

**ANALISIS TINGKAT PROFITABILITAS INDUSTRI KECIL MENENGAH
(IKM) ROTI SUKSES DESA JAGARAGA KECAMATAN KURIPAN
KABUPATEN LOMBOK BARAT PADA MASA PANDEMI COVID-19**



Oleh

Mauza Amalia Agustia
NIM. 170501039

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

**ANALISIS TINGKAT PROFITABILITAS INDUSTRI KECIL MENENGAH
(IKM) ROTI SUKSES DESA JAGARAGA KECAMATAN KURIPAN
KABUPATEN LOMBOK BARAT PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Skripsi
diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram
untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar
Sarjana Ekonomi



Oleh

Mauza Amalia Agustia
NIM. 170501039

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

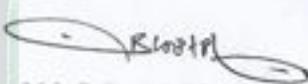
Skripsi oleh Mauza Amalia Agustia, NIM: 170501039 dengan judul "Analisis Dampak Covid-19 terhadap Tingkat Profitabilitas Industri Kecil Menengah (IKM) Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat" telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: 03 Mei 2021

Pembimbing I


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

Pembimbing II


Muh. Baihaqi, S.H.I., M.Si.
NIP. 197808102006041002

Perpustakaan UIN Mataram

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 03 Mei 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 : Maniza Amalia Agustina

NIM : 170501039

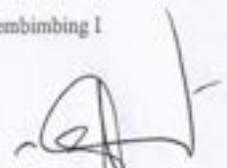
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Analisis Dampak Covid-19 terhadap Tingkat Profitabilitas Industri Kecil Menengah (IKM) Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat

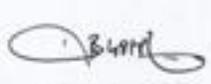
telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

Wassalamu 'alaikum, Wr. Wb.

Pembimbing I


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

Pembimbing II


Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI
NIP. 197808102006041002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mauza Amalia Agustia

NIM : 170501039

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Analisis Dampak Covid-19 terhadap Tingkat Profitabilitas Industri Kecil Menengah (IKM) Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat" ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika saya terbukti melakukan plagiat tulisan/karya orang lain, saya siap menerima sanksi yang telah ditentukan oleh lembaga.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Mataram, 03 Mei 2021

Saya yang menyatakan



Mauza Amalia Agustia

Perpustakaan UIN Mataram

PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi oleh Mauza Amalia Agustia, NIM: 170501039 dengan judul "Analisis Tingkat Profitabilitas Industri Kecil Menengah (IKM) Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat pada masa Pandemi Covid-19" telah dipertahankan di depan dewan penguji Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal 28 Mei 2021.

Dewan Penguji

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

Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI
(Sekretaris Sidang/Pemb. II)

Drs. Ma'nuf, S.H., M.Ag
(Penguji I)

H. Samahuddin, M.E.
(Penguji II)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



MOTTO



Perpustakaan **UIN Mataram**

“Stop Thinking Start Doing!!!”

PERSEMBAHAN



“Kupersembahkan skripsi ini untuk Ibu Joharniati dan Bapakku Munzir, adikku Zaidan Ali Firdaus, Alisya Hanifa dan Mafaza Nihala Syawal, serta untuk almamaterku, semua guru dan dosenku”.

KATA PENGANTAR

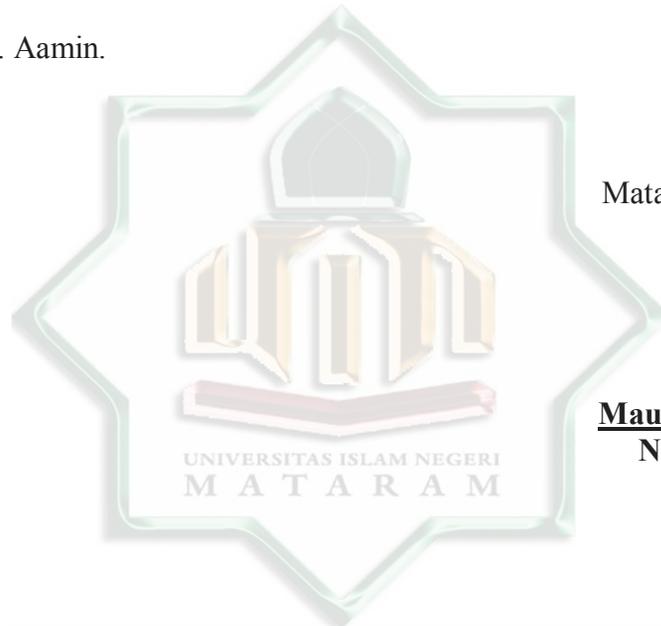
Alhamdulillah, puji bagi Allah SWT.Tuhan semesta alam yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam atas junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju alam terang benderang yaitu agama Islam dan juga kepada keluarga, sahabat, dan para pengikutnya. Aamin.

Penulis menyadari bahwa poses penyelesaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis berkewajiban untuk mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu sebagai berikut:

1. Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag. sebagai Pembimbing I dan Muh. Baihaqi S.H.I., M.SI. sebagai Pembimbing II yang memberikan bimbingan, motivasi, dan koreksi dalam suasana kekraban untuk menjadikan skripsi ini lebih matang dan selesai.
2. Drs. Ma'ruf, S.H., M.Ag. sebagai penguji I dan H. Samahuddin, M.E. sebagai penguji II yang memberikan saran konstruktif bagi penyempurnaan skripsi ini.
3. H. Bahrur Rosyid, M.M. sebagai ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Prof. Dr. H. Mutawali, M.Ag. selaku Rektor UIN Mataram yang telah memberi tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan memberi bimbingan dan peringatan untuk tidak berlama-lama di kampus tanpa pernah selesai.
6. Ibuku Joharniati dan Bapakku Munzir.
7. Semua guru dan dosenku.

8. Sahabat dan teman-teman seperjuanganku.
9. Organisasiku “English Study Club dan Entrepreneur Muda”.
10. Semua orang yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga amal ibadah dan kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi semesta. Aamin.



Mataram, _____

Penulis,

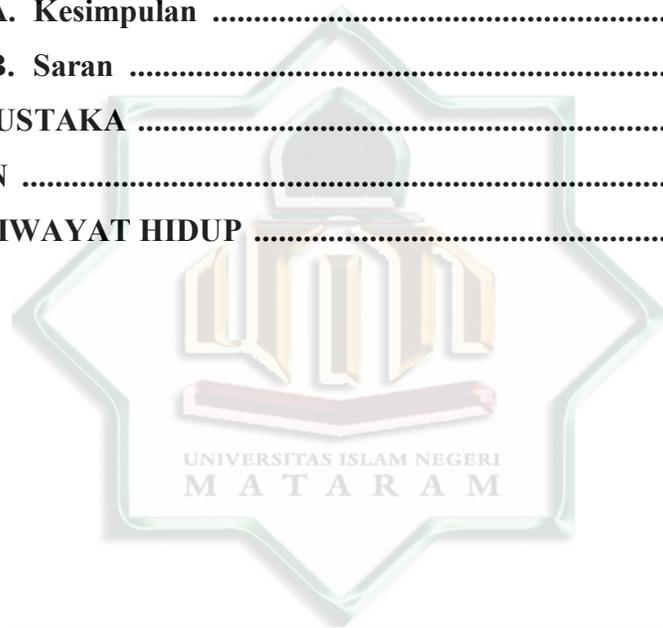
Mauza Amalia Agustia
NIM. 170501039

Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Kajian Teori.....	7
1. Profitabilitas	8
2. Industri Kecil Menengah	18
B. Penelitian Terdahulu	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	28
B. Waktu dan Tempat Penelitian	29
C. Jenis dan Sumber Data	30
D. Instrumen Penelitian	32
E. Metode Pengumpulan Data.....	33
F. Teknik Analisis Data	37

	G. Pengecekan Keabsahan Data (<i>Validitas</i>)	40
	H. Sistematika Pembahasan	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
	A. Hasil Penelitian	45
	B. Pembahasan	71
BAB V	PENUTUP	92
	A. Kesimpulan	92
	B. Saran	93
	DAFTAR PUSTAKA	96
	LAMPIRAN	101
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	107



Perpustakaan UIN Mataram

**ANALISIS TINGKAT PROFITABILITAS INDUSTRI KECIL MENENGAH
(IKM) ROTI SUKSES DESA JAGARAGA KECAMATAN KURIPAN
KABUPATEN LOMBOK BARAT PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Oleh

Mauza Amalia Agustia
NIM 170501039

ABSTRAK

IKM Roti Sukses merupakan perusahaan roti yang memiliki jargon Roti Sukses, Rasa Bintang Lima Harga kaki Lima, perusahaan ini menawarkan banyak varian roti seperti roti pisang, keju, stroberi, coklat, abon dll untuk semua kalangan pecinta roti tentunya. IKM Roti Sukses bertempat di Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat, adalah salah satu perusahaan yang didirikan oleh Lalu Moh.Iqbal sejak tahun 2015.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Instrumen penelitiannya peneliti menggunakan wawancara terstruktur. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah model Miles dan Huberman seperti: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Adapun objek dalam penelitian ini yaitu dampak Covid-19 terhadap tingkat profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat.

