

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil dari berbagai aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan. Ketika usaha berhasil menjual produk atau jasa, asetnya akan bertambah atau utangnya berkurang. Aliran uang yang masuk dari aktivitas ini disebut sebagai arus kas. Secara sederhana, pendapatan adalah jumlah total uang yang diterima usaha dari kegiatan operasionalnya dalam periode tertentu.⁶

Tujuan utama menjalankan sebuah usaha adalah untuk mendapatkan uang yang bisa dipakai untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan menjaga usaha tetap berjalan. Pendapatan biasanya berupa uang, yang digunakan sebagai alat pembayaran yang sah dan untuk berbagai macam transaksi. Secara umum, pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh seseorang atau keluarga dalam waktu tertentu. Sumber pendapatan ini bisa berbeda-beda, seperti gaji dari pekerjaan, upah karyawan, dan keuntungan dari aset seperti sewa, bunga, atau dividen. Selain itu, pendapatan juga bisa datang dari bantuan pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran,

⁶ https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/742/3/118330217_file5.pdf 21 oktober 2024 pukul 12:18 WITA

yang membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memberikan perlindungan finansial bagi individu dan keluarga.⁷

Seorang pengusaha mendapatkan untung, seperti yang dijelaskan oleh Sadono Sukirno. Dalam menjalankan bisnis, keuntungan didapat dengan mengurangi semua biaya yang dikeluarkan dari total pendapatan penjualan. Pendapatan ini adalah jumlah uang yang diterima sebagai imbalan karena telah menggunakan faktor-faktor produksi, seperti modal, sumber daya alam, dan tenaga kerja dalam periode tertentu. Biasanya, pendapatan ini berupa sewa, gaji, dan bunga yang diberikan kepada pemilik faktor-faktor produksi. Karena itu, untuk menilai kinerja sebuah perusahaan, penting banget untuk paham tentang konsep pendapatan dan keuntungan.⁸

Pendapatan terbagi menjadi tiga kategori, termasuk:

1. Upah dan gaji adalah jenis pembayaran yang biasanya diberikan dalam jangka waktu tertentu, seperti hari, minggu, atau bulan, untuk seseorang yang melakukan pekerjaan untuk seseorang lain.
2. Nilai total produksi setelah biaya dikurangi menunjukkan pendapatan dari usaha mandiri. Sebagian besar, bisnis ini dimiliki oleh individu atau keluarga, dengan karyawan yang berasal dari anggota keluarga itu sendiri. Selain itu, nilai sewa dari modal atau kapital yang dimiliki tidak

⁷ A Samuelson, Paul & William D Nordhaus. *Mikroekonomi*. (Jakarta:Erlangga. 1997), h. 103

⁸ Sukirno, Sadono. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h.

diperhitungkan sebagai biaya. Akibatnya, pendapatan ini menggambarkan keuntungan bersih dari kegiatan usaha yang dijalankan secara mandiri oleh individu atau keluarga tanpa memperhitungkan biaya yang tidak langsung terlibat dalam proses produksi.

3. Pendapatan dari usaha lain merujuk pada sumber penghasilan yang didapatkan tanpa keterlibatan langsung dalam mempekerjakan karyawan. Biasanya, pendapatan ini dianggap sebagai penghasilan tambahan dan bisa berasal dari berbagai sumber. Contohnya adalah pendapatan yang diperoleh melalui penyewaan aset seperti properti, hewan ternak, atau barang-barang lainnya. Selain itu, pendapatan ini juga bisa bersumber dari bunga tabungan, donasi dari pihak lain, atau dana pensiun. Dengan demikian, keuntungan dari usaha lain menggambarkan potensi finansial yang dapat diperoleh individu atau keluarga tanpa harus terlibat secara aktif dalam kegiatan bekerja.⁹

Fokus penelitian ini adalah pendapatan, yaitu keuntungan finansial yang diperoleh oleh pemilik usaha toko kopi, yang ditunjukkan dalam bentuk uang. Banyak faktor dapat memengaruhi jumlah pendapatan yang diperoleh oleh seorang pemilik toko kopi, dan investasi modal adalah salah satu faktor yang paling penting. Semakin banyak modal yang diinvestasikan, semakin banyak peluang yang tersedia untuk meniru bisnis. Selain itu, keberadaan

