BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pandemi Covid-19

World Health Organization (WHO) menjelaskan bahwa *Coronaviruses* (Cov) adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Infeksi virus ini disebut COVID-19. Virus Corona menyebabkan penyakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS-CoV) dan Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS-CoV). Virus Corona adalah *zoonotic* yang artinya ditularkan antara hewan dan manusia. Berdasarkan Kementerian Kesehatan Indonesia, perkembangan kasus COVID-19 di Wuhan berawal pada tanggal 30 Desember 2019 dimana *Wuhan Municipal Health Committee* mengeluarkan pernyataan "*urgent notice on the treatment of pneumonia of unknown cause*". Penyebaran Virus Corona ini sangat cepat bahkan sampai ke lintas negara. Terdapat 188 negara yang mengkorfirmasi terkena Virus Corona. Penyebaran Virus Corona yang telah meluas ke berbagai belahan dunia membawa dampak pada perekonomian Indonsia, baik dari sisi perdagangan, investasi dan pariwisata.[22]

Di lain sisi, Virus Corona tidak hanya berdampak negatif, namun juga dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia. Salah satunya adalah terbukanya peluang pasar ekspor baru selain China. Selain itu, peluang

[22] Dedy Hartono, "Analisis Sejarah, Dampak, Dan Penanggulangan Bencana Gempa Bumi Pada Saat Pandemi Covid-19 Di Sulawesi Barat", *PENDIPA Journal of Science Education* 5.2 (2021), hal. 218-224.

memperkuat ekonomi dalam negeri juga dapat terlaksana karena pemerintah akan lebih memprioritaskan dan memperkuat daya beli dalam negeri daripada menarik keuntungan dari luar negeri. Kondisi ini juga dapat dimanfaatkan sebagai koreksi agar investasi bisa stabil meskipun perekonomian global sedang terguncang.[23]

Guna memberikan antisipasi sederhana, diperlukan adanya komunikasi di tengah pandemi Covid-19 dalam berbagai pembahasan khususnya soal ekonomi. Covid-19 telah ditetapkan menjadi *pandemic global* oleh organisasi kesehatan dunia yaitu WHO (*World Health Organization*). Khususnya di Indonesia, berbagai prediksi ahli menyebutkan jika pandemi tersebut belum akan berkahir dalam waktu dekat ini. Sehingga, dalam menanggapi pandemi ini diperlukan adanya pola komunikasi yang efektif dan efisian untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait dengan penanganan pendemi ini.[24]

Ditutupnya sektor-sektor penunjang pariwisata seperti hotel, restoran maupun pengusaha retail pun juga akan terpengaruh dengan adanya Virus Corona. Okupansi hotel mengalami penurunan sampai 40 persen yang berdampak pada kelangsungan bisnis hotel. Sepinya wisatawan juga berdampak pada restoran atau rumah makan yang sebagian besar konsumennya adalah para wisatawan. Melemahnya pariwisata juga berdampak pada industri retail. Penyebaran virus Corona juga berdampak pada sektor investasi,

---

[23] *Ibid.*

[24] Latif Syaipudin, "Peran Komunikasi Massa di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung)", *Kalijaga Journal of Comunication,* Vol. 01, No. 1 2020.

perdagangan, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan juga karena para wisatawan yang datang ke suatu destinasi biasanya akan membeli oleh-oleh. Jika wisatawan yang berkunjung berkurang, maka omset UMKM juga akan menurun. Berdasarkan data Bank Indonesia, pada tahun 2016 sektor UMKM mendominasi unit bisnis di Indonesia dan jenis usaha mikro banyak menyerap karyawan.

Pandemi Covid-19 pertama kali diidentifikasi pada Desember 2019 di Wuhan, Tiongkok, telah menimbulkan kepanikan masyarakat di seluruh dunia saat ini. Pancemi Covid-19 merupakan wabah penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akut coronavirus 2 (*severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 atau SARS-CoV-2*). Virus ini merupakan keluarga besar Coronavirus yang dapat menyerang hewan. Ketika menyerang manusia, Coronavirus biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, seperti flu, MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*), dan SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*). Covid-19 sendiri merupakan coronavirus jenis baru yang ditemukan di Wuhan, Hubei, China pada tahun 2019. Karena itu, Coronavirus jenis baru ini diberi nama Coronavirus disease-2019 yang disingkat menjadi Covid-19. Covid-19 sejak ditemukan menyebar secara luas hingga mengakibatkan pandemi global yang berlangsung sampai saat ini. Gejala Covid-19 umumnya berupa demam 38°C, batuk kering, dan sesak nafas serta dampak paling buruk untuk manusia ialah kematian.[25]

[25] Andi Amri, "Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia", *Jurnal Brand,* Vol. 2, No. 1, Juni 2020. hal. 124.

Di Indonesia sendiri juga merasakan adanya pengaruh negatif yang cukup besar. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal kedua 2020 mengalami kontraksi sebesar minus 5,32%. Faktor utama yang menyebabkan hal itu adalah konsumsi rumah tangga dan investasi.

Pembatasan aktivitas akibat pandemi Covid-19 telah menimbulkan kerugian ekonomi secara nasional. Kerugian itu hanya akan tertutupi apabila krisis dapat diakhiri sebelum menimbulkan kebangkrutan usaha secara massal. Milsalnya pada masa pemberlakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) berjalan selama 1 bulan di area Jabodetabek hingga diperlama dan atau diperluas ke kota-kota lain, maka otomatis dampak kerugian membesar, dan dapat diproyeksikan berdasar perbandingan waktu dan luasan area. Akibatnya menimbulkan dampak ekonomi bagi berbagai pelaku ekonomi.[26]

Dampak Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia saat ini dengan berbagai dampak yang terjadi pada perekonomian karena pandemic Covid-19 yang terjadi pada saat ini maka itu perlu mengetahui dampak-dampak yang terjadi yaitu terjadi kesusahan dalam mencari lapangan pekerjaan, susah untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan juga tidak mempunyai penghasilan dalam memenuhi kebutuhan untuk sehari-hari dan juga banyak kesusahan yang

[26] Hadiwardoyo Wibowo, "Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19", *Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship* 2.2 (2020), hal. 83-92.

di terima dari semua sektor perekonomian dalam semua bidang juga merasakan dampak dari Covid-19.[27]

Dari pandemi ini berdampak bagi kalangan ekonomi, bukan hanya pelaku bisnis namun juga berbagai sektor lainnya seperti lembaga keuangan. Ekonomi dan bisnis dapat berperan dalam memulihkan guncangan ekonomi dengan memprioritaskan pencapaian tujuan. Sehingga peningkatan risiko dari persoalan ini dapat mengatasi dampak wabah Covid-19. Diharapkan pelaku ekonomi dan usaha mampu menunjukkan empati dan solidaritas kepada *stakeholders*. Kemudian pelaku usaha memanfaatkan dan mendukung program stimulus dari pemerintah. Sehingga pemulihan ekonomi dapat segera berjalan dan mengatasi persoalan ekonomi yang ditimbulkan akibat adanya pandemi Covid-19.[28]

B. Pendapatan Karyawan

1. Pengertian Pendapatan Karyawan

Pendapatan merupakan suatu pertambahan asset yang mengakibatkan bertambahnya asset kepemilikan pribadi (*owners equity*), tetapi asset tersebut tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan modal baru dari pemilikinya dan bukan pula merupakan pertambahasan asset yang ditambahkan oleh keuntungan dari pihak lain. Pengertian tersebut menerangkan bahwa

---

[27] Silpa Hanoatubun, "Dampak Covid–19 Terhadap Prekonomian Indonesia", *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling* 2.1 (2020), hal. 146-153.

