semakin banyak barang yang masuk akan membutuhkan modal yang banyak juga sehingga juga dapat memberikan keuntungan yang banyak”

➤ **Pelayanan**

Pelayanan merupakan faktor internal yang paling diutamakan oleh pemilik untuk diterapkan dalam menjalankan usahanya agar memberikan dampak atau efek loyalitas serta kenyamanan baik bagi para pemasok maupun

para pembeli besi tua di UKM Surya Abadi, seperti keramahan dari pemilik dan karyawan kepada pemasok dan pembeli sebagai bentuk pelayanan yang baik kepada partner yang terdapat dalam kutipan wawancara berikut.

“Ya karena yang diutamakan pelayanan yang bagus sehingga dapat memberikan efek nyaman kepada penjual, supaya dorong selalu inga kalo mo cari atau beli besi tua datang jo ke Surya Abadi karna torang pe pelayanan ramah deng berusaha selalu bae pa pemasok deng pembeli.”

b. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal merupakan bagian yang berasal dari luar perusahaan atau organisasi bisnis yang mempengaruhi berjalannya kegiatan operasional atau pendapatan perusahaan. Dalam penelitian ini menemukan 3 tema yang diperoleh dari reduksi data dan display data yaitu dampak pandemic covid 19 terhadap kondisi pasar dan pendapatan, serta upaya mengatasi dampak covid 19 yang akan dibahas berikut ini.

➤ Dampak pandemi covid 19 terhadap kondisi pasar

Informan mengakui bahwa dengan adanya pandemic covid pada awal tahun 2020 sangat mempengaruhi pasar jual beli besi tua dan penurunan permintaan besi tua juga sangat menurun bahkan hingga 50%, dimana pemasok menjadi kurang, omset menurun drastis yang juga pastinya membuat pendapatan menurun sehingga membuat pasar dan pendapatan menjadi sangat tidak stabil, seperti yang diungkapkan informan dalam kutipan wawancara berikut.

“Ya sangat besar karena dengan adanya Pandemi ini Pemasok menjadi kurang”

“Sekitaran 50% omset menurun sekali memang, otomatis pendapatan juga menurun kan.

“Sejak terjadinya pandemic ini yaitu pada awal tahun 2020”

“Sangat tidak stabil tapi di awal-awal tahun 2021 ini agak sedikit membaik”

➤ **Upaya mengatasi dampak covid 19**

Adapun upaya yang dilakukan UKM Surya Abadi dalam menghadapi dampak pandemic covid 19 di tahun 2020 yaitu dengan mengurangi karyawan yang dimiliki sebab pendapatan yang menurun tidak bisa lagi membayar sebagian karyawan. Pengurangan karyawan ini akan berlangsung selama omset dan pendapatan masih menurun seperti yang diungkapkan oleh pemilik sebagai berikut.

“Mengurangi karyawan karena kan pendapatan menurun, otomatis nda mampu lagi bayar karyawan, yah terpaksa harus dikurangi dirumahkan dlu untuk sementara sampai nanti omset kembali lancar.”

3. Pembahasan

Pada bagian ini, hasil penelitian akan dibahas berdasarkan teori pada kajian pustaka dan dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Faktor Internal

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa faktor internal yang mempengaruhi volume penjualan besi tua UKM Surya Abadi yaitu harga, modal dan pelayanan.

Kondisi dan kemampuan penjual Pada prinsipnya penjualan barang dan jasa atau pengalihan kepemilikan komersial melibatkan dua aspek, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli adalah pihak kedua. Di sini penjual harus mampu membujuk pembeli agar berhasil mencapai target penjualan yang diharapkan. Untuk itu, penjual harus memahami beberapa hal penting yang terkait erat, yakni salah satunya adalah harga produk dan pelayanan seperti memberikan pelayanan yang ramah, pengantaran barang dan kemudahan pembayaran yang ditawarkan oleh UKM Surya Abadi.

