

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian untuk mencari perbandingan serta untuk menemukan inspirasi baru bagi penelitian selanjutnya. Berikut penelitian yang berkaitan dengan penelitian penulis.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Pelatihan Pengelolaan Sampah Menjadi Produktif DAN Bernilai Ekonomi Dengan	Kualitatif	Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa barang- barang bekas dapat bernilai ekonomis dengan bank sampah digital.	Sama-sama meneliti tentang pengelolaan barang bekas.	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada saat ini dilakukan dengan sistem tender pada perusahaan

	CV. Bank Sampah Digital Di Kota Serang(Bernilai et al., 2022)				
2.	Pendampingan Pembuatan Batako Campuran Limbah Kardus dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Ekonomi Keluarga Saat Pandemi Covid-19 (Mubarak et al., 2021)	Kualitatif	Dalam penelitian ini memberikan pendampingan pembuatan batako campur limbah kardus dan pengelolaan manajemennya yang baik dan benar	Sama-sama meneliti tentang pengelolaan barang bekas	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada saat ini berfokus pada manajemen pengelolaan limbah kardus/ kardus bekas.

3.	Pemberdayaan Usaha Ekonomi Produktif Desa Sudimara (Pujiastuti & Muntahanah, 2022)	Kualitatif	Dalam penelitian ini terkait pentingnya pengelolaan sampah rumah tangga dan strategi mengoptimalkan sampah menjadi nilai tambah	Sama-sama meneliti tentang pengelolaan barang bekas	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada saat ini pengelolaannya dilakukan dengan strategi penimbunan barang
4.	Manajemen Limbah Home Industri Konveksi Pengusaha Muslim Sebagai Upaya Menambah Pendapatan	Kualitatif	Dalam penelitian ini meneliti tentang pemanfaatan dan manajemen limbah home industri sebagai upaya untuk menambah pendapatan keluarga.	Sama-sama meneliti tentang pengelolaan barang bekas	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada saat ini berlokasi pada suatu perusahaan.

	Ekonomi Keluarga Di Desa Tingkir (Ilyas, 2016)				
5.	Keberadaan Usaha Rak Telur Dalam Peningkatan Kesejahteraan Bagi Pengepul Kardus Di Sidrap (Perspektif Ekonomi Islam) (Pujiastuti & Muntahanah, 2022)	Kualitatif	Dalam penelitian ini meneliti tentang bagaimana pembuatan rak telur yang berbahan dasar kardus bekas dapat meningkatkan kesejahteraan.	Sama-sama meneliti tentang pengelolaan barang bekas	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada saat ini kardus bekas atau limbah kardus tidak dijadikan menjadi barang jadi baru.
6.	Eksternalitas limbah Rumah tangga	Kualitatif	Dalam penelitian ini meneliti tentang pengelolaan	Sama-sama meneliti tentang pengelolaan	Penelitian yang dilakukan oleh

	(Andri & Noor, 2023)		eksternalitas limbah rumah tangga.	barang bekas	peneliti pada saat ini meneliti pada eksternalitas pengelolaan limbah kardus di perusahaan.
7.	Dampak Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program pengelolaan sampah oleh PT. Pertamina Patra Niaga DPPU Minangkabau di	Kualitatif	Dalam Penelitian ini meneliti tentang pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan PT. Pertamina Patra Niaga DPPU Minangkabau yang dirancang untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui	Sama-sama meneliti tentang pengelolaan barang bekas	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada saat ini berfokus pada pengelolaan limbah kardus serta pengelolaan dilakukan sendiri

Desa Kampung Apar, Pariaman Selatan, Kota Pariaman(Di et al., 2022)	Program Pengolahan Sampah.	oleh perusahaan untuk menambah pemasukan bagi perusahaan.
---	----------------------------	---



2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pendapatan Perusahaan

A. Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil dari penjualan barang atau jasa perusahaan selama periode tertentu. Namun demikian, selain dari faktor penjualan, pendapatan perusahaan juga dapat berasal dari bunga aset perusahaan yang digunakan oleh pihak lain, dividen dan royalti. Semua dikumpulkan dan dicatat menjadi satu dalam pembukuan perusahaan. Pendapatan juga dapat didefinisikan sebagai biaya yang dibebankan kepada pelanggan atau konsumen atas harga barang atau jasa. Pendapatan merupakan salah satu faktor penting dalam suatu usaha karena merupakan tolok ukur maju atau mundurnya suatu perusahaan. Semakin tinggi pendapatan yang didapatkan atau diperoleh maka semakin maju perusahaan tersebut dan sebaliknya jika pendapatan yang diperoleh rendah maka semakin mundur perusahaan tersebut (Khaeria et al., 2023).