[28] Yenti Sumarni, "Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis, Al-Intaj", *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 6.2 (2020), hal. 46-58.

pertambahan suatu asset dapat disebut *revenue* dengan hasil melekat yang tidak dipengaruhi oleh investasi dari pihak lain. Kemudian, pertambahan atau peningkatan asset tersebut dapat mengakibatkan bertambahnya *owners equity*.[29]

Pendapatan merupakan suatu penerimaan yang diperoleh dalam suatu periode tertentu, dengan sistem hitungan pendapatan yang berbagai macam.[30] Proses jual beli dalam ekonomi pada umumnya bertumpu dengan kualitas produksi sebuah barang, sehingga hal ini juga penting dalam kegiatan produksi yang dilaksanakan oleh seseorang. Pendapatan dan kualitas produksi merupakan dua hal yang harus diperhatikan secara bersamaan.[31] Pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apa pun. Apabila pendapatan pribadi dikurangi dengan pajak yang harus dibayar oleh para penerima pendapatan, nilai yang tersisa dinamakan pendapatan disposabel.[32]

Pendapatan merupakan suatu pertambahan asset yang mengakibatkan bertambahnya asset kepemilikan pribadi (*owners equity*), tetapi asset tersebut tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan modal baru dari

---

[29] Munandar , M. *Materi Pokok Manajemen Proyek*. (Jakarta: Karunika. 1996). hal. 17.

[30] Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil Di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Jurnal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh,* Vol. IV No. 7 Maret 2013, hal. 37.

[31] Elok Fitriani Rafikasari dan Nadia Eva Nur Fauzy. *Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk "Le Minerale",* Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan 20.2 (2020), hal. 266-284.

[32] Sadono Sukirno, *Makroekonomi (Teori Pengantar), Edisi 3.* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 49-51.

pemilikinya dan bukan pula merupakan pertambahasan asset yang ditambahkan oleh keuntungan dari pihak lain. Pengertian tersebut menerangkan bahwa pertambahan suatu asset dapat disebut *revenue* dengan hasil melekat yang tidak dipengaruhi oleh investasi dari pihak lain. Kemudian, pertambahan atau peningkatan asset tersebut dapat mengakibatkan bertambahnya *owners equity*.[33]

Pendapatan merupakan suatu penerimaan yang diperoleh dalam suatu periode tertentu, dengan sistem hitungan pendapatan yang berbagai macam. [34] Pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apa pun. Apabila pendapatan pribadi dikurangi dengan pajak yang harus dibayar oleh para penerima pendapatan, nilai yang tersisa dinamakan pendapatan disposabel.[35]

Menurut Iskandar pendapatan juga dapat diartikan sebagai salah satu indikator yang mencerminkan kredibilitas dan kualitas sumber daya (alam atau manusia) suatu masyarakat.[36] Menurut Sadono Sukirno pendapatan adalah jumlah pendapatan yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa dalam periode tertentu.[37]

---

[33] Munandar , M. *Materi Pokok Manajemen Proyek.* (Jakarta: Karunika. 1996). hal.17.

[34] Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil Di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Jurnal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh,* Vol. IV No. 7 Maret 2013, hal. 37.

[35] Sadono Sukirno, *Makroekonomi (Teori Pengantar), Edisi 3.* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 49-51.

[36] Iskandar Putong, *Pengatar Ekonomi Makro,* (Bekasi: Mitra Wacana Media, 2015), hal. 52.

[37] Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2011), hal. 36.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan nilai barang dan jasa yang dihasilkan oleh masyarakat dalam periode tertentu.

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsikan, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsikan adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.[38]

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan ditabung yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula.[39]

Jadi dapat diperoleh sebuah kesimpulan bahwa pendapatan adalah hasil yang diperoleh seseorang karena melakukan suatu pekerjaan yang

---

[38] Soekartawi, *Faktor-Faktor Produksi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hal. 132.

[39] Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil Di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7, hal.9.

telah dilakukan. Besaran pendapatan tergantung dengan jenis pekerjaan yang telah dilakukan.

2. Jenis-Jenis Pendapatan

Dalam praktiknya komponen pendapatan yang dilaporkan dalam laporan laba rugi terdiri dari dua jenis, yaitu:[40]

a. Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari usaha pokok (usaha utama) perusahaan.
b. Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari luar usaha pokok (usaha sampingan) perusahaan.

Laporan laba rugi terdapat dua kelompok pendapatan yang terdiri dari pendapatan utama dan pendapatan lain-lain, yaitu pendapatan utama yaitu pendapatan yang berasal dari kegiatan utama perusahaan. Misalnya dalam kegiatan operasional perusahaan yang melibatkan semua aspek karyawan. Sedangkan pendapatan lainnya yaitu pendapatan yang diperoleh bukan berasal dari kegiatan utama perusahaan. Misalnya pendapatan bunga.[41]

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

a. Produk, yaitu salah satu tugas utama dari manajemen penjualan adalah desain produk yaitu mereka merupakan pemberi saran perbaikan yang diperlukan desain produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan.

---

[40] *Ibid.*

[41] Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama, Cetakan kelima*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 46.

b. Harga, yaitu jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan.
c. Distribusi, yaitu perantara barang dari produsen ke konsumen, semakin luas pendistribusiannya maka akan mempengaruhi penjualan promosi.
d. Promosi, yaitu kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar memilih program yang diberikan perusahaan.[42]

4. Sumber Pendapatan

Pendapatan seseorang harus dapat digunakan untuk menentukan tingkat kesejahteraan sebab dengan pendapatan seseorang akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari baik secara langsung maupun tidak langsung. Sumber pendapatan masyarakat terdiri dari:

a. Di sektor formal berupa gaji dan upah yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan.
b. Di sektor informal berupa pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan seperti: penghasilan dagang, tukang, buruh, dan lain-lain. Pendapatan sektor informal adalah segala penghasilan yang berupa uang maupun barang yang diterima, biasanya sebagai balas jasa dari sektor informal. Sumber pendapatan ini berupa: pendapatan dari usaha, meliputi hasil bersih dari hasil usaha sendiri, komisi dan

[42] *Ibid.*

penjualan, pendapatan dari investasi, dan pendapatan dari keuntungan sosial.

c. Di sektor subsisten merupakan pendapatan yang bersumber dari hasil usaha sendiri berupa tanaman, ternak, kiriman dan pemberian orang lain.