Dalam pandangan Islam, aktivitas penjualan atau perdagangan adalah semua aspek kehidupan dan digolongkan ke dalam ranah Muamala, yakni ranah yang berhubungan dengan relasi horizontal dalam kehidupan manusia. Karena aspek ini memiliki hubungan langsung dengan entitas Islam, ini sangat penting dalam ekonomi Islam. Sistem ekonomi Islam tampaknya lebih mengutamakan sektor fisik daripada sektor mata uang, dan transaksi jual beli atau jual beli dapat memastikan keterkaitan antara kedua sektor tersebut. Namun, tidak semua praktik penjualan (transaksi) diperbolehkan. Transaksi yang dilakukan secara tidak jujur mengandung unsur penipuan, oleh karena itu ada pihak yang dirugikan, dan praktek sejenis lainnya dilarang dalam Islam.²⁵

Pandangan keagamaan dalam kegiatan keagamaan dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang dituangkan dalam nilai keyakinan agama. Selain mendapatkan persiapan materi untuk memenuhi kebutuhan finansial pribadi melalui trading juga bisa lebih dekat dengan Allah SWT. Rizki yang mencoba

²⁵ Masyhuri, System Perdagangan Dalam Islam, (Jakarta : Pusat Penelitian Ekonomi-LIPI, 2005), hal. 1.

atau mencari Allah adalah perbuatan baik dalam perdagangan Islam. Salah satu bentuk bisnis ini adalah jual beli, tawar menawar atau tawar menawar.

Al-quran Surat Al-Baqharah pasal 198 menjelaskan anjuran untuk melakukan kegiatan jual beli atau perdagangan yang artinya “tidak bersalah mencari karunia (dukungan komersial) dari Tuhan.” Tafsir Alquran Al-Baqharah pasal 198 Jelaskan bahwa Allah SWT mengimbau manusia untuk berusaha mencari rizki yang legal. Salah satu cara mendapatkan dukungan dari Allah SWT adalah dengan berdagang atau berbisnis.

Selama tidak ada pemisahan, transaksi perdagangan bisa dilakukan. Jika keduanya berdagang dengan benar dan benar, maka keduanya akan beruntung. Jika mereka bersembunyi dan berbohong, Allah SWT akan menghancurkan nikmat bisnis mereka. Karenanya, dalam dunia bisnis, semua pihak dalam Islam bertindak jujur. Para nabi menghormati pedagang yang jujur. Karena berdagang dengan jujur berarti menegakkan kebenaran dan keadilan, yang merupakan misi nabi.

Adapun yang menjadi komoditas di UKM Surya Abadi adalah Besi Tua atau rongsokan yang dikenal dengan sebutan besi *scrap*, yaitu besi bekas atau besi yang tidak terpakai karena sudah lama usianya. Besi scrap dapat berbentuk potongan besi maupun besi dari bekas pembongkaran gedung, biasa didapatkan dari toko yang menawarkan jual beli besi tua atau dari pengepul. Yang dijual oleh UKM Surya Abadi adalah Besi tua Kelas A yang memiliki tebal minimal 6mm dan jenis barangnya antara lain Besi IWF/H-Beam, pipa, besi beton, plat, rel kereta, besi sisa fabrikasi, blok mesin, rantai kapal, besi as,

roda kereta api, plat kapal. Biasanya pihak pabrik akan menerima dalam ukuran antara 50 – 180 cm. Kondisi barang tidak terlalu banyak karat atau lapisan cat / chrome.

Selanjutnya Faktor modal yang ditemukan dalam penelitian ini adalah memberikan akses dan kemudahan bagi UKM Surya Abadi untuk mengumpulkan besi tua dalam jumlah yang banyak dari pemasok yang akan dijadikan barang persediaan penjualan untuk kemudian dijual kepada pembeli. Selain itu juga modal disini berperan juga dalam bentuk aset gedung sebagai tempat untuk menampung besi tua dan mobil untuk mengantar besi tua ke tempat pembeli. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

b. Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa faktor eksternal yang mempengaruhi volume penjualan besi tua UKM Surya Abadi yaitu dampak pandemic covid 19 terhadap kondisi pasar dan pendapatan, serta upaya mengatasi dampak covid 19.