⁹ Suparmoko. *Keuangan Negara: Teori dan Praktek*. (Yogyakarta: BPFE, 2000)

tenaga kerja yang kompeten dan terampil juga memiliki pengaruh signifikan terhadap efisiensi operasional serta kualitas layanan, yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak pelanggan. Faktor usia usaha juga berpengaruh besar; toko kopi yang telah beroperasi lebih lama cenderung memiliki lebih banyak pelanggan tetap dan reputasi yang lebih baik di kalangan konsumen. Terakhir, besarnya pajak yang dikenakan juga dapat memengaruhi laba bersih yang diterima oleh pemilik, sehingga sangat penting untuk mempertimbangkan semua aspek ini saat menganalisis potensi pendapatan dari usaha toko kopi.

B. Usaha

Usaha diartikan sebagai berbagai bentuk aktivitas yang dilakukan individu atau kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan. Aktivitas ini mencakup beragam kegiatan, baik fisik maupun mental, yang diupayakan untuk mendapatkan hasil atau pencapaian yang diinginkan. Dalam konteks ini, usaha tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi, melainkan juga melibatkan dimensi sosial, budaya, dan spiritual yang berperan penting dalam proses mencapai tujuan yang lebih luas.¹⁰

Usaha merupakan sebuah kegiatan yang dapat dikategorikan sebagai perusahaan. Perusahaan ini beroperasi secara berkelanjutan dengan tujuan

¹⁰ Nana Supriatna, Mamat Ruhimat, Kosim, *IPS terpadu (Sosiologi, Geografi, Ekonomi, Sejarah)*, (Bandung: PT. Grafindo Media Pratama, 2006), 342.

mencapai target tertentu dan meraih keuntungan. Kegiatan usaha ini dapat dilakukan oleh individu (perseorangan) maupun oleh entitas bisnis yang bisa berbentuk badan hukum atau non-badan hukum. Dalam hal ini, sangat penting untuk memahami bahwa usaha merupakan komponen integral dalam sistem ekonomi yang mendukung penciptaan nilai dan pertumbuhan.¹¹

Usaha merupakan sebuah aktivitas ekonomi yang memegang peran krusial dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Kegiatan ini tidak hanya terbatas pada aktivitas jual beli, tetapi juga mencakup proses produksi, pemasaran, serta interaksi sosial dengan individu lain. Usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok berkontribusi secara signifikan terhadap penciptaan nilai, pemenuhan kebutuhan, dan pengembangan ekonomi secara keseluruhan. Melalui usaha yang bervariasi, mulai dari industri kecil hingga perusahaan besar, kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi dengan lebih efektif dan efisien.¹²

Usaha dapat mengubah seseorang menjadi pribadi yang lebih mandiri. Dengan berusaha, kita tidak hanya dapat menciptakan sumber pendapatan pribadi, tetapi juga memiliki potensi untuk menciptakan mesin uang yang dapat memberikan keuntungan secara berkelanjutan. Usaha tidak

¹¹ Harmaizar Z, *Menangkap Peluang Usaha* (Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa Ed. II,2008), 13.

¹² Norvadewi, "Bisnis dalam Prespektif Islam", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1 Tahun 2015, 33.

hanya berfokus pada peningkatan penghasilan, namun juga memiliki dampak lebih luas, seperti membuka peluang pekerjaan bagi orang lain. Melalui kerja keras yang konsisten dan penuh komitmen, kita dapat memberikan kontribusi signifikan, tidak hanya untuk diri kita pribadi, tetapi juga untuk kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Sesungguhnya, kesuksesan dapat dicapai apabila seseorang memiliki tekad yang kokoh dan komitmen yang tinggi terhadap apa yang dilakukannya. Dalam prosesnya, sikap ingin tahu yang tinggi, konsentrasi penuh, ketekunan yang tak tergoyahkan, serta konsistensi dalam melaksanakan setiap langkah usaha adalah hal-hal penting yang perlu dimiliki, dengan semua atribut tersebut, kita dapat mewujudkan impian dan meraih keberhasilan yang diinginkan.

