

**ANALISIS PENDAPATAN PENJUALAN MOBIL LCGC
SEBELUM DAN SETELAH ADANYA PAKET LOW RATE
DI AUTO2000 KHATIB SULAIMAN PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III Akuntansi
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh:

LATIFAH MEYLIA ZAHRA
2022/22133048

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III AKUNTANSI
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2025**

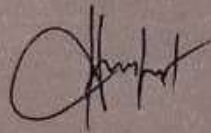
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENDAPATAN PENJUALAN MOBIL LCGC
SEBELUM DAN SETELAH ADANYA PAKET LOW RATE
DI AUTO2000 KHATIB SULAIMAN PADANG**

Nama : Latifah Meylia Zahra
NIM/TM : 22133048 /2022
Program Studi : D3 Akuntansi
Fakultas : Sekolah Vokasi

Diketahui Oleh :

Koordinator Program Studi
Diploma Tiga (DIII) Akuntansi

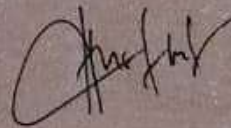


Mayar Afriyenti, S.E. M.Sc
198401132009122005

Padang, Oktober 2025

Disetujui Oleh :

Pembimbing Tugas Akhir



Mayar Afriyenti, S.E. M.Sc
198401132009122005

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

ANALISIS PENDAPATAN PENJUALAN MOBIL LCGC SEBELUM DAN SETELAH ADANYA PAKET LOW RATE DI AUTO2000 KHATIB SULAIMAN PADANG

Nama : Latifah Meylia Zahra

BP/NIM : 22133048 /2022

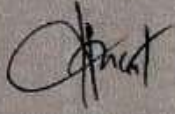
Program Studi : Akuntansi (DIII)

Fakultas : Sekolah Vokasi

*Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Prodi
Akuntansi (DIII) Fakultas Sekolah Vokasi*

Padang, 29 Oktober 2025

Tim Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1. Mayar Afriyenti, S.E., M.Sc	(Ketua)	 _____
2. Salma Taqwa, S.E., M.Si	(Anggota)	 _____
3. Ahmad Rahbani Sulaiman S, M.Ak.	(Anggota)	 _____

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Latifah Meylia Zahra
NIM/TM : 22133048
Tempat/Tanggal Lahir : Payakumbuh/15 Mei 2004
Program Studi : DIII Akuntansi
Fakultas : Sekolah Vokasi
Alamat : Dalam Nagari Tungka, kec. Situjuh Limo
Nagari, Kab. Lima Puluh Kota
Judul Tugas Akhir : Analisis Pendapatan Penjualan Mobil LCGC
Sebelum Dan Setelah Adanya Paket Low Rate
Di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku di Sekolah Vokasi Universitas Negeri Padang.

Padang, Agustus 2025

Yang menyatakan,



Latifah Meylia Zahra

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Analisis Pendapatan Penjualan Mobil LCGC Sebelum dan Setelah Adanya Paket Low Rate Di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang

Pembimbing : Mayar Afriyenti, S.E., M.Sc

Penelitian ini menganalisis pendapatan penjualan mobil *Low Cost Green Car* (LCGC) di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang sebelum dan setelah implementasi program Paket *Low Rate*. Latar belakang penelitian ini adalah fluktuasi penjualan mobil yang sering terjadi, dengan peningkatan di akhir tahun dan penurunan di awal tahun. Untuk mengatasi hal ini, Auto2000 meluncurkan Paket *Low Rate* yang menawarkan suku bunga kredit, uang muka, dan tenor pembayaran yang lebih ringan, serta bonus tambahan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Data penjualan mobil LCGC (Toyota Agya dan Calya) dikumpulkan dari periode Oktober-Desember 2024 (sebelum program) dan Januari-Maret 2025 (setelah program). Hasil penelitian menunjukkan bahwa total penjualan mobil LCGC mengalami penurunan dari 66 unit pendapatan Rp13.094.850.000,00 sebelum program menjadi 54 unit pendapatan Rp11.531.025.000,00 setelah program, dengan selisih penurunan sebesar Rp1.563.825.000,00. Penurunan ini disebabkan oleh faktor musiman penjualan di awal tahun, kenaikan harga kendaraan dan pajak, serta preferensi konsumen terhadap fitur dan desain mobil yang lebih lengkap. Meskipun demikian, penjualan Toyota Calya justru meningkat, menunjukkan respons positif dari segmen pasar keluarga. Disimpulkan bahwa efektivitas Paket *Low Rate* masih terbatas dalam jangka pendek dan memerlukan kombinasi strategi pemasaran lain untuk hasil yang optimal.