Sumber-sumber pendapatan atau *income* seseorang, dapat ditentukan oleh jumlah faktor produksi yang dimiliki seseorang, khususnya yang bersumber dari hasil tabungannya di tahun-tahun yang lalu dan warisan (pemberian). Selain itu, *income* dapat diperoleh dari harga per unit masing-masing faktor produksi. Penawaran dan permintaan dari masing-masing produksi ditentukan oleh faktor-faktor yang berbeda,[43] yaitu :

1) Permintaan dan penawaran terhadap asset tanah, tanah dan kekayaan yang merupakan benda mati di dalamnya mempunyai keterbatasan lahan yang dianggap tidak akan bertambah lagi.
2) Modal juga memiliki penawaran yang lebih fleksibel, karena dari waktu ke waktu masyarakat pasti menyisihkan sebagai dari penghasilnnya untuk ditabung (*saving*), yang kemudian dari sektor produksi dapat digunakan untuk menggunakan dana tabungan tersebut digunakan di pabrik-pabrik baru, seperti membeli mesin-mesin yaitu investasi.
3) Tenaga kerja juga memiliki penawaran yang cenderung terus menerus naik (pertumbuhan penduduk) sehingga ada kecendrungan bagi upah yang semakin menurun.

[43] Boediono, *Ekonomi Mikro*. (Yogyakarta: BPFE, 2002), hal. 170-174.

Kepengusahaan merupakan faktor produksi yang paling sukar untuk dianalisa, karena faktor-faktor yang menentukan penawaran dan permintaannya sangat beraneka ragam. Umumnya penawaran orang-orang yang berjiwa pengusaha masih sangat kecil pada negara-negara yang berkembang. Hal ini menyebabkan penghasilan untuk pengusaha yang sukses cukup besar di negara berkembang. Riset unit terkecil dalam suatu negara, yaitu ekonomi atau pendapatan rumah tangga secara umum dapat menentukan tingkat konsumsi dalam keluarga itu sendiri, terhitung secara detail atau dalam keseluruhan ekonomi.[44]

Sama halnya dengan keberadaan rumah tangga, dalam dunia usaha perusahaan memberikan berbagai bentuk jenis pendapatan mulai dari upah, bunga, sewa, dan laba. Keempatnya merupakan bentuk-bentuk pendapatan yang diterima oleh anggota masyarakat sebagai balas jasa untuk faktor-faktor produksi.[45] Pendapatan mengacu kepada aliran upah, pembayaran bunga, keuntungan saham, dan hal-hal lain mengenai pertambahan nilai selama periode waktu tertentu.

C. Bauran Pemasaran

1. Pengertian Bauran Pemasaran

Pemasaran merupakan sebuah sistem dari keseluruhan kegiatan usaha, pemasaran berfungsi unutk merencanakan, mempromosikan,

---

[44] Sadono Sukirno, *Makroekonomi…, (Teori Pengantar),* hal. 108.

[45] Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*. (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), hal. 100-102.

menentukan besaran harga hingga mendistribusikan atau mengirimkan barang dan jasa. Dengan output utama yaitu yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli atau konsumen. Sehingga adanya rangkaian tersebut, akan merasa terpuaskan atas apa yang diberikan oleh pihak produsen[46] Pemasaran menurut Wahjono, merupakan sebuah proses perencanaan dan pelaksanaan perwujudan atas apa yang telah dirangkai. Sehingga pemasaran bukan hanya sekedar konsep menjual saja, melainkan berbagai proses yang terkait hingga barang sampai di tangan konsumen.[47]

Pada umumnya kondisi dunia usaha selalu mengalami perubahan-perubahan atau juga dapat disebut dengan selalu mengalami dinamika. Kondisi dunia usaha, selalu ditandai dengan mengubah apa yang terjadi dalam waktu tertentu. Sehingga dalam pemasaran kemudian dikenal dengan diperlukan adanya bauran pemasaran, yaitu sebagai tanggapan atas dinamika yang terjadi dalam dunia usaha. Setidakya srtategi yang diperlukan oleh perusahaan, setidaknya mencakup mengenai sasaran (*target*) serta acuan pemasaran (*marketing mix*), dua tahapan ini menjadi dasar untuk melakukan segementasi pasar.[48]

Bauran pemasaran memiliki makna mendasar yaitu berupa rancangan menyeluruh, terpusat dan memiliki kesatuan pada bidang pemasaran. Bauran pemasaran tersebut kemudian berisi panduan yang digunakan untuk menjalankan sebuah usaha, hingga diraihnya keuntungan

---

[46] Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo W., *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi 3, (Yogyakarta, Liberty), hal.200.

[47] Wahjono, *Perilaku Organisai*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2010), hal. 2.

[48] *Ibid.*

yaitu yang menjadi tujuan utama dalam prinsip ekonomi. Selain itu, dengan adanya bauran pemasaran diharapakan dapat meminimalisir adanya potensi kerugian yang mungkin saja ditumbulkan dari kegiatan usaha tersebut.[49]

Adapun indikator pemarasan atau promosi dalam penelitian ini sebagai berikut:[50]

a. Periklanan atau *Advertising*: Merupakan salah satu bentuk promosi yang dapat dengan cepat dan meluas, yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk yang disusun sedemikian rupa, sehingga dapat menimbulkan rasa menyenangkan yang dapat merubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian.
b. Promosi Penjualan atau *Sales Promotion*: Merupakan bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembeli produk tersebut. Promosi lebih condong untuk menarik perhatian para konsumennya dengan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Adapun kegiatan promosi penjualan seperti pameran dagang, membagikan contoh (*taster*), premi, kupon, dsb.
c. Pemasaran Langsung atau *Direct Marketing*: Merupakan sesuatu yang digunakan dalam pemasaran langsung dengan kebutuhan atau karakteristik setiap perusahaan sesuai dengan bidang yang digeluti.

---

[49] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hal. 167-168.

[50] Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing Edisi 13*, (United States of America: Person, 2010), hal. 440.

Misalnya, katalog, e-mail langsung, online marketing, dsb.

d. Penjualan Personal atau *Personal Selling*: Merupakan alat paling efektif pada tahap tertentu dalam proses keputusan pembelian, terutama dalam menentukan pembelian. Hal ini disebakan karena adanya interaksi langsung antara calon pembeli dengan penjual, dimana pembeli mendapatkan informasi secara jelas perihal kebutuhannya.

Maka strategi dalam pemasaran cara menentukan menjadi sesuatu yang di pentingkan dan tak bisa untuk dipisahkan berdasarkan keberhasilan suatu pamasaran tersebut. Juga akan berhubungan dengan persepsi, dalam hal ini strategi yang diterapkan harus menyasar bahkan dapat menjadikan persepsi positif yang diterima oleh masyarakat sebagai calon pembeli atau pengguna jasa / barang.[51]

Dengan harapan adanya strategi yang matang maka akan berpengaruh terhadap laba atau untung yang didapat oleh sebuah perusahaan dalam menjalankan usahannya. Selain itu, dengan adanya bauran pemasaran maka suatu perusahaan dapat mengetahui segmentasi pasar, mulai dari potensi positif hingga potensi negatif yang mungkin saja terjadi dalam perjalanan usaha tersebut.