Adapun jenis-jenis usaha dibagi menjadi dua yaitu ada usaha mikro dan ada juga usaha makro:

1. Usaha Mikro

Usaha mikro umumnya dikelola secara mandiri oleh individu atau kelompok kecil, dan berfungsi sebagai kegiatan ekonomi produktif. Usaha ini memberikan peluang bagi masyarakat untuk terlibat dalam pengelolaan, serta berkontribusi dalam peningkatan daya beli masyarakat. Daya beli tersebut merupakan elemen krusial dalam upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara keseluruhan.¹³

¹³ Yesi E, Ardhian, " Strategis pemasaran untuk meningkatkan Usaha Kecil menengah berbasis Industri Kreatif Melalui ICT", *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 1 Tahun 2013, 34.

2. Usaha Kecil dan Menengah

Bisnis yang memberikan kontribusi besar di banyak bidang sangat penting untuk mendorong perkembangan ekonomi. Berdasarkan skala operasionalnya, bisnis ini bisa dibagi dalam beberapa kategori, seperti bisnis rumah tangga yang memiliki karyawan antara 1 hingga 19 orang. Meskipun begitu, salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah (UKM) adalah bagaimana cara memasarkan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Di negara seperti China, Jepang, dan India, UKM bisa berkembang pesat meskipun banyak hambatan yang mereka hadapi. Ini menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat dan dukungan yang cukup, UKM bisa memberikan kontribusi besar untuk pertumbuhan ekonomi suatu negara.¹⁴ Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam ekonomi suatu negara. Selain memberikan kontribusi dalam menciptakan kesempatan kerja, UKM juga berfungsi sebagai penggerak peningkatan pendapatan masyarakat. Di Indonesia, perkembangan UKM terus menunjukkan kemajuan yang signifikan. Sektor industri makanan dan minuman mendominasi, dengan kapasitas untuk memenuhi kebutuhan konsumsi lokal serta memiliki peluang untuk memasuki pasar internasional. Hal ini

¹⁴ Ay Ling, "Pengelolaan dan Perkembangan Usaha pada Usaha Kecil dan menengah (Study deskriptif pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya)", *Jurnal AGORA*, Vol. 1, No. 1 Tahun 2013, 1.

berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional secara keseluruhan.

C. Pendapatan Usaha

Pendapatan usaha memainkan peran krusial dalam menentukan tingkat laba, karena hal ini dapat dianggap sebagai indikator yang mencerminkan kinerja perusahaan dalam menjalankan operasionalnya selama periode tertentu. Pendapatan usaha menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan melalui aktivitas bisnis utamanya. Terdapat beberapa pengertian mengenai pendapatan usaha, dan dalam konteks ini, kami akan menguraikan beberapa pandangan yang mempertegas makna konseptual dari pendapatan usaha. Dengan memahami berbagai perspektif ini, kita dapat lebih menghargai bagaimana pendapatan usaha berkontribusi terhadap kesehatan finansial dan keberlanjutan perusahaan.

Pendapatan usaha diartikan sebagai peningkatan ekuitas pemilik yang dihasilkan melalui proses penjualan barang atau jasa kepada konsumen. Pendapatan ini menunjukkan sejauh mana perusahaan berhasil dalam menghasilkan uang dari aktivitas operasionalnya. Dalam hal ini, penjualan barang dan jasa tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan, tetapi juga mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar serta menciptakan nilai bagi para pelanggan.

Rudianto juga menekankan bahwa pendapatan usaha dapat didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan suatu perusahaan yang dihasilkan dari aktivitas penjualan produk-produk yang ditawarkannya, dalam konteks menjalankan kegiatan usaha yang normal dan berkelanjutan. Pendapatan ini mencerminkan efektivitas operasional perusahaan dalam menghasilkan nilai dari barang atau jasa yang dijual kepada konsumen, serta merupakan indikator penting dari kesehatan finansial perusahaan.