Hasil penelitian dilapangan menyatakan bahwa kondisi profitabilitas IKM Roti Sukses sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 yaitu *pertama*, sebelum terjadi coronaindustri ini berjalan dengan lancar sehingga dalam melakukan produksinya pun sangat baik. Pada tahun 2019 IKM Roti Sukses membuka cabang di Sumbawa saat terjadi pandemi Covid-19, cabang Roti Sukses di Sumbawa akhirnya ditutup karena terkendala dalam mengontrol outlet dan menurunnya penjualan disebabkan oleh Covid-19. *Kedua* kebiasaan masyarakat menjadi berubah karena adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan *Physical Distancing* yang dibuat oleh pemerintah. *Ketiga*, bertambahnya tenaga kerja. Adapun strategi untuk meningkatkan profitabilitas IKM yaitu: membuat inovasi baru, melakukan promosi, penerapan strategi berupa diskon dan memaksimalkan sosial media yang ada.

Kata Kunci: Profitabilitas, Industri Kecil Menengah (IKM).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19) diumumkan WHO (*World Health Organization*) tanggal 11 Maret 2020 merupakan virus yang sangat mematikan di tahun ini, sehingga dapat merugikan negara bahkan seluruh dunia. Kejadian Covid-19 yang dilaporkan kepada publik pertama kali tanggal 31 Januari 2020 di Wuhan, Provinsi Hubei, RRC. Covid-19 telah menimbulkan *economic shock*, yang mempengaruhi ekonomi secara perorangan, rumah tangga, perusahaan mikro, kecil, menengah maupun besar, bahkan mempengaruhi ekonomi Negara dengan skala cakupan dari lokal, nasional, dan bahkan global.¹

Menanggapi hal tersebut, berbagai kebijakan yang dikeluarkan pemerintah untuk memutus penyebaran virus corona dengan menciptakan perilaku sosial baru di masyarakat seperti *social distancing* yang berpengaruh pada sektor sosial di lingkungan sekitar.² Terdapat dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 Pasal 1 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Pecepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19) yang berbunyi “Dalam Peraturan Pemerintah ini, yang dimaksud dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar adalah pembatasan kegiatan tertentu

¹ Taufik dan Eka Avianti Ayuningtyas, “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online”, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta, Vol. 22, Nomor 01, April 2020, hlm. 22.

² Rizki Nor Azimah, dkk., “Analisis Dampak Covid-19 terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Klaten dan Wonogiri”, *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Vol. 9, No. 1, Juni 2020, hlm. 60.

penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi *Corona Virus Disease* 2019(COVID-19) sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran COVID-19”.³

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Langkah-langkah penguncian (*lockdown*) telah menghentikan aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, dengan penurunan permintaan dan mengganggu rantai pasokan di seluruh dunia. Dalam survei awal, lebih dari 50% UMKM mengindikasikan bahwa mereka bisa gulung tikar dalam beberapa bulan ke depan. Sejak itu, kebangkrutan telah menumpuk dan tingkat awal mulai runtuh. Misalnya, pada bulan Maret, aplikasi bisnis AS turun antara 40% hingga 75% dibandingkan tahun sebelumnya, kontraksibahkan lebih tajam dibandingkan selama *Great Recession*.

UMKM menyediakan setiap dua dari tiga pekerjaan di wilayah OECD (*Organisation for Economic Co-operation and Development*) dan berkontribusi setengah dari PDB. Angka-angka ini menunjukkan potensi pengorbanan segmen besar ekonomi. Memang, data OECD menunjukkan bahwa UMKM terwakili secara berlebihan di sektor-sektor yang paling terdampak tindakan penguncian, yaitu pariwisata, layanan ritel dan profesional, konstruksi dan transportasi, dimana mereka menyumbang tiga perempat dari semua

³Lihat PP Nomor 21 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19).

pekerjaan. Wabah inilah mengungkap kerentanan tinggi dari banyak usaha kecil itu, yang kondisinya semakin lama situasi saat ini berlangsung.⁴

Wabah tersebut kebanyakan koperasi yang terkena dampak Covid-19 bergerak pada bidang kebutuhan sehari-hari, sedangkan sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. Kementerian Koperasi dan UKM mengatakan bahwa koperasi yang bergerak pada bidang jasa dan produksi juga paling terdampak pada pandemi Covid-19. Para pengelola koperasi merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi. Sementara itu sektor UMKM yang terganggu selama pandemi Covid-19 selain dari makanan dan minuman, juga adalah industri kreatif dan pertanian.⁵

Begitu pula dengan Industri Kecil Menengah (IKM) Roti Sukses Desa Adeng Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat dalam menghadapi pandemi Covid-19 yang bergerak pada bidang produksi makanan. IKM Roti Sukses merupakan perusahaan roti yang memiliki jargon Roti Sukses, Rasa Bintang Lima Harga kaki Lima, perusahaan ini menawarkan banyak varian roti seperti roti pisang, keju, stroberi, coklat, abon dll untuk semua kalangan pecinta roti tentunya. IKM Roti Sukses bertempat di Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat, adalah salah satu perusahaan yang didirikan oleh Lalu Moh. Iqbal sejak tahun 2015.

⁴ Abdurrahman Firdaus Thaha. "Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia", *Jurnal Brand*, Universitas Hasanudin Makassar, Vol. 3, No. 1, Juni 2020, hlm. 148.

⁵ Andi Amri, "Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia", *Jurnal Brand*, Universitas Hasanudin Makassar, Vol. 2, No. 1, Juni 2020, hlm. 125.

Menghadapi pandemi Covid-19, IKM Roti Sukses terus menjalankan aktivitasnya meskipun ada beberapa hal yang membuat IKM Roti Sukses mengalami perubahan, seperti halnya pada bidang produksi. Penurunan produksi diakibatkan karena penurunan penjualan, oleh karena itu IKM Roti Sukses harus mengurangi tingkat produksi supaya retur penjualan tidak semakin besar, jika semakin besar retur penjualan maka semakin besar biaya yang harus dikeluarkan atau kerugian yang harus dibayar oleh perusahaan Roti Sukses. Dalam survei awal, penyebab pandemi Covid-19 membuat perubahan yang lumayan signifikan pada penurunan tingkat keuntungan (profitabilitas) IKM Roti Sukses hingga mencapai 28%. Selain daripada itu efek dari pandemi juga mengakibatkan konsumen takut keluar rumah untuk belanja, hingga hal tersebut membuat orang menjadi tidak bekerja dan berdampak pada penghasilan masyarakat yang berkurang, oleh karena itu orang-orang akan membelanjakan uangnya untuk sesuatu yang dibutuhkan atau diprioritaskan dan itu yang menjadi alasan konsumen kurang membeli roti.⁶ Merespon adanya pandemi ini, IKM Roti Sukses juga membuat inovasi baru yaitu Roti Gembong Mandalika (RGM) untuk menarik kembali minat konsumen dan salah satu cara IKM Roti Sukses supaya terus bergerak dan bertahan meskipun di masa pandemi Covid-19.

Berdasarkan uraian diatas, pandemi Covid-19 menyebabkan terjadinya banyak masalah salah satunya adalah masalah bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) atau sejenisnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk

⁶ Lalu Moh. Iqbal (Pemilik Usaha), *Wawancara*, Kuripan, 22 Desember 2020.

mengangkat masalah penelitian sebagai tugas akhir dengan judul “Analisis Tingkat Profitabilitas Industri Kecil Menengah (IKM) Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat pada Masa Pandemi Covid-19”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat pada masa pandemi Covid-19?
2. Apasaja strategi untuk meningkatkan profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat pada masa pandemi Covid-19?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah diatas, maka tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui kondisi profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat pada masa pandemi Covid-19.
 - b. Untuk mengetahui strategi dalam meningkatkan profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat pada masa pandemi Covid-19.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam memberikan suatu gambaran dan pengetahuan kepada pembaca mengenai dampak Covid-19 terhadap tingkat profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Sebagai pemenuhan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram.

2) Bagi Pihak IKM

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberi manfaat sebagai bahan informasi dalam hal tingkat profitabilitas IKM pada masa pandemi.

3) Bagi Mahasiswa dan Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan mengenai tingkat profitabilitas IKM pada masa pandemi Covid-19. Dan diharapkan pula, sebagai rujukan mengenai tingkat profitabilitas IKM pada masa pandemi Covid-19 bagi penelitian lain di bidang studi ekonomi pada umumnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Profit merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dibandingkan dengan penjualan yang dicapai, sedangkan profitabilitas menurut Kasmir adalah kemampuan perusahaan dalam mencapai keuntungan.⁷Jorenza (2015) dalam Minanari menjelaskan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini, misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen. Analisa Ika Fanindya (2013) dalam Minanari mengatakan bahwa, rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis yaitu, rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan (marginlaba kotor danmargin laba bersih), dan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi yaitu *return on equity* (ROE).⁸

⁷ Surtisno, *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII, 2005), hlm. 238.