Menurut Harnanto (2019) pendapatan merupakan peningkatan aset dan penurunan atau berkurangnya kewajiban perusahaan yang dihasilkan dari kegiatan operasi atau pembelian barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya (Lestari, 2021).

Menurut Sochib (2018) pendapatan merupakan aliran aset yang timbul dari penyerahan barang/jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha dalam periode tertentu. Bagi perusahaan, pendapatan diperoleh



dari operasi pokok yang akan menambah modal pada nilai aset perusahaan yang sebenarnya juga akan menambah dan meningkatkan modal perusahaan. Namun untuk tujuan akuntansi, penambahan Modal yang dihasilkan oleh penyerahan barang atau jasa kepada pihak lain dicatat terpisah dari akun pendapatan (Lestari, 2021).

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari berbagai definisi di atas yaitu pendapatan merupakan jumlah masukan yang diterima atau diperoleh untuk layanan jasa yang diberikan oleh perusahaan, yang mencakup penjualan produk atau layanan jasa kepada pelanggan yang digunakan dalam menjalankan bisnis untuk meningkatkan nilai aset dan peningkatan dan penurunan liabilitas yang timbul dari hasil penyerahan barang atau jasa.

B. Jenis-jenis Pendapatan

Menurut Kusnadi (2000) pendapatan dibagi menjadi dua , yaitu pendapatan operasional dan pendapatan non operasional.

1. Pendapatan operasional, merupakan pendapatan yang didapat langsung dari kegiatan operasional perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai pendapatan operasional yang berbeda sesuai dengan usaha yang dikelola perusahaan tersebut. Pendapatan yang bersumber dari hasil penjualan termasuk kedalam jenis pendapatan operasional perusahaan. Penjualan tersebut berbentuk penjualan barang ataupun penjualan jasa yang menjadi tujuan utama dari



perusahaan. Pendapatan operasional dibagi menjadi dua, yaitu pendapatan bersih dan pendapatan kotor.

- 1) Pendapatan kotor, pendapatan dari nilai asli dan faktur penjualan sebelum dikurangi *return* barang serta potongan penjualan.
 - 2) Pendapatan bersih, pendapatan yang diperoleh atas hasil penjualan barang atau jasa setelah dikurangi *return* barang dan potongan penjualan.
2. Pendapatan Non operasional, pendapatan non operasional merupakan pendapatan yang langsung diterima tanpa adanya kegiatan penjualan. Pendapatan non operasional juga dibagi menjadi dua, yaitu hasil sewa dan bunga.
- 1) Hasil Sewa, merupakan hasil yang diperoleh setelah menyewakan suatu objek, misalnya menyewakan rumah atau mobil.
 - 2) Bunga, merupakan hasil yang diperoleh setelah meminjamkan uang kepada pihak lain (AF Nisa, 2020).

2.2.2 Pendapatan Lain Perusahaan

Merupakan pendapatan yang diperoleh suatu perusahaan dalam suatu periode tertentu, akan tetapi bukan diperoleh dari kegiatan operasional perusahaan. Theodorus M.Tuanakotta (2000) menyatakan bahwa pada prinsipnya ada dua pendekatan terhadap konsep pendapatan (*revenue*) yaitu :



1. Pendekatan yang menekankan kepada arus masuk (*inflow*) dibandingkan dengan assets yang ditimbulkan oleh kegiatan operasional perusahaan.
2. Menekankan kepada pencapaian barang dan jasa oleh suatu perusahaan dan transfer dari barang dan jasa kepada konsumen atau produsen lain (Fauzi, 2019).

Pendapatan non operasional atau pendapatan lain merupakan pendapatan yang diperoleh dari kegiatan di luar bidang operasi perusahaan atau kegiatan utama perusahaan. Pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan sistem Akuntabilitas atau pelaporannya sering identik atau disamakan dengan pendapatan. Menurut Yayah (2016) mengatakan bahwa pendapatan perusahaan diklasifikasikan menjadi dua, yaitu :

- 1) Laba usaha, merupakan penghasilan usaha yang diperoleh dari kegiatan usaha utama atau kegiatan pokok perusahaan.
- 2) Pendapatan non usaha, merupakan pendapatan yang diperoleh di luar kegiatan utama atau kegiatan sampingan perusahaan(Purwamayangsari, 2021).

