

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN UMKM
DI TENGAH WABAH COVID-19**

**(Studi kasus Pengusaha Gerabah di Banyumulek Kecamatan Kediri
Kabupaten Lombok Barat)**



OLEH

LISA AFRIANDA

NIM. 170501222

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
MATARAM
2021**

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN UMKM
DI TENGAH WABAH COVID-19**

**(Studi kasus Pengusaha Gerabah di Banyumulek Kecamatan Kediri
Kabupaten Lombok Barat)**

Skripsi

Diajukan kepada Universitas Agama Islam Negeri Mataram
untuk melengkapi persyaratan mencapai Gelar Sarjana Ekonomi



OLEH

LISA AFRIANDA

NIM. 170501222

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
MATARAM
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh: Lisa Afrianda, NIM: 170501222 dengan judul “Analisis Strategi Peningkatan Volume Penjualan UMKM Di Tengah Wabah Covid-19 (studi kasus Pengusaha Gerabah Di Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat)” telah memenuhi syarat dan disetujui untuk di ujikan.

Di setujui pada tanggal:.....2021

Pembimbing I



Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.
NIP.196508171997031001

Pembimbing II



H. Bahrur Rasyid, M.M
NIP.197810212009121002



NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, juni 2021

Hal : Ujian Skripsi

Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di Mataram

Assalamu'alaikum, Wr, Wb

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Lisa Afrianda

NIM : 170501222

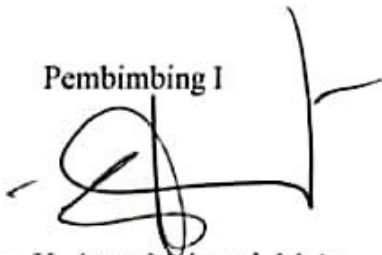
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN UMKM DI TENGAH WABAH COVID-19 (Studi kasus Pengusaha Gerabah di Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat)

Telah memenuhi syarat untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini segera untuk di munaqasyahkan.

Wassalamu'alaikum, Wr, Wb

Pembimbing I



Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.
NIP.196508171997031001

Pembimbing II



H. Bahrur Rasyid, M.M
NIP.197810212009121002

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh: Lisa Afrianda, NIM 170501222 dengan Judul "Analisis Strategi Peningkatan Volume Penjualan UMKM Di Tengah Wabah Covid-19 (Studi Kasus Pengusaha Gerabah Di Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat)" telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Mataram, pada tanggal 23 Juli 2021 dan dinyatakan sah untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dewan Penguji

Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.
(Ketua Sidang/Pemb. I)

H. Bahrur Rasyid, MM
(Sekretaris Sidang/Pemb. II)

Dr. Sanurdi, M.Si
(Penguji I)

Muh. Baihaqi, S.H.I., M.S.I
(Penguji II)

Perpustakaan UIN Mataram.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. H. AHMAD AMIR AZIZ, M.Ag.
NIP./197111041997031001

MOTTO

“Jangan ingat lelahnya belajar, tapi ingat buah manisnya yang bisa dipetik kelak ketika sukses. Tidak ada hal yang sia-sia dalam belajar karena ilmu akan bermanfaat pada waktunya. Kegagalan dan kesalahan mengajari kita untuk mengambil pelajaran dan menjadi lebih baik”.



Perpustakaan UIN Mataram

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, penulisan skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta yang menyayangiku sepenuh hati. Segala perjuanganku bisa sampai dititik ini tak lain dibalik itu ada perjuangan orang tua yang luar biasa. Selalu memberikan motivasi hingga skripsi ini terselesaikan. Semoga mama dan baba panjang umur sehat selalu. *Aamiin Allahumma Aamiin*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan berbagai macam nikmat, terutama nikmat iman, sehat dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: *“Analisis Strategi Peningkatan Volume Penjualan UMKM Di Tengah Wabah Covid-19 (studi kasus Pengusaha Gerabah Di Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat)”* di waktu yang tepat.

Sholawat serta salam tidak lupa pula penulis haturkan junjungan alam Nabi kita, Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliah menuju zaman yang terang menerang.

Penulis menyadari bahwa banyak kendala yang dihadapi penulis selama proses penyusunan skripsi ini, tetapi karena bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak baik itu berupa moril maupun materil, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini sebagai berikut:

1. Kedua orang tua saya Umma tercinta (Mariani) dan Baba tercinta (M.Aspar) yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang sehingga saya bisa berdiri di titik ini. Kerja keras yang tiada hinggga dan nasehat serta motivasi agar saya menjadi orang yang berguna bagi nusa dan bangsa. Terima kasih yang sebesar-besarnya.

2. Untuk keluarga saya semua terimakasih atas supportnya, terutama bibi tercinta (Fitriana) yang telah berperan membesarkan dan menjaga saya hingga saat ini, ibu asuh kedua yang senantiasa memberikan support setiap harinya. Terimakasih yang sebesar-besarnya.
3. Kepada Prof. Dr. H. Mutawali M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Mataram yang telah memberikan tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu.
4. Kepada Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis beserta staf dan jajaran civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen pembimbing 1 (Bapak Agus Mahmud) dan pembimbing 2 (Bapak Bahrur Rosyid) yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan prosal dan skripsi dengan lancar. Terimakasih yang sebesar-besarnya.
6. Kepada Ibu Umu Rosyidah, M.E.I. , selaku dosen wali, terimakasih sudah menggantikan peran orang tua dalam dunia kampus yang kami pijak dan sudah sabar dalam membimbing, berbagi ilmu, mengarahkan, memberikan motivasi serta memberikan informasi yang kami butuhkan.
7. Dosen dosen tercinta yang telah mengajarkan saya dari semester 1 hingga semester akhir. Begitu banyak pengetahuan dan berbagai pengalaman yang luar biasa terutama ibu Shofia, Ibu Dahlia dan dosen lainnya. Terimakasih banyak yang sebesar-besarnya.

8. Untuk Angel Squad terimakasih untuk 4 tahun ini suka dukanya serta support dari teman-teman semua semoga hubungan kita tidak berakhir sampai disini.
Aamiin
9. Untuk teman-teman organisasi ESC, HMI, KSPM terimakasih atas berbagai hal yang saya dapatkan dan supportnya serta teman teman di semester tua yang telah mengisi hari-hari diakhir masa perkuliahan.
10. Dan tak lupa untuk Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri Mataram.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini, masih banyak kekurangan dan keterbatasan, namun demikian diharapkan skripsi yang sederhana ini dapat memberikan banyak manfaat. *Aamiin ya rabbal'alamiin.*



Mataram, 28 Juni 2021

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTAS DINAS	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PERSETUJUAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Telaah Pustaka	8
B. Kerangka teori	15
1) Pengertian Strategi	15
2) Pengertian Volume Penjualan.....	17
3) UMKM	23
4) Pandemi covid-19.....	25
5) Gerabah Secara Umum.....	26

C. Kerangka Berpikir	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Metode Penelitian	29
B. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	29
C. Waktu Dan Tempat Penelitian	30
D. Jenis dan Sumber Data	31
E. Instrumen Penelitian	33
F. Teknik Pengumpulan Data.....	34
G. Teknik Analisis Data	36
H. Pengecekan Keabsahan Data.....	38
I. Sistematika Pembahasan	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Hasil Penelitian.....	40
1. Deskripsi Umum Lokasi Penelitian	40
a. Sejarah Desa Banyumulek.....	40
b. Letak Geografis.....	42
c. Keadaan Demografis dan Jumlah Penduduk	43
d. Keadaan Pendidikan.....	43
e. Keadaan Ekonomi	43
f. Keadaan Agama	43
B. Paparan hasil Peneitian	44
C. Pembahasan.....	50

BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Perpustakaan UIN Mataram

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN UMKM
DI TENGAH WABAH COVID-19
(Studi Kasus Pengusaha Gerabah Di Banyumulek Kecamatan Kediri
Kabupaten Lombok Barat)**

Oleh :

**Lisa Afrianda
170501222**

ABSTRACT

Di tengah wabah covid-19 saat ini menyebabkan pertumbuhan perekonomian menurun drastis terlebih bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah(UMKM) yang merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun suatu daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Karena perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks membuat para UMKM harus bersaing sangat ketat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan UMKM di tengah wabah covid-19 studi kasus pengusaha art shop gerabah di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Jenis penelitian yang dilakukan termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan peneliti terkait langsung dengan kepala desa dan pengusaha art shop gerabah Desa Banyumulek. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan langkah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pembuktian keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Berdasarkan hasil penelitian, strategi peningkatan volume penjualan UMKM di tengah wabah covid-19 pada pengusaha art shop gerabah Desa Banyumulek secara umum menggunakan berbagai strategi seperti membuka art shop di rumah, mengandalkan reseller dan memanfaatkan teknologi seperti media sosial yaitu facebook sebagai sarana promosi penjualan dengan jangkauan lebih luas. Dari strategi yang di terapkan menimbulkan dampak meningkatnya volume penjualan yang cukup membuat para pengusaha bisa bertahan di tengah wabah covid-19 walaupun tingkat volume penjualannya menurun dari sebelumnya.

Kata Kunci : *Strategi, volume penjualan,covid-19*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada dasarnya tolak ukur sebuah negara itu dilihat dari laju pertumbuhan perekonomiannya. Akan tetapi melihat perkembangan perekonomian di Indonesia di tengah wabah covid-19 ini sangat memprihatinkan dan tentunya untuk mengatasi hal tersebut tidak terlepas dari peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Karena UMKM memiliki peranan yang sangat penting dan menjadi salah satu alternatif lapangan kerja baru. Mengingat laju pertumbuhan perekonomian pasca pandemi, perusahaan-perusahaan besar maupun kecil mulai mengalami kesulitan untuk mengembangkan dan meningkatkan penjualannya. Sehingga perlu adanya strategi yang baik. Dimana strategi ini adalah kunci untuk menggapai sebuah tujuan suatu perusahaan seperti bagaimana perusahaan itu menerapkan strateginya guna meningkatkan penjualannya maupun menghadapi para pesaingnya. Karena penjualan merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.¹

Melihat potensi pasar yang sangat kompleks saat ini dibutuhkan peran UMKM guna menstimulus penurunan perekonomian. Dimana industri

¹ Sri Ipnuwati, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Minak Singa". *Jurnal Sistem Informasi dan Telematika*, www.core.ac.uk/ISSN, tahun 2010, hlm. 15

UMKM di tanah air saat ini menghadapi situasi yang demikian sulit di tengah pandemi dan perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Persaingan pun telah menjadi kian ketat seiring dengan derasnya arus perdagangan bebas yang secara otomatis membuat kompetisi datang dari segala penjuru baik domestik, regional, maupun global. Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun suatu daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Peran UMKM yang sangat besar ini memberikan penjabaran bahwa UMKM harus dapat ditingkatkan lebih baik lagi, sehingga UMKM yang mampu bertahan dan bersaing yaitu apabila mampu menerapkan pengelolaan manajemen dan strategi secara baik. Usaha mikro mempunyai peran yang penting dalam pembangunan ekonomi, karena intensitas tenaga kerja yang relatif lebih tinggi dan investasi yang lebih kecil, sehingga usaha mikro lebih fleksibel dalam menghadapi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Hal ini menyebabkan usaha mikro tidak terlalu terpengaruh oleh tekanan eksternal, karena dapat mengurangi impor dan memiliki kandungan lokal yang tinggi. Oleh karena itu pengembangan usaha mikro dapat memberikan kontribusi pada diversifikasi ekonomi dan perubahan struktur sebagai prakondisi pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan.²

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi menjadi barang yang bermutu tinggi dalam penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan

² Bambang Agus Sumantri & Erwin Putera Purnama, *Manajemen Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI, 2017), hlm.53

perekayasaan industri. Dengan demikian, industri merupakan bagian dari proses produksi. Bahan-bahan industri diambil secara langsung maupun tidak langsung, kemudian diolah, sehingga menghasilkan barang yang bernilai lebih bagi masyarakat. Contoh kecilnya industri kecil kerajinan gerabah, yang berbahan dari tanah dan pasir bisa menghasilkan barang yang bernilai lebih tinggi.³

Berdasarkan observasi awal⁴ yang telah dilakukan oleh peneliti di objek penelitian yakni di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Di Banyumulek terdapat 12 pengusaha pemilik Art Shop dan beberapa pengrajin gerabah kurang lebih sekitar 20 pengrajin. Dan tempatnya masih sama di Banyumulek hanya saja ketika pertama kali memasuki desa Banyumulek pertama kali akan melihat beberapa Art Shop dan di penghujung jalan barulah kalian akan menemukan kampung gerabah yang isinya pengrajin gerabah semua. Dimana menurut salah satu pemilik Art Shop gerabah di Banyumulek mengatakan, kerajinan gerabah di Banyumulek telah berlangsung semenjak dahulu secara turun temurun, umumnya masyarakat Banyumulek mewarisi keahlian dan keterampilan di bidang kerajinan seni gerabah, dimana kebanyakan dilakoni oleh kaum perempuan. Akan tetapi, bahwa kaum lelaki bukan tidak ikut andil dalam kerajinan gerabah tersebut. Umumnya kaum laki-laki bertugas mencari tanah liat ke berbagai daerah dan mengurus proses pembakarannya.

³ Ahyani Hidayatul. "Peranan Pemerintah Dalam Pengembangan Industri Kecil Gerabah Di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat". *Jurnal Ilmiah Rinjani_ Universitas Gunung Rinjani*, vol.7, No.2, Tahun 2019, hlm. 12

⁴ Art Shop Gerabah di Banyumulek, *Observasi*, 9 Januari 2021.

