

Analisis Biaya Modal Usaha Terhadap Laba Perusahaan: Studi Kasus pada Pet Shop di Kota Gorontalo

Valentina Monoarfa¹, Atsilah Suryani Batara², Diah Ayu Sinta³, Haura Syifa Ilmi⁴
Jessie Berliana Chelsea Manopo⁵, Mohammad Zulkarnaen Chairul Usman⁶

Muhammad Hidayat Nurwahid⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas Negeri Gorontalo

syifahaura115@gmail.com⁴

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of business capital on company profits, with a focus on the pet shop business in Gorontalo City. Business capital has an important role in pet shop business operations, including providing stock, technology, infrastructure and human resource management. Effective capital management can improve service quality, expand marketing and optimize operations, which ultimately has an impact on increasing profits. This research uses a qualitative descriptive approach through in-depth interviews with pet shop owners and managers in Gorontalo City, such as Cleo Pet Shop, Garfield Pet Shop, and Mori Pet Shop. The research results show that the capital spent ranges from IDR 40,000,000 - IDR 50,000,000, and the greater the capital available, the greater the opportunity to gain significant profits. However, other factors such as selling price, service, product promotion and business location also have a big influence on company profits. Location strategy, appropriate marketing strategy, and good service can increase consumer appeal, which has an impact on sales volume and profitability. The results of this research conclude that proper business capital management, balanced with good marketing strategies and strategic location selection, can increase company profits, even though there are competitive factors.

Keywords : *Business Capital, Business Profit, Pet Shop.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha terhadap laba perusahaan, dengan fokus pada usaha pet shop di Kota Gorontalo. Modal usaha memiliki peranan penting dalam operasional bisnis pet shop, meliputi penyediaan stok barang, teknologi, infrastruktur, dan pengelolaan sumber daya manusia. Pengelolaan modal yang efektif dapat meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas pemasaran, dan mengoptimalkan operasional, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan laba. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan pengelola pet shop di Kota Gorontalo, seperti Cleo Pet Shop, Garfield Pet Shop, dan Mori Pet Shop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal yang dikeluarkan berkisar antara Rp 40.000.000 - Rp 50.000.000, dan semakin besar modal yang tersedia, semakin besar pula peluang untuk memperoleh laba yang signifikan. Namun faktor-faktor lain seperti harga jual, pelayanan, promosi produk, dan lokasi usaha juga berpengaruh besar terhadap laba perusahaan. Strategi lokasi, strategi pemasaran yang tepat, dan pelayanan yang baik dapat meningkatkan daya tarik konsumen, yang berdampak pada volume penjualan dan profitabilitas. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan modal usaha yang tepat, diimbangi dengan strategi pemasaran yang baik dan pemilihan lokasi yang strategis, dapat meningkatkan keuntungan perusahaan, meskipun ada faktor persaingan.

Kata kunci : *Modal Usaha, Laba Usaha, Pet Shop.*

PENDAHULUAN

Modal usaha dan harga jual merupakan dua faktor utama yang memengaruhi kinerja keuangan suatu perusahaan, termasuk bisnis pada petshop. Modal usaha ini berperan sebagai landasan awal untuk menjalankan operasional bisnis, seperti pembelian produk, penyediaan fasilitas, serta pengelolaan sumber daya yang dibutuhkan. Pengelolaan yang efektif memungkinkan perusahaan untuk beroperasi secara optimal, sehingga dapat menghasilkan penghasilan yang maksimal. Pada bisnis petshop, pengelolaan modal usaha yang tepat sangat berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan pendapatan dan memperoleh pendapatan. Sebaliknya, pengelolaan modal yang kurang efektif dapat menghambat operasional, mengurangi daya saing, dan berdampak pada rendahnya laba yang dihasilkan.