Adanya pandemic covid 19 di awal tahun 2020 di Indonesia juga memberikan dampak pada kondisi Pasar besi tua yang dialami oleh UKM Surya Abadi seperti kondisi pasar yang memburuk yang mengakibatkan pemasok dan pembeli besi tua menurun yang berdampak pada pendapatan usaha. Adapun upaya yang dilakukan UKM Surya Abadi dalam menghadapi dampak pandemic covid 19 di tahun 2020 yaitu dengan mengurangi karyawan yang dimiliki sebab pendapatan yang menurun tidak bisa lagi membayar

sebagian karyawan. Pengurangan karyawan ini akan berlangsung selama omset dan pendapatan masih menurun

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah kelompok pembeli atau segmen pasarnya. Bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

Penjualan bersih di peroleh dari hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu, dan hasil penjualan yang dicapai dari *market share* (pangsa pasar) yang merupakan penjualan potensial, yang dapat terdiri dari kelompok teritorial dan kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu.²⁶

Salah satu berhasil atau tidaknya suatu aktivitas pemasaran dari suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya volume penjualan yang di capai oleh perusahaan yang bersangkutan dalam suatu periode. Umumnya bila volume penjualan yang di peroleh rendah maka keuntungan akan rendah pula. Hal ini menunjukkan pada kita bahwa setiap perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan volume penjualannya seoptimal mungkin.

Volume penjualan merupakan jumlah total yang di hasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang di hasilkan, maka semakin besar kemungkinan laba yang akan di hasilkan perusahaan. Volume penjualan merupakan total penjualan yang dinilai dengan unit oleh

²⁶ Faithoni, Ahmad. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat 2 faktor yang mempengaruhi volume penjualan besi tua pada UKM Surya Abadi yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor internal meliputi harga yang diberlakukan sesuai dengan berat dan kualitas besi tua, modal yang mempengaruhi persediaan besi tua dan pelayanan yang ramah dan prima yang diberikan kepada penjual dan pembeli besi tua. Sedangkan faktor eksternal meliputi dampak pandemic covid-19 yang menyebabkan pemasok besi tua menjadi menurun dan kurangnya pembeli besi tua sehingga menurunkan pendapatan usaha serta upaya dalam mengatasi dampak dari pandemic covid 19 yaitu dengan melakukan pengurangan jumlah karyawan sebab pendapatan yang menurun hingga 50% tidak mampu lagi membayar upah karyawan.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu UKM Surya Abadi dapat menerapkan upaya promosi yang optimal sebagai salah satu bentuk internal agar dapat bangkit dalam masa pandemic ini dan segera dapat mengatasi dampak pandemic covid-19 dengan membuat inovasi terbaru pada usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. Manajemen Pemasaran. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Chairul Marom. 2002. System Akuntansi Perusahaan Dagang. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Faithoni, Ahmad. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Gusrizaldi, R. dan Komalasari E. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. Jurnal Valuta. Vol. 2. No. 2.
- Hardilawati, Wan Laura. 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. Jurnal Akuntansi & Ekonomika. Vol. 10, No. 1, Juni 2020
- Hidayat, Syarif Imam. 2008. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Volume Penjualan Produk Olahan Kentang "*French Fried*". J-SEP Vol. 2 No. 1.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Luthfiansyah, EF., Mailasari R., Yuliana R., Wulandari U., Aminuddin. 2018. Analisis Pendapatan, Biaya, Dan Titik Impas Usaha Pengepul Barang Bekas Di Kota Tangerang. Indonesian Journal of Economics Application. Agustus 2018, Vol 1 (1): hlm 27-33.
- Lokobal, A., & Marthin, D. (2014). Manajemen Risiko pada Perusahaan Jasa Pelaksana Konstruksi di Propinsi Papua. Jurnal Ilmiah Media Engineering Vol.4 No.2 , 109-118.
- Masyhuri. 2005. Sistem Perdagangan Dalam Islam. Jakarta : Pusat Penelitian Ekonomi- LIPI.
- Muslich, Moh. 2007. Manajemen Risiko Operasional. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nurhalimah, Setiawan, AR., Haryadi B. 2019. Praktik Akuntansi Manajemen Bisnis Besi Tua Berbasis Budaya Persaudaraan Madura. Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL). Vol. 10, No. 1. Hal. 1-21.