Selain itu menurut keterangan pemilik Art Shop mengatakan, sekitar tahun 70-an sampai tahun 80-an umumnya masyarakat Banyumulek memproduksi gerabah hanya untuk keperluan sehari-hari akan tetapi, seiring dengan perkembangan zaman produksi gerabah tidak hanya diproduksi untuk keperluan sehari-hari namun juga untuk dipasarkan kepada para konsumen baik itu di daerah Lombok maupun luar daerah. Sementara itu, proses pemasaran yang dilakukan ada pengrajin yang langsung membuka Art Shop untuk dipasarkan, namun ada juga yang membuka Art Shop dengan cara mengambil di tempat pengrajin. Di masa pandemi saat ini tentu membawa pengaruh terhadap penjualannya, sehingga dibutuhkan inovasi dan strategi guna untuk menjaga mobilisasi penjualannya. Adapun permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini, karena disana terdapat banyak Art Shop dan jarak antar Art Shop sangat berdekatan sehingga memunculkan persaingan antar pemilik Art Shop. Terlebih saat pasca pandemi saat ini ada Art Shop yang langsung terkena dampaknya ada juga yang biasa saja, dari segi pendapatan pun ada beberapa Art Shop yang menurun drastis tetapi ada juga yang tetap bahkan meningkat.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti terdorong melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Peningkatan Volume Penjualan UMKM di Tengah Wabah Covid-19” (studi kasus Pengusaha Gerabah di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat)**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah penulis sampaikan, penulis mengambil rumusan masalah berupa :

1. Bagaimana strategi yang diterapkan untuk meningkatkan volume penjualan UMKM di tengah wabah covid-19 di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat ?
2. Bagaimana dampak strategi yang diterapkan untuk peningkatan volume penjualan UMKM di tengah wabah covid-19 di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat ?

C. Tujuan dan Manfaat penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan volume penjualan UMKM di tengah wabah covid-19 di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.
- b. untuk mengetahui bagaimana dampak strategi peningkatan volume penjualan UMKM di tengah wabah covid-19 di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.

2. Manfaat

a. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini ialah dapat memberikan pemahaman serta memperluas dan memperkaya ilmu pengetahuan. Selain itu, bisa menjadi sumbangsih pemikiran dalam

bidang pemasaran sekaligus menjadi bahan referensi selanjutnya khususnya terkait dengan analisis strategi peningkatan penjualan UMKM yang nantinya akan berguna sebagai bahan untuk kajian penelitian selanjutnya.

b. Manfaat praktis

1) Bagi pengusaha

Sebagai pedoman dalam menetapkan strategi peningkatan volume penjualan UMKM di tengah wabah covid-19.

2) Bagi akademik.

Sebagai sumbangsih referensi di perpustakaan UIN Mataram.

3) Bagi peneliti yang selanjutnya.

Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya pada bidang yang sama dengan variabel yang berbeda.

D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian

1. Ruang Lingkup

Mengenai ruang lingkup dan *setting* penelitian, maka erat kaitannya dengan batasan-batasan penelitian atau tempat lokasi dimana peneliti bisa mendapatkan informasi yang akan dijadikan objek penelitian. Peneliti tentunya menyadari bahwa dalam melakukan penelitian ini didasari masih adanya keterbatasan baik dari aspek ilmu pengetahuan, waktu, referensi, tenaga maupun aspek pendanaan. Oleh karena itu, dirasakan perlu untuk membatasi ruang lingkup penelitian.

2. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Banyumulek, Kecamatan Kediri, Kabupaten Lombok Barat. Karena Desa Banyumulek ini merupakan desa yang sangat terkenal dengan gerabahnya yang dimana sebagian besar bermata pencaharian sebagai pengrajin dan pengusaha gerabah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka apalagi di tengah wabah covid-19 seperti ini tentu mereka akan menghadapi beberapa risiko untuk meningkatkan pendapatan maka hal tersebut sangat menarik untuk dijadikan penelitian.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah pengusaha gerabah di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Sedangkan objek penelitian ini adalah strategi yang digunakan untuk peningkatan volume penjualan UMKM di tengah wabah covid-19 di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

Kajian Pustaka atau telaah Pustaka adalah teori yang menjadi dasar identifikasi terhadap studi karya-karya terdahulu yang terkait, untuk menjamin keaslian dan keabsahan penelitian yang dilakukan dan menambah teori yang digunakan dalam melakukan penelitian.

1. Skripsi yang disusun oleh Nurul Mazroatin Nikmah yang berjudul “Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Industri Kerajinan Gerabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat”.⁵ Permasalahan dalam penelitian ini yakni pasca kejadian Bom Bali pada bulan Oktober 2002 yang seketika mematikan usaha di Lombok termasuk Desa Banyumulek sendiri telah menurunkan hasil 50% penjualan hasil industri pariwisata, padahal sebelum ledakan bom Bali tersebut industri kerajinan gerabah Banyumulek mampu menyuplai produknya ke luar daerah (Bali) dan 25 diekspor keluar Negeri. Yang dimana sebagian besar masyarakat di Desa Banyumulek itu bergantung pada hasil penjualan gerabah. Sehingga aktivitas keseharian mereka ialah membuat kerajinan gerabah dengan itu pendapatan yang diperoleh dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Namun rendahnya harga yang diberikan oleh pengepul menjadi masalah tersendiri

⁵ Nurul Mazroatin Nikmah, “Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Industri Kerajinan Gerabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Mataram, 2018)

bagi para pengrajin dalam memenuhi kebutuhan sehingga perlu melakukan upaya dalam meningkatkan pendapatan guna memenuhi standar kebutuhan minimum. Adapun kaitannya dengan peningkatan pendapatan oleh para pedagang, maka perlu dikaji lebih mendalam dari sudut pandang teori ekonomi Islam tentang pendapatan mereka apakah pendapatan dan keuntungan yang didapatkan sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan upaya yang dilakukan pengrajin di Desa Banyumulek dalam meningkatkan pendapatan pada usaha industri kerajinan gerabah yakni meningkatkan produktivitas dengan cara melakukan pelatihan, menambah modal dengan modal sendiri atau meminjam di koperasi Wanita, memanfaatkan teknologi sebaik mungkin, meningkatkan kerja sama antar pengrajin dan meningkatkan etos kerja agar pengrajin bekerja secara jujur, bertanggung jawab dan ikhlas. Dalam mengelola modal harus berdasarkan prinsip ekonomi islam namun yang peneliti temukan sebagian para pengrajin masih bernaung pada koperasi konvensional. Karena di desa Banyumulek belum terdapat sebuah badan usaha yang berlabel syari'ah sehingga membuat para pengrajin meminjam pada koperasi tersebut.

Adapun yang perbedaan hasil penelitian yang dilakukan Nurul Mazroatin Nikmah memfokuskan pada upaya peningkatan pendapatan usaha industri dan memerhatikan secara perspektif islam, sedangkan yang

menjadi fokus penelitian yang dilakukan penulis yakni strategi apa yang akan digunakan untuk meningkatkan penjualan di tengah wabah covid-19 seperti ini. Sedangkan persamaannya yakni sama sama meneliti tentang Gerabah.

2. Skripsi yang disusun oleh Siti Komariah yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Gerabah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pekon Podomoro Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu.”⁶ Permasalahan penelitian ini adalah kondisi usaha gerabah di Pekon Podomoro saat ini berdasarkan faktor internal dan eksternal dan bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan dalam perspektif islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan berusaha melaksanakan pengkajian data deskriptif yang dituangkan dalam bentuk laporan atau uraian. Hasil dari penelitian ialah berdasarkan kondisi internal dan eksternal kerajinan gerabah bahwa komponen-komponen dalam pengembangan usaha tersebut belum terpenuhi secara baik sehingga perlu adanya perbaikan sistem agar kerajinan usaha gerabah dapat berkembang dengan baik. Faktor internal yaitu manajemen, pemasaran, keuangan dan produksi. Sedangkan eksternal yaitu ekonomi, sosial budaya lingkungan, pemerintah, teknologi dan kompetitif. Strategi pengembangan dalam mengembangkan usaha gerabah belum dijalankan sesuai dengan

⁶ Siti Komariah, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Gerabah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Dalam Perspektif Ekonomi Islam studi usaha gerabah Di Pekon Podomoro Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2020)

perencanaan suatu usaha sehingga belum berdampak signifikan terhadap pendapatan pengrajin dimana kesejahteraan para pengrajin hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah meneliti tentang usaha gerabah sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yakni penelitian memfokuskan strategi pengembangan usahanya sedangkan penulis memfokuskan pada strategi peningkatan volume penjualannya. .

3. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal” yang diteliti oleh Noer Aji Febriyanto. Permasalahan yang dihadapi peneliti yakni untuk mewujudkan pengembangan produk Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal dalam perkembangannya dituntut untuk memberikan banyak pilihan produk kepada konsumen dengan memperhatikan dimensi pengembangan produk itu sendiri yaitu meningkatnya jenis produk. Hal tersebut dapat dilihat dari empat tahun terakhir volume penjualan.⁷

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan *field research*. Dan penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder. Dari hasil pengolahan data diperoleh regresi linier sederhana $Y = 34,150 + 28,112X$. Besarnya pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan adalah 28,112%, berdasarkan hasil uji t signifikannya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa

⁷ Noer Aji Febriyanto, “Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal”, (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam, UIN Walisongo Semarang, 2015).

pengembangan produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, dibuktikan pada data penjualan yang terjadi pada tahun 2013-2014 dengan mengalami penurunan.

Adapun persamaan yang diteliti yakni membahas tentang volume penjualan. Sedangkan perbedaannya yakni Noer Aji Febriyanto memfokuskan pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan sedangkan penulis memfokuskan strategi peningkatan volume penjualan.

4. Skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Studi kasus Distro Equaltrev 16c Mulyojati Kota Metro” yang diteliti oleh Alfian Sugiarta.⁸ Strategi pemasaran adalah suatu cara atau wujud rencana yang terarah untuk memasarkan produk yang dihasilkan agar konsumen atau pelanggan tertarik untuk membelinya. Dan dari data yang didapat pada pemilik distro dan konsumen atau pelanggan dapat diketahui adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan volume penjualan. Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan di Distro Equaltrev 16c Mulyojati Kota Metro.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilakukan di Distro Equaltrev 16c Mulyojati Kota Metro. Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan volume

⁸ Alfin Sugiarta, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Studi kasus Distro Equaltrev 16c Mulyojati Kota Metro” (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Metro, 2019)

penjualan di Distro Equaltrev yaitu berkarakter yaitu konsumen atau pelanggan, aktif dalam media social, kreatif yang dalam hal ini pemilik Distro memberikan sofenir berupa stiker kepada pelanggan, serta menggunakan bauran pemasaran 4P yaitu price (harga) yang diberikan sesuai kualitas produk, promotion (promosi) dengan cara memasang banner, place (tempat) yang dijadikan untuk usaha distro strategis karena dekat dengan jalan raya dan product (produk) merek yang disajikan oleh distro equaltrev tidak dimiliki oleh distro lain.

Adapun persamaan dalam penelitian ini yaitu objek yang diteliti yaitu “Strategi” dalam meningkatkan volume penjualan. Sedangkan perbedaannya yakni studi kasus yang diteliti oleh Alfian Sugiarta di Distro Equaltrev 16c Mulyojati Kota Metro dan studi kasus penulis di Pengusaha Gerabah di Banyuwulek Kabupaten Lombok Barat.

5. Skripsi yang ditulis Mega Lestari yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Gerabah” di Lombok Barat. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas, harga dan distribusi terhadap volume penjualan gerabah di Lombok Barat.

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif variable independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1) harga (X2) distribusi (X3). Variabel dependen adalah volume penjualan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 34 responden dari populasi seluruh penjual gerabah yang ada di Lombok

Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk tidak begitupun dengan harga tidak mempengaruhi volume penjualan dengan nilai thitung $1,394 < T_{tabel} 1,697$, begitupun dengan harga tidak mempengaruhi volume penjualan pada kerajinan tangan gerabah dengan nilai thitung $0,734 < T_{tabel} 1,697$ dan distribusi tidak mempengaruhi volume penjualan pada kerajinan tangan gerabah dengan nilai t hitung $-0,004 < T_{tabel} 1,697$. Dan secara simultan kualitas produk, harga dan distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan gerabah di Lombok Barat. Berdasarkan nilai R aquar kedua variable X1, X2, X3 dan Y adalah sebesar 12,9% dan sisanya 87,1% dipengaruhi oleh variable lain.

Menelaah isi skripsi Mega Lestari membahas tentang dimana penelitiannya di latar belakang oleh semakin menurunnya volume penjualan gerabah ditandai dengan berkurangnya pedagang gerabah. Persamaan yang dilakukan oleh Mega Lestari dengan penulis teliti ialah tentang gerabah. Sedangkan perbedaannya ialah Mega lestari memfokuskan penelitiannya dipengaruhi kualitas produk, harga dan distribusi terhadap volume penjualan dan penulis teliti lebih fokus bagaimana strategi yang digunakan pengusaha Banyumulek untuk meningkatkan volume penjualannya.⁹

⁹ Mega Lestari, “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Gerabah Lombok Barat (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Mataram, 2019).

B. Kerangka teori

Kerangka teori dalam penelitian tentu dibutuhkan yang fungsinya menjelaskan kerangka umum. Selain itu juga untuk menjawab pertanyaan teoritis dari rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti.