2.2.3 Manajemen Ritel

A. Pengertian Ritel

Retail atau dalam bahasa Perancis (*retelier*) serta dalam bahasa Inggris (*retail*) memiliki arti membagi, memotong sesuatu menjadi sebuah bagian yang lebih kecil. Bisnis atau usaha yang terkait dengan



perdagangan eceran semua kegiatan penjualan barang kepada konsumen akhir; bisnis eceran diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang menjual kebutuhan kegiatan sehari-hari masyarakat dengan perdagangan eceran yang dilakukan dengan cara tradisional atau modern. Sedangkan istilah manajemen ritel berkaitan dengan aktivitas mengelola berbagai produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akhir dalam bisnis ritel (Chaniago, 2021).

Menurut Kotler dan Keller yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2018). Ritel mencakup semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk tujuan pribadi dan bukan bisnis. Dapat juga diartikan keterlibatan dalam penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk penggunaan pribadi, keluarga, atau rumah. Ritel mencakup kegiatan usaha yang menjual barang dan jasa kepada konsumen untuk kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangganya.

Menurut Levy dan Waitzi, yang diterjemahkan oleh Benjamin Moran (2014), ritel *mix* adalah desain toko, tampilan produk, dukungan pelanggan oleh rekan penjualan, dan kenyamanan lokasi (RAHAYU, Mochamad Asril, 2022).

B. Tipe Ritel

Tipe organisasi perdagangan atau bisnis ritel dapat dibagi menjadi beberapa kelompok. Menurut Levy & Weitz (2014) ritel dibagi



menjadi tiga sektor utama: ritel makanan, ritel barang dagangan umum, dan ritel non toko.

1. Pengecer dan pengecer non-toko.

- 1) Ritel makanan

- a) Supermarket, biasanya mengizinkan pengunjung Mencari dan melayani kebutuhan seperti kebutuhan makanan sehari-hari, persediaan non-makanan, kesehatan, pakaian, bahan pertanian, perlengkapan kantor, perlengkapan bangunan, produk kecantikan, peralatan listrik, dll.
 - b) Supercenter, adalah jenis pengecer atau ritel yang berkembang pesat dengan sejumlah besar toko sekitar 150.000-220.000 meter persegi, dan digabungkan diskon untuk seluruh seri. Tapi karena tokonya besar, sebagian besar pelanggan merasa tidak nyaman saat melakukan pencarian produk yang diinginkan akan memakan waktu lebih lama.
 - c) Hypermarket, adalah jenis bisnis ritel yang berkembang, dengan sekitar 100.000-300.000 toko yang mampu menjual sekitar 40.000 hingga 60.000 produk.
 - d) Klub gudang, adalah jenis pengecer yang menawarkan jenis makanan. Produk generik terbatas dengan sedikit layanan dan tingkatan harga yang relatif rendah untuk konsumen akhir dan usaha kecil.



e) Toko serba ada, kaya akan variasi kebutuhan variasi produk dibatasi oleh ruang yang tersedia luas sekitar 2000-3000 meter persegi. ini

2. Ritel barang dagangan umum

a) Toko serba ada, adalah jenis toko ritel yang menjual berbagai macam barang habis pakai dan peralatan, menyediakan layanan pelanggan, mengatur toko menjadi beberapa departemen yang terpisah dan tidak sama untuk penataan merchandise

b) Toko diskon lengkap, adalah jenis ritel yang menawarkan berbagai macam barang dengan harga rendah.

c) Toko khusus, adalah jenis pengecer yang berfokus pada produk yang berbeda memberikan tingkat layanan yang sangat tinggi, terutama di toko relatif kecil. Contohnya termasuk toko perangkat keras, toko elektronik, dan sebagainya.

d) Apotek, toko obat berspesialisasi dalam konsentrasi bisnis produk kesehatan dan perawatan pribadi cenderung menawarkan barang dan jasa terkait dengan apotek.

e) Kategori Pakar, adalah jenis ritel yang menawarkan diskon yang besar. Ritel ini pada dasarnya adalah toko khusus diskon.

3. Pengecer non-toko

a) pengecer elektronik, adalah jenis bisnis ritel di mana pengecer berinteraksi dengan pelanggan melalui internet.

b) Distributor katalog atau surat langsung, adalah ritel non toko.