Dalam mengembangkan perusahaan banyak hal yang perlu kita persiapkan. Mengembangkan perusahaan haruslah melalui perjuangan serta adanya dukungan dari segi perencanaan yang matang. Rintangan yang sering kali timbul seperti masalah pemasaran, biaya operasional, serta adanya persaingan antara perusahaan dapat diatasi dengan melakukan berbagai inovasi terhadap bisnis yang sedang kita jalankan. Masalah persaingan antara perusahaan mengharuskan perusahaan mengambil langkah jitu dalam perbaikan layanan serta efisiensi penggunaan modal yang di gunakan untuk membangun suatu usaha. Penghasilan yang didapatkan para pelaku usaha dagang diperoleh dari penjualan barang dagang. Perusahaan membeli barang dari pemasok dan kemudian barang tersebut dipasarkan dengan harga yang lebih tinggi kepada para konsumen (Sujawerni, 2016: 73).

Pada perusahaan dagang, laba yang besar dapat kita peroleh jika kita menerapkan strategi pemasaran yang baik serta memperhatikan permintaan pasar atas barang yang akan dipasarkan. Beberapa hal dapat kita lakukan seperti melakukan riset terhadap kebutuhan konsumen serta mengoptimalkan proses pembelian, penyimpanan, dan distribusi serta memperhatikan tren pasar yang ada dikalangan masyarakat. Dua faktor utama yang secara langsung memengaruhi laba perusahaan adalah modal usaha dan harga jual. Modal usaha mencakup seluruh sumber daya financial yang digunakan untuk mendukung operasional bisnis, seperti pembelian persediaan produk. Harga jual memiliki peranan penting dalam menentukan tingkat keuntungan perusahaan. Menetapkan harga jual kompetitif perlu dilakukan agar barang dagang yang dipasarkan dapat bersaing dengan perusahaan lain sekaligus menjaga margin keuntungan.

Tren peningkatan kepemilikan hewan peliharaan dimasyarakat tak terkecuali di Kota Gorontalo, pada akhirnya memberikan peluang besar bagi para pelaku usaha terutama pada perusahaan dagang untuk meningkatkan pendapatan. Namun adanya persaingan yang semakin ketat dan fluktuasi kebutuhan konsumen menuntut perusahaan untuk lebih cermat dalam mengelola modal usaha dan menetapkan harga jual. Dalam konteks usaha Petshop, laba tidak hanya mencerminkan kemampuan perusahaan untuk bertahan di pasar yang kompetitif, tetapi menjadi dasar untuk mengukur pertumbuhan dan keberlanjutan dari usaha. Menurut Stiglitz (2000), penetapan harga yang efektif adalah kunci untuk mencapai keseimbangan antara daya tarik pasar dan profitabilitas perusahaan. Dalam hal ini, manajemen yang efektif terhadap modal usaha dan penetapan harga jual yang tepat merupakan kunci untuk mencapai laba yang diinginkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami pengaruh modal usaha terhadap laba perusahaan melalui wawancara dengan pihak berkepentingan dalam hal ini pemilik petshop yang ada di Gorontalo. Wawancara mendalam dilakukan secara langsung dengan pemilik maupun pengelola petshop yang memiliki pengalaman langsung dalam mengelola usaha tersebut sehingga dapat menghasilkan data atau informasi yang lebih relevan. Pemilihan responden dilakukan secara purposive yakni pemilihan yang dilakukan dengan memilih responden yang dianggap paling relevan yang tentunya memiliki pengalaman serta pengelolaan yang di bidang usaha pet shop. Dengan data yang diperoleh melalui proses wawancara tersebut diharapkan dapat memberikan wawasan lebih tentang bagaimana modal usaha dapat mempengaruhi laba dari suatu perusahaan.

Pelaksanaan wawancara dilakukan berdasarkan pedoman wawancara semi-terstruktur yang berisi pertanyaan-pertanyaan terbuka. Pertanyaan yang diajukan tentunya berkaitan dengan modal usaha yang digunakan, seperti sumber modal, berapa modal awal yang dikeluarkan untuk merintis usaha, serta pengelolaan modal pada proses operasional. Tak hanya itu wawancara yang dilakukan juga menggali informasi terkait strategi usaha petshop untuk meningkatkan laba serta apa saja tantangan yang dihadapi dalam usaha pet shop khususnya pet shop di kota Gorontalo. Pendekatan melalui wawancara ini diharapkan responden dapat menjelaskan pengalaman serta tantangan yang dihadapinya secara bebas namun tetap terarah.

