

Analisis penjualan es bubble santuy Bang Bewok di daerah Tangerang tahun 2020

Indah Pertiwi^{1*}, Abad Dita Lail²

¹Department of Accounting, Pamulang University, ² Department of Accounting, Pamulang University
Email: ¹dosen01936@unpam.ac.id, ²ditalail012@gmail.com

Article History: Received on 2022-04-08, Revised on 2022-05-31, Published on 2022-07-12

ABSTRACT

The purpose of this study is (1) to determine the sales of ice bubbles in Tangerang in 2020 (2) to find out what factors are inhibiting sales of ice bubble santuy in 2020. This research method is descriptive qualitative. Data collection techniques used in this study were interview documentation and observation. Based on the results of the study, it is known that (1) sales should pay more attention to situations and conditions like this, there must be more promotions and always offer new menus for new atmospheres and new displays that make consumers/buyers curious because it will affect the level of wanting to buy consumers if from the place of appearance the taste is good and good. (2) based on the inhibiting factors for Santuy's ice bubble sales, which experienced losses in the last three months, it decreased due to the impact of covid. it is better to sell online or cod in collaboration with gofood so that sales and marketing strategies can be optimally implemented so as not to sink and can achieve the desired profit target so that it can run smoothly .

Keyword : ice bubble santuy, income, sale

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) untuk mengetahui penjualan es bubble di Tangerang tahun 2020. (2) untuk mengetahui faktor apa saja yang menghambat penjualan es bubble santuy tahun 2020. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dokumentasi dan observasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa (1) penjualan hendak nya lebih memperhatikan lagi dalam keadaan situasi dan kondisi seperti ini harus lebih banyak lagi promosi dan selalu tawarkan menu baru buat suasana baru dan tampilan baru yang membuat konsumen/pembeli penasaran karena akan mempengaruhi daya tingkat ingin membeli konsumen jika dari tempat tampilan rasa enak dan bagus. (2) berdasarkan faktor penghambat penjualan es bubble santuy yang mengalami kerugian tiga bulan terakhir ini mengalami penurunan karena adanya dampak covid. Sebaiknya penjualan dilakukan secara online atau cod bekerja sama dengan gofood agar setrategi penjualan dan pemasaran dapat terlelisasikan secara optimal agar tidak tengelam dan dapat mencapai target keuntungan yang diinginkan sehingga dapat berjalan lancar

Kata kunci: es bubble santuy, pendapatan, penjualan.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki ragam kuliner yang beraneka ragam macamnya tentu saja berupa minuman dan makanan yang terbuat dari bahan sederhana kuliner minuman masa kini atau sering disebut zaman milineal ini merupakan minuman yang banyak dikunjungi para pencinta kuliner minuman masa kini salah satunya babbel santuy, bubble sama dengan bobba yang awalnya dikenal dengan bubble tea atau pearl milk tea adalah minuman khas berbasis the khas Taiwan yang ditemukan pertama kali di Tainan dan Taichung pada tahun 1980an. Berbahan susu, krimmer, seduhan the, gula, dan perasa, bobba yang ditambahkan butiran “mutiara” yang kenyal yang terbuat dari tapioca, yang biasanya berwarna hitam. Pada awal ditemukan boba sering juga disebut bubble tea dikarenakan oleh lapisan tebal busa yang terbentuk pada bagian teratas dari minuman setelah minuman dikocok.

Menurut Philip Kotler (Jurnal Abdul Rosyid, 2010:8), “Volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang page 4 9 jangka waktu tertentu didalamnya punya waktu tertentu didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik”. Besar kecilnya volume penjualan dipengaruhi oleh jumlah produk yang terjual. Seperti yang bisa ditemui pada saat ini Ragam baru minuman ini mulai bermunculan menyebar dengan sangat cepat dan berujung pembuatannya kedalam menu minuman tersebut akhirnya menjadi minuman terlaris pada bisnis waralaba tersebut. Minuman ini menjadi populer di banyak wilayah Asia Timur dan Asia Tenggara saat tahun 1990-an terutama Vietnam. Di Malaysia angka merek yang menjual minuman jenis ini telah berjumlah lebih dari 50 merek. Minuman ini juga diterima baik oleh konsumen asing di Amerika Utara, terutama di daerah dengan banyak jumlah populasi orang Tiongkok dan orang Taiwan ekspatriat. Bubble sangatlah populer dikonsumsi oleh banyak konsumen dari berbagai macam latar belakang. Seiring berjalannya waktu mulai lah bermunculan bubble ini di Indonesia dengan versi baru dari minuman ini dengan bermacam-macam racikan atau nama-nama brand minuman tersebut mulai banyak di Indonesia dan disukai oleh semua kalangan salah satunya adalah “BUBBLE SANTUY”.