Pengecer menawarkan produknya dan mengkomunikasikannya untuk konsumen dengan katalog dan menggunakan surat dan brosur.

c) Penjualan langsung, adalah suatu bentuk retail dimana tenaga penjual mengkomunikasikan produk secara langsung kepada konsumen dengan mengunjungi rumah atau kantor konsumen dan menunjukkan nilai dan keunggulan produk yang dijual.

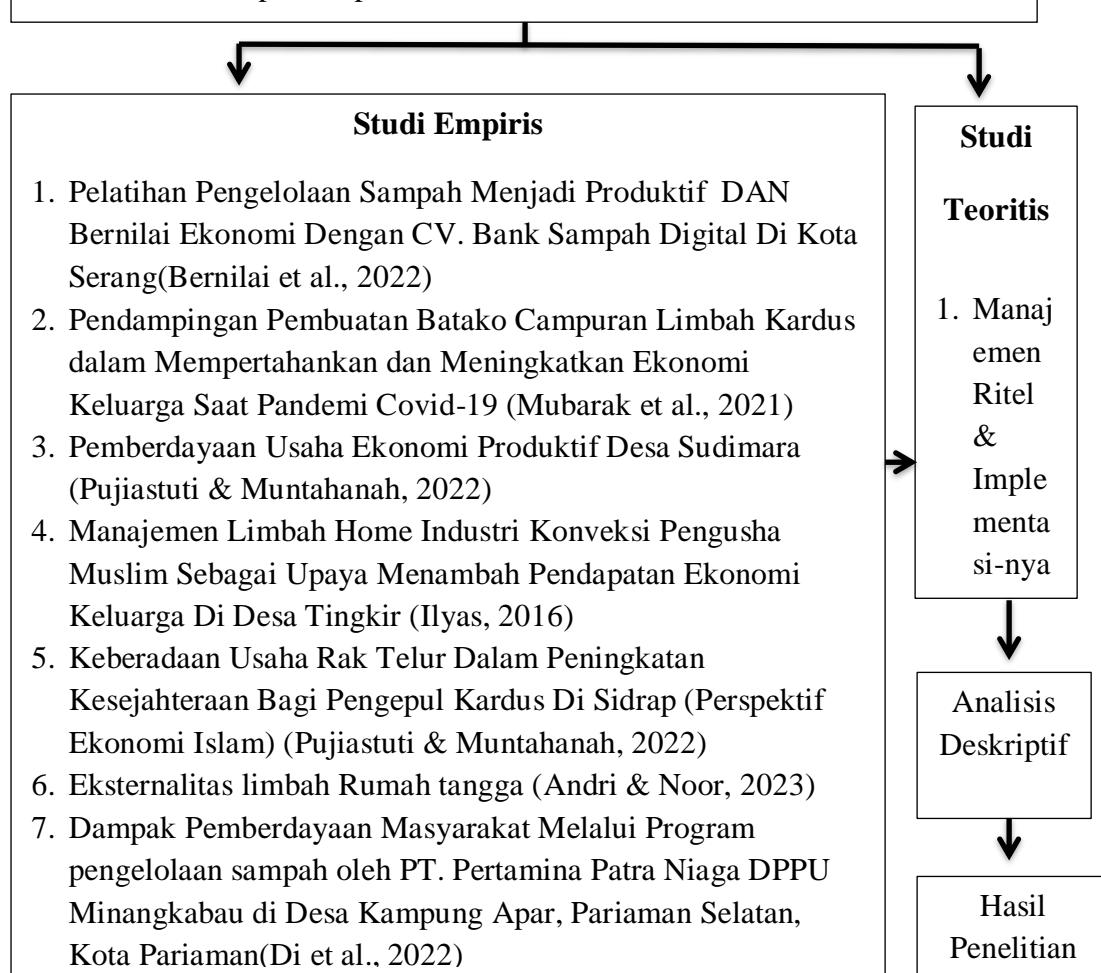
d) Televisi rumah belanja, akan membantu konsumen menonton program TV yang merekomendasikan pembelian produk dan pemesanan produk tersebut (Rahayu, M. A., & Juju, 2022)



2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap objek yang diamati atau objek permasalahan.

Kardus bekas dapat menjadi sumber pemasukan lain bagi perusahaan apabila dikelola dengan baik dan tepat. Salah satu perusahaan *franchise* PT.Indomarco Prismatama atau yang biasa kita kenal dengan Indomaret mengelola kardus bekas yang sudah tak terpakai untuk menjadi pemasukan lain di luar usaha pokok perusahaan.



Gambar 2.1 kerangka Pemikiran