Dari uraian tersebut, peneliti menarik kesimpulan bahwasanya bauran pemasaran merupakan dasar tindakan atau rancangan yang

[51] Rafikasari, Elok Fitriani, "Analisis Persepsi Mahasiswa Tentang Adopsi SiMBA Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung", *An-Nisbah: Jurusan Ekonomi Syariah* 5.02 (2019).

mengarah kepada kegiatan-kegiatan pemasaran. Yang mana kegiatan tersebut juga akan memberikan pengamanan kegiatan usaha dalam peta persaingan yang terjadi. Selain itu, bauran pemasaran juga dirancang untuk pengembangan usaha dari sebuah perusahaan tersebut untuk kedepannya.

2. Bauran Dalam Pemasaran

Bauran Pemasaran merupakan suatu aktivitas penting bagi perusahaan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Hingga sampai sekarang sudah banyak pesaing yang memiliki produk sejenis, suatu perusahaan harus bisa mengoptimalkan atau menentukan strategi yang tepat, agar perusahaaan tersebut bisa terus berkembang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Perusahaan harus bisa melakukan berbagai pertimbangan yang cukup matang untuk kegiatan inovasi produk agar produk yang dipasarkan sesuai dengan kebutuhan para konsumen dan memuaskan mereka.

Menurut Kotler dan Keller, bauran pemasaran merupakan sebuah ilmu yang mempelajari tentang tata cara pemilihan dan memperoleh target pasar, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan sesuai dengan menyampaikan, menciptakan, serta mengkomunikasikan keunggulan suatu hasil kepada pelanggan.[52] Dalam kegiatan perniagaan, bauran pemasaran merupakan sebuah langkah yang seharusnya dilaksanakan untuk menarik mangsa pasar, hal ini merupakan sebuah langkah penting untuk menjaga

[52] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid I*, (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2009), hal. 6.

eksistensi sebuah toko.

Sedangkan menurut Tjiptono, bauran pemasaran merupakan aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa serta gagasan yang mampu memuaskan keinginan pangsa pasar dalam rangka mencapai organisasional atau tujuan yang diinginkan.[53] Dari beberapa devinisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pangsa pasar serta untuk memuaskan keinginan pasar sasaran.

Bauran pemasaran melipuri periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*).[54]

a. Periklanan *(advertising)*

Periklanan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi imperpersonal yang digunakan oleh perusahaan barang atau jasa jasa. Adapun tujuan periklanan diantarnya, yaitu:

1. Iklan yang bersifat memberikan informasi, yaitu iklan yang secara panjang lebar menerangkan produk dalam tahap rintisan (perkenalan) untuk menciptakan permintaan atas produk tersebut.

[53] Tjiptono dan Fandy, *Bauran Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Ofiset, 2016), hal. 51.
[54] Philip Kotler and Armstrong Gary, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi, 1997), hal. 112.

2. Iklan membujuk, yaitu iklan menjadi penting dalam situasi persaingan dimana sasaran perusahaan adalah menciptakan permintaan yang selektif akan merek tertentu
3. Iklan pengingat, yaitu iklan ini akan sangat penting dalam tahap kedewasaan suatu produk untuk menjaga agar konsumen selalu ingat akan produk tersebut.
4. Iklan pemantapan, yaitu iklan yang berusaha meyakinkan para pembeli bahwa mereka telah mengambil pilihan yang tepat.

b. Penjualan Personal (*personal selling*)

Penjualan Pribadi (*Personal Selling*) adalah presentasi atau penyajian lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar melakukan suatu pembelian.[55] Sifat penjualan perseorangan dapat dikatakan lebih fleksibel karena tenaga penjualan dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan dan perilaku masing masing calon pembeli. Penjualan perseorangan mempunyai peranan penting dalam pemasaran produk, karena interaksi secara personal antara penjual dan pembeli sangat penting.

c. Promosi Penjualan (s*ales promotion*)

Promosi penjualan adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan produk dari produsen sampai pada penjualan

[55] Zuliatin, "Pengaruh Personal Selling, Direct Selling Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada Bmt Ugt Sidogiri Kcp Kanigoro Blitar", *An-nisbah Ejournal IAIN Tulungagung*.

akhirnya, misalnya dengan spanduk dan brosur. Promosi penjualan dapat diberikan kepada konsumen, perantara maupun tenaga penjualan.

d. Hubungan Masyarakat (*public relation*)

Hubungan masyarakat merupakan kiat pemasaran yang penting dilakukan oleh perusahaan dimana perusahan tidak hanya berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalur tetapi juga harus berhubungan dengan kepentingan publik yang lebih besar. Progam hubungan masyarakat antara lain publikasi, acara-acara penting, hubungan dengan investor, pameran dan menseponsori beberapa acara.

e. Informasi dari Mulut ke Mulut (*word of mouth*)

Pelanggan akan berbicara kepada pelanggan atau masyarakat lain tentang pengalamannya menggunakan produk yang dibelinya. Promosi dalan hal ini merupakan referensi dari orang lain yang dilakukan dari mulut ke mulut.

f. Pemasaran Langsung (d*irect marketing*)

Pemasaran langsung merupakan unsure terakhir dalam bauran komunikasi dan promosi. Pemasaran langsung ada enam macam yaitu *direct mail, mail order, direct response, direct selling, telemarketing dan digital marketing.*

D. Hasil Produksi

1. Pengertian Hasil Produksi

Hasil produksi seringkali disebut dengan istilah barang dan jasa, artinya sesuatu yang merupakan benda maupun non benda yang mampu memenuhi kebutuhan manusia. Dengan pengertian lain, hasil produksi merupakan hasil kerjasama dari kerja manusia, sumber-sumber alam, peralatan atau modal dan kegiatan pengusaha. Hasil produksi selalu berkaitan dengan faktor produksi, dengan dapat diketahui berapa jumlah output maksimum yang dapat dihasilkan dalam satu set faktor produksi tertentu.[56]

Teori ekonomi menyebutkan bahwa setiap proses produksi pasti mempunyai landasan teknis yang disebut fungsi produksi. Fungsi produksi menunjukkan sifat keterkaitan antara faktor-faktor produksi dan tingkat produksi yang diciptakan. Faktor-faktor produksi tersebut dikenal dengan istilah input dan jumlah produksi yang dihasilkan disebut output. Pada dasarnya tingkat produksi suatu barang tergantung pada jumlah modal, jumlah tenaga kerja, jumlah kekayaan alam dan tingkat teknologi yang digunakan.[57]

Dalam jangka pendek, perusahaan tidak dapat menambah jumlah faktor produksi yang dianggap tetap. Faktor produksi yang dianggap tetap biasanya adalah modal seperti mesin dan peralatannya, dll. Sedangkan

---

[56] T.Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: Kanisius, 2008), hal. 84.