1. Strategi

a. Pengertian strategi

Strategi berasal dari kata Yunani “*strategos*” dengan akar kata ‘*stratos*’ dan “*ag*”. *Stratos* berarti militer dan *ag* berarti memimpin. Pada awalnya strategi diartikan *generalship*. Sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan peperangan. Tidaklah mengherankan jika pada awalnya strategi selalu dikaitkan dengan siasat yang disusun untuk menghadapi perang pemasaran dan memenangkan pertarungan.¹⁰ Strategi pada dasarnya merupakan penerjemahan visi perusahaan ke dalam rumusan kebijakan jangka panjang untuk dijadikan pedoman dalam menggerakkan perusahaan ke tujuan yang telah direncanakan dengan konsisten serta untuk membuat keputusan yang relevan mengenai pemberdayaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.¹¹

Strategi dapat didefinisikan sebagai rencana permainan “*game plan*” yang dilakukan oleh manajemen untuk memposisikan perusahaan

¹⁰ Murdifi Haming dan Mahfud Nurnajamudin, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*, (Jakarta: Bumi Aksara,2014), hlm. 43

¹¹ *Ibid.*, hlm. 44

pada arena pasar yang dipilih supaya dapat memenangkan kompetisi, memuaskan pelanggannya dan mencapai kinerja bisnis yang baik.¹²

Sedangkan menurut Din Syamsudin, strategi mengandung arti :

- 1) Rencana dan cara seksama untuk mencapai tujuan.
- 2) Seni dalam mensiasati pelaksanaan rencana atau program untuk mencapai tujuan.
- 3) Sebuah penyesuaian terhadap lingkungan untuk menampilkan fungsi dan peran penting dalam mencapai keberhasilan.¹³

b. Aspek-aspek strategi

Strategi memiliki banyak aspek, beberapa aspek yang paling penting akan dijelaskan di bawah ini:¹⁴

- 1) Strategi sebagai statement pernyataan tujuan dan maksud

Tujuan dan maksud harus bertindak sebagai penggerak (pengemudi) masa depan. Peran strategi adalah menentukan, mengklarifikasi atau menyempurnakan tujuan.

- 2) Strategi sebagai suatu rencana tingkat tinggi

Strategi juga memperhatikan cara bagaimana agar tujuan atau maksud dapat dicapai. Secara umum, strategi cenderung berada pada tingkat yang lebih tinggi dan mengambil keseluruhan pandangan : rencana cenderung lebih rinci, lebih kuantitatif, dan lebih spesifik tentang waktu dan tanggung jawab.

¹² Jogiyanto, *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*, (Yogyakarta: C.V Andi,2006), hlm.31

¹³ Din Syamsudin, *Etik Agama dalam Membangun Masyarakat Madani*, (Jakarta: Logos, 2000), hlm.127

¹⁴ Lantip Diatprasojo, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: UNY Press,2018), hlm.5

3) Strategi sebagai sarana untuk mengalahkan kompetisi

Salah satu tujuan strategi adalah menang/keberhasilan dalam arti dapat mengalahkan pesaing dalam suatu permainan/persaingan. Untuk itu, strategi dibutuhkan agar tetap berada di depan pesaing sebagai suatu kelompok kekuatan.

4) Strategi sebagai menempatkan posisi untuk masa depan

Oleh karena itu, satu tujuan strategi untuk memposisikan perusahaan untuk masa depan sehingga siap menghadapi ketidakpastian. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan membuat perusahaan lebih bisa untuk beradaptasi.

2. Volume Penjualan

a. Pengertian volume penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).¹⁵

Beberapa definisi penjualan menurut para ahli sebagai berikut:

Menurut kertajaya, penjualan adalah bagaimana menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui produk atau jasa perusahaan. Dalam hal ini, *selling* berarti sebuah taktik yang dapat

¹⁵ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 166

mengintegrasikan perusahaan, pelanggan, dan relasi antara keduanya. Menurut Moekijat, *Selling* adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.¹⁶

Menurut winardi, penjualan adalah proses dimana sang penjual memastikan, mengaktifkan dan memuaskan kebutuhan atau keinginan sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak. Penjualan adalah sebagian usaha yang dilakukan oleh manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang telah dihasilkannya kepada mereka yang memerlukannya dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan (Sutamto). Menurut penjualan Basu Swasta, penjualan kegiatan-kegiatan pemasaran barang hasil produksi melalui promosi, personal selling, periklanan, dan publisitas sehingga dapat meningkatkan efektivitas pembelian konsumen dan perdagangan. Penjualan adalah suatu kegiatan untuk mendorong para pembeli, kegiatan ini merupakan kegiatan timbal balik dari para pembelian oleh karena itu perlu dimengerti proses atau kegiatan apa saja yang mengakibatkan atau mendorong penjualan.¹⁷

¹⁶ Willy Pratama Widharta dan Sugiono Sugiharto, "Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai" *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.2, No.1, 2013, hal.1

¹⁷ Eny Kustiyah, dan Irawan, "Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Volume Penjualan di Pasar Malam NGARSOPURA Surakarta", *Jurnal Paradigma*, vol.12, no.1, february-juli 2014, halm. 7

Sedangkan volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari operasional penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan barang yang dihasilkan penjual maka semakin besar pula laba yang dihasilkan penjual. Volume penjualan adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu. Jadi volume penjualan dapat dikatakan sebagai hasil kegiatan penjualan yang diukur dengan satuan.¹⁸

Penjualan merupakan salah satu yang paling penting dari suatu perusahaan. Perusahaan tidak dapat berkembang dengan baik jika tidak mampu menjual produk yang dihasilkannya, sebaliknya jika perusahaan mampu untuk terus meningkatkannya maka perusahaan tersebut akan mampu eksis dalam usaha.

Secara umum ada tiga tujuan utama dalam kegiatan penjualan yaitu :¹⁹

1. Mencapai volume penjualan tertentu.
2. Mendapatkan laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan Dalam praktek penjualan, adakalanya kegiatan penjualan itu tidak berjalan lancar atau terjadinya penurunan volume penjualan.

Menurut Winasrdi adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan tersebut yaitu :²⁰

¹⁸ Djamaludin Karim. "Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan", *Jurnal Emba*, vol.2, No.1, Maret 2014, hlm.423

¹⁹ Yamin Siregar, Winita,"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Sparepart Pada Pt. Calispo Multi Utama Medan", *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 3, No.1, 2017, hal. 34

1. Faktor dari luar perusahaan antara lain:

- a. Kebijakan Pemerintah Terutama di bidang ekonomi moneter dan perdagangan dapat mempengaruhi situasi penawaran dan permintaan barang dan jasa dipasar.
- b. Perkembangan Ekonomi Dunia Dengan struktur ekonomi terbuka saat ini perkembangan ekonomi dalam negeri tidak dapat terlepas dari perkembangan ekonomi dunia seperti perkembangan harga minyak internasional.
- c. Perkembangan sosial ekonomi masyarakat Perubahan sosial ekonomi yang terjadi dimasyarakat sangat berpengaruh terhadap pola permintaan mereka atas berbagai macam barang dan jasa.
- d. Situasi persaingan Besar kecilnya situasi persaingan dipasar akan mempengaruhi kedudukan jasa masing-masing perusahaan yang bersaing.

2. Faktor dari dalam Perusahaan antara lain:

- a. Kapasitas produksi pengadaan dana modal kerja paling sedikit untuk jangka pendek Kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan akan membatasi kemampuan mereka dalam memproduksi barang dan jasa sampai jumlah tertentu.
- b. Kesan pembeli terhadap hasil produksi Kesan pembeli terhadap barang dan jasa serta layanan yang mengiringinya sangat besar

pengaruhnya terhadap kelancaran penjualan hasil produksi dimasa yang akan datang.

- c. Kebijakan harga jual Harga jual produk yang diterapkan perusahaan dimasa mendatang dapat menentukan kedudukan perusahaan dalam persaingan pada hal kemampuan perusahaan untuk bersaing akan mempengaruhi besar kecilnya jumlah

Salah satu berhasil atau tidaknya suatu aktivitas penjualan sebuah perusahaan dari suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya volume penjualan yang dicapai oleh perusaha'an yang bersangkutan dalam suatu periode. Umumnya bila volume penjualan yang diperoleh rendah maka keuntungan akan rendah pula. Hal ini menunjukkan pada kita bahwa setiap perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan volume penjualannya seoptimal mungkin. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan, maka semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan.²¹

3. UMKM

Berdasarkan Undang-Undang No.20 tahun 2008 tentang UMKM ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah :²²

²¹ *Ibid.*, hlm. 40

²² Dimas Hendika Wibowo.Zainul Arifin.Sunarti."Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM", *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 29, No.1, Desember 2015,hlm.25

a. Usaha Mikro

Kriteria kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

b. Usaha Kecil

Kriteria Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Usaha Menengah²³

Kriteria Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Beikut adalah beberapa contoh usaha mulai dari usaha mikro contohnya : usaha gerabah, usaha batik, bisnis sablon kaos, warung kelontong dll. Contoh usaha kecil adalah sebagai berikut: restoran local, laundry, toko pakaian local dan masih banyak lagi. Yang terakhir

²³ *Ibid.*, hlm.26-27

contoh usaha menengah yaitu : bisnis fashion, bisnis agribisnis, bisnis tour and travel dan lain-lain.

4. Pandemi covid-19

Virus corona adalah virus yang menyerang sistem pernafasan. Penyakit karena infeksi virus ini disebut Covid-19 (Corona Virus Disease 2019). Virus corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernafasan infeksi paru-paru yang berat hingga kematian. Infeksi virus Corona pertama kali ditemukan di Kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Virus ini menular dengan sangat cepat dan telah menyebar ke hampir semua negara, termasuk Indonesia. Hal tersebut membuat beberapa negara menerapkan kebijakan untuk memberlakukan lockdown dalam rangka mencegah penyebaran virus Corona. Sejauh ini jumlah terpapar Covid-19 di global mencapai 3.727.301 orang di dunia. Sedangkan di Indonesia sendiri sebanyak 12.776 orang yang sudah positif terjangkit virus ini, dengan begitu Indonesia berada di urutan 36 dari 215 negara yang sudah terpapar (Menurut data WHO). Covid-19 yang merebak di Indonesia tidak hanya berdampak serius pada kesehatan masyarakat, namun juga mengancam stabilitas ekonomi Bumi Pertiwi. Munculnya penyakit Corona ini menimbulkan banyak dampak. Tidak hanya di Indonesia, tetapi seluruh dunia merasakan dampaknya. Pandemi virus corona yang menyebabkan Covid-19 semakin menghantam ekonomi

global. Akibat wabah ini, banyak pengusaha yang harus gulung tikar dan banyak yang ter PHK dari pekerjaannya.²⁴

Saat ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kembali dihadapkan dengan masalah yang besar. Kemunculan pandemi Covid-19 telah mempengaruhi perekonomian global, termasuk Indonesia. Dikhawatirkan bahwa pandemi kali ini akan membawa Indonesia menuju krisis yang kemungkinan lebih parah. Beberapa laporan awal mengindikasikan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi kelompok usaha yang terdampak sebab mereka memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap barang input eksternal.²⁵

Dapat disimpulkan bahwa Pandemi Covid-19 merupakan wabah virus yang mematikan serta penyebarannya sangat luas dan cepat hampir keseluruhan dunia. Dampak yang ditimbulkan bukan hanya berpengaruh pada kesehatan, namun sangat berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia.²⁶

5. Gerabah secara umum

Gerabah merupakan perkakas yang dibuat dari tanah liat dibentuk sedemikian rupa kemudian dilakukan pembakaran selanjutnya dijadikan alat-alat yang berguna membantu kehidupan sehari-hari. Menurut Murniati berpendapatan bahwa gerabah adalah peralatan yang terbuat dari tanah liat

²⁴ Puspa Indah Sari. 2020, "Peluang dan Tantangan Ekonomi Bisnis Indonesia di tengah Wabah Covid-19". <http://news.unimal.ac.id/index/single/1190/peluang-dan-tantangan-ekonomi-bisnis-indonesia-di-tengah-wabah-covid-19>", (diakses tanggal 2 September 2020).

²⁵ *Ibid.*,

²⁶ Putri Yasmin, "Ini arti Pandemi yang WHO Tetapkan untuk Virus Corona", dalam <https://news.detik.com/berita/d-4935658/ini-arti-pandemi-yang-who-tetapkan-untuk-virus-corona/>, diakses tanggal 12 Maret 2020.

dan dibakar. Sedangkan menurut Sarjana gerabah merupakan hasil budaya materi manusia yang ditemukan hampir diseluruh Negara. Gerabah dalam kajian arkeologi memiliki peran yang cukup penting. Selain itu, dapat mengungkap materi seperti bentuk, teknologi, seni, materi penyusun, juga segala yang dapat teramati dari gerabah dapat menggambarkan ide, kehidupan sosial maupun komunikasi dengan kehidupan lain.²⁷

Gerabah tradisional yang diproduksi oleh para pengrajin gerabah tradisional di Indonesia mayoritas lebih banyak sebagai bagian kegiatan industri rumah tangga, utamanya yang dilakukan para perempuan. Perajin mewarisi kegiatan ini telah berlangsung secara turun temurun (Lefferts dan Cort). Kegiatan ini pada umumnya juga dilakukan oleh para perajin gerabah tradisional diberbagai belahan dunia lainnya. Suatu kegiatan industri terkait dengan kegiatan masyarakat agraris yang dekat dengan aliran sungai (Chutia & Sarma). Masyarakat yang hidup sambal bercocok tanam umumnya memiliki waktu luang dalam menunggu musim panen memerlukan kegiatan yang erat dengan kegiatan keseharian. Mengolah tanah liat yang ada di sekitar pekarangan menjadi teman akrab masyarakat agraris dalam menunggu waktu luang tersebut (Gustami). Keahlian membentuk pada mulanya dilakukan tanpa peralatan yang rumit. Jemari tangan membentuk tanah liat plastis menjadi kegiatan yang tak dapat dilepaskan dari kegiatan mengolah tanah liat basah di ladang maupun persawahan. Tanah liat basah yang dibentuk dengan tangan telah