Wawancara dilakukan di tiga lokasi berbeda yakni Garfield pet shop, Mori pet shop, dan Cleo pet shop secara tatap muka untuk memperoleh informasi yang lebih akurat. Setiap wawancara akan di rekam serta dicatat secara rinci untuk memudahkan dalam analisis data selanjutnya. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan melalui metode teknik analisis tematik, yaitu mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan pengelolaan modal usaha untuk mendapatkan laba perusahaan. Baru kemudian data yang telah dikumpulkan dianalisis untuk menarik kesimpulan tentang sejauh mana modal usaha dapat mempengaruhi laba perusahaan. Dengan menggunakan wawancara sebagai metode utama, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai hubungan antara modal usaha dan laba perusahaan dalam konteks usaha petshop lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan terkait pengaruh modal usaha terhadap laba perusahaan khususnya pada usaha pet shop di Kota Gorontalo, maka diperoleh hasil penelitian bahwa modal usaha yang dikeluarkan oleh beberapa pet shop yang telah diwawancarai bervariasi. Hal ini mempengaruhi besar kecilnya laba yang didapatkan. Dari wawancara yang telah dilakukan, umumnya modal yang dikeluarkan berkisar antara Rp. 40.000.000 - Rp. 50.000.000. Modal usaha merupakan faktor krusial yang menentukan keberhasilan dan profitabilitas sebuah bisnis, tak terkecuali pada usaha Pet Shop di Kota Gorontalo. Semakin besar modal yang tersedia, semakin besar peluang untuk mencapai laba yang signifikan. Namun hubungan ini, bukanlah linear sederhana,

efisiensi pengelolaan modal dan strategi bisnis yang tepat juga berperan sangat penting. Pada konteks Pet Shop, modal usaha dapat dialokasikan ke berbagai aspek operasional yang secara langsung mempengaruhi laba.

Pertama, modal yang cukup memungkinkan pengadaan stok barang yang lebih beragam dan melimpah. Pet Shop dengan stok yang lengkap dan bervariasi, mulai dari makanan hewan peliharaan berbagai merk dan jenis hingga aksesoris dan mainan, akan menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Keuntungan dari penjualan secara langsung berkontribusi pada peningkatan laba. Kedua, modal yang besar memungkinkan investasi dalam teknologi dan infrastruktur yang lebih baik. Sistem manajemen inventaris yang terkomputerisasi, misalnya dapat meminimalisir kerugian akibat stok yang telah kadaluarsa atau terjadinya kehilangan barang. Selain itu, website atau aplikasi E-Commerce yang profesional dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan secara online.

Pada akhirnya hal ini dapat meningkatkan laba perusahaan. Ketiga, modal yang memadai memungkinkan perekrutan karyawan yang lebih terampil dan berpengalaman. Karyawan yang kompeten dapat memberikan pelayanan pelanggan yang lebih baik, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya mendorong penjualan dan laba. Keempat, modal dapat digunakan untuk kegiatan promosi dan pemasaran yang lebih efektif. Iklan di media sosial, brosur, atau kerja sama dengan komunitas pecinta hewan dapat meningkatkan brand awareness serta mampu menarik pelanggan baru. Namun, perlu diingatkan bahwa peningkatan modal usaha bukanlah jaminan otomatis meningkatnya laba. Pengelolaan keuangan yang buruk, strategi pemasaran yang tidak tepat, atau kurangnya inovasi dapat menyebabkan terjadinya kerugian meskipun modal usaha yang dikeluarkan cukup besar.

Selain modal usaha yang dikeluarkan, laba yang dihasilkan suatu perusahaan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya : Salah satunya adalah persaingan antar pengusaha pet shop. Persaingan ini meliputi harga jual, pelayanan meningkatkan, promosi produk serta lokasi usaha yang strategis.

1. Harga Jual

Beberapa kompetitor biasanya akan menawarkan harga yang lebih rendah untuk memberikan daya tarik lebih kepada konsumen. Harga jual memiliki peran yang cukup signifikan terhadap bisnis pet shop. Semakin tinggi harga jual, semakin besar pula laba yang diperoleh, asalkan jumlah penjualan tetap atau meningkat. Namun, penentuan harga jual yang terlalu tinggi dapat mengurangi jumlah pelanggan yang bersedia membeli produk, sehingga mengurangi pendapatan. Oleh karena itu, penting bagi petshop untuk menetapkan harga jual yang seimbang antara menghasilkan pendapatan tinggi dan mempertahankan jumlah pelanggan.