[57] Sadono Sukirno, *Ekonomi Pembangunan: Proses Masalah Dan Dasar Kebijakan*, (Jakarta: BPFE-UI, 2006), hal. 155.

faktor produksi yang dapat mengalami perubahan adalah tenaga kerja. Waktu yang dipandang sebagai jangka pendek berbeda-beda dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya.[58]

Fungsi produksi untuk jangka panjang menunjukkan bahwa semua faktor produksi dapat mengalami perubahan. Berarti dalam jangka panjang setiap faktor produksi dapat ditambah jumlahnya kalau memang diperlukan. Dalam jangka panjang perusahaan dapat melakukan penyesuaian terhadap perubahan-perubahan yang terjadi di pasar.[59]

2. Macam-Macam Hasil Produksi:

a. Barang konsumsi merupakan suatu barang atau jasa yang diproduksi guna kepentingan hidup manusia utamanya dalam hal pememenuhan kebutuhan hidup. Misalnya: pakaian, makanan, minuman, pemutaran film, dan sebagainya. Barang atau jasa ini yang dibeli oleh para konsumen.

b. Barang produksi merupakan barang atau jasa yang kembali dipergunakan untuk menghasilkan barang lain. Dengan kata lain, barang produksi ini tidak langsung untuk dikonsumsi, melainkan dipergunakan sebagai sarana dalam melaksanakan atau memperlancar proses produksi. Misalnya: mesin dan alat-alat, truk, persediaan bahan bangunan, dan sebagainya. Barang-barang inilah yang dibeli oleh para produsen.[60]

---

[58] Sugiyono, dkk, *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), hal. 203.

[59] *Ibid.*

[60] *Ibid.*

3. Kualitas Hasil Produksi

a. *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang dibeli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan.

b. *Durability* (daya tahan), merupakan daya tahan yang menunjukan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet, produk yang awet akan dipendang lebih berkualitas oleh produsen dibanding produk yang cepat habis atau cepat diganti.

c. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), Merupakan kesesuaian yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional adalah kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk. Produk yang memiliki kualitas dari dimensi ini berarti sesuai dengan standarnya.

d. *Features* (fitur), merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau *option* bagi konsumen. Fitur bisa meningkatkan kualitas produk jika kompetitor tidak memiliki fitur tersebut.

e. *Reliability* (reabilitas), merupakan potensi kecil akan mengalami kerusakan suatu produk atau gagal pakai. Misalnya pengawasan kualitas

dan desain, standar karakteristik operasional kesesuaian dengan spesifikasi.

f. *Aesthetics* (daya tarik), merupakan daya tarik produk terhadap panca indera, misalkan bentuk fisik, model atau desain yang artistik, warna dan sebagainya.

g. *Perceived quality* (kesan kualitas), merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya.

h. *Serviceability*, merupakan kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan diperbaiki mudah, cepat, dan kompeten. Produk yang mampu diperbaiki tentu kualitasnya lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang tidak atau sulit diperbaiki.[61]

i. Peningkatan jumlah atau kuantitas dengan dan kualitas hasil produksi harus tetap disesuaikan dengan kapasitas sumber daya, karena sumber daya memiliki batas kemampuan. Jika sumber daya tersebut telah dipergunakan dengan maksimal, maka akan berpotensi terjadinya penurunan nilai dan kualitas suatu produksi. Cara untuk meningkatkan hasil produksi adalah sebagai berikut:

[61] Fandy Tjiptono, *Bauran Pemasaran*, (Andi: Yogyakarta, 2012), hal. 121.

1) Intensifikasi, yaitu sebuah usaha yang ditujukan untuk menambah jumlah dan kualitas hasil produksi tanpa menambah faktor produksi. Hal ini bisa dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas tenaga kerja, memperbaiki cara berproduksi, serta peningkatan jam operasi mesin.
2) Ekstensifikasi, yaitu sebuah usaha peningkatan jumlah dan kualitas hasil produksi dengan cara menambah faktor produksi. Biasanya dilakukan dengan cara membuka pabrik baru atau cabang baru, penambahan jumlah tenaga kerja.
3) Diversifikasi, yaitu sebuah usaha menambah jumlah dan kualitas hasil produksi. Dengan kata lain merupakan suatu usaha penganekaragaman produk untuk memaksimalkan keuntungan sehingga arus kas perusahaan dapat lebih stabil. Hal ini dilakukan perusahaan untuk mengatasi krisis ekonomi, sehingga apabila perusahaan mengalami kemerosotan pendapatan di salah satu produk maka produk lain mendapatkan kelebihan pendapatan, sehingga kekurangan yang terjadi bisa tertutupi.
4) Rehabilitasi, yaitu sebuah usaha menambah jumlah dan kualitas hasil produksi dengan mengganti faktor produksi yang telah rusak dengan yang lebih baru.
5) Mekanisasi, yaitu sebuah usaha penambahan jumlah dan kualitas hasil produksi dengan mengganti faktor produksi tradisional dengan mesin-mesin produksi yang bersifat mekanik.

6) Rasionalisasi, yaitu sebuah usaha menambah jumlah dan kualitas hasil produksi dengan mengurangi faktor-faktor produksi yang tidak penting atau membebani biaya produksi.[62]

E. Volume Penjualan

1. Pengertian Volume Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan untuk pelengkap dari pembelian, agar memungkinkan adanya transaksi barang atau jasa. Dengan begitu kegiatan penjualan seperti kegiatan pembelian, yang terdiri dari kegiatan meliputi terjadinya permintaan, menemukan calon pembeli, penawaran harga, dan syarat-syarat pembayarannya.[63] Volume penjualan bisa diartikan peningkatan ekonomis yang di hasilkan dari kegiatan jasa, dengan kejadian ini maka menghasilkan seberapa besarnya jumlah omset yang telah diterima dampak dari penawaran dan volume penjualan secara menguntungkan bagi pelaku usaha. Volume penjualan juga bisa diartikan merupakan hasil akhir dari apa yang telah dicapai oleh perusahaan yang telah melakukan penjualan produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha tersebut.

Volume penjualan ini tidak memisahkan anatara kredit maupun secara tunai terbilang menurut keseluruhan dari jumlah total semua yang telah dicapainya. Seumpama dalam volume penjualan perusahaan ini

---

[62] Riza Fachrizal, "Pengaruh Modal Dan Tenaga Kerja Terhadap Produksi Industri Kerajinan Kulit Di Kabupaten Merauke", *Jurnal Ilmiah Agribisnis Dan Perikanan (Agrikan UMMU-Ternate)* Volume 9 Edisi 2 (Oktober 2016). hal. 35.

[63] Hendri Hartono dan Karyana Hutomo, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan", *Binus Business Review* Vol.3 No.2, 2012, hal. 889.

meningkat dan biaya distribusinya mengalami penurunan maka yang terjadi dalam pencapaian laba perusahaan otomatis akan ikut menurun.[64]

Lebih lanjut bagi perusahaan atau pengusaha, pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualannya, yaitu:[65]

a. Meningkatkan Volume Penjualan

Penetapan harga di beberapa perusahaan difokuskan pada volume penjualan selama periode waktu tertentu, misalnya 1 tahun atau 3 tahun. Manajemen bertujuan meningkatkan volume penjualan dengan memberikan diskon atau strategi penetapan harga yang agresif lainnya meskipun harus mengalami rugi dalam jangka pendek.

b. Mempertahankan dan Meningkatkan Pangsa Pasar

Beberapa perusahaan, besar dan kecil, menetapkan harga dengan tujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar perusahaan. Untuk mempertahankan harga pada pasaran, perusahaan menerima marjin laba yang lebih kecil dan mengurangi biaya sehingga dapat menjual produk dengan harga di bawah harga jual yang seharusnya.