⁸ Minanari, "Pengaruh Profitabilitas, Manajemen Laba dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek)", *Jurnal Profita*, Universitas Mercu Buana Jakarta, Vol. 11, No. 1, April 2018, hlm. 140.

Dari beberapa pengertian di atas profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan (laba) dalam suatu periode tertentu. *Profit margin* menurut S Munawir (2007) dalam Ayub Usman Rasid adalah besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam persentase dan jumlah penjualan bersih. Profit margin ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualannya. Dengan kata lain *profit margin* ialah perbandingan antara *net sales* dengan *operating expenses* (harga pokok penjualan + biaya administrasi + biaya penjualan + biaya umum) dimana selisih dinyatakan dalam persentase dari *net sales*. Dengan demikian dapatlah dikatakan bahwa *profit margin* dimaksudkan untuk mengetahui efisiensi perusahaan dengan melihat kepada besar kecilnya laba usaha dalam hubungannya dengan penjualan.⁹

b. Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Berikut adalah tujuan dan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan:

- 1) Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
- 2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.

⁹Ayub Usman Rasid, "Analisis Profitabilitas pada PT. *Fast Food* Indonesia Tbk", *Jurnal Gorontalo Management Research*, Fakultas Ekonomi Universitas Gorontalo, Vol. 1, No. 1, April, 2018, hlm. 47-48.

- 3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset.¹⁰

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas

Menurut munawir (2004) dalam Hery terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas sebuah perusahaan yaitu:

1) Jenis Perusahaan

Profitabilitas perusahaan akan sangat bergantung pada jenis perusahaan, jika perusahaan menjual barang konsumsi atau jasa biasanya akan memiliki keuntungan yang stabil dibandingkan dengan perusahaan yang memproduksi barang-barang modal.

2) Umur Perusahaan

Sebuah perusahaan yang telah lama berdiri akan lebih stabil bila dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri. Umur perusahaan ini adalah umur sejak berdirinya perusahaan hingga perusahaan tersebut masih mampu menjalankan operasinya.

3) Skala Perusahaan

Jika skala ekonomi perusahaan lebih tinggi, berarti perusahaan dapat menghasilkan produk dengan biaya yang rendah.

¹⁰ Hery, *Teori Akuntansi Pendekatan Konsep dan Analisis*, (Jakarta: PT Grasindo, 2017), hlm. 313.

Tingkat biaya rendah tersebut merupakan cara untuk memperoleh laba yang diinginkan.

4) Harga Produksi

Perusahaan yang biaya produksinya relatif lebih murah akan memiliki keuntungan yang lebih baik dan stabil daripada perusahaan yang biaya produksinya tinggi.

5) Habitat Bisnis

Perusahaan yang bahan produksinya dibeli atas dasar kebiasaan (habitual basis) akan memperoleh kebutuhan lebih stabil dari pada non habitual basis.

6) Produk yang Dihasilkan

Perusahaan yang bahan produksinya berhubungan dengan kebutuhan pokok biasanya penghasilan perusahaan tersebut akan lebih stabil daripada perusahaan yang memproduksi barang modal.¹¹

d. Pengukuran Rasio Profitabilitas

Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah sebagai berikut:

1) *Gross Profit Margin* (GPM)

Rasio ini merupakan margin laba kotor, yang memperlihatkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur

¹¹ Muchlisin Riadi, "Pengertian, Tujuan, Manfaat dan Pengukuran Rasio Profitabilitas", dalam <https://www.kajianpustaka.com/2019/10/>, diakses tanggal 01 Januari 2021, pukul 00.28.

kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan. GPM merupakan ukuran efisiensi operasi perusahaan dan juga penetapan harga pokok. Apabila harga pokok penjualan meningkat, maka GPM akan menurun, begitu juga sebaliknya. Semakin besar rasio GPM maka semakin baik keadaan operasi perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *cost of good sold* relatif rendah dibandingkan dengan penjualan. Sebaliknya semakin rendah GPM, semakin kurang baik operasi perusahaan. *Gross Profit Margin* (GPM) dirumuskan:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

2) *Operating Profit Margin* (OPM)

Rasio ini menggambarkan *pure profit* yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. Jumlah OPM ini dikatakan murni karena benar-benar diperoleh dari hasil operasi perusahaan dengan mengabaikan kewajiban-kewajiban finansial berupa bunga serta kewajiban kepada pemerintah berupa pajak. OPM mengukur persentase dari setiap penjualan yang tersisa setelah semua biaya dan beban selain bunga, pajak, dan dividen saham preferen. Semakin tinggi rasio OPM, maka semakin baik pula operasi suatu perusahaan. *Operating Profit Margin* (OPM) dirumuskan:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Penjualan}}$$

3) *Net Profit Margin* (NPM)

Rasio ini digunakan untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. NPM adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. NPM sering digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban-beban yang berkaitan dengan penjualan. *Net Profit Margin* (NPM) dirumuskan:¹²

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

4) *Return on Investment* (ROI)

ROI disebut juga *Return on Total Assets* (ROA) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Rasio ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. *Return on Investment* (ROI) dirumuskan:

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

5) *Return on Equity* (ROE)

¹²<https://www.kajianpustaka.com/2019/10/>, diakses tanggal 3 Januari 2021, pukul 07.16.

Return on Equity (ROE) atau rentabilitas modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik. *Return on Equity* (ROE) dirumuskan:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

6) *Return on Common Stock Equity*

Return on Common Stock Equity atau tingkat penghasilan pemegang saham biasa menyangkut tingkat penghasilan atau return yang diperoleh atas nilai buku saham biasa. *Return on Common Stock Equity* dirumuskan:

$$\text{Return on Common Stock Equity} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak} - \text{Dividen Preferen}}{\text{Modal Sendiri} - \text{Modal Saham Preferen}}$$

7) *Earning Per Share* (EPS)

Rasio per lembar saham atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. *Earning Per Share* (EPS) dirumuskan:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak} - \text{Dividen Saham Preferen}}{\text{Jumlah Lembar Saham Biasa yang Beredar}}$$

8) *Basic Earning Power* (BEP)

Rasio ini menunjukkan kemampuan asset yang dimiliki untuk menghasilkan tingkat pengembalian atau pendapatan dari aktiva perusahaan sebelum pengaruh pajak dan *leverage*. *Basic Earning Power* (BEP) dirumuskan:

$$\text{Rasio BEP} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total Aktiva}}$$

e. Perubahan-Perubahan yang Mempengaruhi Profitabilitas

Salah satu aspek penting dalam analisa biaya, volume dan laba adalah perubahan dalam satu faktor atau lebih yang mempengaruhi laba (keuntungan). Faktor-faktor yang dapat berubah dalam hubungannya dengan analisis hubungan biaya, volume dan laba antara lain perubahan harga, perubahan volume penjualan, dan perubahan komposisi penjualan.

- 1) Perubahan harga jual per unit. Perubahan ini mempunyai pengaruh langsung terhadap penerimaan pendapatan perusahaan.
- 2) Perubahan volume penjualan. Perubahan volume penjualan pada umumnya akan mempengaruhi total biaya dan laba perusahaan. Volume penjualan harus berdasar pada seberapa besar kapasitas produksi yang mampu dihasilkan oleh perusahaan. Volume produksi yang melebihi produksi akan memberi kerugian bagi perusahaan, karena biaya yang dikeluarkan semakin besar.
- 3) Perubahan komposisi penjualan yang memproduksi lebih dari satu macam barang maka analisis profitabilitas dapat diterapkan untuk

seluruh barang/produk yang akan diproduksi dan dijual. Apabila komposisi barang yang dijual berubah maka profitabilitas secara total akan berubah juga.¹³

Penjualan (*sales*) merupakan komponen penting dalam kinerja perusahaan, karena penjualan merupakan bagian dari pemasukan (*income*) perusahaan. Dalam perusahaan jasa, pemasukannya disebut sebagai pendapatan, maka dalam perusahaan yang bergerak di bidang produksi pemasukannya disebut sebagai penjualan. Dari penjualan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi mampu memaksimalkan laba selain menekan biaya produksi dengan mengedepankan efisiensi. Kondisi penjualan saat ini baik pada semua sektor seketika berubah. Wabah *Coronavirus Disease* (Covid-19) yang terjadi berawal di China menjadi pandemi baru karena telah menyebar diseluruh Negara, termasuk di Indonesia.¹⁴

Berpengaruhnya kegiatan ekonomi baik disemua sektor bukan karena virus Covid-19 sebagai objeknya, tetapi peraturan yang terkait dengan virus Covid-19 dalam bentuk pembatasan hubungan sosial (*social distancing*) maupun PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang menyebabkan sektor bisnis harus lumpuh sementara waktu. Bagi perusahaan dalam bidang produksi, hal ini menjadi kendala apabila

¹³Ayub Usman Rasid, "Analisis...", hlm. 49.