Selain itu, harga jual yang lebih tinggi dapat meningkatkan margin laba per produk yang terjual. Margin laba adalah selisih antara harga jual dan biaya produksi atau pengadaan produk. Dengan peningkatan margin laba, setiap penjualan memberikan kontribusi lebih besar terhadap laba bersih perusahaan. Namun, menetapkan harga jual yang kompetitif tetap menjadi tantangan, karena harga yang terlalu rendah dapat volume penjualan tetapi mengurangi margin laba. Petshop

perlu menemukan keseimbangan antara harga jual dan volume penjualan untuk memaksimalkan laba.

Pelayanan yang baik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba perusahaan, terutama dalam bisnis petshop. Pelayanan yang optimal dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara drastis. Pelanggan yang puas cenderung kembali berbelanja dan menjadi pelanggan setia, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan dan laba perusahaan. Pelanggan yang puas juga cenderung memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, yang dapat membawa lebih banyak pelanggan baru ke petshop. Pelayanan yang memadai tidak hanya menciptakan pelanggan setia tetapi juga membangun citra positif perusahaan di mata publik.

Pelayanan yang efisien juga dapat mengurangi biaya operasional perusahaan. Pelayanan yang cepat dan tepat waktu dapat mengurangi waktu tunggu pelanggan, meningkatkan efisiensi kerja, dan mengurangi biaya tenaga kerja. Pengurangan biaya ini berkontribusi langsung terhadap peningkatan laba perusahaan. Efisiensi dalam pelayanan juga berarti lebih sedikit kesalahan dan pemborosan, yang dapat menghemat uang perusahaan dalam jangka panjang.

2. Pelayanan

Pelayanan yang baik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba perusahaan, terutama dalam bisnis petshop. Pelayanan yang optimal dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara drastis. Pelanggan yang puas cenderung kembali berbelanja dan menjadi pelanggan setia, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan dan laba perusahaan. Pelanggan yang puas juga cenderung memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, yang dapat membawa lebih banyak pelanggan baru ke petshop. Pelayanan yang memadai tidak hanya menciptakan pelanggan setia tetapi juga membangun citra positif perusahaan di mata publik.

Pelayanan yang efisien juga dapat mengurangi biaya operasional perusahaan. Pelayanan yang cepat dan tepat waktu dapat mengurangi waktu tunggu pelanggan, meningkatkan efisiensi kerja, dan mengurangi biaya tenaga kerja. Pengurangan biaya ini berkontribusi langsung terhadap peningkatan laba perusahaan. Efisiensi dalam pelayanan juga berarti lebih sedikit kesalahan dan pemborosan, yang dapat menghemat uang perusahaan dalam jangka panjang.

Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba perusahaan. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan reputasi perusahaan. Dengan mengelola dan meningkatkan kualitas pelayanan, petshop dapat memaksimalkan pendapatan dan laba, serta bersaing lebih efektif di pasar yang kompetitif. Oleh karena itu, investasi dalam pelatihan staf dan peningkatan kualitas pelayanan adalah langkah penting untuk mencapai kesuksesan jangka panjang dalam bisnis petshop.

3. Promosi Produk

Promosi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba perusahaan, terutama dalam industri petshop. Promosi yang efektif dapat meningkatkan visibilitas produk dan menarik perhatian pelanggan baru, yang pada gilirannya meningkatkan volume penjualan. Ketika lebih banyak pelanggan mengetahui produk yang ditawarkan, peluang untuk menjual lebih banyak produk juga meningkat. Dengan demikian, promosi dapat membantu meningkatkan pendapatan perusahaan secara signifikan.