2. Faktor Harga Penentu Penjualan

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang maupun produk yang diinginkan, salah satu variabel terpenting di dalam suatu pemasaran, dimana

[64] Basu Swastha, *Azaz-Azaz Marketing,* (Yogyakarta: Liberty, 2004), hal. 4.
[65] Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, (Yogyakarta: BPFE, 2014), hal. 80.

harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil sebuah keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan. Harga bisa dikatakan suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan untuk memuaskan keinginan pelangannya.[66]

Harga akan terbentuk ketika adanya suatu tujuan antara satu orang dengan lainnya, antar kelompok satu dengan kelompok yang lainnya, bisa dikatakan layaknya produsen dan konsumen. Seseorang yang berposisi sebagai produsen mendefinisikan harga adalah nilai yang menyebabkan munculnya suatu manfaat atas produk yang diciptakan (keuntungan atas produksinya). Sedangkan konsumen mendefinisikan harga adalah sebagai nilai atas barang yang dapat memberikan manfaat terhadap pemenuhan kebutuhannya, seperti syarat pembayaran, hemat serta alat tukar lain yang serupa.

Banyak masyarakat yang beranggapan bahwa harga hanya untuk penentu nilai suatu barang atau jasa. Padahal harga bisa menjadikan penentuan suatu nilai mata uang, semakin naik harga-harga suatu produk, maka masyarakat juga harus membayar lebih utuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Naiknya suatu harga berarti menurunnya nilai mata uang, karena jika dibandingkan dengan dahulu nilai mata uang semakin lama semakin rendah seiring melonjaknya harga suatu barang ataupun jasa pada tahun-tahun sebelumnya.[67] Menurut Kotler dan Amstrong, harga

---

[66] C.J.Gerung., J.Sepang., S.Loindong, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado", *Jurnal Emba* Vol. 5 No.2 Juni 2017, hal. 223.

[67] N.Gregory Mankiw, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta : Erlangga, 2003), hal. 138.

merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang diinginkan atau dibutuhkan para konsumennya.[68]

Penetapan harga ini tidak mempertimbangkan keinginan pedagang sendiri, tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat. Dalam ajaran syariah, tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya tapi harus dalam batas-batas kelayakan. Dan tidak boleh melakukan perang tapi bersainglah secara *fair*, memberikan keunggulan dengan tampil beda dalam kualitas dan pelayanan yang diberikan.

Beberapa hal yang menjadikan alasan dalam penetapan harga ini, yaitu mulai dari.

a. Lokasi/Distribusi *(Place)*

Perusahaan memilih saluran distribusi atau menetapkan tempat untuk kegiatan bisnis. Dalam perspektif barat, para penyalur poduk berada dibawah pengaruh produsen, atau bahkan sebaliknya para penyalur dapat melakukan tekanan–tekanan yang mengikat kaum produsen sehingga produsen tidak bisa lepas dari ikatan penyalur.

b. Promosi (*promotion*)

Banyak pelaku bisnis menggunakan teknik promosi dengan memuji-muji barangnya setinggi langit dan tidak segan-segan mendiskreditkan produk saingan. Bahkan ada kejadian produk

[68] Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing Edisi 13*, (United States of America: Person, 2010), hal. 76.

pesaing dipalsukan kemudisan dilepas ke pasar sehingga pesaingnya memperoleh citra tidak baik di masyarakat. Pemasaran dalam bisnis Islam sangat mengedepankan adanya konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual maupun pembeli, sampai dari Allah SWT.[69]

F. Industri

1. Pengertian Industri

Industri adalah suatu kelompok usaha yang menghasilkan produk yang serupa atau jenis. Sedangkan produk adalah suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Pengertian industri dalam pengertian umum yaitu perusahaan yang menjalankan operasi dalam bidang kegiatan ekonomi yang tergolong ke dalam sektor sekunder. Sedangkan dalam teori ekonomi, industri disebut sebagai kumpulan firma-firma yang menghasilkan barang yang sama dalam suatu pasar.[70]

Menurut undang-undang no.5 tahun 1984 tentang perindustrian dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, dan bahan setengah jadi menjadi barang yang mempunyai nilai lebih tinggi. Sementara didalam kamus istilah industri adalah usaha produktif, dalam bidang produksi atau perusahaan tertentu yang menyelenggarakan jasa-jasa seperti transportasi

---

[69] Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Dan Perusahaan YKPN, 2004), hal. 102.

[70] Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2009), hal. 194.

yang menggunakan modal serta tenaga kerja dalam jumlah yang relatif besar.[71]

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, menyebutkan industri merupakan kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

Dalam tingkat ekonomi mikro, industri bisa diartikan sebagai kumpulan perusahaan yang sejenis yang memproduksi barang-barang homogen serta memiliki substitusi yang erat. Secara ekonomi makro, industri juga berkaitannya dengan pembentukan pendapatan, maka industri berarti kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah.[72]

Berdasarkan jumlah pendapatan karyawan yang dipekerjakan:

a. Industri besar yaitu usaha industri yang memiliki pendapatan karyawan 100 orang atau lebih.
b. Industri sedang yaitu usaha industri yang memiliki pendapatan karyawan antara 20 – 99 orang.
c. Industri kecil yaitu usaha industri yang memiliki pendapatan karyawan antara 5 – 19 orang.

[71] Ety Rachaety dan Raih Tresnawati, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Jakarta: Bumi aksara, 2005), hal. 159.

[72] P. Eko Prasetyo, *Ekonomi Industri*, (Yogyakarta: Beta OFFSET, 2010), hal. 03.

d. Industri rumah tangga yaitu usaha industri yang memiliki pendapatan karyawan 1 – 4 orang.[73]

Menurut Sitorus, pengarang buku teori lokasi industri, menyebutkan bahwa industri dapat dibagi dalam dua pengertian, yaitu pengertian luas dan pengertian sempit, industri dalam arti luas adalah suatu himpunan perusahaan yang memproduksi barang-barang yang bersifat substitansi dekat yang memiliki elastisitas permintaan yang relatif tinggi, sedangkan dalam arti sempit industri adalah sebagai suatu perusahaan yang memproduksi barang dan jasa yang bersifat homogen.[74]

Menurut Hasibuan, pengertian industri dibagi menjadi makro dan mikro. Secara mikro, industri adalah kumpulan dari sejumlah perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti. Dari segi pembentukan pendapatan yakni cenderung bersifat makro. Industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah. Jadi batasan industri yaitu secara mikro sebagai kumpulan perusahaan yang menghasilkan barang sedangkan secara makro dapat membentuk pendapatan.[75]

Menurut Badan Pusat Statistik industri mempunyai dua pengertian :

a. Pengertian secara luas, industri mencakup semua usaha dan kegiatan di bidang ekonomi bersifat produktif.

---

[73] Badan Pusat Statistik Tulungagung, *http://bps.tulungagung.go.id/*, diakses pada tanggal 21 Februari 2021 pukul 08:51 WIB.

[74] Parlin Sitorus, *Teori Lokasi Industri*, (Jakarta: Universitas Trisakti Press, 1996), hal. 4.