Pendapatan usaha dapat didefinisikan sebagai penyelesaian utang, arus masuk aset, atau peningkatan aset organisasi lainnya. Pengiriman atau penyerahan barang, penyediaan jasa, dan kegiatan lain yang dimaksudkan untuk menghasilkan pendapatan adalah contoh kegiatan yang menghasilkan pendapatan. Pada titik tertentu, semua tindakan ini menjadi komponen penting dari operasi inti atau operasi utama perusahaan. Akibatnya, pendapatan usaha menunjukkan kemampuan suatu organisasi untuk menghasilkan nilai dari operasi rutin.¹⁵

Berlandaskan penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pendapatan usaha mencakup seluruh penghasilan yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa. Ini termasuk juga pengiriman barang, penyediaan layanan, serta pengelolaan aset lainnya. Pendapatan

¹⁵ https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/709/jbptunikompp-gdl-ekaasokawa-35436-9-unikom_e-i.pdf 17 oktober 2024 pukul 13:10 WITA

tersebut merupakan hasil dari kegiatan operasional utama atau inti perusahaan yang dilaksanakan untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan.

D. Indikator Pendapatan Usaha

Dalam Usaha berdagang ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan antara lain¹⁶:

1. Modal

"Pembangunan modal" itu sebenarnya mengacu pada berbagai jenis kekayaan, baik yang berbentuk barang fisik maupun non-fisik, yang digunakan untuk menjalankan aktivitas ekonomi, termasuk dalam proses produksi. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, semakin spesialisnya dunia bisnis, dan perusahaan yang semakin besar, konsep modal jadi hal yang sangat penting dalam ekonomi modern. Jadi, modal itu nggak cuma tentang barang-barang materi, tapi juga mencakup pengetahuan, keterampilan, dan inovasi yang dibutuhkan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan di zaman sekarang.¹⁷

Berdasarkan sumbernya modal terbagi dua yaitu:

- a. Modal sendiri, yang juga disebut sebagai modal internal, merujuk pada dana yang diperoleh langsung dari pemilik usaha itu sendiri.

Salah satu keunggulan dari sumber modal ini adalah tidak adanya

¹⁶ Budi Wahyono (2017), *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Bantul Kabupaten Bantul*.

¹⁷ Sudanton Djoko dan Muliawan Hamdani, *op.cit.* (2009), h. 90

kewajiban untuk membayar biaya bunga. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan lebih banyak dana untuk investasi serta kegiatan operasional tanpa beban bunga. Namun, perlu diingat bahwa dividen tetap adalah utang yang harus dibayarkan kepada pemegang saham, dan jumlahnya tergantung pada keuntungan perusahaan. Modal sendiri ini biasanya diperoleh dari pemilik usaha melalui penerbitan saham, yang dapat berupa saham tertutup maupun saham terbuka, memberikan fleksibilitas kepada pemilik dalam memilih struktur modal yang sesuai. Namun, di sisi lain, seringkali modal ini memiliki keterbatasan, dan dalam beberapa kasus, dapat menjadi tantangan untuk mengumpulkan jumlah modal yang dibutuhkan untuk mendukung ekspansi atau pengembangan usaha. Keterbatasan ini mungkin mendorong perusahaan untuk mencari sumber modal eksternal sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan pendanaan yang lebih besar.¹⁸

- b. Modal asing merujuk pada sumber dana yang diperoleh dari luar perusahaan, seperti pinjaman yang diberikan oleh lembaga perbankan. Salah satu keunggulan dari sumber modal ini adalah sifatnya yang tidak terbatas, memberikan fleksibilitas bagi perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pendanaannya. Beberapa

¹⁸ Mardiyatmo (2008), *kewirausahaan untuk SMK Kelas IX*. Jakarta: Yudistira.

bisnis didanai dengan pinjaman ini, dan itu juga mengandung tanggung jawab berupa bunga, biaya administrasi, dan biaya komisi yang mungkin dikenakan. Pinjaman yang memerlukan pelunasan dalam jangka waktu tertentu juga dapat mendorong pengelola bisnis untuk lebih serius dalam menjalankan bisnis mereka. Sumber modal asing bisa berasal dari beragam entitas, seperti bank, lembaga keuangan, serta perusahaan non-keuangan lainnya. Keberadaan sumber-sumber ini sangat krusial untuk meningkatkan kemampuan finansial perusahaan dan mendorong pertumbuhannya secara menyeluruh.¹⁹