Salah satu cara promosi mempengaruhi laba perusahaan adalah melalui peningkatan kesadaran merek. Kampanye promosi yang berhasil dapat memperkuat citra merek dan membuat produk lebih dikenal oleh masyarakat luas. Ketika pelanggan memiliki kesadaran tinggi terhadap suatu merek, mereka cenderung lebih memilih produk tersebut daripada produk pesaing. Selain itu, promosi yang konsisten dapat membangun loyalitas pelanggan, yang sangat berharga dalam menjaga pendapatan jangka panjang.

Promosi juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Dengan menawarkan diskon, kupon, atau penawaran khusus, perusahaan dapat mendorong pelanggan untuk membeli produk yang mungkin tidak mereka pertimbangkan sebelumnya. Penawaran promosi seperti "beli satu, dapat satu gratis" atau diskon musiman dapat meningkatkan jumlah penjualan dalam jangka pendek, yang berdampak positif pada laba perusahaan. Selain itu, promosi yang menciptakan rasa urgensi, seperti penawaran terbatas waktu, dapat mendorong pelanggan untuk segera melakukan pembelian.

Promosi produk adalah alat penting untuk meningkatkan laba perusahaan. Dengan meningkatkan visibilitas produk, membangun kesadaran merek, mendorong keputusan pembelian, memperkenalkan produk baru, dan memperkuat citra perusahaan, promosi dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pendapatan dan keberhasilan jangka panjang perusahaan. Perusahaan perlu terus mengembangkan dan menyesuaikan strategi promosi mereka agar sesuai dengan tren pasar dan kebutuhan pelanggan, sehingga dapat memaksimalkan potensi laba yang dihasilkan.

4. Lokasi yang strategis

Lokasi usaha yang strategis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba perusahaan, terutama dalam bisnis seperti petshop. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas toko, sehingga menarik lebih banyak pelanggan. Toko yang terletak di area dengan lalu lintas tinggi atau di pusat perbelanjaan yang ramai cenderung mendapatkan lebih banyak pengunjung, yang pada akhirnya meningkatkan volume penjualan. Lokasi yang mudah diakses oleh kendaraan umum dan memiliki fasilitas parkir yang memadai juga menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.

Keberadaan di lokasi yang strategis juga dapat memberikan keuntungan dalam hal mengurangi biaya promosi. Ketika sebuah toko berada di tempat yang sering dilalui orang, promosi dari mulut ke mulut dan pengenalan merek secara alami dapat terjadi tanpa memerlukan banyak biaya tambahan untuk pemasaran. Selain itu, toko yang terletak di dekat fasilitas lain yang relevan, seperti klinik hewan, taman, atau kawasan perumahan, dapat memanfaatkan sinergi untuk menarik lebih banyak pelanggan yang memiliki kebutuhan terkait hewan peliharaan.

Lokasi usaha yang strategis dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap laba perusahaan dengan meningkatkan visibilitas, aksesibilitas, kenyamanan, dan loyalitas pelanggan. Namun, perusahaan harus mempertimbangkan biaya dan faktor-faktor lain secara cermat untuk memastikan bahwa lokasi yang dipilih dapat memberikan keuntungan jangka panjang. Dengan memilih lokasi yang tepat dan strategis, perusahaan dapat memaksimalkan potensi pendapatan dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

Berikut kami lampirkan hasil wawancara pada beberapa Petshop di Kota Gorontalo:

1. Cleo Pet Shop

Pada saat proses wawancara, kami mendapatkan informasi bahwa modal yang dikeluarkan oleh Cleo Pet Shop setiap restock barang berkisar antara 45-50 juta. Dengan modal tersebut, Cleo Pet Shop mendapatkan pendapatan sekitar 2 juta rupiah per harinya dengan jumlah pengunjung 20-30 orang per harinya. Cleo Pet Shop berada pada lokasi yang strategis sehingga tidak menerapkan strategi tertentu dalam promosi produk yang diperdagangkan. Beberapa produk yang kurang diminati serta adanya kompetitor lain menjadi tantangan yang dihadapi oleh Cleo Pet Shop.