[75] *Ibid.*

b. Pengertian secara sempit, industri hanyalah mencakup industri pengolahan yaitu suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar, atau dengan tangan sehingga menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, kemudian barang yang kurang nilainya menjadi barang yang mempunyai nilai tinggi.[76]

2. Perindustrian

Istilah industri berasal dari bahasa latin, yaitu *industria* yang artinya buruh atau tenaga kerja. Istilah industri sering digunakan secara umum dan luas, yaitu semua kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dalam rangka mencapai kesejahteraan. Definisi Industri menurut Sukirno adalah perusahaan yang menjalankan kegiatan ekonomi yang tergolong dalam sektor sekunder. Kegiatan itu antara lain adalah pabrik tekstil, pabrik perakitan dan pabrik pembuatan rokok. Industri merupakan suatu kegiatan ekonomi yang mengolah barang mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi untuk dijadikan barang yang lebih tinggi kegunaannya. Dalam pengertian yang sempit, industri adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.[77]

Secara umum pengertian industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi

[76] *Ibid.*
[77] Sukirno Sadono, *Pengantar Teori*, hal. 54.

barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha perakitan atau *assembling* dan juga reparasi adalah bagian dari industri. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa. Industri merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejateraan penduduk. Selain itu industrialisasi juga tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu sumberdaya manusia dan kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya alam secara optimal. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaanya termasuk kegiatan rancangan bangun dan perekayasaan industri. Dari sudut pandang geografi, industri sebagai suatu sistem, merupakan perpaduan sub sistem fisis dan sub sistem manusia.[78]

3. Jenis-Jenis Industri Rumahan

Sebelum memulai usaha, terlebih dahulu perlu memilih bidang yang ingin ditekuni. Pemilihan bidang usaha sangat penting agar kita mampu mengenal seluk-beluk usaha. Pemilihan harus disesuaikan dengan minat dan bakat seseorang karena minat dan bakat merupakan faktor penentu dalam menjalankan usaha.

a. Berdasarkan SK Menteri Perindustrian No.19/M/I/1986 bahwa:

   1. Industri kimia dasar contohnya seperti industri semen, obat obatan, kertas, pupuk, dan sebagainya.

[78] Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian.

2. Industri mesin dan logam dasar, misalnya seperti industri pesawat terbang, kendaraan bermotor,tekstil,dan lain-lain.
3. Industri kecil contoh seperti industri roti, kompor minyak, makanan ringan, es, minyak goreng curah, dan lain-lain.

b. Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja:

1. Industri rumah tangga, adalah industri yang jumlah karyawannya antara 1, 4 – 19 orang.
2. Industri sedang atau menengah adalah industri yang jumlah karyawannya antara 20-99 orang.
3. Industri besar adalah industri yang jumlah karyawannya antara 100 orang atau lebih.

c. Berdasarkan Pemilihan Lokasi :

1. Industri yang beratkan pada pasar (*market oriented industri*) adalah industri yang didirikan sesuai dengan potensi target konsumen. Industri ini akan mendekati di mana konsumen potensial berada. Semakin dekat ke pasar akan semakin menjadi lebih baik.
2. Industri yang menitikberatkan pada tenaga kerja/labor (*man power oriented industry*) adalah industri yang berada pada lokasi di pusat pemukiman penduduk karena, membutuhkan banyak pekerja/pegawai untuk lebih efektif dan efisien.
3. Industri yang menitikberatkan pada bahan baku (*supply oriented industry*) adalah industri yang mendekati lokasi di mana bahan baku berada untuk memotong biaya transportasi yang besar.

d. Berdasarkan Produktifitas Perorangan :

1. Industri primer adalah industri yang memproduksi barang bukan hasil olahan langsung atau tanpa diolah terlebih dahulu contohnya adalah hasil produksi pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, dan sebagainya.
2. Industri sekunder adalah industri yang mengolah bahan mentah sehingga menghasilkan barang untuk diolah kembali. Misalnya adalah pemintalan benang sutra, komponen elektronik, dan sebagainya.
3. Industri tersier adalah industri yang produk atau barangnya berupa layanan jasa.contoh seperti telekomunikasi, transportasi, perawatan kesehatan, dan sebagainya.[79]

[79] Siti Susana, *Peranan Industri Rumahan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kecamatan Merbau)*, (Skripsi, Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2012).

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam sebuah penelitian memiliki arti penting, yaitu guna memperoleh batasan serta arah tujuan penelitian yang terbaru dari hasil penelitian yang telah diperoleh pada penelitian sebelumnya. Sehingga, konsep dan metode yang digunakan akan menemukan hasil penelitian terbaru.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Hanoatubun (2020)[80]	Jenis penelitian kepustakaan analisis data, reduksi data,display data dan verifikasi/kesimpulan	Hasil penelitian ini menunjukan dampak Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia saat ini dengan berbagai dampak yang terjadi pada perekonomian karena pandemi Covid-19 yang terjadi pada sat ini maka itu perlu mengetahui dampak-dampak yang terjadi yaitu terjadi kesusahan dalam mencari lapangan pekerjaan,susah untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan juga tidak mempunyai penghasilan dalam memenuhi kebutuhan untuk sehari-hari dan juga banyak kesusahan yang di terima dari semua sektor perekonomian dalam semua bidang juga merasakan dampak dari Covid-19.	Kajian membahas mengenai dampak pandemi Covid-19 bagi perekonomian.	Metode penelitian berbeda. dalam penelitian terdahulu menggunakan studi pustaka. Objek penelitian berbeda, pada penelitian terdahulu membahas mengeni dampak pandemi secara menyeluruh di cakupan tingkat nasional.
2	Nayaka dan Kartika (2018)[81]	Metode penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Non Probability Sampling*. Dengan menggunakan rumus Slovin, populasi sebanyak 132 pengusaha industri sanggah dan batas	Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh modal, pendapatan karyawan dan bahan baku secara simultan dan parsial terhadap pendapatan pengusaha industri sanggah di Kecamatan Mengwi. Lokasi penelitian di Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung**.** Penelitian memusatkan pembahasan mengenai	Kajian membahas mengenai dampak pandemi Covid-19 bagi perekonomian. Metode penelitian sama-	Kajian penelitian terdahulu menggunakan alat ukur model regresi linier berganda dalam penelitiannya, sedangkan dalam

[80] Silpa Hanoatubun, Dampak Covid – 19 Terhadap Perekonomian Indonesia, *Journal of Education, Physicologi And Counselling,* Volume 2 Nomor 1 (2020) ISSN Online, hal. 2716.