²⁷ Alfarizi Rida Safuan Selain, Cut Zuriana, "Kerajinan Gerabah Di Desa Ateuk Jawo, Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh", *Jurnal Mahasiswa Prodi Pendidikan Seni Drama, Tari Dan Musik*, Vol.1, No.3, Agustus 2016, hlm. 177

menghasilkan berbagai bentuk wadah dengan dimensi silinder. Hasil pembentukan setelah megering dibakar dengan ranting atau dedaunan kering hingga mengeras dan tahan air (Barlow & Elshabini). Hal itu berlanjut hingga sekarang dan masih tetap dilakukan para perajin gerabah tradisional di Indonesia.²⁸

C. Kerangka berpikir

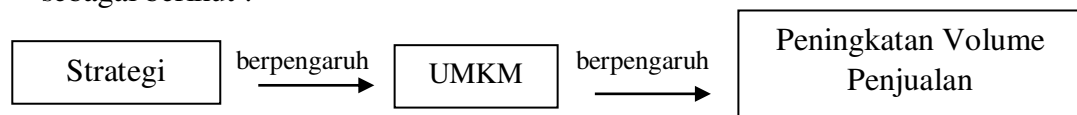
Kerangka berpikir merupakan diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalan dari sebuah penelitian. Kerangka berpikir disusun berdasarkan pernyataan penelitian dan mewakili suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan dari beberapa konsep tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud menganalisis strategi yang digunakan untuk peningkatan volume penjualan UMKM (pengusaha gerabah) di tengah wabah Covid-19. Strategi merupakan metode yang digunakan untuk menggapai sebuah pencapaian yang menjadi tujuan dari sebuah perusahaan, dimana dalam prosesnya terdapat strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan UMKM. Penjualan merupakan salah satu proses pemasaran yang dilakukan untuk mendapatkan laba dari sebuah bisnis. Dengan meningkatkan volume penjualan maka para pengusaha harus lebih memantapkan dan memilih strategi yang tepat. Dimana volume penjualan ini adalah jumlah dari penjualan barang/ banyaknya barang yang terjual. Terlebih UMKM di tengah wabah covid-19 ini sangat merasakan dampaknya sehingaa

²⁸ Ponimin, Triyono Widodo, dan Oktaviana Asmi Nusantari, "Pengembangan Desain Gerabah Tradisional Sentra Pagelaran Malang Dengan Teknik Aplikasi Serat Alam Melalui Program Kemitraan Masyarakat", *Jurnal Imajianasi*, vol.XIII, no.2, juli 2019. Hal.67

mereka harus menyiapkan strategi yang baik agar mampu bertahan dengan pesaing di sekitarnya. .

Adapun kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Perpustakaan UIN Mataram

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara dan langkah-langkah ilmiah yang dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang ada di lokasi penelitian sekaligus mengumpulkan data dan indikasi yang dipandang akan menjawab permasalahan yang diteliti.²⁹ Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya.³⁰

B. Jenis dan Pendekatan penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau lokasi penelitian dalam kancah sebenarnya. Penelitian *field research* dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian, dalam

²⁹ Sahya Anggara, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung:CV Pustaka Setia,2015) hlm.13

³⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm.21

penelitian ini bersumber pada lokasi Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.³¹

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif, dengan berbagai pertimbangan, pertama metode kualitatif lebih mudah penyesuaiannya apabila berhadapan dengan kenyataan. Kedua, menyajikan secara langsung hakekat hubungan antara peneliti dan informan. Dan yang ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman bersama terhadap pola nilai yang dihadapi.³² Pendekatan ini peneliti gunakan karena peneliti merasa bahwa harus ada kesesuaian antara permasalahan yang dibahas tentang strategi peningkatan volume penjualan UMKM di tengah wabah covid-19 (studi kasus pengusaha gerabah di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat) dimana strategi ini sebagai objek penelitian sesuai dengan keadaan sebenarnya yang dimulai dari lapangan.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan sekitar satu bulan mulai dari tanggal 10 Mei sampai 10 Juni yang dilakukan di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat yang tergolong dalam melakukan usaha gerabah.

³¹ Sugiono, *Metodologi penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 24

³² Lexy J Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008) hlm. 10

D. Jenis dan Sumber data

1. Jenis Data

Ada dua jenis data pada umumnya, yakni data kuantitatif dan data kualitatif.

a. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.³³

b. Data kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka, akan tetapi data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data penelitian kualitatif berupa gambaran objek umum objek penelitian.³⁴ Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dimana data ini berdasarkan kualitas dari suatu objek atau fenomena. Data ini juga mampu menggambarkan objek penelitian secara detail dengan uraian yang tidak dapat dijelaskan secara numerik.

2. Sumber Data

Sumber data adalah salah satu yang paling vital dalam penelitian. Kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data, maka data yang diperoleh juga akan meleset dari yang diharapkan. Oleh karena itu, peneliti harus mampu memahami sumber data mana yang mesti digunakan dalam penelitiannya itu.

³³ Sugiyono, *Statistik untuk Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.15

³⁴ Neong Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rakesarasin, 1996),

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data primer adalah jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber utamanya (sumber asli), baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif. Dengan kata lain data primer merupakan data murni yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan secara langsung, yang masih memerlukan pengolahan lebih lanjut barulah data tersebut memiliki arti.³⁵ Dalam mengumpulkan data primer diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pengusaha gerabah di Banyumulek.

Data primer dalam penelitian ini akan didapatkan akan didapatkan dari hasil keterangan informasi dari narasumber yang dihubungi pada saat wawancara, yaitu pengusaha gerabah di Banyumulek didapatkan pengusaha Art Shop Ibu Hj. Haerunnisa pemilik “Banyu Andika”, Ibu Hj. Haerani pemilik “Banyu Urip” dan Ibu Hj. Sakmah pemilik “Banyu Cantika” karena mereka adalah sumber asli, seperti yang sudah saya jelaskan data pimer adalah data yang didapatkan dari sumber aslinya berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan pihak yang bersangkutan.

2. Data sekunder adalah jenis data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangannya, baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif.³⁶

³⁵ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm 122

³⁶ *Ibid.*, hlm. 121

Dimana data ini berasal dari tangan kedua, ketiga dan bahkan seterusnya, sehingga bukan dari sumber utamanya. Berdasarkan penjelasan di atas, maka data sekunder ini diperoleh dari buku-buku kepustakaan dengan menelaah karya-karya para sarjana.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ilmiah. Instrumen penelitian kemudian dianalisa menggunakan metode penelitian yang akan diambil. Dalam penelitian kualitatif dan kuantitatif memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Misalnya dalam penelitian kualitatif menggunakan wawancara, sedangkan penelitian kuantitatif menggunakan angket atau kuisioner.³⁷

Dalam penelitian kualitatif, alat atau instrument utama pengumpulan data adalah manusia atau peneliti itu sendiri dengan cara mengamati, bertanya, mendengar, meminta dan mengambil data penelitian. Peneliti pun harus mendapatkan data yang valid sehingga tidak sembarangan narasumber yang diwawancarai. Maka sebab itu, kondisi informan pun harus jelas sesuai dengan kebutuhan data agar dapat diakui kebenaran datanya.³⁸

Untuk mengumpulkan data dari sumber informasi (informan), peneliti sebagai instrumen utama penelitian memerlukan instrumen bantuan. Ada dua bantuan yang lazim digunakan yaitu sebagai berikut : 1) pedoman wawancara yang mendalam. Ini adalah suatu tulisan singkat yang berisikan daftar

³⁷ Dr. dhian Tyas Untari, SE. M.M, *Metodologi penelitian:penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis*, (Banyumas:CV. Pena Persada, 2018), hlm. 40

³⁸ Thalha Alhamid dan Budur Anufia, *Resume:Instrumen Pengumpulan Data*, (Sorong:STAIN sorong, 2019), hlm. 4

informasi yang perlu dikumpulkan. Pertanyaan-pertanyaan lazimnya bersifat umum yang memerlukan jawaban yang cukup panjang, bukan jawaban biasa seperti “iya” atau “tidak”. 2) alat rekaman. Peneliti dapat menggunakan alat rekaman seperti tape recorder, telepon seluler, kamera foto, dan kamera video untuk merekam hasil wawancara.

F. Tehknik Pengumpulan Data

1. Observasi atau pengamatan

Observasi merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis. Pengamatan dapat dilakukan secara terlibat (partisipatif) ataupun nonpartisipatif. Maksudnya, pengamatan terlibat merupakan jenis pengamatan yang melibatkan peneliti dalam kegiatan orang yang menjadi sasaran penelitian, tanpa mengakibatkan perubahan pada kegiatan atau aktivitas yang bersangkutan dan tentu saja dalam hal ini peneliti tidak menutupi dirinya selaku peneliti. Untuk menyempurnakan aktivitas pengamatan partisipatif ini, peneliti harus mengikuti kegiatan keseharian yang dilakukan informan dalam waktu tertentu, memerhatikan apa yang terjadi, mendengarkan apa yang dikatakannya, mempertanyakan informasi yang menarik, dan mempelajari dokumen yang dimiliki.³⁹

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau proses interaksi antara

³⁹ Mumammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Edisi Kedua* (Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta: Penerbit Erlangga,2009) hlm. 101.

pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.⁴⁰

Proses wawancara yang peneliti lakukan dimulai dari percakapan yang bersifat perkenalan serta menciptakan hubungan yang serasi antara peneliti dan subjek lalu dimulailah membicarakan persoalan tujuan dari wawancara tersebut dan harapan subjek bisa membantu memberikan informasi sebagai jawaban dari permasalahan yang peneliti dapatkan.

Metode ini peneliti gunakan untuk mencari informasi mengenai bagaimana strategi peningkatan volume penjualan di tengah wabah covid-19 studi kasus pengusaha gerabah di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat dan dampak dari strategi peningkatan volume penjualan di tengah wabah covid-19 studi kasus pengusaha gerabah di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.

3. Dokumentasi

Pengertian dari kata dokumen ini menurut Gottschalk sering kali digunakan para ahli dalam dua pengertian, yaitu *pertama*, berarti sumber tertulis bagi informasi sejarah sebagai kebalikan daripada kesaksian lisan,

⁴⁰ Muri Yusuf, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm.372

artefak, peninggalan-peninggalan terlukis dan petilasan-petilasan arkeologis. Pengertian *kedua* diperuntukkan bagi surat-surat resmi dan surat-surat negara, seperti surat perjanjian, undang-undang, hibah, konsesi, dan lainnya. Lebih lanjut, Gottschalk menyatakan bahwa dokumen (dokumentasi) dalam pengertiannya yang lebih luas berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tulisan, lisan, gambaran, atau arkeologis.⁴¹

G. Teknik analisis data

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap bahan-bahan tersebut agar dapat diinterpretasikan temuannya kepada orang lain.

Analisis data melibatkan pengerjaan data, organisasi data, pemilahan menjadi satuan-satuan tertentu, sintesis data, pelacakan pola, penemuan hal-hal yang penting dan dipelajari dan penentuan apa yang harus dikemukakan kepada orang lain, sehingga pekerjaan analisis data dalam penelitian kualitatif bergerak dari penulisan deskripsi kasar sampai pada produk penelitian. Dengan kata lain, dalam penelitian kualitatif berdasarkan kurun waktunya, data dianalisis pada saat pengumpulan data dan setelah selesai pengumpulan data.⁴²

⁴¹ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017) hlm. 175

⁴² Nurul Zuriyah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan, Teori-Aplikasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009) hlm. 217

Miles dan Hiberman, seperti yang dikutip Sugiyono, menyebutkan ada tiga macam langkah pengolahan data kualitatif, yaitu :⁴³

1. Reduksi data (*data reduction*), dalam tahap ini peneliti melakukan pemilihan dan pemustaan perhatian untuk menyederhanakan, abstraksi dan transformasi data kasar yang diperoleh. Berdasarkan hal ini, Sanafiah Faisal mengemukakan bahwa analisis kualitatif fokusnya pada pertunjukkan makna, deskripsi, penjernihan dan penempatan data-data masing-masing dan sering melukiskan dalam kata-kata dari pada dalam angka-angka. Langkah-langkah yang dilakukan adalah menajamkan analisis, menggolongkan atau pengkategorisasian kedalam setiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik dan diversifikasi. Data yang reduksi akan lebih mempermudah peneliti untuk proses selanjutnya.
2. Penyajian Data (*data display*), peneliti mengembangkan sebuah deskripsi informasi untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Display data atau penyajian data yang lazim digunakan pada langkah ini adalah dalam bentuk teks narasi, bagan, hubungan antar kategori serta diagram alur. Penyajian data dalam bentuk tersebut mempermudah peneliti dalam memahami apa yang terjadi. Pada langkah ini, peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga informasi yang didapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu untuk menjawab masalah penelitian.

⁴³ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung:Alfabeta, 2017), hlm. 245-246

3. Penarikan Kesimpulan (*conclusion drawing and verification*), peneliti berusaha menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi dengan mencari makna setiap gejala yang diperolehnya dari lapangan, mencatat keteraturan dan konfigurasi yang mungkin ada, alur kausalitas dari fenomena dan proporsi. Hal semacam ini dilakukan dengan cara peneliti membaca seluruh transkrip wawancara yang ada dan mendeskripsikan seluruh pengalaman yang ditemukan di lapangan.