¹⁴Lingga Yuliana, "Dampak Kondisi Pandemi di Indonesia terhadap Trend Penjualan (Studi Kasus pada PD. Sumber Jaya Aluminium)", *Jurnal Riset Bisnis*, Program Studi Manajemen STIE Media Nusantara Citra Jakarta, Vol. 4, No. 1, Oktober, 2020, hlm. 28.

dikerjakan dari rumah. Kondisi pandemi memukul perekonomian dari semua sektor tidak terkecuali sektor produksi. Namun tidak dipungkir bahwa biaya operasional harus tetap berjalan bagaimanapun kondisinya. Perusahaan harus berupaya semaksimal mungkin agar dapat bertahan dalam kondisi pandemi yang serba tidak pasti.

f. Strategi untuk Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan dengan cara mempertahankan dan meningkatkan penjualannya. Tujuan ini dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang baik untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran.¹⁵ Oleh karena itu adapun strategi yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan antara lain sebagai berikut:

- 1) Menambah Produk atau Layanan.
- 2) Tingkatkan Nilai Jual kepada Pelanggan.
- 3) Perluas Bidang Industri.
- 4) Mencari Target Konsumen Baru.
- 5) Menjual Produk atau Layanan dalam Ukuran Lebih Besar.

¹⁵Tri Weda Raharjo, dkk., *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*, (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019), hlm. 41.

- 6) Menggunakan Kemasan Ekonomis.
- 7) Menghindari Kompetensi Harga.
- 8) Proses Bisnis Sederhana dan Mengurangi Biaya Operasional.¹⁶

g. Menghitung Laba Rugi

1) Menghitung Laba Kotor

Menghitung laba kotor adalah dengan mengurangi penjualan bersih terhadap Harga Pokok Penjualan (HPP). Laba kotor dirumuskan:

$$\text{Laba Kotor} = \text{Penjualan Bersih} - \text{HPP}$$

Penjualan bersih diperoleh mengurangi seluruh penjualan dengan total biaya angkut, return penjualan, dan potongan penjualan. Sedangkan HPP dapat dihitung dengan cara menjumlahkan modal awal dengan pembelian bersih dan mengurangi dengan persediaan akhir.

2) Menghitung Laba Bersih

Menghitung laba bersih dapat dilakukan dengan mengurangi besarnya laba kotor oleh seluruh beban usaha yang mencakup semua biaya yang dikeluarkan baik biaya operasional ataupun non operasional. Contoh biaya operasional adalah biaya yang digunakan untuk pemasaran, administrasi, dan penyusutan. Biaya non

¹⁶ Mekari, "Cara Mudah Meningkatkan Profit Bisnis", dalam <http://www.jurnal.id/id/blog>, diakses tanggal 3 Januari 2021, pukul 06.47.

operasional contohnya adalah biaya bunga dan pajak. Laba bersih dirumuskan:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Beban Kotor} - \text{Beban Usaha}$$

Jika dalam usaha dikenakan Pajak penghasilan Badan (PPhB), maka cara menghitung Laba Bersih dilanjutkan dengan mengurangi penghasilan sebelum pajak dengan beban pajak sebagai berikut:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Penghasilan Sebelum Pajak} - \text{Beban Pajak}^{17}$$

2. Industri Kecil Menengah (IKM)

Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri. Industri Kecil Menengah (IKM) adalah industri yang memiliki skala industri kecil dan menengah. Menurut Peraturan Kementerian Perindustrian No. 64 tahun 2016, industri kecil adalah industri yang memiliki karyawan maksimal 19 orang, memiliki nilai investasi kurang dari 1 miliar rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Sedangkan, yang dimaksud dengan industri menengah adalah industri yang memiliki karyawan maksimal 19 orang dan nilai investasi minimal 1 miliar rupiah atau memiliki karyawan minimal 20 orang dan nilai investasi maksimal 15 miliar

¹⁷ Donnie Silalahi, "Cara Menghitung Laba Rugi dalam Laporan Usaha", dalam <https://alimak.id/blog>, diakses pada 17 Juni 2021, pukul 15.39.

rupiah.¹⁸ Menteri Perindustrian, Airlangga Hartanto, berpendapat bahwa IKM yang mendominasi populasi industri di dalam negeri berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Ini dikarenakan pertumbuhan IKM yang relatif stabil. Tidak hanya itu, kemampuan IKM untuk menyerap tenaga kerja sangat tinggi, mencapai 97,22% pada awal tahun 2016.

a. Dampak Covid-19 terhadap UMKM

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) sendiri merupakan hal yang baru dalam kegiatan atau aktivitas perniagaan. UMKM ini bergerak dalam hal perdagangan dimana dalam hal ini menyangkut pada aktivitas atau kegiatan berwirausaha. UMKM merupakan suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau juga badan usaha yang dalam hal ini termasuk juga sebagai kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga mikro. Peraturan mengenai UMKM sudah dibahas didalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. Berdasarkan peraturan tersebut, ada beberapa kriteria yang dipergunakan, yakni sebagai berikut:

1) Usaha Mikro

Usaha produktif milik perseorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam undang-undang.

¹⁸Lihat Permenperin Nomor 64 Tahun 2016 Tentang Besaran Jumlah Tenaga Kerja Dan Nilai Investasi Untuk Klasifikasi Usaha Industri.

2) Usaha Kecil

Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perseorangan 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 yang diatur dalam undang-undang.

3) Usaha Menengah

Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Penyebaran virus corona (Covid-19) memukul perekonomian Indonesia, termasuk pelaku usaha. Pemerintah memberikan dukungan industri sebesar Rp 70,1 triliun dan dunia usaha sebesar Rp 150 triliun. Kementerian Keuangan (Kemenkau) mencatat, dunia usaha yang terdampak signifikan adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah terdampak virus corona (Covid-19). Kebanyakan koperasi yang terdampak

virus corona bergerak di bidang kebutuhan sehari-hari. Sedangkan UMKMyang paling terdampak yakni makanan dan minuman.

Untuk menanggulangi masalah yang terjadi pada pelaku UMKM, IKM dan koperasi, pemerintah melaksanakan beberapa upaya salah satunya, memasukkan pelaku usaha dan koperasi sebagai penerima program bantuan pemerintah, seperti Kartu Prakerja, Subsidi Tarif Listrik, dan Keluarga Harapan. Pemerintah juga memberikan keringanan pembayaran pajak selama enam bulan, sejak April 2020 hingga September 2020. Berdasarkan hal tersebut pemerintah berharap program-program ini bisa membantu UMKM, IKM dan koperasi bertahan di masa pandemi ini.¹⁹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu atau lebih dikenal dengan telaah pustaka telaah pustaka adalah penelusuran terhadap studi atau karya-karya terdahulu sebagai pedoman penelitian lebih lanjut serta untuk menghindari adanya duplikasi dan menjamin keaslian dan legalitas penelitian ini.

Berikut merupakan telaah pustaka dari penelitian terdahulu antara lain:

¹⁹ Agni Hikmah Permadi, dkk., *Bisnis UMKM di Tengah Pandemi Kajian Komunikasi Pemasaran*, (Surabaya: Unitomo Press, 2020), hlm. 38-41.

1. Abdurrahman Firdaus Thaha dengan judul penelitian “Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis seperti apa dampak yang ditimbulkan oleh virus corona terhadap perkembangan bisnis UMKM yang ada di Indonesia. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil temuan dalam penelitian adalah dalam menghadapi tantangan ekonomi dan bisnis akibat pandemi Covid-19 diperlukan berbagai jenis pendekatan, diantaranya adalah pendekatan secara makro melalui kebijakan pemerintah maupun pendekatan secara mikro melalui manajemen UMKM secara bisnis. Demi mendukung usaha pengusaha dalam mengimplementasikan model bisnis baru dan transformasi digital pada UMKM, penting bagi pemerintah untuk membuat kebijakan struktural untuk kepentingan jangka panjang. Kebijakan tersebut meliputi kebijakan jangka pendek bagi UMKM yakni pengenalan teknologi digital dan pelatihan bagi para pelaku dan pekerja UMKM serta kebijakan panjang bagi UMKM untuk beradaptasi dengan penggunaan teknologi untuk proses produksi, penggunaan media teknologi digital untuk mempromosikan produk UMKM, dan menemukan pasar potensial bagi produk yang dihasilkan.²⁰ Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang saya lakukan adalah terletak pada metode penelitian yang digunakan sama yaitu metode deskriptif kualitatif. Perbedaan terletak pada judul penelitian jika penelitian terdahulu membahas tentang Dampak Covid-19 Terhadap UMKM

²⁰Abdurrahman Firdaus Thaha, “Dampak...”, hlm. 147.