[81] Komang Widya Nayaka dan I Nengah Kartika, "Pengaruh Modal, Karyawan Dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan Pengusaha Industri Sanggah Di Kecamatan Mengwi", *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 7.8 (2018), hal. 1927-1956.

		kesalahan 10 persen, maka diperoleh sampel sebanyak 57 pengusaha industri. Teknik analisis data yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian yaitu teknik analisis regresi linier berganda.	pendapatan pengusaha industri sanggah dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil penelitian menunjukkan modal, Karyawan, dan bahan baku secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha industri sanggah di Kecamatan Mengwi. Modal, karyawan, dan bahan baku secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha industri sanggah di Kecamatan Mengwi.	sama menggunakan pendekatan kuantitatif.	penelitian ini menggunakan uji beda *independent sample t-test.*
3	Widiastuti dan Silfiana (2021) [82]	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan tinjauan terhadap berbagai literatur.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi di Pulau Jawa yang mengalami kontraksi paling besar adalah Provinsi Banten yaitu minus 3,38% dan yang paling cepat membaik adalah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan laju pertumbuhan ekonomi triwulan IV minus 0,68. %. Untuk mempercepat pemulihan ekonomi di Indonesia harus dimulai dari Pulau Jawa karena sebagai penyumbang terbesar yaitu dengan kebijakan pemerintah upaya revitalisasi industri pengolahan, peningkatan akses dan permodalan UMKM serta optimalisasi penggunaan dana desa dalam pembangunan alternatif. Inovasi selama pandemi padat karya, pengembangan BUMDes, atau mengembangkan potensi desa wisata.	Kajian membahas mengenai dampak pandemi Covid-19 bagi perekonomian.	Metode penelitian berbeda. dalam penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif. Objek penelitian berbeda.
4	Rahmadia dan Febriyani (2020)[83]	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *systematic review* di mana jurnal-jurnal sebelumnya banyak yang menggunakan	Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah *Corona Virus* sangat mempengaruhi perekonomian dalam 3 sektor utama, yaitu sektor pasar modal, perdagangan surat utang, dan perdagangan emas.	Kajian membahas mengenai dampak pandemi Covid-19 bagi perekonomian.	Metode penelitian berbeda. dalam penelitian terdahulu menggunakan

[82] Anita Widiastuti dan Silfiana Silfiana, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Pulau Jawa", *Jurnal Ekonomi-Qu* 11.1 (2021), hal. 97-107.

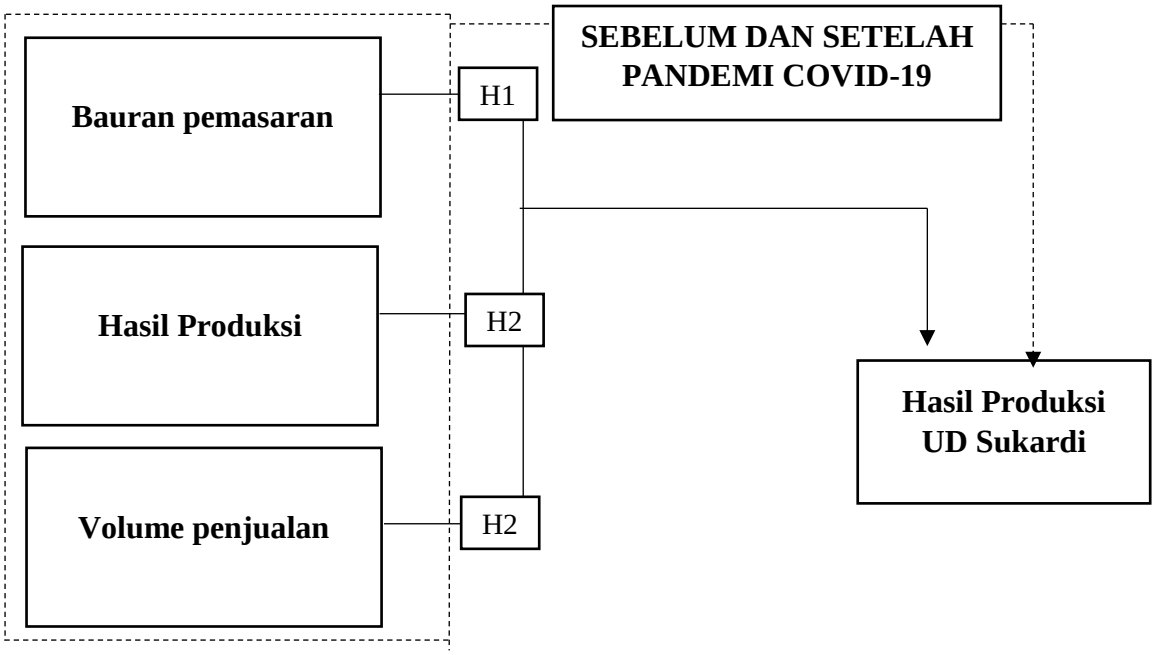
[83] Shinta Rahmadia dan Nurul Febriyani, "Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi", *Jurnal Ekonomi Islam (JE Islam)* (2020), hal. 50.

		analisis kualitatif deskriptif.	Topik ini bertujuan untuk membahas dampak global yang disebabkan oleh corona terhadap perekonomian dunia. Melihat perkembangan ekonomi dan pengaruh ekonomi tidak hanya pada ruang lingkup ekonomi,akan tetapi kesehatan dan budaya juga berdampak pada ekonomi. Dibuktikan dengan menyebarnya *Virus Corona* berdampak negatif terhadap perekonomian.		pendekatan literatur review. Objek penelitian berbeda.
5	Joanne V. Mangindaan dan Hendrik Manossoh (2020)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bentuk penelitian deskriptif komparatif, yakni membanding kan harga saham PT. Garuda Indonesia pada periode sebelum dan sesudah peristiwa pandemi COVID-19. Data harga saham PT Garuda Indonesia yang diambil dari Google Finance adalah data *closing price* harian pada periode 30 hari sebelum dan 30 hari sesudah tanggal pengumuman kasus pertama terkonfirmasi positif COVID-19 di Indonesia.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat penurunan yang signifikan pada harga saham PT. Garuda Indonesia pada periode 30 hari sesudah peristiwa pengumuman kasus pertama COVID-19 di Indonesia dibandingkan dengan periode 30 hari sebelum pengumuman tersebut.	Kajian membahas mengenai dampak pandemi Covid-19 bagi perekonomian. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan menggunakan uji beda.	Objek penelitian berbeda.

H. Kerangka Penelitian

Kerangka dalam Penelitian ini, mengacu terhadap tiga pokok pembahasan, mengenai dampak pandemi Covid-19 ditinjau dari bauran pemasaran, hasil produksi, dan volume penjualan di UD Sukardi Tulungagung.

Bagan 2.1 Kerangka Penelitian



Dari kerangka penelitian diatas, dijabarkan bahwa terjadi penurunan hasil produksi UD. Sukardi setelah pandemi Covid-19, hal ini dibuktikan berdasarkan jumlah bauran pemasaran, hasil produksi, dan juga volume penjualan pisau dapur buatannya. Secara teori, hal ini akan berdampak terhadap tingkat pendapatan karyawan UD. Sukardi Tulungagung.

I. Hipotesis Penelitian

H1 : Ada perbedaan yang signifikan pendapatan karyawan ditinjau dari bauran pemasaran sebelum dan sesudah adanya pandemi Covid-19.

H2 : Ada perbedaan yang signifikan perbedaan pendapatan karyawan ditinjau dari hasil produksi sebelum dan sesudah adanya pandemi Covid-19.

H3 : Ada perbedaan yang signifikan pendapatan karyawan ditinjau dari volume penjualan sebelum dan sesudah adanya pandemi Covid-19.