H. Pengecekan Keabsahan Data

Penelitian kualitatif memandang obyek sebagai sesuatu yang dinamis, hasil konstruksi pemikiran dan interpretasi terhadap gejala yang diamati, serta utuh, karena setiap aspek dari obyek itu mempunyai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, sehingga dalam penelitian kualitatif umumnya memerlukan waktu yang lebih panjang serta diperlukan pengujian keabsahan data, karena tujuan penelitian kualitatif adalah bersifat penemuan. Ada beberapa teknik dalam pengujian keabsahan yaitu, uji *kredibilitas, transferability, dependability dan confirmability*.⁴⁴

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kriteria kredibilitas dengan teknik pemeriksaan berupa triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Dimana dalam penelitian ini peneliti menghubungkan penggunaan sumber, yakni membandingkan informasi yang diperoleh pada waktu yang berbeda. Dalam hal ini peneliti membandingkan data hasil temuannya dengan data-data lain

⁴⁴ Umar Sidiq, Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (Ponorogo : CV. Nata Karya, 2019), hlm.87-88

hasil pengamatan dengan data hasil seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.⁴⁵

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan peneliti dalam menyusun skripsi adalah bentuk sistematika penelitian kualitatif. Penulisan skripsi ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, telaah Pustaka, kerangka teori, metode penelitian, sistematika pembahasan dan rencana jadwal kegiatan penelitian.

BAB II PAPARAN DATA DAN TEMUAN, pada bab ini peneliti akan menguraikan secara singkat gambaran lokasi penelitian, analisis strategi peningkatan penjualan UMKM di tengah wabah covid-19 di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.

BAB III PEMBAHASAN, pada bab ini akan diuraikan tentang pembahasan dan analisis terhadap data-data hasil temuan yang telah dipaparkan pada BAB II sebelumnya dengan menganalisis lebih terperinci tentang hasil temuan sesuai dengan tema penelitian.

BAB IV PENUTUP, bab ini adalah bab akhir yang terdiri dari kesimpulan hasil penelitian yang merupakan jawaban dari fokus kajian dan saran-saran peneliti terhadap agar lebih memperkenalkan.

⁴⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung : CV. Afabeta,2019), hlm.361

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Berdirinya Desa Banyumulek

Desa Banyumulek merupakan salah satu desa dari 10 desa yang ada di kecamatan Kediri. Menurut sejarahnya desa Banyumulek telah ada sejak abad 17-18, berawal dari cerita seorang kakek yang bernama papuk Mulek yang berasal dari keturunan Selaparang, beliau menetap dan tinggal di Desa Banyumulek. Suatu ketika beliau ingin membuat suatu wadah yang dimana wadah ini nantinya dapat membantu kehidupan warga desa Banyumulek. Pada awalnya papuk Mulek beserta beberapa warga membuat sebuah gentong untuk wadah air dan periuk alat memasak nasi dan diberikan sedikit hiasan kuda-kudaan.

Papuk Mulek dianggap sebagai tokoh pemula dalam pembuatan gerabah Banyumulek yang diwariskan secara turun temurun hingga saat ini. Pada akhirnya sebagian besar warga desa Banyumulek bermata pencaharian sebagai pengusaha gerabah. Desa Banyumulek muncul karena latar belakang kondisi alamnya yang kurang menguntungkan karena setiap musim hujan air sungai babak dan meluap yang menyebabkan banjir. Air ini kemudian mengalir terus ke Desa Gapuk sampai ke Desa Babak. Oleh karena itu, desa ini dikenal

dengan Desa Banyumulek. Nama Desa Banyumulek diambil dari bahasa sasak, Banyu berarti air dan Mulek berarti berputar karena aliran air sungai babak hanya berputar-putar (Mulek) di wilayah itu saja.⁴⁶

Sejak berdirinya Desa Banyumulek, yang merupakan induk dari 2 desa yaitu desa Dasan Baru pada tahun 1998 dan desa lelede pada tahun 2011, sebelum tahun 1998 (pemekaran Desa Dasan Baru) Desa Banyumulek terdiri dari 5 dusun yaitu :

- a. Dusun Banyumulek Barat
- b. Dusun Banyumulek Timur
- c. Dusun Kerangkeng
- d. Dusun Dasan Baru

Sebelum Desa Lelede dimekarkan bahwa, desa Banyumulek berjumlah 16 dusun, setelah dimekarkan Desa Banyumulek memiliki 10 dusun yaitu :

- 1) Dusun Banyumulek Timur
- 2) Dusun Banyumulek Barat
- 3) Dusun Karang Pande
- 4) Dusun Tawar Dusun
- 5) Dusun Pegondongan Indah
- 6) Dusun Muhajirin
- 7) Dusun Mekar Sari

⁴⁶ *Dokumentasi*, Profil Desa Banyumulek, 1 juni 2021

- 8) Dusun Gubuk Baru
- 9) Dusun Kerangkeng Barat
- 10) Dusun Kerangkeng Timur

Pemekaran dilakukan karena melihat perkembangan dan luas wilayah, jumlah penduduk serta aspirasi dari masyarakat di wilayah pemekaran yang sudah sesuai dengan tatanan yang berlaku tentang pemekaran desa. Berdasarkan UUS nomor 22 tahun 1999 tentang pemerintahan daerah pada tahun 2001 desa melaksanakan pemekaran.

b. Letak Geografis

Desa Banyumulek merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Letaknya dibagian barat pulau Lombok. Jarak tempuh ke Ibu Kota Kecamatan sejauh 2 kilometer dengan lama tempuh sekitar 10 menit melalui prasarana jalan yang cukup baik. Jarak tempuh dari Ibu Kota Mataram sejauh 5 kilometer dengan lama tempuh 15-20 menit melalui prasarana jalan yang cukup baik. Desa Banyumulek berada dilingkungan pemerintah Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat dengan batasan-batasan sebagai berikut :⁴⁷

- a. Sebelah utara : Desa Telagawaru
- b. Sebelah selatan : Desa Dasan Baru
- c. Sebelah timur : Desa Lelede
- d. Sebelah barat : Desa Suka makmur

⁴⁷ *Ibid.*,

c. Keadaan Demografis dan Jumlah Penduduk

Berdasarkan hasil pendataan jumlah penduduk Desa Banyumulek tahun 2020 sebanyak 7885 jiwa yang terdiri dari laki-laki 3695 jiwa, perempuan 4190 jiwa dan 2539 KK (kepala keluarga) dengan tingkat penyebaran yang merata di semua dusun.⁴⁸ (terlampir)

d. Keadaan Pendidikan

Desa Banyumulek merupakan tergolong dengan desa yang padat akan pertumbuhan penduduk ini dapat dilihat dari tingkat Pendidikan masyarakat disana sangat beragam mulai dari ada yang ada yang belum sekolah, ada yang sedang sekolah bahkan ada yang sama sekali tidak pernah sekolah sekitar 711 laki-laki dan 1071 perempuan. Tingkat Pendidikan yang paling tinggi di Desa Banyumulek adalah S2 sekitar 5 orang laki-laki.⁴⁹(terlampir)

e. Keadaan Ekonomi

Berdasarkan fakta geografisnya Desa Banyumulek merupakan desa pertanian (agraris), tetapi yang perlu diketahui bahwa sebagian besar pemilik lahan pertanian di Desa Banyumulek merupakan hak milik atau dikuasai oleh warga yang berasal dari luar wilayah Desa Banyumulek, sehingga penduduk yang bermata pencaharian sebagai petani sangat minim. Mata pencaharian terbesar warga Desa Banyumulek yang paling

⁴⁸ *Ibid.*,

⁴⁹ *Ibid.*,

dominan ialah sebagai pengrajin gerabah dan pengusaha Art Shop gerabah sebanyak 1227 perempuan dan 23 laki-laki.⁵⁰(terlampir)

f. Keadaan Agama

Sebagian besar masyarakat Desa Banyumulek beragama islam sebanyak 3.684 laki-laki dan 4.190 perempuan dan yang beragama hindu hanya 1 orang laki-laki.⁵¹ (terlampir)

B. Paparan Hasil Penelitian

1. Strategi Peningkatan Volume Penjualan UMKM Di Tengah Wabah Covid-19 Studi Kasus Pengusaha Gerabah Di Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat

Gerabah merupakan mata pencaharian terbesar bagi warga di desa Banyumulek dan usaha ini sudah turun temurun. Tentunya di tengah wabah covid-19 hampir seluruh UMKM merasakan dampaknya, tidak terkecuali pengusaha art shop gerabah di desa Banyumulek. Disini peneliti mewawancarai seluruh pengusaha art shop sebanyak 12 pengusaha. Akan tetapi jawaban yang diberikan dari hasil wawancara itu memberikan jawaban yang hampir sama sehingga dalam paparan hasil penelitian ini hanya mengangkat 3 responden penelitian, yang cukup menjawab semua pertanyaan peneliti.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dimana peneliti melakukan wawancara dengan ibu Hj. Haerunnisa selaku pemilik

⁵⁰ *Ibid.*,

⁵¹ *Ibid.*,

art shop Banyu Andika. Dari informasi yang didapatkan beliau mengatakan :

“Usaha ini mulai dai tahun 90an dan usaha turun temurun dari buyut saya. Jenis gerabah yang saya jual berbagai jenis dari peralatan dapur, hiasan dinding, pot bunga, celengan dan masih banyak lagi. Harga gerabah disini mulai dari Rp.7.000- Rp.200.000 tergantung kalau ada yang custom harga sesuai kerumitannya.”⁵²

Selain itu hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Hj.Haerani pemilik Banyu Urip Art Shop. Dimana beliau mengatakan :

“ usaha art shop gerabah ini dimulai pada tahun 90-an dan usaha ini sudah turun temurun, dan usaha art shop saya ini sekarang adalah usaha art shop terbesar dari art shop lainnya. Saya mempunyai dua cabang art shop, cabang pertama berada di Banyumulek dan cabang kedua berada di daerah Rumak. Jenis gerabah yang saya jual disini ada peralatan dapur, peralatan mandi, hiasan dinding, pot bunga, asbak, guci, tong mandi, hiasan dinding kaligrafi, celengan dan masih banyak lagi. Terkait harga jual produk, bervariasi tergantung bentuk dan ukurannya. Termahal yakni pot jumbo seharga Rp. 250.000 dan termurah mulai dari Rp. 5.000 saja untuk jenis pot anggrek. Harga yang dipatok pun terbilang terjangkau menyesuaikan ukiran dan kerumitan dari hasil gerabah ini.”⁵³

Usaha gerabah di Banyumulek adalah usaha turun temurun yang tak pernah putus untuk generasi penerusnya. Gerabah ini akan tetap menjadi ciri khas sendiri dari Desa Banyumulek. Sebagian besar warga disana juga tidak ingin berpaling untuk membuka usaha lain, karena mereka tahu bahwa gerabah ini memiliki keunikan sendiri dan nilai seni yang tinggi yaitu hasil tangan sendiri dari kreativitas sendiri dari para pengrajinnya. Harga yang dipasarkan oleh pengusaha art shop ini pun terbilang cukup terjangkau, karena rata-rata pengusaha art shop ini mengambil barang langsung dari para pengrajin gerabah di Banyumulek.

⁵² Hj. Haerunnisa, *Wawancara*, Banyumulek, 1 juni 2021

⁵³ Hj. Haerani, *Wawancara*, 1 juni 2021

Saat Covid-19 ini mulai masuk di Indonesia, perekonomian pun bergejolak terlebih terhadap UMKM termasuk para pengusaha art shop ini bisa langsung merasakan dampaknya. Bisa kita lihat dari hasil wawancara berikut :

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Hj. Haerunnisa selaku pemilik art shop Banyu Andika, beliau mengatakan :

“Pada awal wabah covid-19 ini masuk ke Lombok, usaha art shop yang saya jalankan menjadi sepi dari sebelumnya dikarenakan pemerintah menghimbau kita agar segala aktivitas dilakukan dari rumah, sehingga itulah yang membuat pembeli bahkan wisatawan yang biasa membeli oleh-oleh tidak kunjung datang.”⁵⁴

Selain itu hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Hj. Haerani pemilik Banyu Urip Art Shop. Dimana beliau mengatakan :

“Situasi covid-19 sangat berdampak sekali kepada usaha saya, karena pada sebelum covid-19 ini melanda usaha saya lancar sekali sampai saya bisa mengekspor ke luar negeri seperti Jepang, Amerika dan Spanyol. Karena anak saya sering dipanggil oleh pihak hotel menjadi *guide* dan anak saya yang sering membawa wisatawan asing ke Desa Banyumulek. Kalau sebelumnya saya hanya membuka art shop di rumah saja dan menunggu pembeli datang, namun sekarang begitu sepi sehingga saya menggunakan strategi untuk meningkatkan penjualan yakni, dengan memanfaatkan teknologi seperti sosial media.”⁵⁵

Pengusaha art shop di Banyumulek ini pun harus mencari cara atau menerapkan strategi yang bisa membuat mereka bertahan di tengah wabah Covid-19. Strategi yang baik dan tepat akan menentukan pengusaha tersebut mencapai tujuannya salah satunya meningkatkan volume penjualannya.