2. Garfield Pet Shop

Pada saat proses wawancara, kami mendapatkan bahwa pet shop ini mendapat pemasukan sebanyak 2 juta rupiah. Dengan modal perbulan sekitar 42-56 juta. Pet Shop ini telah berdiri selama 10 tahun lebih. Pendapatan tidak hanya di dapat dari penjualan kebutuhan kucing. Namun, pendapatan lainnya diperoleh dari penjualan kebutuhan hewan lainnya. Dari segi biaya tenaga kerja langsung, untuk gaji karyawan berbeda-beda tiap divisi. Di mulai dari gaji standar 1,5 juta. Dengan gaji tersebut, karyawan bekerja selama 8 jam/hari. Pet shop ini memiliki strategi pemasaran yang kuat seperti meningkatkan pelayanan, menyediakan fasilitas kartu member, memiliki akun sosial media sebagai media promosi online. Kemudian, dalam pembuatan hasil laporan keuangan sudah menggunakan sistem digitalisasi seperti komputer.

3. Mori Pet Shop

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada Mori Pet Shop, kami menarik kesimpulan bahwa lokasi usaha yang strategis sangat berpengaruh terhadap laba yang dihasilkan. Pada Mori Pet Shop, kami mendapati bahwa letak tempat usaha tidak cukup strategis. Selain itu, tidak adanya promosi khusus yang dilakukan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan. Hal ini berdampak pada minat konsumen untuk melakukan pembelian barang di Pet Shop ini.

KESIMPULAN

Pada usaha pet shop, alokasi modal yang tepat untuk berbagai aspek operasional seperti stok barang, teknologi, infrastruktur, dan sumber daya manusia dapat memberikan dampak positif terhadap pendapatan dan laba. Selain itu, modal pengelolaan yang efisien memungkinkan pet shop untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas pemasaran, serta mengoptimalkan proses operasional, yang semuanya berkontribusi pada pendapatan.

Namun faktor lain seperti harga jual, pelayanan, promosi produk, dan lokasi usaha juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba perusahaan. Harga jual yang seimbang dan kompetitif, pelayanan yang memuaskan, promosi produk yang efektif, serta pemilihan lokasi yang strategis dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan volume penjualan, yang pada akhirnya berdampak pada profitabilitas perusahaan.

Hasil wawancara dengan beberapa pet shop di Kota Gorontalo, seperti Cleo Pet Shop, Garfield Pet Shop, dan Mori Pet Shop, menunjukkan bahwa meskipun modal yang dikeluarkan bervariasi, Tetapi faktor-faktor lain seperti lokasi yang strategis, strategi pemasaran, dan pengelolaan sumber daya turut mempengaruhi tingkat laba yang dihasilkan. Pet shop yang memiliki lokasi strategis, pelayanan yang baik, dan promosi yang efektif cenderung memiliki laba yang lebih tinggi, sedangkan pet shop dengan lokasi yang kurang strategis atau tanpa strategi promosi yang cenderung mengalami penurunan minat konsumen dan laba yang terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, A. W., & Sitohang, A. C. (2024). Analisis Kelayakan Usaha Petshop di Kota Probolinggo. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 2(3), 133-140.
- Gunawan, A., & Wahyuni, S. F. (2013). Pengaruh rasio keuangan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan perdagangan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 13(1).
- Irawan, M. R. N. (2016). Pengaruh modal usaha dan penjualan terhadap laba usaha pada perusahaan penggilingan padi UD. Sari Tani Tenggerejo Kedungpring Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, 1(2), 8-Halaman.
- Lestari, A. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Modal Usaha, dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Pengembangan Usaha Pet Shop di Surabaya Barat. (The Influence of Product Variations, Business Capital, and Social Media Utilization on Pet Shop Business Development in West Surabaya) (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).

Economic Reviews Journal

Volume 4 Nomor 2 (2025) 668 – 676 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v4i2.708

- Luas, C. O. A., Kawulur, A. F., & Tanor, L. A. (2021). Pengaruh likuiditas, struktur modal, pertumbuhan laba dan profitabilitas terhadap kualitas laba perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. *Jurnal Akuntansi Manado (JAIM)*, 155-167.
- Putranto, A. (2017). Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Wonosobo Kabupatenwonosobo). *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 4(3), 280-286.
- Sa'dia, A. (2023). Penyajian Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Dan Menengah (Sak Emkm) Pada Perusahaan Dagang (Studi Kasus Toko Nafilia Nezma Rmc Surabaya) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surabaya).