- Putra, KMM., Cipta W., Yudiaatmaja F.. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Ud. Wayan Fiber Glass Singaraja Tahun 2014. e-Journal Bisma, Volume 4.
- Rachmat Syafe'i. 2004. Fiqh Mu'amalah. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Silvester, N. E. 2014. Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan (Studi Analitik Marketing Mix Dealer CV. Fortuna Jaya Motor). Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan PIPS. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Tanjungpura. Pontianak.
- Sinaga, M.C.L., Prasetyo, E., Budiraharjo, K. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Dan Peramalan Volume Penjualan Kopi Di PT. Perkebunan Nusantara IX. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA). Vol. 3, No. 3.
- Siregar, MY., dan Winita. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan *Sparepart* Pada Pt. Calispo Multi Utama Medan Jurnal Akuntansi dan Bisnis 105 Vol. 3 No. 1.
- Suleman, Eman dan Kusnanto, Danang. 2020. Analisis Model Bisnis Besi Tua Di Indonesia (Studi Kasus Di PT. Putra Kemuning Karawang). BUANA ILMU 4 (2), 113-123 2020
- Susilowati. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan *Feminime Hygine* Sirih Pada PT. Romos Inti Kosmetik Surabaya. Jurnal Lentera, Vol. 14, No. 2 September 2016
- Swastha, Bayu. 2001. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: BPF.
- Swastha, Bayu Dan Irawan. 2003. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

LAMPIRAN

A. Pedoman Wawancara

PEMAHAMAN TENTANG USAHA JUAL BELI BESI TUA
<p>9. Kapan awal didirikan usaha ini?</p> <p>10. Bagaimana awal bermulanya usaha ini?</p> <p>11. Sudah berapa lama usaha ini didirikan?</p> <p>12. Berapa banyak pekerja yang dimiliki?</p> <p>13. Bagaimana prospek usaha ini ke depan?</p> <p>14. Dari mana saja besi tua ini didapatkan? Siapa pemasok utamanya?</p> <p>15. Kepada siapa besi tua ini dijual? Dan biasanya besi tua ini dijadikan apa oleh pembeli?</p> <p>16. Kategori atau jenis besi tua seperti apa yang layak dibeli dari pemasok?</p>
PROSES TRANSAKSI JUAL BELI BESI TUA
<p>8. Bagaimana proses transaksi pembelian besi tua dari pemasok?</p> <p>9. Bagaimana proses transaksi penjualan besi tua kepada penjual?</p> <p>10. Bagaimana cara menentukan harga per satuan pada besi tua baik pada transaksi jual maupun beli?</p> <p>11. Apa saja yang dapat mempengaruhi tinggi atau kurangnya harga beli besi tua dari pemasok?</p> <p>12. Apa saja yang dapat mempengaruhi tinggi atau kurangnya harga jual besi tua kepada pembeli?</p> <p>13. Bagaimana proses transaksi jual beli ini terjadi, apakah melalui pesanan, atau pembeli atau penjual besi tua mendatangi langsung ke tempat usaha ini?</p> <p>14. Bagaimana dengan proses pembayarannya? Apakah dilakukan secara tunai atau dengan metode lain?</p>
FAKTOR INTERNAL YANG MEMPENGARUHI PENJUALAN BESI TUA

7. Apakah kondisi barang yang dijual kepada pembeli sangat mempengaruhi banyaknya penjualan dan keuntungan? Jika ya jelaskan.
8. Apakah pelayanan yang diberikan kepada pembeli mempengaruhi banyaknya penjualan dan keuntungan? Jika Ya jelaskan
9. Apakah pelayanan yang diberikan kepada pembeli mempengaruhi banyaknya penjualan dan keuntungan? Jika Ya jelaskan
10. Apakah modal usaha ini mempengaruhi banyaknya penjualan dan keuntungan? Jika Ya jelaskan
11. Apakah pernah usaha ini melakukan promosi terkait usaha ini? Jika ya, jenis promosi seperti apa yang dilakukan? Apakah lewat media sosial seperti facebook, atau melalui media masa seperti koran atau radio?
12. Apakah promosi ini mempengaruhi banyaknya penjualan besi?

FAKTOR EKSTERNAL YANG MEMPENGARUHI PENJUALAN BESI TUA

7. Apakah kondisi pasar saat ini terlebih di saat pandemic ini mempengaruhi penjualan besi tua? Jika ya, seberapa besar dampak yang dirasakan?
8. Sejak pandemic, berapa besar omset yang menurun?
9. Apa upaya yang dilakukan untuk mengatasi masalah akibat adanya pandemic ini?
10. Kapan mulai penjualan menurun?
11. Berapa kisaran menurunnya penjualan?
12. Bagaimana kondisi pasar jual beli besi tua pada saat pandemic yang sudah berjalan 1 tahun ini?

B. Dokumentasi