⁵⁴ Hj. Haerunnisa, *Wawancara*, Banyumulek, 1 juni 2021

⁵⁵ Hj. Haerani, *Wawancara*, 1 juni 2021

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Hj. Haerunnisa selaku pemilik art shop Banyu Andika, beliau mengatakan :

“Strategi yang saya gunakan hampir sama dengan sebelum covid-19 untuk meningkatkan penjualan pun tidak seberapa hanya membuka toko di rumah saja dan menggunakan reseller. Reseller ini cukup membantu saya dalam meningkatkan volume penjualan. Jumlah reseller saya sebelum covid-19 sebanyak 3 orang. Harga yang saya berikan kepada reseller tentu lebih murah, contohnya seperti harga asbak Rp.10.000 menjadi harga Rp.8.000, sehingga rata-rata harga jenis gerabah hampir semua mendapat potongan harga sebesar 20%. Selebihnya reseller yang akan menentukan harga berapa yang akan dipasarkan. Dalam sebulan rata-rata reseller mampu menjual 10-30/unit gerabah dengan berbagai jenis gerabah seperti vas bunga, pot bunga, asbak, celengan dan masih banyak lagi”.⁵⁶

Selain itu hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Hj. Haerani pemilik Banyu Urip Art Shop. Dimana beliau mengatakan :

“Saya menggunakan sosial media seperti Facebook untuk mempromosikan art shop saya. Saya menggunakan Facebook ini sejak awal bulan April 2020, dimana pada bulan sebelumnya yaitu bulan maret pemerintah sudah mengambil tindakan pencegahan covid-19 ini berupa PSBB, maka hal itu membuat usaha begitu sepi. Namun dengan mulainya saya menggunakan Facebook sebagai tempat mempromosikan art shop saya, cukup membantu usaha art shop saya bertahan di tengah pandemi ini.”⁵⁷

Selain itu hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada ibu Sakmah pemilik Banyu Cantika. Dimana beliau mengatakan :

“Harga gerabah yang saya jual mulai dari Rp.7.000-Rp.200.000, namun sejak covid-19 saya menurunkan harga barang/diskon yang berbeda dari sebelum covid-19 menjadi Rp.5.000 harga terendah dan setiap produk itu diturunkan harganya sebesar 10%. Karena covid-19 ini sangat berdampak langsung kepada art shop saya, sehingga volume penjualan saya menurun drastis perbulannya. Keuntungan yang saya dapatkan dari biasanya per produk itu sekitar 20%-40%/produknya. Dengan saya menurunkan harga tentunya tidak terlalu mengurangi keuntungan yang saya dapatkan, karena gerabah yang ini saya membeli di para pengrajin dengan harga yang cukup murah, contohnya harga asbak yang diberikan

⁵⁶ Hj. Haerunnisa, *Wawancara*, Banyumulek, 1 juni 2021

⁵⁷ Hj. Haerani, *Wawancara*, 1 juni 2021

pengrajin sebesar Rp. 5.000 dan saya jual kembali dengan harga dua kali lipat untuk warga lokal bahkan tiga kali lipat untuk para wisatawan yang biasa berkunjung. Strategi yang saya gunakan sebelum dan sesudah covid-19 ini melanda hanya dengan membuka usaha di rumah dikarenakan saya tidak tau lagi bagaimana cara memasarkan selain menunggu pelanggan/wisatawan datang dan menurunkan harga barang menjadi lebih murah dari biasanya.”⁵⁸

Dari hasil wawancara dengan ibu Sakmah yang menggunakan strategi menurunkan harga/diskon berikut adalah daftar harga gerabah sebelum di diskon dan sesudah didiskon. (terlampir)

2. Dampak Strategi Peningkatan Volume Penjualan UMKM Di Tengah Wabah Covid-19 Studi Kasus Pengusaha Gerabah Di Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat

Strategi merupakan kunci dari sebuah kesuksesan seorang pengusaha karena strategilah tujuan dari perusahaan tersebut bisa tercapai. Sehingga dampak dari strategi sangat berpengaruh langsung kepada perusahaan dari segi pendapatan, sampai peningkatan volume penjualan.

Strategi yang diterapkan pengusaha art shop di Banyumulek memiliki dampak yang berbeda-beda terhadap penjualannya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada ibu Hj. Haerunnisa pemilik art shop Banyu Andika. Dimana beliau mengatakan :

“Strategi yang saya gunakan seperti membuka toko di rumah menggunakan reseller hal itu cukup membantu usaha saya bertahan di tengah pandemi covid-19. Para reseller inilah yang cukup mempertahankan pendapatan saya seperti sebelumnya, dimana mereka mampu menjual beberapa unit/ per bulannya. Terkait jarak yang berdekatan antara pengusaha art shop bukanlah suatu masalah untuk kami disini, karena kami berada di Desa wisata Banyumulek yang khas dengan gerabahnya maka sebagian besar mata pencaharian warga disini menjadi

⁵⁸ Sakmah, *Wawancara*, 1 juni 2021

pengrajin dan pengusaha art shop gerabah dan letak usaha saya ini menguntungkan karena art shop saya letaknya paling depan sehingga para pengunjung akan bisa melihat jelas gerabah yang saya jual. Karena nantinya pengunjung yang datang membeli gerabah bermacam-macam selernya, sehingga jika gerabah yang dicarinya tidak ada di saya maka mereka akan mencari di pengusaha art shop lainnya. Dampak dari strategi yang saya terapkan membuat tingkat volume penjualan stabil dilihat penjualan pertahun/unit dan bisa dilihat volume penjualan saya tetap. Rencana kedepannya saya ingin memasarkan lebih jauh lagi dan menambah lebih banyak lagi reseller saya bukan hanya berjualan dirumah saja”.⁵⁹

Selain itu hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada ibu Hj.

Haerani pemilik art shop Banyu Urip. Dimana beliau mengatakan :

“ Strategi yang saya terapkan menggunakan sosmed seperti facebook untuk promosi sangat berdampak langsung ke usaha saya dan membantu saya dalam meningkatkan volume penjualan. Awal covid-19 ini pesanan saya membludak sekali, karena terkait tindakan yang diterapkan Pemerintah untuk selalu menggunakan masker dan selalu mencuci tangan membuat jenis gerabah seperti pot berukuran besar/ gentong air saya banyak dipesan untuk digunakan mencuci tangan. Di covid-19 seperti ini banyak orang yang begitu bosan karena lebih banyak beraktivitas di rumah, sehingga banyak yang melakukan hal-hal baru untuk menambah kegiatan di rumah seperti mengoleksi tanaman hias, dimana mereka menggunakan vas bunga ada juga menggunakan pot dari gerabah dan hal itu membuat vas bunga dan pot bunga saya banyak terjual. Berbagai motif vas bunga dan pot bunga yang jarang dilirik pun kini mendapatkan tempatnya, dan gerabah yang laku keras di usaha tembikarnya ini yaitu berupa motif goresan atau ukiran garis sederhana. Jarak kami yang berdekatan bukan masalah untuk kami harus bersaing ketat karena saya memiliki pelanggan yang sudah lama berbelanja di usaha kami. Intinya kami saling melengkapi ketika gerabah yang dicari tidak ada atau habis maka si pelanggan akan mencari ke art shop lainnya. Dampak dari strategi yang saya terapkan membuat volume penjualan usaha saya ini semakin naik dari awal April 2020 sejak mulai menggunakan facebook sampai satu periode, tentu bisa dilihat dari volume penjualan saya yang meningkat karena kami bisa menjual 20-30 vas bunga dan pot bunga besar atau gentong gerabah/bulannya. Rencana saya ke depan ingin memanfaatkan sosial media yang lainnya untuk membuka online shop agar jangkauan konsumen saya lebih luas lagi”.⁶⁰

⁵⁹ Hj. Haerunnisa, *Wawancara*, Banyumulek, 1 juni 2021

⁶⁰ Hj. Haerani, *Wawancara*, 1 juni 2021

Selain itu hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada ibu Sakmah pemilik art shop Banyu Cantika. Dimana beliau mengatakan:

“ Strategi yang saya gunakan hanya dengan membuka art shop di rumah saja, dan menurunkan harga barang berbeda dari sebelum covid-19. Kalau biasanya saya menjual dari harga mulai dari Rp. 7.000 sekarang saya menjual harga mulai dari Rp. 5.000 terendahnya, namun strategi tersebut tidak begitu berpengaruh di situasi pandemi ini tetap membuat volume penjualan saya menurun drastis. Dalam satu hari sampai seminggu tidak ada yang terjual sama sekali pun pernah dan membuat art shop saya yang awalnya buka setiap hari, saat ini saya hanya buka 3 kali dalam seminggu. Sebenarnya jarak yang berdekatan dengan art shop lainnya tidak masalah untuk saya hanya saja letak usaha art shop saya ini lah yang menjadi masalah karena letaknya paling akhir di ujung sehingga konsumen yang datang jarang bisa sampai ke art shop saya. Dampak dari strategi yang saya terapkan membuat tingkat volume penjualan menurun drastic bisa dilihat dalam satu periode sangat menurun drastis. Rencana kedepan saya menunggu pemerintah desa membantu kami dalam hal pemasaran agar volume penjualan kami bisa meningkat seperti diberikan pelatihan atau sosialisasi tentang teknologi dan membantu kami dalam hal promosi”.⁶¹

C. Pembahasan

1. Analisis Strategi Peningkatan Volume Penjualan UMKM Di Tengah Wabah Covid-19 Studi Kasus Pengusaha Gerabah Di Banyuwangi Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat

Pandemi covid-19 yang terjadi sejak awal tahun 2020 memiliki dampak yang signifikan terhadap tatanan kehidupan sosial serta menurunnya kinerja ekonomi di sebagian negara, tak terkecuali Indonesia. Adanya virus ini tidak hanya berdampak pada kesehatan, melainkan berdampak pada seluruh sektor di dunia termasuk Indonesia. Bahkan sampai saat ini belum ditemukan vaksin guna menagkal virus covid-19. Sehingga masyarakat dihimbau untuk tetap mematuhi protokol kesehatan

⁶¹ Sakmah, *Wawancara*, 1 juni 2021

covid-19. Pemerintah Indonesia dalam upayanya mengatasi pandemi Covid-19 mulai memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) atau *sosial distancing* sejak maret 2020 dengan tujuan untuk membatasi pergerakan orang dan atau barang sehingga mengharuskan masyarakat untuk berdiam di rumah jika tidak ada keperluan mendesak.⁶²

Sektor UMKM adalah salah satu sektor yang memiliki dampak yang sangat signifikan saat pemerintah memberlakukan PSBB, karena akan mengurangi jumlah konsumen yang berbelanja secara langsung. Pandemi Covid-19 menyebabkan sebagian besar UMKM mengalami penurunan pendapatan akibat penurunan daya beli. Usaha industri kerajinan gerabah adalah salah satu usaha mikro yang menjadi salah satu yang terkena dampak langsung akibat covid-19 ini. Menurut Suhartini dan Yuta, industri kerajinan merupakan unit Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM), yang dimana dalam Sensus Ekonomi (SE) 2006 menunjukkan bahwa sebanyak 99,37 persen dengan penyerapan tenaga kerja sekitar 87 persen.⁶³ Usaha industri kerajinan gerabah adalah usaha industri dengan bahan baku yang digunakan adalah tanah liat. Industri kerajinan gerabah menghasilkan berbagai macam barang, misalnya pot bunga, alat-alat dapur, hiasan dinding dan lain-lain. Para pengrajin bahkan pengusaha

⁶² Sharfina Nabilah, Muhammad Nursan, dan Pande Komang Suparyana, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM", *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol.1 No.12, Mei 2021, hal. 2655

⁶³ Ni Made Marsy Dwitasari, I Gusti Bagus Indrajaya, "Analisis Produksi Terhadap Pendapatan Pengrajin Dulang Fiber Di Desa Brasela Kabupaten Gianyar", *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, Vol. 6, No.5, Mei 2017

gerabah (art shop) di desa Banyumulek pun sangat merasakan dampaknya terlihat dari tingkat volume penjualannya yang menurun.

Dalam pengembangan UMKM di tengah wabah covid-19, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil Pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab Pemerintah. Akan tetapi, pihak UMKM sendirilah sebagai pihak internal yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan pemerintah. Bagaimana cara UMKM bisa bertahan di tengah wabah covid-19 dengan cara menerapkan strategi yang baik dan tepat. Karena strategi itu merupakan kunci sukses untuk mencapai apa yang menjadi tujuan dari perusahaan tersebut.

Strategi menurut Porter strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Selain itu juga ada definisi yang lebih khusus, misalnya dua pakar strategi, Hamel dan Prahalad , yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal penting. Mereka berdua mendefinisikan strategi yang terjemahannya sebagai berikut :

Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menurun, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core*

kompetencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan.⁶⁴

Dalam suatu perusahaan tentu memiliki tujuan yang salah satunya adalah meningkat volume penjualan yang menguntungkan dalam arti dapat menghasilkan pendapatan secara optimal dan meningkatkan laba. Dari strategi yang tepat akan mampu mencapai tujuan perusahaan tersebut dalam meningkatkan volume penjualannya.

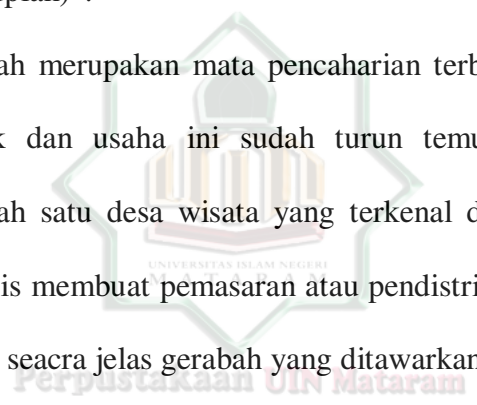
Penjualan ini merupakan syarat mutlak keberlangsungan suatu usaha, karena dengan penjualan maka akan didapatkan keuntungan. Semakin tinggi penjualan maka keuntungan yang akan didapatkan pun semakin maksimal. Seiring terjadinya salah pengertian tentang istilah penjualan. Istilah penjualan sering dianggap sama dengan istilah pemasaran, padahal pemasaran mempunyai kegiatan yang luas. Sedangkan penjualan hanyalah merupakan suatu kegiatan saja dalam pemasaran. Berikut adalah salah satu pendapat ahli tentang penjualan :⁶⁵

Penjualan menurut Kotler diketahui bahwa pasar pokoknya penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi pribadi dan dipersuasion oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang yang ditawarkan. Jadi dengan adanya penjualan dapat terciptakan suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.

⁶⁴ Sesra Budio, "Strategi Manajemen Sekolah" *Jurnal Menata*, Vol. 2, No.2, Juli-Desember 2019, hlm. 59

⁶⁵ Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari, " Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan", *Jurnal Valuta*, Vol. 2, No.2, Oktober 2016, hal. 1

Sedangkan berikut ini akan dikemukakan definisi volume penjualan menurut para ahli, yaitu :⁶⁶

Karim mengungkapkan beberapa hal yang berkaitan dengan volume penjualan yaitu : “ volume penjualan menurut Asri adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu”. Jadi penjualan dapat dikatakan sebagai hasil kegiatan penjualan yang diukur dengan satuan. Menurut Schiffan, volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupee)”.