Antusias ketarikan masyarakat Indonesia terhadap Bubble Santuy Bang Bewok ini pada saat ini sangatlah tinggi. Sehingga membuka kedai bubble santuy dapat dianggap sebagai bisnis yang menjanjikan. Bisnis bobba atau bubble waralaba di Indonesia sudah sangat banyak, yang terkenal seperti Chatime, ShareTea, KOI the, dan lain lain. Namun tidak sedikit dari wirausahawan Indonesia yang memilih untuk membuat merek mereka sendiri. Dengan komposisi serupa dengan merek-merek terkenal lainnya, sudah banyak bermunculan merek local non waralaba yang memiliki rasa bersaing, namun dengan harga yang relatif lebih murah salah satunya bubble santuy ini. Sudah bermunculan dan pembuatan es milineal ini tidak sulit justru sangatlah mudah dan amat praktis dan langkah langkah pembuatannya sangat sederhana dan tidak memerlukan peralatan khusus sehingga memudahkan siapa saja yang membuatnya, minuman milineal ini mempunyai beberapa varian rasa yang menyegarkan, sudah banyak dijumpai di setiap daerah dengan beraneka ragam nama dan rasa minuman di setiap daerah dan banyak ditemui juga dipinggir jalan atau bahkan mal-mal besar di daerah tersebut, namun tidak sedikit juga orang yang mencoba bisnis makanan dan minuman ini sebagai pergerakan ekonomi yang di bangun sendiri dan tentunya lebih mandiri bisnis ini tidak memerlukan modal banyak karena tidak bergantung oleh luar negeri, jika ulet dan tekun maka bisnis yang dimulai dari kecil ini bisa menjadi bisnis yang besar dan memiliki keuntungan yang besar, seiring dengan berlangsungnya perkembangan zaman minuman kekinian ini memang sangatlah bagus dijadikan bisnis kuliner masa kini.

Dimana semuanya menuntut segala sesuatu yang bersipat cepat sekaligus inovatif, masyarakat memang membutuhkan makanan yang menyegarkan dan lezat, tampilan yang menarik dan wadah yang menarik juga sangat diperlukan dalam bisnis minuman masa kini, tetapi tidak membutuhkan waktu lama dalam penyajiannya. Minuman es bubble santuy ini cukup populer dikalangan masyarakat daerah Tangerang Pakuhaji khususnya bagi kalangan remaja setempat namun bisnis tetaplh bisnis ada yang namanya pasang surut, walaupun es bubble ini sangat populer di daerah tersebut tapi di tahun sekarang ini adanya Covid-19 menyebabkan penjualan menurun drastis.

Minuman es bubble santuy ini di buat hanya dengan menggunakan es batu, coklat manis, susu

manis lalu disajikan pada konsumen. Pembeli bisa langsung melihat cara pembuatan es bubble santuy tersebut pada produk minuman ini biasanya ada penambahan topping agar lebih menarik perhatian, misalnya penambahan oreo penambahan keju penambahan agar-agar atau jelly yang diiris kecil-kecil serta bubble yang dijadikan pokok utama es tersebut dan bubble ini menjadi favorite semua kalangan dimasa milineal ini. Oleh karena itu pemilihan ini dilandasi oleh adanya keinginan untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan sehingga nanti bisa menjalankan usaha dengan baik.

Bubble santuy ini di dirikan oleh Bang Bewok sekitar tahun 2019 bulan oktober awalnya bubble santuy ini membuka kedai atau tempat usaha di pelataran atau teras depan rumah yang mana tempat ini strategis karena berdekatan dengan sekolah SDN dan SMAN yang berada didekat rumah bang bewok dan pada akhirnya 2020 bulan Maret bubble santuy ini membuka satu cabang didekat SMPN bang bewok ini menyewa teras di depan salah satu toko Indomaret dan akhirnya mulai ramai dan mulai banyak dikenal orang karena posisinya di pinggir jalan, dekat sekolah, toko, rumah sakit dan KUA dan akhirnya mereka para pelanggan menamakan Bubble Santuy Bang Bewok. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk menyusun tugas akhir dengan judul “ANALISI PENJUALAN ES BUBBLE SANTUY BANG BEWOK DI DAERAH TANGERANG TAHUN 2020