Di Indonesia sedangkan penelitian saya berjudul Analisis Tingkat Profitabilitas IKM pada masa Pandemi Covid-19 di Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat.

2. Rizki Nor Azimah dkk, dengan judul penelitian “Analisis Dampak Covid-19 terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Klaten dan Wonogiri”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana dampak Covid-19 terhadap kondisi sosial dan ekonomi pada wilayah Klaten dan Wonogiri. Pada penelitian ini digunakan metode kuantitatif dalam pengambilan data yaitu dengan menyebar kuesioner pada 3 pasar yang ada di Klaten dan Wonogiri. Pengolahan data dari hasil penyebaran kuesioner diolah dengan metode statistik deskriptif yang kemudian hasil kuesioner diolah menjadi data berupa grafik dan penjelasan. Hasil temuan yang diperoleh menunjukkan bahwa dengan adanya pandemi virus Covid-19 ini perekonomian mengalami penurunan terutama pada pedagang pasar yang mengalami penurunan omzet dan penghasilan sebesar 50%.²¹ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya lakukan adalah terletak pada masalah penelitiannya membahas tentang Covid-19. Untuk perbedaannya terletak pada jika penelitian terdahulu membahas Tentang Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Klaten dan Wonogiri sedangkan penelitian saya membahas tentang Analisis Tingkat Profitabilitas IKM pada masa Pandemi Covid-19 di Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan

²¹ Rizki Nor Azimah, dkk., “Analisis...”, hlm. 61.

Kuripan Kabupaten Lombok Barat. Penelitian terdahulu juga menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian saya menggunakan metode kualitatif.

3. Dito Aditia Darma Nasution dkk, "Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perekonomian Indonesia". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak pandemi COVID-19 terhadap perekonomian Indonesia. Pandemi Covid-19 yang telah menyebar pada akhirnya membawa risiko yang sangat buruk bagi perekonomian dunia termasuk Indonesia khususnya dari sisi pariwisata, perdagangan serta investasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan analisis data sekunder. Berdasarkan Hasil penelitian, dampak pandemi Covid-19 menyebabkan rendahnya sentimen investor terhadap pasar yang pada akhirnya membawa pasar kearah cenderung negatif. Langkah-langkah strategis terkait fiscal dan moneter sangat dibutuhkan untuk memberikan rangsangan ekonomi. Seiring berkembangnya kasus pandemi Covid-19, pasar lebih berfluktuasi kearah yang negatif. Tidak hanya itu saja, lambatnya ekonomi global khususnya kegiatan ekspor Indonesia ke China juga berdampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Hal tersebut berdasarkan analisis sensitivitas yang menjelaskan bahwa lambatnya ekonomi global saat ini sangat berdampak terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia.²² Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang atau yang dilakukan adalah

²² Dito, dkk., "Dampak...", hlm. 212

terletak pada judul jika penelitian terdahulu mengangkat masalah dengan judul Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perekonomian Indonesia sedangkan penelitian sekarang membahas terkait judul Analisis Tingkat Profitabilitas IKM pada masa Pandemi Covid-19 di Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat. Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif deskriptif sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif deskriptif. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang membahas tentang dampak Covid-19 yang telah terjadi khususnya dibidang ekonomi.

4. Taufik dan Eka Avianti Ayuningtyas, “Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Bisnis dan Eksistensi *Platform Online*”. Penelitian ini bertujuan menemukenali dan menganalisis dampak pandemic Covid-19 terhadap kegiatan bisnis berbasis *platform online* di Jakarta. Metode yang digunakan adala metode kualitatif deskriptif, menggunakan sumber data sekunder dari hasil riset, refrensi dan pemberitaan online yang terkait dengan penelitian. Berdasarkan Hasil penelitian bahwa dampak pandemi Covid-19 terkluster pada 3 keadaan aktivitas bisnis, pertama bisnis bertahan atau stabil, kedua bisnis yang menurun dan ketiga bisnis berkembang. Bisnis yang stabil melalui penyesuaian model interaksi menggunakan *platform* aplikasi *online* adalah pendidikan, terutama untuk hantaran makanan/minuman dan kebutuhan pokok

dan produk kesehatan.²³ Bisnis yang menurun adalah yang berbasis kunjungan atau keberadaan konsumen di tempat sangat terdampak dari pandemi Covid-19, seperti angkutan umum, pariwisata, perhotelan, ritel offline, pusat perbelanjaan, angkutan orang dan barang. Bisnis yang berkembang karena dinamika pasar dan penyesuaian interaksi menggunakan *platform* aplikasi online seperti bisnis telekomunikasi, belanja online (kebutuhan pokok dan produk kesehatan), farmasi, termasuk UMKM yang beralih secara inovatif memproduksi produk kesehatan yang dibutuhkan di masa pandemi Covid-19.²⁴ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah metode yang digunakan sama yakni metode kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah terletak pada judul jika penelitian terdahulu mengangkat judul terkait Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Bisnis dan Eksistensi *Platform Online* sedangkan penelitian sekarang mengangkat judul Analisis Tingkat Profitabilitas IKM pada masa Pandemi Covid-19 di Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat.

5. Sappeami dan Sitti Aisyah M, “Dampak Covid-19 terhadap Praktik Jual Beli: Analisis *Ihtikar* dalam Hukum Islam”, tujuan penulisan ini adalah memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang dampak Covid-19 terhadap praktik jual beli (analisis *ihthikar* dalam hukum islam). Tulisan ini menggunakan

²³ Taufik dan Eka, “Dampak...”, hlm. 21.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 22.

metode penelitian kualitatif dalam bentuk *libraryresearch* dengan menggunakan pendekatan syar'i. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *ihtikar* perilaku menimbun barang dengan tujuan menjualnya kembali dengan harga tinggi untuk memperoleh keuntungan yang besar. Dalam syari'at islam, *ihtikar* hukumnya haram karena mengandung unsur merugikan orang lain. Hal ini sangat jelas disebutkan dalam QS. Al-Humazah/109: ayat 1-2 dan dihukumi dosa sebagaimana yang termaktub dalam hadis Rasulullah SAW.²⁵ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang adalah terletak pada metode yang digunakan sama yaitu metode penelitian kualitatif dan permasalahan yang diangkat pun sama terkait dampak Covid-19. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah terletak pada jenis penelitian yaitu penelitian terdahulu menggunakan bentuk *library research* dengan menggunakan pendekatan syar'i sedangkan penelitian sekarang menggunakan jenis penelitian kualitatif bersifat deskriptif.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

²⁵ Sappeami dan Sitti Aisyah M, "Dampak Covid-19 terhadap Praktik Jual Beli: Analisis *Ihtikar* dalam Hukum Islam", *Jurnal Hukum & Ekonomi Syariah*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Vol. 5, No. 1, September, 2020, hlm. 27-28.

Metode adalah suatu cara atau teknis yang dilakukan dalam proses penelitian. Sedangkan penelitian itu sendiri diartikan sebagai upaya dalam bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta dan prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati dan sistematis untuk mewujudkan kebenaran.²⁶

Metode penelitian merupakan cara dan prosedur yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki suatu masalah tertentu dengan maksud mendapatkan informasi untuk digunakan sebagai solusi atau jawaban atas masalah yang sedang diteliti. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif.²⁷

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi penyelidikan (*inquiry*) yang menekankan pencairan makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena; fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif. Dari sisi lain dan secara sederhana dapat dikatakan bahwa tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui aplikasi prosedur ilmiah secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kualitatif.²⁸

²⁶Mardalis, *Metode Penelitian* 28 *ndekatan Proposal*, (Jakarta: PT Bumi Aksara,2008), hlm.24.

²⁷ Muhammad Nazir, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 54.

²⁸A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2014), hlm. 329.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah pendekatan penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif merupakan langkah kerja untuk mendeskripsikan suatu objek, fenomena dalam suatu tulisan yang bersifat naratif artinya, data, fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar dan bukan dari angka-angka.²⁹

Dari penjelasan diatas itulah sebabnya peneliti menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif, agar peneliti dapat menganalisis secara langsung fakta di lapangan terkait bagaimana Dampak Covid-19 terhadap Tingkat Profitabilitas IKM Roti Sukses Dusun Adeng Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Penelitian ini akan berlangsung dan mulai dilaksanakan pada Desember 2020 sampai dengan April 2021. Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni di IKM Roti Sukses Dusun Adeng Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat. Adapun alasan peneliti memilih IKM Roti Sukses Dusun Adeng Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat karena peneliti merasa tertarik melihat perkembangan dari IKM Roti Sukses yang berdiri sejak tahun 2015 hingga sekarang apalagi

²⁹Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta 2014), hlm. 28.

dengan adanya pandemi Covid-19 yang telah memberikan perubahan di bidang ekonomi salah satunya pada sektor industri kreatif seperti IKM Roti Sukses. Perusahaan ini juga merupakan perusahaan muda yang memiliki cabang hingga di luar Lombok sehingga peminat dari Roti Sukses juga banyak terlihat di toko-toko atau minimarket sekitar. Selain itu, masalah yang diteliti belum pernah diangkat oleh peneliti lain dalam kajian dan lokasi yang sama.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu:

a. Data kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata atau yang berwujud pernyataan variabel dan bukan dalam bentuk angka.³⁰Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data seperti wawancara, analisis dokumen dan observasi yang telah dituangkan dalam catatan lapangan.

b. Data Kuantitatif

³⁰ Noen Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rakesarasin, 1996), hlm. 2.