2. Lama usaha

Lama usaha merujuk pada waktu yang dihabiskan oleh seorang pelaku usaha untuk mengelola dan menjalankan berbagai kegiatan dalam usahanya. Durasi kegiatan yang dilakukan dapat menghasilkan pengalaman berwirausaha yang berharga, dan pengalaman ini pada gilirannya dapat mempengaruhi cara pandang seseorang terhadap perilaku dalam dunia bisnis. Waktu yang diinvestasikan oleh individu atau badan ekonomi dalam aktivitasnya sangat berpengaruh terhadap tingkat produktivitas yang dicapai. Dengan semakin efektif dan efisiennya pemanfaatan waktu, potensi untuk meningkatkan efisiensi

¹⁹ Kasmir. *Op.cit.* (2006), h. 88-89

operasional dan menurunkan biaya produksi hingga tingkat yang lebih rendah juga semakin besar. Hal ini berpengaruh pada beban penjualan yang harus dipikul oleh para pelaku usaha. Oleh karena itu, pengelolaan waktu yang baik dapat menjadi salah satu strategi penting dalam mengoptimalkan kinerja usaha secara keseluruhan.²⁰

3. Pajak

Pajak adalah uang yang harus dibayar oleh orang atau perusahaan yang terdaftar sebagai wajib pajak kepada pemerintah, sesuai dengan aturan yang berlaku. Uang dari pajak ini dipakai untuk mendukung berbagai program pemerintah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Diana dan Setiawati, pajak adalah sumbangan yang wajib dan tidak bisa ditolak oleh siapa pun, baik individu maupun kelompok, berdasarkan hukum yang ada. Uang pajak ini nggak langsung diberikan kepada wajib pajak, melainkan dipakai untuk memenuhi berbagai kebutuhan pemerintah demi kesejahteraan bersama.²¹

4. Pemasaran

Menyatakan bahwa pemasaran merupakan salah satu fungsi yang paling banyak berinteraksi dengan lingkungan eksternal. Namun, organisasi tidak dapat mengontrol hal-hal yang di luar kendalinya. Oleh

²⁰ Firdausa. Rosetyadi Artistyan. *Pengaruh modal Awal, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Kios di Pasar Bintoro Demak*. Jurnal. (2012)

²¹ Diana Anastasia dan Lilis Setiawati, *Perpajakan Indonesia, Konsep, Aplikasi dan Penuntutan Praktis*. (Yogyakarta: Andi. 2010)

karena itu, tujuan utama dari pemasaran adalah menarik perhatian konsumen untuk membeli barang yang dijual oleh perusahaan. Oleh karena itu, pemasaran adalah komponen penting dalam mengembangkan strategi bisnis. Ini tidak hanya tentang cara produk dipromosikan, tetapi juga tentang mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan serta perubahan dinamika pasar yang terus-menerus. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, keberhasilan pemasaran akan berdampak langsung pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.²²

Banyak orang sering menganggap penjualan dan pemasaran itu sama, padahal iklan cuma salah satu bagian kecil dari pemasaran secara keseluruhan. Tapi, penting untuk mengerti pengertian pemasaran yang lebih luas supaya bisa paham lebih dalam. Pemasaran itu proses sosial yang membantu orang dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Proses ini terjadi lewat pembuatan dan pertukaran produk serta nilai dengan orang lain, yang pada akhirnya menguntungkan semua pihak yang terlibat.

5. Branding/Merek

Branding dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk membentuk dan mengembangkan identitas merek mereka. Proses branding tidak hanya

²² Fandy Tjiptono, *Konsep dan strategis pemasaran, cet. 1 – Makassar. CV Sah Media 2019*. Hal.

sekadar usaha untuk menarik perhatian target pasar agar memilih produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi yang jauh lebih penting adalah bagaimana pelanggan dapat memandang perusahaan sebagai pilihan utama yang paling unggul. *Branding* berfokus pada penciptaan keyakinan positif di benak pelanggan, meyakinkan mereka bahwa merek adalah pilihan terbaik yang mampu memenuhi semua kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan demikian, proses ini memungkinkan usaha untuk membangun hubungan yang kokoh dan menciptakan loyalitas yang mendalam di antara pelanggan.²³