LANDASAN TEORITIS

Pengertian penjualan

Menurut Moekijat (2011:488) penjualan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang di tawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan untuk kedua belah pihak, Menurut Amin wijaya (2011:92) Penjualan adalah sebuah transaksi pendapatan barang atau jasa yang dikirim pelanggan untuk imbalan kas suatu kewajiban untuk membayar, Menurut Basu Swastha DH (2014:9) Penjualan merupakan satu bagian dan promosi adalah satu bagian dari program pemasaran secara keseluruhan, sedangkan menurut Winardi (2011:2) penjualan adalah proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak, Menurut Francis Tantri dan Thamrin (2016:3) ”penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah bagaian dari keseluruhan sistem pemasaran”.

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negosiasi harga dan syarat-syarat pembayaran. Dalam hal ini, penjualan ini, seperti penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang ditetapkan (Assauri, 2011:23).

Sedangkan menurut Herry (2011:123) menyatakan bahwa ”Penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai, maupun penjualan secara kredit”. Dari beberapa penjualan di atas mengenai penjualan, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah salah satu aktifitas rutin yang dijalani oleh setiap perusahaan dan memperjual belikan barang dan jasanya, yang tujuannya untuk memperoleh laba dan untuk membuat perusahaan tersebut tambah berkembang.

Volume Penjualan

Menurut Kotler (2014) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan di dalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Besar kecilnya volume penjualan dipengaruhi oleh produk yang terjual. Volume penjualan merupakan total penjualan yang didapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu.

Menurut Kotler (2014) volume penjualan adalah barang yang sudah terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa volume penjualan adalah 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 sarana penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Maka dari itu perusahaan harus berusaha untuk menciptakan volume penjualan yang menguntungkan. Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaiannya laba perusahaan juga menurun. Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah:

1. Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
2. Menempatkan dan mengatur yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
3. Mengadakan analisis pasar.
4. Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
5. Mengadakan pameran.
6. Mengadakan discount atau potongan harga.

Secara umum mata rantai seluruh distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya seluruh distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan. Untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan harus mempertimbangkan aspek inovasi bisa dalam bentuk konsep membangun *brand* dengan pemasaran *digital* untuk memperluas jangkauan bisnis, pengemasan produk hingga efisiensi biaya pemasaran (Khotimah & Budi, 2020).

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Permasalahan yang akan dikaji oleh peneliti merupakan masalah yang bersifat sales atau bisnis menjual. Oleh karena itu peneliti memilih menggunakan metode peneliti deskriptif untuk menemukan cara, mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data hasil penelitian tersebut. Peneliti deskriptif ini dapat di gunakan untuk memahami penjualan, misalnya dengan wawancara, dokumentasi dan observasi langsung secara mendalam sehingga dapat ditemukan pola-pola yang jelas.

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yaitu penelitian yang memberikan gambaran yang cermat mengenai penjualan dan proses pembuatan tentang keadaan dan gejala yang terjadi. Dalam penelitian ini memberikan gambaran secara cermat mengenai penjualan es bubble santuy bang bewok di Tangerang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Wawancara
Burhan Bungin (2013:133) mendeskripsikan metode wawancara sebagai suatu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara

pewawancara dengan responden.

2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015) "Dokumentasi adalah suatu cara yang di gunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian". Sebelum melakukan observasi, peneliti terlebih dahulu mencari referensi melalui buku, jurnal, artikel internet, serta sumber lainnya. Dokumentasi yang digunakan yaitu data mengenai analisis penjualan es bubble santuy di Tangerang. Pada penelitian ini studi dokumentasi digunakan untuk memperoleh data-data atau catatan yang berhubungan dengan penjualan es bubble santuy di Tangerang seperti: foto-foto, dokumen, dan sebagainya. Dokumentasi.

Metode Analisis Data

Miles dan Huberman (Sugiyono,2016) mengemukakan bahwa, "aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktifitas dalam analisis data, yaitu reduksi data, data *display*/penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi."