Gerabah merupakan mata pencaharian terbesar bagi warga di Desa Banyumulek dan usaha ini sudah turun temurun. Desa Banyumulek menjadi salah satu desa wisata yang terkenal dengan gerabahnya, letak yang strategis membuat pemasaran atau pendistribusian kepada konsumen bisa melihat secara jelas gerabah yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa strategi yang diterapkan untuk meningkatkan volume penjualan di tengah wabah covid-19 bermacam-macam strategi.

Secara umum strategi yang diterapkan pengusaha art shop untuk meningkatkan volume penjualannya adalah sebagai berikut :

1. Membuka art shop di rumah

Pengusaha art shop di Banyumulek telah membuka usaha di rumah sudah sejak dahulu, dikarenakan usaha ini turun temurun maka

⁶⁶ Indra Sasangka, Rahma Rusmayadi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market MiniMart’90 Bandung, *ISSN: 2541-5255*, Vol. 2, No.1,2018, hlm. 135

pengusaha art shop yang sekarang semuanya berjualan di rumah mereka masing-masing. Hampir 12 pengusaha art shop membuka usaha di rumah mereka. Lokasi rumah masing-masing pengusaha ini terletak di pinggir jalan, yang bertujuan supaya para pembeli atau para pengunjung yang datang ke desa wisata Bnayumulek langsung bisa melihat secara jelas gerabah yang ditawarkan. Lokasi ini sangat strategis dan bisa dijadikan sebagai sarana promosi yang bagus dilihat dari sisi lokasi usaha gerabah.

2. Menggunakan Reseller

Reseller adalah menjual kembali sebuah barang dari supplier tanpa adanya stok barang dengan komisi yang telah ditentukan sendiri atau ditetapkan oleh supplier. Biasanya, reseller baru akan membeli stok barang apabila ada pesanan yang datang. Dalam beberapa kasus, reseller juga terkadang menyetok barang namun biasanya dengan jumlah yang relatif terbatas. reseller perlu membeli dahulu stok produk dan pengiriman dilakukan oleh pihak reseller sendiri.⁶⁷

Pengusaha art shop sendiri yang menerapkan strategi menggunakan reseller ini biasanya, para resellernya membeli/menyetok beberapa produk gerabah dan diberikan harga potongan setiap per produknya. Sehingga keuntungan yang didapatkan reseller sendirilah yang menentukan sendiri bukan dari pengusaha art shopnya yang menjadi supplier. Beberapa pengusaha yang menggunakan strategi ini

⁶⁷ “Analisis Mekanisme Reseller Dan Dropshipper Dalam Bisnis Online Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Ulfa Hijab Store Tulungagung”, *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, Vol. 7, No.2, Tahun 2020, hal.73

adalah sebagai berikut: Hj.Haerunnisa pemilik “Banyu Andika”, Mujahidin “Banyu Wisata”, dan Aminah “ Khaera Art Shop”. Jadi jumlah yang menggunakan strategi ini 3 pengusaha art shop.

3. Menggunakan media sosial (facebook)

Penjualan produk dengan menggunakan media sosial untuk menarik pembeli dengan memberikan informasi-informasi terkait dengan produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Pemanfaatan media sosial dapat berimbas positif bagi sebuah produk. Gunawan dan Huarng mengemukakan bahwa, media sosial berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Media sosial digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, meningkatkan image image produk dan berakhir pada peningkatan penjualan.⁶⁸ Beberapa pengusaha di Banyumulek sudah menggunakan media sosial seperti facebook untuk mempromosikan gerabahnya. Salah satu pengusaha art shop Hj.Haerani mengatakan :

“saya menggunakan facebook sebagai sarana promosi, dan alhamdulillah penjualan saya membludak karena di pandemi saat ini banyak yang memesan pot besar/gengtong sebagai tempat cuci tangan, yang dimana salah satu protokol Kesehatan yang harus dijalankan. Saya tidak takut kalah saing dengan pengusaha plastik yang menjual berbagai macam seperti ember, tampungan air dan masih banyak lagi. Sebab

⁶⁸ Ferdianty Augustinah, Widayati, “ Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang”, *Jurnal Dialetika*, Vol.4, No.2, September 2019, hal.2

gerabah ini sudah memiliki ciri khas dengan nilai seni yang tinggi pembeli pun tau akan hal itu. Selain itu untuk mengisi kegiatan di rumah banyak masyarakat yang suka mengoleksi tanaman hias, sehingga vas bunga/ pot bunga saya juga cukup laku banyak.”⁶⁹

Pengusaha art shop yang menggunakan strategi ini hanya 2 pengusaha saja yaitu Hj. Haerani pemilik “Banyu Urip” dan Fitriana pemilik “Banyu Putra”.

Salah satu pengusaha yaitu “Hj. Haerani” mengaku sebelum masa pandemi ini sudah mengajak para pengrajin gerabah tempat beliau biasa memesan gerabah untuk membuat kerajinan pot bunga dan hiasan lainnya seperti guci dan vas bunga. Hal ini dilakukan agar membuat kerajinan gerabah di desa Banyumulek ini tetap lestari dan tak lekang oleh zaman. Pasalnya, sebagian pengrajin gerabah berusia mulai sepuh sehingga beliau mengambil langkah ini untuk mengembangkan kreativitas para pengrajin dan alhasil pot bunga maupun vas bunga laku keras pada tahun ini.⁷⁰

4. Menurunkan harga (diskon)

Harga menurut Kotler dan Armstrong adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk barang atau jasa yang diinginkan. Dalam penetapan harga, manajemen harus menetapkan harga sesuai dengan produknya. Keputusan penetapan harga dipengaruhi oleh kekuatan perusahaan, lingkungan, dan

⁶⁹ Hj. Haerani, *Wawancara*, 30 juni 2021

⁷⁰ Hj. Haerani, *Wawancara*, 1 juni 2021

persaingan yang kompleks serta mengagumkan. Menurunkan harga atau diskon adalah merupakan potongan harga yang diberikan penjual kepada pembeli sebagai wujud penghargaan atau aktivitas tertentu dari pembelian yang menyenangkan bagi penjual. Diskon menurut Gitosudarmo adalah harga yang lebih rendah dari harga yang seharusnya dibayarkan didasarkan pada beberapa hal diantaranya waktu pembayaran yang lebih awal, tingkat serta jumlah pembelian dan pembelian pada musim tertentu.⁷¹

Beberapa pengusaha art shop menerapkan strategi ini sebagai berikut : Sakmah pemilik “Banyu Cantika”, Kartika pemilik “Kartika kirana” dan udin pemilik “Hariani art shop”.

Peneliti menilai bahwa para pengusaha art shop di Banyumulek telah menerapkan strategi yang cukup baik dengan menggunakan strategi dalam hal promosi, menurunkan harga saat masa pandemic covid-19 ini, adalah secara tidak langsung hal tersebut adalah salah satu faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Jika semua pengusaha art shop bisa mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan tentunya mereka akan menerapkan strategi yang lebih maksimal lagi. Peran seperangkat desa juga harus bisa membantu hal ini karena bagaimanapun desa Banyumulek ini adalah desa wisata yang terkenal dengan gerabahnya.

⁷¹ Endhar Widjaya Putra, Srikandi Kumadji, Edy Yulianto, “Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian”, *Jurnal Administrasi*, Vol. 38, No.2, September 2016, hal. 184

2. Analisis Dampak Strategi Peningkatan Volume Penjualan UMKM Di Tengah Wabah Covid-19 Studi Kasus Pengusaha Gerabah Di Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat

Strategi merupakan jumlah keputusan dan aksi yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan (*goal*) dalam menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industri.⁷² Strategi pada dasarnya merupakan seni atau ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan untuk mencapai tujuan telah yang ditetapkan sebelumnya.⁷³

Beberapa faktor yang membuat pengusaha harus merubah strategi adalah semakin banyaknya pesaing serta kebutuhan dan keinginan konsumen/pelanggan yang setiap saat selalu berubah. Dampak dari berbagai strategi yang diterapkan mampu membawa pelaku usaha mencapai tujuannya, seperti *pengusaha art shop* menerapkan beberapa strategi untuk meningkatkan volume penjualannya.

Berdasarkan hasil penelitian sebagian UMKM seperti pengusaha art shop gerabah merasakan penurunan volume penjualan selama adanya pandemi covid-19 yang disebabkan karena berkurangnya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat di luar rumah. Namun tidak semua UMKM merasakan penurunan volume penjualan ada sebagian yang masih stabil dan mengalami peningkatan volume penjualan. Mereka mampu

⁷²Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta:Erlangga,2006), hlm. 12

⁷³ Siti Aminah Chaniago, "Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat", *Jurnal Hukum Islam*, Vol, 12 Nomor 1 Juni 2015, hlm. 87

menyesuaikan diri salah satunya dampak dari strategi yang pengusaha Art Shop gerabah di Desa Banyumulek terapkan dalam peningkatan volume penjualannya memanfaatkan teknologi, menurunkan harga barang, reseller, dan tetap membuka usahanya dari rumah cukup membantu para pengusaha art shop bertahan di tengah wabah covid-19 ini. Namun dampak dari strategi yang mereka terapkan tentu hasilnya berbeda-beda ada yang volume penjualannya tetap, ada yang meningkat bahkan ada yang menurun tetap drastis. Namun, yang benar-benar merasakan dampak dari strategi yang diterapkan tersebut yaitu, 8 pengusaha yang menerapkan dua strategi sekaligus dan 4 pengusaha lainnya hanya menerapkan satu strategi saja seperti membuka usaha dari rumah yang tidak terlalu membantu mereka bertahan di tengah wabah covid-19 walaupun lokasi yang strategis, tetapi sejak covid-19 ini wisatawan sangat jarang datang berkunjung.

Berikut adalah data tingkat volume penjualan dalam satu periode (April 2020- April 2021) pengusaha Art Shop selama Covid-19. Dari data di atas kita bisa melihat rata-rata volume penjualan selama covid-19, ada yang volume penjualannya tetap, ada yang volume penjualannya meningkat akibat trend saat covid-19 yaitu mengoleksi tanaman hias menggunakan vas bunga, pot bunga dan gentong tempat mencuci tangan laku keras dan ada juga yang volume penjualannya menurun drastis. Tetapi para pengusaha tersebut tetap optimis dan tidak ingin berpindah usaha ke bidang lain karena alasannya, mereka tetap ingin melestarikan

gerabah yang sudah berpuluh-puluh tahun yang menjadi peninggalan orang tua terdahulu. Gerabah memiliki nilai seni yang tinggi dan akan terus diwarisi untuk penerus mereka nantinya.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi peningkatan volume penjualan UMKM di tengah wabah covid-19

Secara umum strategi yang digunakan oleh pengusaha art shop gerabah di Desa Banyumulek adalah sebagai berikut :

- a. Membuka usaha di rumah
- b. Menggunakan Reseller
- c. Menggunakan Media sosial (facebook)
- d. Menurunkan Harga (diskon)

2. Dampak Strategi peningkatan volume penjualan UMKM di tengah wabah covid-19

Dampak dari strategi yang diterapkan cukup membantu para pengusaha art shop di Desa Banyumulek bertahan di tengah wabah covid-

19. Berikut adalah dampak dari strategi yang diterapkan yaitu :

1. Membuka usaha di rumah, dampak dari strategi ini yaitu dengan lokasi yang strategis pembeli atau pengunjung bisa langsung melihat jelas gerabah apa saja yang dijual ketika memasuki desa wisata Banyumulek. Hal ini bisa menarik pengunjung dengan berbagai jenis gerabah yang di letakkan dengan rapi di depan rumah mereka.

2. Menggunakan reseller, rata-rata pengusaha art shop yang menerapkan strategi ini membuat volume penjualan mereka stabil seperti biasanya.
3. Menggunakan media sosial (facebook), rata-rata pengusaha art shop yang menerapkan strategi ini membuat volume penjualan mereka meningkat.
4. Menurunkan harga atau diskon, rata-rata pengusaha art shop yang menerapkan strategi ini membuat volume penjualan mereka menurun drastis.

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan kepada para pihak yang terkait dengan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk pengusaha art shop gerabah di desa Banyumulek diharapkan mampu menerapkan strategi yang berbasis teknologi.
2. Untuk pemerintah Desa Banyumulek, diharapkan mampu membantu para pengusaha gerabah dalam mengembangkan usahanya.
3. Untuk peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan, maka diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan mengukur dari segi aspek yang berbeda dan metodologi yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- “Analisis Mekanisme Reseller Dan Dropshipper Dalam Bisnis Online Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Ulfa Hijab Store Tulungagung”, *Eksyar: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, Vol. 7, No.2, Tahun 2020.
- Ahyani Hidayatul.”Peranan Pemerintah Dalam Pengembangan Industri Kecil Gerabah Di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat”. *Jurnal Ilmiah Rinjani_ Universitas Gunung Rinjani*, vol.7, No.2, Tahun 2019
- Alfarizi Rida Safuan Selain, Cut Zuriana, “Kerajinan Gerabah Di Desa Ateuk Jawo, Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh”, *Jurnal Mahasiswa Prodi Pendidikan Seni Drama, Tari Dan Musik*, Vol.1, No.3, Agustus 2016.
- Alfin Sugiarta, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan” Pada Distro Equaltrev 16c Mulyojati Kota Metro, *Skripsi*, IAIN Metro, 2019.
- Bambang Agus Sumantri & Erwin Putera Purnama, *Manajemen Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*, Kediri : Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI, 2017.
- Dhian Tyas Untari, *Metodologi penelitian: penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis*, Banyumas: CV. Pena Persada, 2018
- Dimas Hendika Wibowo. Zainul Arifin. Sunarti.”Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM”, *Jurnal administrasi bisnis*, vol. 29, No.1, Desember 2015.
- Din Syamsudin, *Etik Agama dalam Membangun Masyarakat Madani*, Jakarta: Logos, 2000.
- Endhar Widjaya Putra, Srikandi Kumadji, Edy Yulianto, “Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian”, *Jurnal Administrasi*, Vol. 38, No.2, September 2016.
- Eny Kustiyah, dan Irawan, “Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Volume Penjualan di Pasar Malam NGARSOPURA Surakarta”, *Jurnal Paradigma*, vol.12, no.1, february-juli 2014.

