

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dari Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan CV. Super Indo Perkasa Dan Daya Saing Dengan Minimarket Di Era Digital Dan Kontribusi CV. Super Indo Perkasa Dalam Pembangunan Daerah Kota Kupang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran kondisi keuangan CV. Super Indo Perkasa

Pendapatan CV. Super Indo Perkasa mengalami kenaikan dari tahun berdirinya perusahaan 2021 hingga saat ini tahun 2024. Adapun jenis produk yang mendominasi peningkatan pendapatan antara lain yaitu, Fast Moving, Balance Moving dan Slow Moving. Strategi yang dilakukan CV. Super Indo Perkasa untuk meningkatkan pendapatan di era digital yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai media marketing seperti, Instagram, Tiktok, Facebook, dan Shoppe.

2. Faktor yang mempengaruhi pendapatan

Adapun faktor yang mempengaruhi pendapatan: a) Harga Pokok Penjualan, penentuan HPP berpengaruh signifikan terhadap perubahan pendapatan. b) jarak, jarak merupakan salah satu faktor yang tidak berpengaruh signifikan terhadap peneuruana pendapatan. c) Jam Operasional, tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan pendapatan. d) Pemasaran Online, berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan. e) perubahan harga dengan pesaing, faktor baru yang ditemukan dalam penelitian dan berpengaruh terhadap pendapatan.

### 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing

- a) CV Super Indo Perkasa tidak menjadikan Minimarket sebagai pesaing dalam perkembangan perusahaan, dengan demikian faktor Harga Pokok Penjualan, Jarak, Jam operasional dan pemasaran online tidak berpengaruh pada tingkat daya saing.
- b) Daya saing dengan perusahaan lain (Lokal), perusahaan lokal menjadi salah satu pesaing yang mempengaruhi pendapatan CV. Super Indo Perkasa yaitu, Supermarket Jabal Mart, Supermarket Hayperstore dan Supermarket Matahari. Adapun faktornya yaitu, 1) Harga pokok Penjualan, berpengaruh pada tingkat daya saing, 2) Jarak, tidak berpengaruh, 3) Jam operasional, tidak berpengaruh dan 4) Pemasaran Online, berpengaruh pada tingkat daya saing.

### 4. Kontribusi

Kontribusi CV Super Indo Perkasa terhadap pembangunan Daerah Kota Kupang yaitu melalui Pajak dan Retribusi. Selain kontribusi melalui Pajak dan Retribusi CV. Super Indo Perkasa juga berkontribusi melalui aksi sosial dalam meminimalisir angka pengangguran, kontribusi terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) serta melakukan aksi sosial melalui *CSR (corporate Social Responsibility)*.

## 6.2 Saran

Ditinjau dari hasil analisis dan kesimpulan, maka adapun saran yang diberikan peneliti kepada pembaca adalah sebagai berikut :

#### 1. Bagi CV. Super Indo Perkasa

Perkembangan teknologi yang begitu pesat pada era sekarang ini disarankan kepada CV. Super Indo Perkasa untuk lebih memanfaatkan, memperbaharui atau berjejaring dalam pemanfaatan teknologi, baik dalam mengelola keuangan maupun dalam *marketing*. Saran lainnya dapat lebih banyak melakukan kegiatan aksi sosial melalui *CSR (Corporate Social Responsibility)* dengan demikian dapat membantu Daerah Kota Kupang secara langsung dalam pembagunan Daerah melalui aksi sosial.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk menambah variabel yang belum terdapat pada penelitian ini, dan memperluas jangkauan penelitian serta menggunakan metode penelitian yang baru sehingga dapat memperoleh temuan baru.