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yaitu penelitian yang memberikan gambaran yang cermat mengenai prosedur atau proses tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi di penjualan es bubble santuy bang bewok tangerang tahun 2020 adapun data data yang digunakan dalam temuan ini yaitu hasil temuan yang dilakukan oleh peneliti di penjualan es bubble santuy bang bewok Tangerang berdasarkan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Pada penjualan es bubble santuy bang bewok ini di Tangerang mengalami penurunan disebabkan sejak terjadinya Covid-19 di tahun 2020 hal ini berpengaruh terhadap perhitungan harga pokok penjualan akibat covid menghambat penjualan karena adanya PSBB di tahun 2020 dimana pembatasan-pembatasan manusia untuk bergerak bebas dan sulit untuk keluar rumah penjualanpun sepi karena target utama anak sekolah ikut diliburkan akibat PSBB yang terlalu lama dan kebijakan pemerintah tentang pembatasan keluar rumah akibatnya penjualan menurun drastis tempat berkumpul/berkerumun seolah-oleh di haramkan untuk saat ini penempatan tempat duduk diadakan, waktu berjualan pun dibatasi untuk pemesanan tidak boleh berkerumun sesuai yang sudah diberitakan adanya Covid-19 memang sangat berdampak sekali pada semua masyarakat.

Perhitungan harga pokok penjualan pada es bubble santuy meliputi persediaan biaya bahan baku, dan biayanya overhead berikut table persediaan awal pembelian dan persediaan akhir es bubble santuy pada tahun 2020. Rumus:

$$\text{HPP} = (\text{Persediaan Awal} + \text{Pembelian}) - \text{Persediaan akhir}$$

Penjualan Es Bubble Santuy

Perhitungan

HPP Tahun 2020 selama 6 bulan

$$\text{HPP 2020} = (\text{Rp. 15.696.000,-} + \text{Rp. 2.248.000,-}) - \text{Rp. 12.394.000,-} = \text{Rp. 5.550.000,-}$$

Persediaan barang jadi untuk penjualan es bubble santuy adalah sedotan besar, cup ukuran 16Oz, tutup cup (barang sekali pakai) yang dibeli untuk pemesanan es berjumlah Rp. 1.000.000,-. Persediaan yang terjual dibebankan kedalam harga pokok penjualan sedangkan untuk persediaan yang

belum terjual dimasukan kedalam neraca dalam kelompok aktifa lancer persediaan bahan baku akhir. Harga pokok penjualan selama 6 bulan mencapai Rp. 63.500.000,- untuk persediaan awal dan akhir pada penjuln es bubble menentukan persediaan pada akhir periode pe 6 bulan yang akan dilaporkan sebagai aktifas lancer padaneraca.

Pembelian barang jadi pada tahun 2020 per 6 bulan pada penjualan es bubble sebesar Rp. 5.400.000,- mengalami penurunan, yang disebabkan Covid-19 sehingga sepinya pelanggan karena banyak aktifitas yang dibatasi belum lagi sekolah yang libur selama 1 tahun akibat Covid-19. Pelanggan dan minat beli kosumen menurun drastis di tahun 2020 bulan Mei pencatatan yang dilakukan secara tunai.

Beban overhead yang dikeluarkan semakin bertambah banyak di setiap bulannya akibat promosi yang rutin dilakukan si penjual agar penjualan bisa terus berjalan di tengah Covid-19 diakumulasikan untuk beban overhead per 6 bulan sebesar Rp. 5.600.000,- Pendapatan, Harga pokok penjualan dan beban operasi pada penjualan es bubble santuy bang bewok Tangerang yang didapat dari laporan laba rugi tahun 2020.