Kata Kunci: Pendapatan Penjualan, Mobil LCGC, Paket *Low Rate*, Auto2000.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul "Analisis Pendapatan Penjualan Mobil LCGC Sebelum dan Setelah Adanya Paket Low Rate di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang". Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Akuntansi, Sekolah Vokasi, Universitas Negeri Padang.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi kemudahan dan kelancaran disetiap kesulitan yang penulis hadapi.
2. Kedua orang tua tercinta, papa (Bakrul), mama (Sosnita) dan kakak (Shinta Rulianita, Shanty Fatmarita) Abang Ipar (Mulya Satrio, Waldi Saputra) serta keponakan (Baim, Hanan, Shaqil) yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis dalam bentuk moral juga material dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Dr. Yudi Antomi, M.si selaku direktur sekolah Vokasi Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Mayar Afriyenti, SE., M.Sc selaku ketua program studi Diploma III

Akuntansi Sekolah Vokasi Universitas Negeri Padang sekaligus Dosen Pembimbing Tugas Akhir, yang telah memberikan arahan, bimbingan secara penuh terhadap penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir serta arahan selama masa perkuliahan.

5. Ibu Dian Indah Hayati, S.E, M.Acc. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan masukan selama masa studi penulis berlangsung.
6. Bapak dan Ibuk Dosen, Staf dan Karyawan Program Studi Diploma III Akuntansi dan program studi lainnya di Sekolah Vokasi Universitas Negeri Padang yang telah berbagi ilmu dan membimbing penulis selama perkuliahan.
7. Kepada Bapak Lizar Ansori selaku Supervisor, Kak Novi selaku CRC, dan Kak Mintan, Kak Aida selaku MRA, serta seluruh karyawan Auto2000 Khatib Sulaiman Padang, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk meneliti dan memberi masukan, saran, serta pengalaman luar biasa yang diberikan kepada penulis selama magang maupun kegiatan penelitian.
8. Teman-teman penulis dari masa MAN, yaitu Viana Oktavia dan Viona Gemila Netrius yang selalu memotivasi dan memberikan semangat kepada penulis.
9. Kepada teman penulis selama masa magang keahlian dan penelitian tugas akhir, yaitu Mariah Ulfa yang telah memberikan dukungan dan masukan selama kegiatan magang keahlian dan penelitian yang dilakukan.
10. Kepada Gusti Rani, Faura Hidayatul ikhfadila, Fatasya Fadhila Salim, Hanufah Maulidil Jannah, dan Kurnia Putri Ilahi atas tawa, canda, yang menghiiasi perjalanan perkuliahan.

11. Terakhir Untuk teman-teman seperjuangan khusus Diploma III Akuntansi 2022 yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam pembuatan tugas akhir maupun masa perkuliahan.

Padang, Agustus 2025

Latifah Meylia Zahra

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Pengertian Akuntansi	8
B. Pengertian Penjualan.....	20
C. Pengertian Pendapatan	23
D. Pengertian Akuntansi Penjualan	25
E. Mobil LCGC	27
F. Paket Low Rate	29

BAB III PENDEKATAN PENELITIAN.....	32
A. Bentuk Penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
C. Rancangan Penelitian	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Profil Auto2000 Khatib Sulaiman Padang.....	37
1. Sejarah Auto2000 Khatib Sulaiman Padang	37
2. Logo Auto2000.....	38
3. Visi Misi Auto2000	39
4. Struktur Organisasi	39
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	49
1. Penjualan Mobil LCGC Sebelum Adanya Paket Low Rate	49
2. Penjualan Mobil LCGC Setelah adanya Paket Low Rate	51
3. Pengaruh Paket Low Rate terhadap Peningkatan Penjualan Mobil LCGC di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Data Penjualan Periode Oktober - Desember 2024	51
Tabel 4. 2 Data Pendapatan Penjualan Periode Oktober - Desember 2024	51
Tabel 4. 3 Data Penjualan Periode Januari - Maret 2025.....	52
Tabel 4. 4 Data Pendapatan Penjualan Periode Januari - Maret 2025	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Kantor Auto2000 Khatib Sulaiman Padang	38
Gambar 4. 2 Logo Auto2000	39
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penjualan Sebelum Adanya Paket Low Rate	70
Lampiran 2 Data Penjualan Setelah Adanya Paket Low Rate	73

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi menuntut masyarakat modern untuk memiliki mobilitas tinggi dalam berpindah dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Hal ini mendorong peningkatan kebutuhan akan sarana transportasi darat, terutama mobil, yang banyak diminati karena efisiensi waktu, kapasitas yang lebih besar, serta perlindungan dari cuaca yang tidak menentu. Tingginya minat masyarakat terhadap mobil menciptakan peluang besar bagi industri otomotif di Indonesia.