Menggambarkan *branding* sebagai proses memberikan nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari elemen-elemen ini. *Branding* dimaksudkan untuk membedakan barang atau jasa yang dijual oleh suatu entitas dari barang atau jasa yang dijual oleh pesaingnya. Proses *branding* ini sangat krusial dalam menciptakan identitas yang unik serta memudahkan konsumen dalam mengenali dan memilih produk atau layanan tertentu di tengah persaingan pasar yang semakin sengit. Dengan menerapkan strategi *branding* yang efektif, sebuah perusahaan dapat membangun loyalitas pelanggan serta memperkuat posisinya di pasar.²⁴

²³ Amalia E. Maulana. 2007. Pengaruh Branding dan digital Marketing terhadap keputusan pemilihan Wedding Organizer Syair. Jurnal (2021)

²⁴ Philip Kotler. 2009. Pengaruh Branding dan digital Marketing terhadap keputusan pemilihan Wedding Organizer Syair. Jurnal (2021).hal.43

Branding merupakan serangkaian upaya strategis yang dirancang untuk meningkatkan nilai suatu produk atau layanan serta menghindari risiko komoditisasi. Proses ini bertujuan untuk membangun identitas merek yang unik dan berbeda, sehingga mampu menciptakan kesan yang kuat di benak konsumen. Dengan *branding* yang efektif, perusahaan dapat membedakan diri dari pesaing dan memperkuat posisi mereknya di pasar, sekaligus meningkatkan nilai tambah yang dirasakan oleh pelanggan.²⁵

Branding merupakan istilah yang sering kita jumpai dalam dunia pemasaran. Saat kita memiliki sebuah bisnis, membangun merek yang mudah dikenali dan memberikan kesan kuat menjadi sangat penting. *Branding* inilah yang menjadikan merek kita lebih kokoh, sehingga sulit bagi kompetitor untuk menggoyahkan atau bahkan menggeser minat konsumen ke produk lain. Oleh karena itu, dalam menjalankan bisnis, perhatian terhadap *branding* atau citra produk sangatlah penting. *Branding* dilakukan untuk mempertahankan dan memperkuat merek, sehingga mampu membentuk persepsi positif di mata orang lain. Praktik pemasaran yang dilakukan perusahaan biasanya meliputi penciptaan nama, desain, maupun simbol yang unik dan mudah diingat. Ketiga

²⁵ Marty Neumeier. 2014. Pengaruh Branding dan digital Marketing terhadap keputusan pemilihan Wedding Organizer Syair. Jurnal (2021).hal. 43

elemen ini akan memudahkan konsumen dalam mengenali produk secara instan.

6. Lokasi Usaha

Pilihan lokasi yang tepat penting bagi setiap bisnis, adalah kunci penting dalam pemasaran. Lokasi adalah faktor kunci dalam bisnis eceran, pemilihan lokasi yang strategis akan meningkatkan kesuksesan gerai atau toko tersebut. Lokasi usaha mempengaruhi keberhasilan bisnis, sebaiknya dipilih lokasi strategis dekat keramaian dan mudah diakses. Lokasi merujuk pada aktivitas pemasaran yang berupaya meningkatkan kelancaran penyimpanan dan distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen.²⁶

Bisnis mungkin harus dipindahkan atau ditutup jika nilai lokasi menurun karena perubahan lingkungan, lokasi dianggap strategis jika berada di pusat kota, padat penduduk, mudah dijangkau dengan transportasi umum, lalu lintas lancar, dan pelanggan mudah ditemukan.²⁷

Tempat di mana bisnis dijalankan adalah tempat di mana barang dibuat atau dijual supaya bisa sampai ke pelanggan yang dituju. Memilih lokasi bisnis itu penting banget dan berpengaruh besar terhadap

²⁶ Berman dan Evans. 2013, "Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Pembelian Konsumen", *Jurnal Administrasi Terapan*, Vol. 1, No 1, September 2022

²⁷ Nugroho dan Paramita. 2009, "Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Pembelian Konsumen", *Jurnal Administrasi Terapan*, Vol. 1, No 1, September 2022

keberhasilan usaha. Pemilik bisnis harus mikirin beberapa hal saat memilih lokasi. Soalnya, lokasi bisnis itu seperti aset yang bakal bertahan lama dan berdampak langsung pada kesuksesan usaha. Kalau pilih lokasi yang tepat, bisa mengurangi risiko dan biaya.