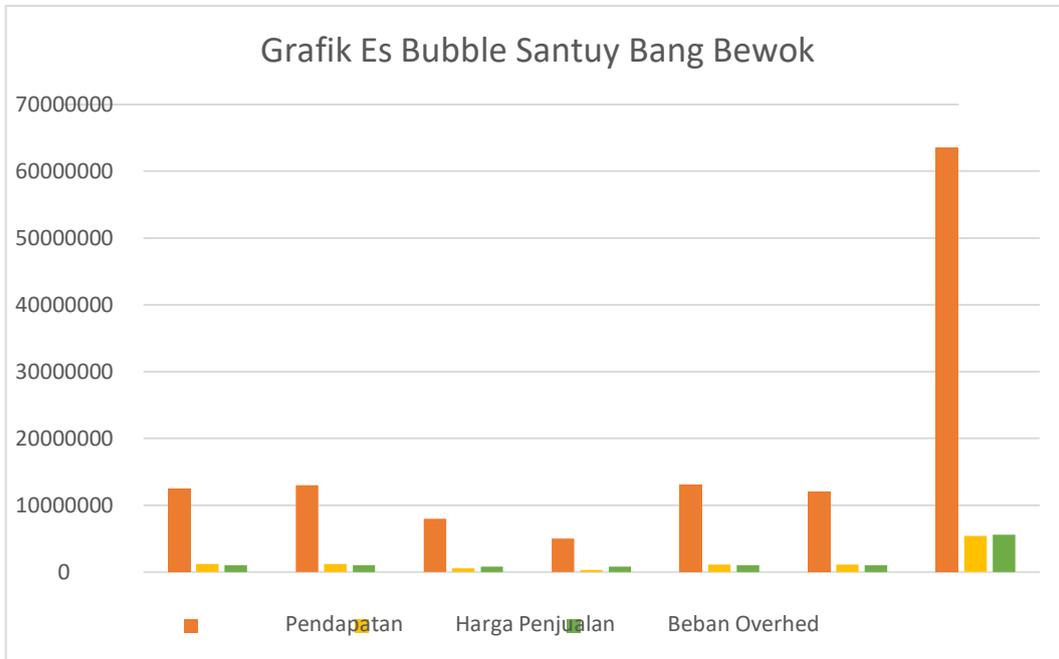
Tabel. 1
Pendapatan Harga Pokok Penjualan dan Beban Overhad

Bulan	Pendapatan	Harga Penjualan	Beban Overhead	Total
Maret	Rp. 12.500.000,-	Rp. 1.200.000,-	Rp. 1.000.000,-	Rp. 14.700.000,-
April	Rp. 13.000.000,-	Rp. 1.200.000,-	Rp. 1.000.000,-	Rp. 15.200.000,-
Mei	Rp. 8.000.000,-	Rp. 500.000,-	Rp. 800.000,-	Rp. 13.800.000,-
Juni	Rp. 5.000.000,-	Rp. 300.000,-	Rp. 800.000,-	Rp. 6.100.000,-
Juli	Rp. 13.000.000,-	Rp. 1.100.000,-	Rp. 1.000.000,-	Rp. 15.100.000,-
Agustus	Rp. 12.000.000,-	Rp. 1.100.000,-	Rp. 1.000.000,-	Rp. 14.100.000,-
Total	Rp. 63.500.000,-	Rp. 12.600.000,-	Rp. 5.600.000,-	Rp. 79.000.000,-

Dari table 4.1. dapat dilihat penjualan setiap bulan menurun sejak adanya dampak Covid-19 di tahun 2020 pendapatan selama 6 bulan sekitar Rp. 63.500.000,-. Harga pokok penjualan sebesar Rp.5.400.000,- dan beban overhead sebesar Rp.5.600.000,-. Pendapatan bulanMaret Rp. 12.500.000,- untuk pertama kalinya penjualan es bubble santuy buka, harga pokok penjualan Rp.1.200.000,- untuk varian rasa dan *topping* yang sudah disediakan. Beban overhead Rp. 1.000.000,-, untuk sewa teras Rp. 600.000,-, listrik Rp. 200.000,- dan untuk pembuatan *pamflet stiker* dan spanduk Rp.200.000,-. Pendapatan April Rp. 13.000.000,- dengan harga pokok penjualannya Rp. 1.200.000,- menambah varian rasa menambah *topping* dan memakai gula dan menambah boba beban *overhad* Rp. 1000.000,- untuk sewa teras Rp. 600.000,- listrik Rp. 200.000,- dan pembuatan *stiker* Rp. 150.000,- menambah kursi sebesar Rp. 50.000,- untuk satu kursi. Bulan Mei mengalami penurunan untuk pendapatan sekitar Rp.8.000.000,- dan untuk harga pokok penjualan Rp. 500.000,- mulai sedikitnya varian rasa dan toping yang di sediakan oleh si penjual akibat dampak Covid-19 dan PSBB masuk di bulanMei penjualan di batasi anak sekolah di liburkan penjualan mulai menurun terkecil di bulan Juni Rp.5.000.000,- harga pokok sekitar Rp. 300.000,- karena membeli bahan yang tidakterlalu banyak untuk *overhad* itu beban sewa teras sebesar Rp. 600.000,- dan untuk biaya promosi pembuatan spanduk *pamflet banner* dan *stiker* sebesar Rp. 200.000,- dibebaskan dari uang listrik mendapat kebijakan karena dampak Covid-19, lalu mulai naik lagi pendapatan terbesar di bulan Juli Rp. 13.000.000,- harga pokok penjualan sebesar Rp. 1.100.000,- untuk penambahan varian rasa dan varian *topping* yang lebih banyak lagi beban *overhad* sebesar Rp. 1.000.000,- untuk sewa teras Rp. 600.000,- listrik Rp.200.000,- pembuatan cup baru ukuran 18Oz dengan lebel santuy 17, dan pendapatan Agustus sekitar Rp. 12.000.000,- per bulan harga pokok penjualan Rp. 1.100.000,- harga pokok penjualannya di tingkatkan karena disini mulai banyak menggunakan varian rasa baru dan