Salah satu indikator utama keberhasilan sebuah perusahaan dalam menjalankan operasionalnya adalah pendapatan penjualan. Pendapatan ini menunjukkan hasil dari aktivitas penjualan barang atau jasa selama periode waktu tertentu dan membantu dalam pengambilan keputusan strategi seperti perencanaan produksi, pengembangan produk, penetapan target, dan insentif untuk tim penjualan. Namun, tidak jarang bisnis mengalami penurunan atau fluktuasi pendapatan penjualan, yang dapat membahayakan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Pendapatan sebagai salah satu elemen penentuan laporan laba rugi komprehensif belum mempunyai pengertian yang seragam. Hal ini disebabkan karena pendapatan biasanya dibahas dalam hubungan dengan pengakuan, pengukuran, penyajian serta pengungkapan pendapatan itu sendiri. Suatu

permasalahan utama dalam penerapan akuntansi pendapatan yaitu pada saat mengakui pendapatan. Proses pengakuan pendapatan harus dilakukan secara akurat untuk menghindari kesalahan pemakaian laporan keuangan dalam memprediksi kemampuan perusahaan dan menghindari kesalahan dalam pengambilan keputusan, oleh karena itu pengakuan pendapatan telah diatur dalam PSAK No.23 Tahun 2010.(Kisman Lantang 2016)

Pendapatan penjualan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk strategi harga, promosi, distribusi, dan kondisi ekonomi secara keseluruhan. Misalnya, dalam situasi ekonomi yang tidak stabil, konsumen cenderung lebih berhati-hati dalam pengeluaran mereka, yang dapat menyebabkan penurunan pendapatan penjualan. Sebaliknya, dalam kondisi ekonomi yang baik, peningkatan daya beli masyarakat dapat mendorong pertumbuhan pendapatan penjualan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan analisis yang mendalam untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan penjualan mereka

Ada banyak faktor yang dapat memengaruhi pendapatan penjualan termasuk strategi harga, promosi, distribusi, dan keadaan ekonomi umum. Misalnya, ketika ekonomi tidak stabil, pelanggan cenderung lebih berhati-hati dalam pengeluaran, yang dapat mengakibatkan penurunan pendapatan penjualan. Di sisi lain, ketika ekonomi berjalan baik, peningkatan daya beli masyarakat dapat menghasilkan peningkatan pendapatan penjualan. Oleh

karena itu, bisnis harus melakukan analisis mendalam untuk menemukan komponen yang mempengaruhi pendapatan penjualan mereka.

Auto2000, sebagai dealer resmi Toyota terbesar di Indonesia, memainkan peran krusial dalam memasarkan produk-produk Toyota. Dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan penjualan dan menarik lebih banyak konsumen, Auto2000 telah mengimplementasikan berbagai strategi pemasaran yang inovatif. Salah satu cabang yang menonjol, Auto2000 Khatib Sulaiman Padang, berfokus pada pengembangan pasar di wilayah Sumatera Barat.

Sebagai kota terbesar di Sumatera Barat dengan populasi yang terus berkembang, Padang menawarkan potensi pasar yang signifikan. Namun, Auto2000 Khatib Sulaiman Padang menghadapi tantangan dari tingkat persaingan yang ketat dengan berbagai merek dan dealer lain. Selain itu, faktor ekonomi seperti daya beli masyarakat dan fluktuasi suku bunga kredit turut mempengaruhi kinerja penjualan. Dalam konteks ini, Auto2000 terus berupaya untuk beradaptasi dan mengoptimalkan strategi pemasaran guna meningkatkan pendapatan penjualan di tengah tantangan yang ada.

Salah satu fenomena yang terjadi pada penjualan di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang adalah fluktuasi penjualan yang sering terjadi setiap tahun. Pada akhir tahun, penjualan mobil biasanya meningkat dibandingkan dengan awal tahun yang cenderung menurun. Ini menunjukkan bahwa beberapa hal yang memengaruhi tindakan pelanggan saat mereka memilih untuk membeli kendaraan. Perubahan tingkat penjualan dipengaruhi oleh komponen internal,

seperti kebijakan perusahaan dan strategi promosi akhir tahun, serta komponen eksternal, seperti situasi ekonomi dan kebutuhan musiman konsumen.