- Ferdianty Augustinah, Widayati, “ Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang”, *Jurnal Dialektika*, Vol.4, No.2, September 2019.
- Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017.
- Indra Sasangka, Rahma Rusmayadi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market MiniMart’90 Bandung, *ISSN: 2541-5255*, Vol. 2, No.1,2018
- Jogiyanto, *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*, Yogyakarta: C.V Andi, 2006.
- Lantip Diatprasojo, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: UNY Press, 2018.
- M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Medyana Putra, Wayan Cipta, Fridayana Yudiaatmaja, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada UD. Wayan Fiber Glass Singaraja Tahun 2014”, *E-Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol. 4, tahun 2016.
- Mega Lestari, “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Gerabah Lombok Barat”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram, 2019.
- Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompotitif*, Jakarta:Erlangga,2006.
- Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Mumammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Edisi Kedua*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta: Penerbit Erlangga,2009.
- Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamudin, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Muri Yusuf, *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* Jakarta: Kencana, 2014.
- Neong Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rakesarasin, 1996

- Ni Made Marsy Dwitasari, I Gusti Bagus Indrajaya, “Analisis Produksi Terhadap Pendapatan Pengrajin Dulang Fiber Di Desa Brasela Kabupaten Gianyar”, *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, Vol. 6, No.5, Mei 2017
- Noer Aji Febriyanto, “Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal”, *skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2015.
- Nurul Mazroatin Nikmah, “Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Industri Kerajinan Gerabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat “, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram, 2018.
- Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan, Teori-Aplikasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Ponimin, Triyono Widodo, dan Oktaviana Asmi Nusantari, “Pengembangan Desain Gerabah Tradisional Sentra Pagelaran Malang Dengan Teknik Aplikasi Serat Alam Melalui Program Kemitraan Masyarakat”, *Jurnal Imajianasi*, vol.XIII, no.2, juli 2019.
- Puspa Indah Sari. 2020. “Peluang dan Tantangan Ekonomi Bisnis Indonesia di tengah Wabah Covid-19”. <http://news.unimal.ac.id/index/single/1190/peluang-dan-tantangan-ekonomi-bisnis-indonesia-di-tengah-wabah-covid-19>. (diakses tanggal 2 September 2020).
- Putri Yasmin, “Ini arti Pandemi yang WHO Tetapkan untuk Virus Corona”, dalam <https://news.detik.com/berita/d-4935658/ini-arti-pandemi-yang-who-tetapkan-untuk-virus-corona/>, diakses tanggal 12 Maret 2020
- Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari, “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan”, *Jurnal Valuta*, Vol. 2, No.2, Oktober 2016.
- Sahya Anggara, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Sesra Budio, “Strategi Manajemen Sekolah” *Jurnal Menata*, Vol. 2, No.2, Juli-Desember 2019
- Sharfina Nabilah, Muhammad Nursan, dan Pande Komang Suparyana, “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM”, *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol.1 No.12, Mei 2021.

- Siti Aminah Chaniago, "Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat", *Jurnal Hukum Islam*, Vol, 12 Nomor 1 Juni 2015.
- Siti Komariah, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Gerabah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Dalam Perspektif Ekonomi Islam" pada Usaha Gerabah Di Pekon Podomoro Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu, *Skripsi*, Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2020.
- Sri Ipinuwati, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Minak Singa". *Jurnal Sistem Informasi dan Telematika*, www.core.ac.uk/ISSN, 2010
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: CV. Alfabeta, 2019.
- Sugiyono, *Statistik untuk Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Thalha Alhamid dan Budur Anufia, *Resume:Instrumen Pengumpulan Data*, Sorong:STAIN sorong, 2019.
- Umar Sidiq, Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, Ponorogo : CV. Nata Karya, 2019.
- Willy Pratama Widharta dan Sugiono Sugiharto,"Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai" *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.2, No.1, 2013.



Dokumentasi foto



Dok. Art Shop Banyu Putra



Dok. Wawancara bersama Hj. Haerunnisa



Dok. Wawancara bersama Hj. Haerani



Dok. Wawancara terkait harga gerabah



Dok. Art shop Banyumulek



Dok. Monumen Gerabah Banyumulek



Perpustakaan UIN Mataram

Pedoman wawancara

Judul : Analisis Strategi Peningkatan Volume Penjualan UMKM Di Tengah Wabah Covid-19 (studi kasus Pengusaha Gerabah di Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat)

Hari/ tanggal : Selasa, 1 juni 2021

Lokasi : Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat

A. Identitas Informan

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis kelamin :

B. Daftar Pertanyaan

1. Sejak kapan bapak/ibu memulai usaha ini?
2. Jenis gerabah apa saja yang bapak/ibu jual?
3. Berapa kisaran harga gerabah yang bapak/ibu jual?
4. Apakah dikondisi dan situasi covid-19 sangat berdampak langsung ke usaha bapak/ibu?
5. Bagaimana strategi yang bapak/ibu terapkan ditengah wabah covid-19 untuk meningkatkan volume penjualan?
6. Apakah dampak dari strategi yang di terapkan ?
7. apakah karena jarak hampir berdekatan dengan pengusaha art shop lainnya mengakibatkan persaingan yang ketat?
8. Berapa jumlah volume penjualan bapak/ibu sebelum dan sesudah covid-19?
9. Apakah rencana untuk kedepannya untuk usaha ibu ini?

Dokumentasi Data

Tabel 1

Data Jumlah Penduduk di Desa Banyumulek

Jumlah laki-laki	3695
Jumlah perempuan	4190
Jumlah Total	7885
Jumlah Kepala Keluarga	2539

Sumber data : Data Sekunder 2020

Tabel 2

Tingkat Pendidikan Masyarakat Banyumulek

NO	Tingkat Pendidikan	Laki-laki	Perempuan
1	3-6 tahun yang belum masuk TK	86 orang	57 orang
2	3-6 tahun sedang TK	240 orang	125 orang
3	7-18 tahun tidak sekolah	93 orang	114 orang
4	7-18 tahun sedang sekolah	796 orang	883 orang
5	18-56 tahun tidak sekolah	711 orang	1071 orang
6	18-56 tidak tamat SD	591 orang	653 orang
7	Tamat SD/Sederajat	524 orang	570 orang
8	Tamat SMP/Sederajat	220 orang	264 orang
9	Tamat SMA/Sederajat	170 orang	190 orang
10	Tamat D1/Sederajat	10 orang	18 orang
11	Tamat D2/Sederajat	9 orang	11 orang
12	Tamat D3/Sederajat	15 orang	13 orang
13	Tamat S1/Sederajat	26 orang	29 orang
14	Tamat S2/Sederajat	5 orang	-
15	Tamat S3/Sederajat	-	-
16	Tamat SLB A	1 orang	1 orang
17	Tamat SLB B	-	-
18	Tamat SLB C	-	-
19	Usia 0-2 tahun	198 orang	191 orang
Jumlah		3695 orang	4190 orang
Jumlah total		7885 orang	

Sumber data : Data Sekunder 2020

Tabel 3**Mata Pencaharian Masyarakat Desa Banyumulek**

No	Jenis Pekerjaan	Laki-laki	Perempuan
1	Petani	625 orang	400 orang
2	Buruh tani	111 orang	210 orang
3	Buruh migas	225 orang	128 orang
4	PNS	15 orang	4 orang
5	Pengrajin industri rumah tangga	23 orang	1227 orang
6	Pedagang keliling	67 orang	116 orang
7	Peternak	50 orang	17 orang
8	Montir	4 orang	-
9	Bidan Swasta	-	6 orang
10	Pembantu rumah tangga	-	8 orang
11	TNI	1 orang	-
12	POLRI	1 orang	-
13	Pengusaha usaha kecil dan menengah	34 orang	87 orang
14	Dukun kampung terlatih	-	2 orang
15	Dosen Swasta	3 orang	-
16	Pengusaha besar	2 orang	-
17	Guru swasta	47 orang	6 orang
18	Karyawan perusahaan swasta	57 orang	196 orang
19	Karyawan perusahaan pemerintah	2 orang	-

Sumber data : Data Sekunder 2020

Tabel 4

**Data tentang Jumlah Menurut Agama yang dianut oleh Masyarakat
Desa Banyumulek**

No	Agama	Laki-laki	Perempuan
1	Islam	3694 orang	4190 orang
2	Protestan	-	-
3	Khatolik	-	-
4	Hindu	1 orang	-

Sumber data : Data Sekunder 2020

Tabel 5

**Tingkat Volume Penjualan Pengusaha Art Shop Sebelum dan Sesudah
Covid-19 (per bulan)**

No	Nama Pengusaha	Nama Art Shop	Volume Penjualan	
			Sebelum covid-19	Sesudah Covid-19
1	Hj. Haerunnisa	Banyu Andika	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
2	Hj. Haerani	Banyu Urip	Rp. 500.000- Rp. 2.000.000	Rp. 500.000- Rp. 2.500.000
3	Sakmah	Banyu Cantika	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	Rp. 250.000- Rp. 500.000
4	Mujahidin	Banyu Wisata	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	Rp. 200.000- Rp. 750.000
5	Aminah	Khaera art shop	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	Rp. 100.000- Rp. 500.000
6	Udin	Hariani art shop	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	Rp. 100.000- Rp. 500.000
7	Fitriana	Banyu Putra	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	Rp. 500.000- Rp. 1.500.000
8	Kartika	Kartika Kirana	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	Rp. 100.000- Rp. 500.000
9	Surma anik	Kartika	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	Rp. 100.000- Rp. 500.000
10	Watiah	-	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	Rp. 100.000- Rp. 500.000
11	Hj. Badrun	-	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	Rp. 100.000- Rp. 500.000
12	Sumiati	-	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	Rp. 100.000- Rp. 500.000

Sumber Data : Data Sekunder 2021

Tabel 6**Daftar Harga Gerabah Sebelum dan Sesudah Diskon 10%**

NO	Jenis Gerabah	Harga Gerabah	
		Sebelum	Sesudah(diskon 10%)
1	Vas bunga	30.000	27.000
2	Piring segi empat	15.000	13.500
3	Piring panjang	20.000	18.000
4	Guci	50.000	45.000
5	Aren kotak	20.000	18.000
6	Mangkuk tutup	15.000	13.500
7	Cangkir	10.000	9.000
8	Alat tungku	10.000	9.000
9	Cobek	10.000	9.000
10	Asbak	10.000	9.000
11	Celengan	15.000	13.500
12	Gelas kecil	7.000	6.500
13	Ceret	15.000	13.000

Sumber data : Data Sekunder 2020

Tabel 7**Data Volume Penjualan Satu Periode (April 2020-April 2021)**

Perpustakaan UIN Mataram

No	Nama	Jenis Gerabah	Volume Penjualan/Unit											
			Apr	Mei	Juni	Ags	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Hj. Haerani	Vas bunga	20	25	35	39	42	51	54	59	59	60	63	70
		Gentong air	10	17	20	26	30	35	39	43	48	52	55	59
		Pot bunga	17	20	28	31	34	40	47	47	50	53	60	67
		Celengan	10	10	17	20	23	26	26	30	34	38	41	45
		Cobek	5	11	9	7	10	15	15	20	26	30	30	36
		Cangkir	2	5	8	10	13	15	15	15	18	20	23	25
		Asbak	7	9	8	8	9	11	16	16	19	23	23	27
		Hiasan Dinding	4	7	10	10	9	13	16	18	18	20	25	28
		TOTAL	75	104	135	151	170	205	228	248	272	296	320	357

Sumber data : Data Sekunder 2021

No	Nama	Jenis Gerabah	Volume Penjualan/Unit											
			Apr	Mei	Juni	Ags	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Ibu Sakmah	Vas bunga	10	6	4	4	5	3	2	3	1	2	1	3
		Gentong air	8	7	5	3	3	2	1	3	2	4		1
		Guci	6	7	3	2	2	2	5	2	1	1		
		Alat tungku	9	1	5	3	2	1	2	2	2	3	1	
		Pot bunga	6	4	6	3	1	4	3	1	1	1	2	2
		Cobek	7	7	4	6	5	3	2	1	2	1	3	1
		Asbak	3	1	3	2	1	2	1	3	1		2	1
		Celengan	9	7	3	4	4	3	2	2	5	2	3	1
		TOTAL	58	40	33	27	23	20	18	17	15	14	12	9

Sumber data : Data Sekunder 2021

No	Nama	Jenis Gerabah	Volume Penjualan/Unit											
			Apr	Mei	Juni	Ags	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Hj. Haerunnisa	Vas bunga	10	11	16	8	10	9	8	12	15	11	8	7
		Gentong air	9	10	6	12	9	13	9	8	5	7	10	13
		Guci	10	9	9	9	7	7	8	10	9	9	9	7
		Alat tungku	8	6	10	7	10	9	7	4	7	10	11	8
		Asbak	7	7	9	9	7	10	11	7	10	10	8	9
		Celengan	12	10	7	11	12	8	10	14	5	9	9	10
		Cobek	10	9	5	8	7	9	9	7	11	6	7	8
		TOTAL	66	62	62	64	62	65	62	62	62	62	62	62

Sumber Data : Data Sekunder 2021



Perpustakaan UIN Mataram