toping toping baru, beban *overhad* Rp.1.000.000,- bertambah berat karena di bulan Agustus menggunakan *pamflet* dan *stiker* serta spanduk untuk di pasang di jalan dan di bagikan untuk pengunjung yang datang atau yang berada di jalan untuk mempromosikan penjualan es bubble ini di tahun 2020 mengalami naik turun dan sampai tahun 2021 belum stabil.

Berikut adalah grafik pendapatan, harga pokok penjualan dan bahan operasi padapenjualan es bubble santuy bang bewok tahun 2020 perbulan.



Gambar 1

Grafik pendapatan, penjualan dan beban overhad Es Bubble Santuy Daftar bahan pokok yang harus dibeli setiap bulan beserta harganya.

Tabel. 2 Daftar nama dan harga

No.	Jenis bahan baku	Ukuran	Harga satuan	Jumlah
1	Batu es	5 balok	Rp. 5.000,-	Rp. 25.000,-
2	Bubuk coklatos coklat	3 ranceng	Rp. 16.000,-	Rp. 48.000,-
3	Bubuk matcha	3 ranceng	Rp. 16.000,-	Rp. 48.000,-
4	Bubuk taro	5 ranceng	Rp. 10.000,-	Rp. 50.000,-
5	Bubuk avocado	5 ranceng	Rp. 10.000,-	Rp. 50.000,-
6	Keju	2 batang	Rp. 12.000,-	Rp. 24.000,-
7	Tepung maezena	1 kardus mini	Rp. 5.000,-	Rp. 5.000,-
8	Bubble/bobba	1 kg	Rp. 23.000,-	Rp. 23.000,-
9	Oreo bubuk	2 kg	Rp. 7.000,-	Rp. 14.000,-
10	Oreo bulet	2 ranceng	Rp. 5.000,-	Rp. 10.000,-
11	Agar-agar	1 schet	Rp. 1.000,-	Rp. 1.000,-
Jumlah		25	Rp. 110.000,-	Rp. 298.000,-

Sumber: Data penjual

Dari Tabel 4.2 dapat dilihat data bahan bahan yang bisa di gunakan setiap hari untuk bahan pokok di gunakan setiap harinya untuk penjualan es bubble santuy bang bewok. bahan ini adalah bahan sekali pakai yang digunakan bang bewok untuk esnya namun setelah Covid-19 banyak varian rasa yang di ganti dengan yang baru atau di tambah dengan yang baru toping toping yang di gunakan juga lebih banyak dan banyak yang baru untuk meningkatkan rasa penasarannya konsumen terhadap es bubble santuy bang bewok.

Pembahasan

Penjualan Es Bubble Santuy Bang Bewok

Berdasarkan deskripsi hasil temuan yang dilakukan peneliti di penjualan es bubble santuy bang bewok daerah Tangerang ini mengalami penurunan dan kerugian hampir mencapai Rp.4.000.000,- s/d Rp.5.000.000,- di bulan April, target konsumennya adalah anak sekolah dan pengunjung yang datang ke KUA untuk menikah dan biasanya di hadiri oleh banyak orang tapi setelah Covid-19 yang menikah pun dibatasi hanya beberapa saja yang datang untuk anak sekolah di libur panjang akibat dampak covid ini penjualan benar-bener menurun. Penjualan meningkat kembali di bulan Juli dan Agustus kembali normal dan stabil pendapatan di bulan Juli sekitar Rp.12.000.000,- dan pendapatan di bulan Agustus sekitar Rp.13.000.000,- adanya kenaikan ini menutupi kerugian di bulan Mei dan Juni karena pendapatan terendah di bulan Juni sekitar Rp. 5.000.000,- dan di bulan Mei Rp. 8.000.000,-.