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, beberapa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.³¹

2. Sumber Data

Sumber data adalah dimana data atau informasi itu didapatkan dan diperoleh. Jika peneliti menggunakan orang maka sumber data disebut subyek, yaitu orang tersebut yang akan menjawab pertanyaan dari peneliti, baik itu pertanyaan tertulis maupun secara lisan. Adapun sumber data yang dimaksud adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian baik itu dengan metode angket, wawancara, kuesioner dan lainnya.³² Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data pertama adalah Lalu Moh. Iqbal sebagai pemilik usaha IKM Roti Sukses Dusun Adeng Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan seperti buku, literatur ataupun dokumen-dokumen yang sesuai dengan penelitian. Dalam

³¹ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 15.

³² M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm.

penelitian ini, sumber kedua peneliti adalah dari dokumen-dokumen terkait dengan penelitian.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah pedoman tertulis tentang wawancara, pengamatan, dan pertanyaan yang dipersiapkan untuk mendapatkan informasi³³, instrumen penelitian disebut juga dengan alat bantu. Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki obyek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya.³⁴

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara. Bentuk dari wawancara ini merupakan jenis wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Dalam melakukan wawancara,

³³ Ovan dan Andika Saputra, *Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020), hlm. 1.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 222.

selain harus membawa instrumen sebagai pedoman untuk wawancara, maka peneliti juga dapat menggunakan alat bantu seperti *tape recorder*, gambar, brosur dan material lain yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar.³⁵

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui metode pengumpulan data yang benar, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan.³⁶

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data observasi dapat dibedakan menjadi *participant observation* (observasi berperan serta) dan *non participant observation*, selanjutnya dari segi instrumentasi yang digunakan, maka observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur.³⁷

Pada *partisipant observation* peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data

³⁵*Ibid.*, hlm. 233

³⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 455.

³⁷ Sugiyono, *Metode...*, hlm. 145.

penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Sedangkan *non participant observation* peneliti terlibat langsung dengan aktivitas orang-orang yang sedang diamati, maka dalam observasi nonpartisipan peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi nonpartisipan di mana peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen. Hal-hal yang peneliti observasi adalah, peneliti mengamati bagaimana dampak Covid-19 terhadap tingkat profitabilitas (keuntungan) industri kecil menengah (IKM) pada Roti Sukses Dusun Adeng Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara 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, di mana pewawancara

bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.³⁸

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.³⁹

Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara terstruktur karena peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu, peneliti harus menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan. Dalam wawancara, selain membawa pedoman pertanyaan peneliti juga menggunakan alat bantu seperti rekaman, dokumentasi (gambar) dan material lain yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar.

³⁸A. Muri Yusuf, *Metode...*, hlm. 372.

³⁹*Ibid.*, hlm. 138-140.

Dalam hal ini informan pada penelitian ini adalah pihak dari IKM Roti Sukses yang sekaligus mendukung penulisan skripsi ini adalah Lalu Moh.Iqbal selaku pemilik usaha IKM Roti Sukses tersebut. Adapun data yang diperoleh dari hasil wawancara adalah mengetahui dampak Covid-19 terhadap tingkat profitabilitas IKM sebelum dan sesudah adanya pandemi dan apa saja strategi yang dilakukan untuk meningkatkan profitabilitas (keuntungan) IKM. Yang di wawancarai peneliti dalam penelitian ini adalah pemilik usaha IKM Roti Sukses.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari metode wawancara. Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumentasi tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumen itu dapat berbentuk teks tertulis, *artefacts*, gambar, maupun foto. Dokumen tertulis dapat pula berupa sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, karya tulis, dan cerita.⁴⁰

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode dokumentasi dengan tujuan mengumpulkan data-data yang tertulis yang dapat membantu dan memberikan keterangan sesuai dengan yang dibutuhkan di lokasi penelitian, yaitu berhubungan dengan gambaran umum lokasi penelitian serta

⁴⁰*Ibid.*, hlm. 391.

berkas atau dokumen lainnya yang terkait. Seperti profil IKM Roti Sukses dan berkas atau dokumen lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu Analisis Dampak Covid-19 terhadap tingkat profitabilitas IKM Roti Sukses Dusun Adeng Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁴¹

Dalam analisis data ini, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman dimana aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan dilakukan secara terus menerus. Adapun aktivitas dalam analisis data antara lain:

a. Reduksi Data

⁴¹ Albi Anggito, dkk., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hlm. 236-237.

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi.⁴² Reduksi data maksudnya disini adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang paling penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari bila diperlukan.

Dalam proses pereduksian data menurut Tracy (2012) dalam Abdul, peneliti dapat menggunakan dua proses timbal balik, yaitu: 1) dari teori ke data, dan 2) dari data ke teori. Titik awal proses pereduksian data bergantung pada pendekatan penelitian yang digunakan apakah deduktif atau induktif. Jika peneliti menggunakan pendekatan induktif (misalnya metode *grounded theory*), pereduksian data dimulai dari melihat data, kemudian dikode, dikategorikan dan diberi tema untuk selanjutnya dikembangkan menjadi teori. Proses bolak balik (*iterative process*) teori-data-teori atau data-teori-data dapat dilakukan secara berulang-ulang sampai peneliti menemukan suatu pola yang kuat.

Jika peneliti menggunakan pendekatan deduktif, maka pereduksian data dimulai dari teori kemudian ke data dan kembali lagi ke teori. Teori berfungsi sebagai pemberi arah bagaimana data akan direduksi. Menurut

⁴² Abdul Hakim, *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Sukabumi: CV Jejak, 2017), hlm. 85.

Saunders (2009) dalam Jogyanto, pereduksian data secara deduktif menggunakan teori untuk mencocokkan pola (*patten matching*) atau untuk membangun penjelasan. Dalam mencocokkan pola, teori digunakan sebagai kerangka konseptual/analitis untuk memandu peneliti dalam mencari atau mencocokkan pola hasil/temuan tentang apa yang diharapkan dari data. Sedangkan jika teori digunakan untuk membangun penjelasan, peneliti mengumpulkan dan menganalisis data, termasuk pereduksian data, untuk membangun penjelasan teori, bukan menguji hipotesis yang dibangun berdasarkan teori.⁴³

b. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data (*display data*) dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan *mendisplaykan* data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

⁴³ Jogyanto Hartono, *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta, ANDI, 2018), hlm. 300.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi bisa juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori.⁴⁴

G. Pengecekan Keabsahan Data (*Validitas*)

Uji keabsahan data dalam penelitian sering ditekankan pada uji validasi dan reliabilitas. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Sedangkan reabilitas menurut Susan Stainback dalam Sugiyono “reabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan”. Dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel yang diuji adalah datanya.⁴⁵ Agar hasil penelitian kualitatif memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi sesuai dengan fakta di lapangan, dalam teknik pengujian ini, dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai cara, yaitu:

- 1) Perpanjangan Keikutsertaan

⁴⁴*Ibid.*, hlm. 85-86.

⁴⁵Sugiyono, *Metode...*, hlm. 509.

Dalam hal ini, peneliti perlu memperpanjang pengamatannya karena jika hanya sekali datang ke lokasi penelitian akan sulit mendapatkan *link* atau *chemistry* dengan para partisipan.

2) Ketekunan Pengamatan

Dalam penelitian kualitatif harus mengumpulkan data yang Benar, Aktual, Akurat dan Lengkap(BAAL).Peneliti harus menunjukkan kegigihannya dalam mengejar data yang sudah diperoleh untuk lebih diperdalam dan hal yang belum ada terus diupayakan keberadaannya.Dengan meningkatkan ketekunan dan kegigihan, berarti peneliti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan.

3) Triangulasi

Pengecekan dengan cara memeriksa ulang data. Pemeriksaan ulang dapat dilakukan sebelum data atau sesudah data dianalisis. Pemeriksaan dengan cara triangulasi dilakukan untuk meningkatkan derajat kepercayaan dan akurasi data.⁴⁶ Triangulasi ini merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data.

Menurut Patton dalam Deny mengemukakan 4 macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan yaitu:

a) Triangulasi Data

⁴⁶Helaludin dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*, (Makassar, Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019), hlm. 134-135.