E. Pandangan Alkitab Tentang Faktor Mempengaruhi Pendapatan

Pandangan Alkitab tentang faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan usaha mencerminkan prinsip-prinsip etika, spiritualitas, dan tanggung jawab sosial yang holistik. Pertama, Alkitab menekankan pentingnya kerja keras dan ketekunan sebagai dasar keberhasilan, seperti yang tercantum dalam Amsal 10:4, yang menyatakan bahwa tangan yang rajin menghasilkan kekayaan. Selain itu, Amsal 21:5 mengajarkan pentingnya perencanaan yang matang dan strategis, yang tidak hanya membantu mencapai efisiensi tetapi juga mengurangi risiko kerugian. Kejujuran adalah elemen krusial lainnya, seperti yang diungkapkan dalam Amsal 11:1, bahwa integritas dalam setiap transaksi bisnis mencerminkan nilai-nilai kekal dan menarik kepercayaan dari pelanggan serta mitra usaha.²⁸

Ketergantungan pada Tuhan menjadi faktor utama dalam setiap aktivitas usaha. Amsal 3:5-6 mengingatkan agar pelaku usaha menyerahkan

²⁸ Bambang, Hermanto, dan Rivosa. "Entrepreneurship Alkitabiah dan Tanggung Jawab Sosial." **Track: Jurnal Kepemimpinan Kristen, Teologi, dan Entrepreneurship**, Vol. 03, No. 01, April 2024.

segala rencana kepada Tuhan, yang memberikan hikmat untuk mengambil keputusan yang benar. Selain itu, kemurahan hati yang diajarkan dalam Lukas 6:38 menekankan bahwa berbagi hasil usaha dengan sesama bukan hanya kewajiban rohani, tetapi juga menciptakan dampak positif yang berkelanjutan dalam masyarakat. Prinsip ini mengajarkan bahwa pendapatan usaha tidak hanya untuk kepentingan pribadi, tetapi juga menjadi saluran berkat bagi orang lain.²⁹

Alkitab juga mengajarkan pengelolaan sumber daya yang bijak, seperti dalam Lukas 16:10, yang menyebutkan bahwa kesetiaan dalam hal kecil mencerminkan kemampuan mengelola hal yang lebih besar. Dalam praktiknya, ini berarti menggunakan modal, waktu, dan tenaga secara efektif untuk memastikan usaha tetap berkelanjutan. Keberanian menghadapi risiko, sebagaimana disebutkan dalam Mazmur 37:23-24, mengingatkan bahwa Tuhan menyertai langkah orang benar, sehingga ketakutan terhadap kegagalan tidak menjadi penghalang dalam mengembangkan usaha.³⁰

²⁹ Pasande, Paulus, dan Erika Tari. "Peran Gereja dalam Pengembangan Program Kewirausahaan di Era Digital." *Visio Dei: Jurnal Teologi Kristen*, Vol. 1, No. 1, 2019.

³⁰ Saragih, Elia S. "Fungsi Gereja Sebagai Entrepreneurship Sosial dalam Masyarakat Majemuk." *Kurios: Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen*, Vol. 5, No. 1, 2019.

Kolaborasi dan hubungan komunitas juga menjadi aspek penting. Pengkhotbah 4:9-12 menyoroti manfaat bekerja sama, yang memungkinkan pembagian tanggung jawab dan penguatan ide dalam menjalankan usaha. Akhirnya, fokus pada nilai-nilai kekal, seperti yang ditekankan dalam Matius 6:33, memastikan bahwa tujuan utama usaha adalah untuk memuliakan Tuhan, bukan semata-mata mengejar keuntungan materi. Prinsip-prinsip ini tidak hanya mendukung keberhasilan finansial tetapi juga menciptakan dampak spiritual dan sosial yang positif, menjadikan usaha sebagai bagian dari pelayanan kepada Tuhan dan masyarakat.³¹

³¹ Silalahi, J. N. "Paulus Sang Entrepreneur: Pembuat Tenda Sebagai Jembatan Penginjilan." **Visio Dei: Jurnal Teologi Kristen**, Vol. 1, No. 1, 2019.