Penjualan ini merupakan penjualan yang bergerak dalam bidang perhitungan harga pokok penjualan merupakan suatu hal yang sangat penting, biaya yang di keluarkan untuk promosi juga semakin meningkat hampir setiap bulan. Biaya promosi dikeluarkan sekitar Rp. 2.000.000,- untuk penjualan es bubble santuy si penjual harus tetap mempromosikandagangannya agar si pembeli selalu mempunyai minat beli yang tinggi dan target penjualan di lihat dari daya tarik tingkat konsumen untuk membeli itu.

Sehingga si penjual selalu mencari cara untuk mempromosikannya, target pendapatannya dari penjualan sangat menentukan besarnya peningkatan atau penurunan pendapatan, karena perhitungan harga pokok penjualan yang tepat akan sangat membantu pihak penjualan, penurunan yang terjadi akibat dampak Covid-19 yang terlalu lama dan terlalu berlarut-larut sehingga menimbulkan keresahan masyarakat untuk bergerak bebas ditambah dengan adanya peraturan pemerintah yang tidak memikirkan nasib pedagang atau penjual yang baru saja merintis usaha dan disini si penjual berusaha meningkatkan penghasilannya dengan cara promosi.

Bagian promosi juga sangat penting untuk penjualan seperti yang di lakukan bang bewok contoh nya memasang *banner* dan promosi di media social seperti *Instagram* dan *whatsapp* kenaikan yang terjadi karena di lakukan promosi yang sangat rutin di setiap media social dengan membuka varian rasa baru dan memberikan *giveaway* yang menarik di tanggal- tanggal istimewa, cara ini adalah untuk menarik pelanggan kembali agar penjualan meningkat dan pendapatan sesuai dengan target yang ditetapkan penjual es bubble santuy bang bewok.

Tabel. 3 Perbandingan kajian teori penjualan

Kusnandi (2018)	Penjual es bubble	Keterangan
-----------------	-------------------	------------

HPP di hitung berdasarkan barang tersedia di jual (persediaan barang dagang awal ditambah dengan pembelian bersih) dikurangi persediaan akhir	HPP dihitung berdasarkan barang tersedia dijual (persediaan barang dagang awal ditambah dengan pembelian) dikurangi persediaan akhir (persediaan dan barang terjual).	Sudah sesuai dengan Kusnandi (2018)
Harga jual di hitung berdasarkan biaya total ditambah margin	Harga jual dihitung berdasarkan dari akumulasi bahan mentah ditambah margin keuntungan yang ditetapkan si penjual.	Sudah sesuai dengan Kusnandi (2018)
Harga pokok penjualan Disajikan pada laporan laba rugi.	Harga pokok penjualan tidak disajikan pada laporan laba rugi	Tidak sesuai dengan Kusnandi (2018)

Harga penjualan merupakan nilai barang yang diungkap dalam satuan rupiah atau satuan mata uang lainnya. Penentuan barang dagang merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu penjualan karena harga menentukan seberapa besar yang akan di peroleh oleh perusahaan dari penjualan suatu produk baik berupa barang maupun jasa. Metode penentuan harga jual es bubble santuy menggunakan target keuntungan yang sudah ditetapkan oleh penjual es bubble santuy.

Faktor Yang Menghambat

Berdasarkan hasil wawancara pada penjual es bubble santuy terdapat beberapa faktor internal dan eksternal yang menjadi pihak pertimbangan dalam penjualan es bubble santuy. Berikut ini penjelasan beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pendapatan.

1. Faktor Internal

a. Target pendapatan

Target pendapatan dari penjualan es bubble santuy merupakan faktor utama dalam menentukan harga penjualan. Target pendapatan ini sangat menentukan besarnya peningkatan atau penurunan pada penjualan yang didapatkan yang juga mempengaruhi penentuan naik turunnya pendapatan dari penjualan es bubble santuy.

b. Biaya

Biaya merupakan faktor yang diperlukan dalam penyesuaian harga dagang tersebut, sehingga harga barang dagang yang ditentukan dapat menutupi biaya pengeluaran harga barang yang akan dijual dan memperoleh keuntungan yang ditargetkan.