Untuk menanggapi permasalahan fluktuasi penjualan yang terjadi, di mana penjualan mobil mengalami kenaikan signifikan pada akhir tahun dan penurunan pada awal tahun, Auto2000 telah mengambil inisiatif dengan bekerja sama dengan pihak leasing untuk meluncurkan program yang dinamakan Program Low Rate. Program ini ditujukan khusus untuk mobil LCGC (*Low Cost Green Car*) dan bertujuan untuk memperbaiki kondisi penjualan yang tidak stabil. Dengan menawarkan suku bunga yang lebih rendah, diharapkan program ini dapat menarik minat konsumen secara lebih konsisten sepanjang tahun, sehingga dapat mengurangi ketergantungan pada periode penjualan tertentu dan mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri otomotif.

Program Paket Low Rate yang ditawarkan oleh Auto2000 Khatib Sulaiman Padang menyediakan berbagai keuntungan, seperti suku bunga kredit yang menarik, uang muka yang ringan, pilihan tenor pembayaran yang fleksibel, serta bonus tambahan berupa asuransi dan layanan servis gratis. Program ini dirancang untuk mengatasi kendala finansial yang sering menjadi hambatan bagi calon pembeli, sekaligus bertujuan untuk meningkatkan penjualan mobil LCGC.

Penelitian sebelumnya oleh Rahman (2022) pada PT. Hadji Kalla Cabang Luwuk Kabupaten Banggai menemukan bahwa pemberian potongan

harga (diskon) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan mobil. Strategi harga menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa insentif keuangan seperti diskon atau keringanan pembiayaan dapat menjadi pendorong penjualan, meskipun efektivitasnya dipengaruhi oleh kondisi pasar dan perilaku konsumen.(View of Pengaruh Besaran Diskon Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Pada PT. Hadji Kalla Cabang Luwuk Kabupaten Banggai.pdf n.d.)

Oleh karena itu, analisis terhadap efektifitas Program Paket Low Rate dalam meningkatkan penjualan mobil LCGC di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang menjadi hal yang penting. Dengan melakukan perbandingan data penjualan sebelum dan sesudah adanya program Paket Low Rate ini dapat diketahui sejauh mana pengaruh program tersebut terhadap jumlah penjualan mobil LCGC. Karena sebelum adanya program ini, mobil LCGC tidak begitu terjual di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang. Analisis ini juga memberikan gambaran tentang strategi pemasaran yang berhasil dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembeli dalam sektor otomotif.

Dari sudut pandang akuntansi, kajian ini juga memberikan wawasan mengenai dampak strategi penjualan seperti Paket Low Rate terhadap arus kas, pendapatan, serta tingkat profitabilitas perusahaan. Hasil dari analisis diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen Auto2000 Khatib Sulaiman Padang dalam menyusun strategi penjualan yang lebih optimal ke depannya.

Karena dengan melakukan analisis terhadap pendapatan penjualan mobil LCGC sebelum dan setelah adanya Paket Low Rate, maka dapat diketahui efektivitas dari strategi pemasaran yang diterapkan serta dampaknya terhadap peningkatan pendapatan penjualan. Oleh karena itu, penulis memilih judul **“Analisis Pendapatan Penjualan Mobil LCGC Sebelum dan Setelah Adanya Paket Low Rate di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana penjualan mobil LCGC di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang sebelum adanya Paket Low Rate?
2. Bagaimana penjualan mobil LCGC di Auto2000 Khatib Sulaiman setelah adanya Paket Low Rate ?
3. Seberapa besar pengaruh adanya Paket Low Rate terhadap peningkatan penjualan mobil LCGC di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui penjualan mobil LCGC di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang sebelum adanya Paket Low Rate.
2. Mengetahui penjualan mobil LCGC di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang Setelah adanya Paket Low Rate.

3. Menganalisis pengaruh adanya Paket Low Rate terhadap peningkatan penjualan mobil LCGC di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

- a. Sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik nyata.
- b. Menambah wawasan dan pemahaman mengenai strategi pemasaran, khususnya dalam industri otomotif.

2. Bagi Instansi

- a. Memberikan informasi mengenai efektivitas program Paket Low Rate dalam meningkatkan penjualan mobil LCGC.
- b. Menjadi bahan evaluasi dalam menyusun strategi penjualan dan promosi di masa mendatang.