Untuk mendukung keabsahan data peneliti menggunakan dokumen, arsip, hasil observasi dan hasil wawancara sebagai media pemeriksaan.

b) Triangulasi Pengamat

Dalam penelitian ini, dosen pembimbing bertindak sebagai pengamat (*expert judgement*) yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data.

c) Triangulasi Teori

Penggunaan berbagai teori yang berlainan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memenuhi syarat.

d) Triangulasi Metode

Menggunakan beberapa metode untuk melakukan penelitian, yaitu: metode observasi, wawancara dan dokumentasi.⁴⁷

Dalam penelitian ini, untuk melakukan keabsahan data, teknik yang digunakan peneliti untuk menjamin keaslian data yang diperoleh di lapangan adalah dengan menggunakan teknik triangulasi metode, yakni dengan menggunakan berbagai metode yang ada untuk mencapai informasi yang akurat seperti observasi, wawancara dan dokumentasi.

4) Pengecekan Teman Sejawat

⁴⁷ Deny Nofriansyah, *Penelitian Kualitatif: Analisis Kinerja Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan*, (Yogyakarta: Deepublish, Juni, 2018), hlm. 13-14.

Pengecekan teman sejawat melalui diskusi, bertujuan untuk memperoleh kritikan atas hasil yang didapatkan, sehingga dapat menuju ketinggian kepercayaan dan kebenaran dari data hasil penelitian. Pengecekan teman sejawat ini dalam penelitian kualitatif setara dengan validasi ahli dalam penelitian dan pengembangan. Peneliti berdialog dengan rekan-rekan sejawatnya yang ahli dalam penelitian kualitatif dan ahli dalam bidang fokus kajian. Teman sejawat adalah ahli yang tidak ikut serta dalam penelitian yang sedang dilakukan. Penggunaan teknik ini menunjukkan bahwa peneliti terbuka terhadap hasil interpretasi dengan menerima kritikan dari hasil temuan.

5) Kecukupan Referensi

Kecukupan referensi maksudnya keabsahan data hasil penelitian juga dapat dilakukan dengan memperbanyak referensi yang dapat menguji dan mengoreksi hasil penelitian yang telah dilakukan, baik itu referensi yang berasal dari orang lain maupun yang diperoleh selama penelitian seperti wawancara dan catatan harian.⁴⁸

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini berbentuk penelitian lapangan, penulisannya mengacu kepada pedoman penulisan karya ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Penulisan skripsi ini menggunakan bahasa Indonesia.

⁴⁸ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2007), hlm. 259.

Bab I, berisi pendahuluan yang menguraikan secara ringkas latar belakang masalah sehingga memunculkan keinginan untuk fokus kajian, tujuan dan manfaat penelitian.

Bab II, berisi tentang kajian pustaka yang menguraikan tentang kajian teori, teori yang digunakan peneliti disesuaikan dengan judul penelitian. Pada bab ini dipaparkan juga terkait penelitian terdahulu yang relevan dengan tema penelitian.

Bab III, berisi metodologi penelitian yang menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, jenis dan sumber data, instrumen penelitian, metode pengumpulan data, teknik analisis data, dan sistematika pembahasan.

Bab IV, berisi hasil dan pembahasan terkait penelitian yang merupakan jawaban dari fokus penelitian.

Bab V, berisi penutup yang menguraikan tentang kesimpulan daripada hasil penelitian dan saran-saran.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Industri Kecil Menengah (IKM) Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat

a. Profil Berdirinya IKM Roti Sukses

Sejarah membangun Roti Sukses berawal dari tahun 2014 dimana Lalu Moh. Iqbal pernah menjadi karyawan *freelance* sebagai marketing salah satu di perusahaan *bakery*, dan pada saat itu bertepatan dengan tugas praktik kewirausahaan di kampus yang mengharuskan Lalu Moh. Iqbal membuka usaha selama 2 bulan karena sudah disiapkan tempat oleh pihak kampus. Pada akhirnya Lalu Moh. Iqbal mengambil roti di perusahaan tersebut untuk dijual kembali seperti di kampus, kantor, toko-toko bahkan perbankan dan lainnya, itulah yang dilakukan Lalu Moh. Iqbal selama satu tahun.⁴⁹

Sambil berjualan keliling dan beliau mengamati sekitarnya seperti apa roti yang diinginkan oleh konsumen. Setelah itu Lalu Moh. Iqbal memutuskan untuk membuka usaha sendiri tepatnya pada tanggal 31 Mei 2015 berdirinya perusahaan tersebut yang diberi nama Roti Sukses karena bagi Lalu Moh. Iqbal nama adalah doa. Di samping berdoa untuk

⁴⁹ Lalu Moh. Iqbal (Pemilik Usaha), *Wawancara*, Jagaraga Kuripan Lombok Barat, 5 Februari 2021.

kesuksesan rotinya sendiri juga bisa berdoa untuk orang lain yang membacanya.

Hal yang mendasari Lalu Moh.Iqbal membuat usaha tersebut, karena cita-citanya ingin menjadi pengusaha dan melihat peluang yang ada setelah menjadi *marketing freelance* selama satu tahun. Sehingga Lalu Moh. Iqbal menyiapkan perlengkapan atau barang-barang tersebut dan kemudian menjualnya sendiri.

Lalu Moh. Iqbal mengumpulkan modalnya dari hasil sebagai *marketing freelance* ditambah dengan beasiswa yang didapat selama di kampus dan digunakan untuk membuat usaha. Lalu Moh. Iqbal tidak mengira akan membuat usaha roti, karena yang diinginkan hanya mempunyai bisnis. Sejak memiliki bekal pengalaman sebagai *marketing freelance* di perusahaan *bakery*, berdasarkan pengamatannya sambil jualan keliling selama setahun dan akhirnya memutuskan untuk membuat usaha roti saja. Karena sudah ada pengalaman dan berharap dapat dimudahkan dalam membuka usaha produksi roti, dan di Indonesia peluang bisnis *bakery* juga sangat besar.

Modal awal Roti Sukses yaitu Rp.11.500.000-, itu digunakan untuk membeli alat dan perlengkapan serta bahan baku awal Roti Sukses sehingga omzet yang didapatkan perusahaan kurang lebih sekitar Rp.1.500.000.000 dalam setahun. Pengumpulan modal tersebut berasal

dari selama Lalu Moh. Iqbal menjadi *marketing freelance* ditambah dengan beasiswa di kampus.⁵⁰

Seiring berjalannya waktu, IKM Roti Sukses semakin berkembang yang dulunya Lalu Moh. Iqbal mengurusnya sendiri akhirnya dapat mempekerjakan orang lain sehingga terdapat 22 karyawan yang ada di perusahaan Roti Sukses saat itu yang terdiri dari beberapa manajemen perusahaan seperti 4 orang manajemen kemasan, 6 orang manajemen pemasaran, 10 orang manajemen produksi, 1 orang manajemen keuangan dan 1 kepala cabang di Sumbawa.⁵¹

b. Visi dan Misi IKM Roti Sukses

1) Visi

Menjadikan Roti Sukses sebagai perusahaan terbesar di Indonesia tahun 2028.

2) Misi

- a) Membuat produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.
- b) Memberikan pelayanan terbaik.
- c) Menghadirkan solusi bagi konsumen.

c. Letak Geografis IKM Roti Sukses

⁵⁰ Lalu Moh. Iqbal (Pemilik Usaha), *Wawancara*, Jagaraga Kuripan Lombok Barat, 5 Februari 2021.

⁵¹ *Observasi*, Jagaraga Kuripan Lombok Barat, 22 Desember 2020.

IKM Roti Sukses merupakan usaha membuat atau memproduksi roti. IKM Roti Sukses berlokasi di Dusun Adeng Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat. Secara letak geografis atau wilayah, memiliki batasan-batasan sebagai berikut:

- 1) Sebelah Barat : Jalan Raya By Pass dan Persawahan.
- 2) Sebelah Timur : Rumah Warga.
- 3) Sebelah Selatan : Rumah Warga.
- 4) Sebelah Utara : Jalan Adeng.⁵²

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti dilihat dari batasan tersebut dapat disimpulkan bahwa letak IKM Roti Sukses cukup strategis sehingga mudah diketahui orang luar yang ingin berkunjung untuk melihat secara langsung pembuatan roti karena tempatnya tidak jauh dari jalan raya menuju bandara dan Kota Mataram.

d. Budaya Perusahaan Roti Sukses 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat dan Rajin)

- 1) Ringkas
 - a) Menaruh timbangan *digital* di bawah meja tempat yang sudah disiapkan.
 - b) Menyiapkan bahan baku dan ragi roti di tempat yang bersih dan telah disediakan.
 - c) Mengaduk adonan roti manis pada *mixer* besar.
 - d) Mendahulukan membuat roti kipas yang lebih cepat ngembang daripada roti keizen, pelangi rasa, pisang coklat dan lain-lain.
 - e) Menyiapkan selai-selai atau isian roti di bawah meja tempat bahan penolong ditaruh.

⁵²Observasi, Desa Jagaraga Kuripan Lombok Barat, 5 Februari 2021.