2. Faktor Eksternal

a. Pemerintah

Kebijakan pemerintah dalam penerapan PSBB dan PPKM untuk warga Indonesia terlalu berkepanjangan sehingga penjualan menurun. Begitu pula dengan para pelajar yang di libur sekolah terlalu lama.

b. Konsumen

Konsumen adalah target bagi para penjual dengan adanya Covid-19 daya beli masyarakat menjadi menurun akibat seluruh kegiatan yang di batasi seperti duduk ditempat untuk berkumpul.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah melihat data-data laporan keuangan dan data wawancara dan hasil observasi yang diperoleh peneliti pada penjualan es bubble santuy bang bewok Tangerang mengenai penjualan yang telah diuraikan dan di bahas pada bab-bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perhitungan harga pokok penjualan yang dilakukan penjualanes bubble santuy bang bewok telah sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kusnandi (2018). Harga pokok penjualan per tiga bulan terakhir 2020 dari bulan Juni sampai Agustus mengalami penurunan drastis hal ini disebabkan oleh adanya dampak Covid-19 yang tidak kunjung berakhir yang akan menyebabkan kemungkinan pedagang gulung tikar.
2. Target keuntungan yang ditetapkan penjualan es bubble santuy ini mempengaruhi kondisi dan situasi konsumen target keuntungan yang ditetapkan oleh penjualan es bubble santuy pada beberapa varian rasa dan topping didalam es bubble santuy sebesar 10% dari bahan mentah yang digunakan. Beberapa kendala yang mempengaruhi menetapkan target keuntungan dari penjualan es bubble santuy bang bewok berdasarkan dari adanya dampak Covid-19 dan peraturan pemerintah yang membatasi segala aktifitas termasuk para pelajar yang diliburkan terlalu lama. Hal ini sesuai yang dikemukakan oleh Albar Sanji/bang bewok dalam wawancara penjualan.

Saran

Berdasarkan hasil yang peneliti lakukan pada penjualan es bubble santuy bang bewok, peneliti mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Penjualan hendaknya lebih memperhatikan lagi dalam keadaan situasi dan kondisi seperti ini harus lebih banyak lagi promosi dan selalu menawarkan menu baru buat suasana baru dan tampilan baru yang membuat konsumen/pembeli penasaran karena akan mempengaruhi daya tingkat ingin membeli konsumen jika dari tempat tampilan rasa enak dan bagus.
2. Berdasarkan faktor penghambat penjualan es bubble santuy yang mengalami kerugian tiga bulan terakhir ini mengalami penurunan karena adanya dampak Covid-19. Sebaiknya penjualan di lakukan secara online atau *Cash On Delivery* (COD) bekerja sama dengan *Go-food* agar strategi penjualan dan pemasaran dapat di realisasikan secara optimal agar tidak tenggelam dan dapat mencapai target keuntungan yang di inginkan sehingga pendapatan dapat berjalan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2013. Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi. Jakarta: Kencana.
- Hadi, Syamsul. 2009. Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi dan Keuangan Yogyakarta: Ekonisia.
- Institut Akuntan Publik Indonesia. 2011. Standar Profesional Akuntan Publik. Jakarta: Salemba Empat.
- Keraf, Gorys. 2004. Komposisi. Jakarta: Nusa Indah.
- (Khotimah & Budi, 2020) Khotimah, H., & Budi, S. (2020). Analisis Peran Inovasi, kompetensi

- Akuntansi,dan Dukungan Pemerintah terhadap Daya Saing UMKM Kota Tangerang Selatan.
Keberlanjutan : Jurnal Manajemen dan Jurnal Akuntansi. 5(2), 117–130.
- Kolter, Kaler. 2016. Marketing Management 15e Global Edition. England. Person Education Limited.
- Moekijat, dkk. 2011. Penjualan dan Acounting, Edisi Kedua belas Jilid 1. Terjemahan Herman WIBowo. Jakarta: Erlangga.
- Sanji Albar 2020. Sistem Informasi Penjualan. Tangerang: Pakuhaji.
- Sugiyono. (2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).Bandung: Alfabeta Swatsha, Basu DH. 2014. Menejemen Keuangan. Yogyakarta: Liberty.
- Tim P3. 2014. Buku Pedoman Penyusunan Tugas Akhir/Skripsi.Semarang: Politeknik Negeri Semarang.