3. Bagi Pembaca

- a. Menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti yang ingin mengkaji topik serupa di bidang pemasaran dan otomotif.
- b. Memberikan wawasan tentang pengaruh strategi promosi terhadap penjualan produk otomotif
- c. Menambah literatur penelitian terkait analisis penjualan dan strategi pemasaran di sektor otomotif Indonesia.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan mengenai pendapatan penjualan mobil LCGC di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang sebelum dan setelah adanya Paket Low Rate, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Sebelum diterapkannya Paket Low Rate, penjualan mobil LCGC di Auto2000 Khatib Sulaiman Padang relatif stabil namun belum optimal. Berdasarkan data Oktober–Desember 2024, total penjualan mencapai 66 unit dengan pendapatan sebesar Rp13.094.850.000,00. Faktor utama yang memengaruhi penjualan adalah preferensi konsumen terhadap mobil dengan fitur dan desain yang lebih modern serta daya beli yang meningkat di akhir tahun.
2. Setelah program Paket Low Rate diterapkan pada Januari–Maret 2025, total penjualan mobil LCGC menurun menjadi 54 unit dengan pendapatan sebesar Rp11.531.025.000,00. Penurunan ini disebabkan oleh faktor musiman penjualan di awal tahun, kenaikan harga kendaraan dan pajak, serta kurangnya promosi intensif mengenai program tersebut di kalangan konsumen.

3. Berdasarkan hasil analisis, program Paket Low Rate belum memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan mobil LCGC. Meskipun menawarkan kemudahan pembiayaan, efektivitas program ini masih terbatas karena belum diimbangi dengan strategi promosi yang kuat. Diperlukan sinergi antara program pembiayaan, strategi pemasaran digital, dan pendekatan pelanggan yang lebih aktif untuk memaksimalkan hasil penjualan di masa mendatang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Auto2000 Khatib Sulaiman Padang

Meningkatkan efektivitas program Paket Low Rate melalui strategi promosi yang lebih luas, baik secara digital (media sosial, website resmi, dan iklan daring) maupun melalui kegiatan langsung seperti pameran mobil (car expo), test drive, dan kerja sama dengan lembaga pembiayaan. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi rutin terhadap efektivitas program, agar strategi pembiayaan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan daya beli konsumen di wilayah Padang.

2. Bagi Pihak Leasing (TAF dan ACC)

Menyesuaikan skema pembiayaan agar lebih menarik, misalnya dengan menambah fleksibilitas tenor pembayaran atau memberikan potongan

administrasi untuk pembeli pertama. Transparansi mengenai keuntungan program juga perlu ditingkatkan agar calon konsumen lebih memahami manfaat Paket Low Rate dibandingkan kredit reguler.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada data penjualan selama enam bulan, sehingga bagi peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas periode penelitian agar dapat melihat tren jangka panjang dari efektivitas Paket Low Rate.

DAFTAR PUSTAKA

- Kisman Lantang. 2016. “Analisis Pendapatan Penjualan Motor Honda Pada Pt. Metro Jaya Mandiri Motor.” *Analisis Pendapatan Penjualan Motor Honda Pada Pt. Metro Jaya Mandiri Motor* 01(2):1–23.
- L.M.Samryn. 2011. “Pengertian Akuntansi Dan Fungsi Akuntansi.” 12.
- Lestari, I. Oktafia Indah. 2021. “Karakteristik Pendapatan Dan Biaya Operasional.” *Jurnal Ekonomi* 1(69):5–24.
- Rifaldi, Muhamad. 2021. “Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dan Penerimaan Kas Sebagai Alat Pengendalian Internal.” *JAZ: Jurnal Akuntansi Unihaz* 4(1):125. doi:10.32663/jaz.v4i1.2093.
- View of Pengaruh Besaran Diskon Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Pada PT. Hadji Kalla Cabang Luwuk Kabupaten Banggai.pdf. n.d.
- Bahri, S. (2020). Pengantar Akuntansi Berdasarkan SAK ETAP dan IFRS. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Warren, C. S., Reeve, J. M., Duchac, J. E., Wahyuni, E. T., & Jusuf, A. A. (2017). Pengantar Akuntansi 1 Adaptasi Indonesia Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Auto2000. Diambil kembali dari <https://auto2000.co.id/>

Logo Toyota Auto2000 <https://www.toyota-auto2000jakarta.com/wp-content/uploads/2023/02/logo-1.png>.