- f) Menyisihkan loyang yang belum terpakai karena akan membuat pemborosan tempat.
 - g) Mendahulukan mengaduk bahan roti yang manis daripada bahan roti tawar.
- 2) Rapi
- a) Menaruh plastik, tepung, selai, telur pada penyimpanan bahan baku yang telah disediakan.
 - b) Menaruh nampan timbangan pada wadah mesin pembagi adonan roti.
 - c) Menaruh plastik roti pada bagian ke 2 lemari bahan baku.
 - d) Menyingkirkan alat-alat yang tidak perlu seperti kapi terlalu banyak, selai pada *freezer*.
 - e) Menggunakan seragam *bakery* sebelum bekerja.
 - f) Bekerja sesuai dengan sistem kerja yang sudah dibuat (mendahulukan mengaduk adonan, kemudian di timbang, pembentukan dan pemberian rasa, proses fermentasi, oven, pengemasan produk yang sudah dingin kemudian di pasarkan.
 - g) Membersihkan loyang setiap hari.
 - h) Membersihkan tempat kerja sebelum pulang.
- 3) Resik
- a) Membuang sampah pada tempatnya.
 - b) Membuang sampah plastik selai, telur, bungkus plastik, kardus bahan baku, karung tepung dan bekas stiker logo.
 - c) Membersihkan bekas tepung setiap hari.
 - d) Membersihkan mesin-mesin agar tidak kotor dan cepat rusak.
 - e) Membersihkan loyang roti.
 - f) Membersihkan gudang penyimpanan bahan baku.
 - g) Membersihkan celemek yang digunakan.
 - h) Membersihkan meja produksi.
- 4) Rawat
- a) Terus menerapkan dan menjaga tempat kerja yang nyaman serta terus menerapkan kerja Ringkas, Rapi serta Resik.
 - b) Mengecek setiap hari keadaan mesin tempat produksi, kantor serta gudang.
 - c) Membuat standar keersihan tempat kerja dan peralatan mesin yang digunakan.
 - d) Mengecek keadaan peralatan atau mesin yang digunakan.
 - e) Menggunakan mesin yang modern dan lebih besar kapasitasnya.
- 5) Rajin
- a) Menjadikan budaya kerja 5R menjadi kebiasaan setiap hari bagi seluruh tim Roti Sukses.
 - b) Mematuhi dan melaksanakan semua aturan serta budaya kerja yang ditetapkan dan terapkan.

- c) Melaksanakan budaya kerja 5R Ringkas, Rapi, Resik, Rawat dan Rajin mulai diri sendiri dengan penuh tanggung jawab dan bahagia.
- d) Terus meningkatkan produktifitas kerja tim Roti Sukses.
- e) Melaksanakan semua kegiatan produksi dan pemasaran dengan bahagia, sungguh-sungguh dan tawakkal.
- f) Saling memperingati dan memperbaiki ketika aplikasi 5R pada perusahaan Roti Sukses diterapkan.
- g) Membantu teman yang belum menyelesaikan pekerjaannya.
- h) Saling memotivasi kegiatan berupa kerja untuk bekal ibadah kepada Allah SWT.⁵³

Perusahaan Roti Sukses merupakan sebuah usaha roti industri rumahan yang bergerak di bidang produksi dengan memanfaatkan bahan baku sehingga diproses menjadi sesuatu yang memiliki nilai sehingga dibutuhkan oleh masyarakat. Adapun varian menu roti yang dijual seperti roti pisang coklat, pisang keju, roti rasa abon, roti kipas dan lain-lain tentunya dengan harga yang berbeda-beda yaitu:

Tabel 1.1

Varian Menu Roti Sukses

NO	PRODUK	HARGA
1	Kipas	Rp 6.000
2	Pisang Coklat	Rp 3.500
3	Pisang Keju	Rp 3.500
4	Pelangi Rasa	Rp 7.000
5	Keizen	Rp 7.000
6	Kasur	Rp 7.000

⁵³Observasi, Desa Jagaraga Kuripan Lombok Barat, 5 Februari 2021.

7	Meat Chese Abon	Rp 6.000
8	Meat Chese Keju	Rp 6000
9	Tawar	Rp 9.000
10	Longcem	Rp 9.000
11	Kenangan	Rp 10.000
12	Azumi	Rp 8.000

Table 1.2
Varian Menu Roti Gembong Mandalika

NO	PRODUK	HARGA
1	Gembong Original	Rp 10.000
2	Gembong Tiramisu	Rp 14.500
3	Gembong Coklat	Rp 16.000
4	Gembong Cappucino	Rp 15.000
5	Gembong Durian	Rp 18.000
6	Gembong Durian Original	Rp 25.000
7	Gembong Susu	Rp 15.000
8	Gembong Green Tea	Rp 15.000
9	Gembong Vanila	Rp 15.000
10	Gembong Oreo	Rp 16.000
11	Gembong Strawberry	Rp 16.000

Sumber: Dokumentasi Outlet Roti Gembong Mandalika.⁵⁴

e. Struktur Organisasi IKM Roti Sukses

IKM Roti Sukses adalah perusahaan yang berdiri pada tahun 2015 yang didirikan oleh Lalu Moh.Iqbal sampai sekarang. Jumlah karyawan sebanyak 22 orang yang terdiri dari beberapa manajemen perusahaan untuk membantu dalam mengontrol dan menjalankan perusahaan seperti manajemen produksi, pemasaran, kemasan dan keuangan yang terdapat pada struktur perusahaan sebagai berikut:



Sumber: Dokumentasi IKM Roti Sukses.⁵⁵

2. Kondisi Profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat Pada Masa Pandemi Covid-19

⁵⁴Observasi, Taman Baru Mataram, 11 Maret 2021.

⁵⁵Observasi, Desa Jagaraga Kuripan Lombok Barat, 5 Februari 2021.

Roti Sukses merupakan perusahaan yang memproduksi roti, dimana roti tersebut memiliki tekstur yang lembut, bentuknya unik dan memiliki banyak varian rasa. Roti Sukses yang memiliki cita rasa bintang lima dan harga kaki lima adalah perusahaan yang didirikan oleh Lalu Moh. Iqbal sejak tahun 2015 hingga sekarang, perusahaan ini adalah salah satu perusahaan yang ada di Lombok Barat dan menjadi industri roti rumahan yang banyak diminati oleh orang-orang di kabupaten maupun desa-desa sekitar.

Usaha IKM Roti Sukses yang telah berjalan kurang lebih 6 tahun pada awalnya mengalami perkembangan yang cukup baik. Produk-produk yang dibuat telah ramai dipasarkan terlihat banyak toko-toko lebih memilih roti sukses untuk dijual karena rotinya yang manis dan lembut. Tidak hanya di kabupaten Lombok Barat saja tetapi hingga seluruh kabupaten di pulau Lombok sampai di luarnya seperti wilayah Sumbawa.

Dalam 3 tahun terakhir ini Roti Sukses juga membuka cabang di Sumbawa kemudian pada tahun 2020 cabang tersebut ditutup karena kendala dalam mengontrol dan kurangnya penjualan di masa pandemi Covid-19 oleh karena itu Roti Sukses hanya difokuskan di Lombok. Kemudian di tahun yang sama Roti Sukses mampu membuka beberapa *outlet* dengan *brand* baru yaitu Roti Gembong Mandalika (RGM). *Outlet* pertama berada di RSUD Provinsi

Nusa Tenggara Barat, kemudian *outlet* kedua berada di jalan Sriwijaya dan *outlet* ketiga berada di Rembiga.⁵⁶

Adanya pandemi Covid-19 menimbulkan banyaknya perubahan. Aktivitas di luar rumah dibatasi. Sebagian besar kegiatan dilakukan secara online. Akibatnya, perilaku masyarakat pun ikut berubah, termasuk dalam perannya sebagai konsumen. Perubahan perilaku konsumen tidak hanya sebatas pada barang yang dibeli saja tetapi juga pada bagaimana konsumen mencari dan memesan barang tersebut. Perubahan ini diprediksi akan secara permanen membentuk perilaku dan kebiasaan baru bahkan setelah pandemi berakhir.⁵⁷

Selain itu adanya perubahan yang terjadi pada pelaku usaha, perusahaan-perusahaan yang sebelumnya dapat meraih tingkat penjualan yang aman dan lancar meskipun terdapat masalah yang dihadapi, tetapi dengan adanya Covid-19 yang tidak dapat dihindari oleh para pelaku usaha sehingga tingkat penjualan maupun profit yang terus mengalami penurunan dari hari ke hari yang tidak dapat dihindari. Dalam kondisi yang seperti ini para pelaku usaha harus bisa mengatur strategi penjualan sebaik mungkin agar mampu bertahan melewati masa-masa pandemi ini.⁵⁸

⁵⁶ *Observasi*, Desa Jagaraga Kuripan Lombok Barat, 22 Desember 2020.

⁵⁷ Muhammad Hasan, dkk., *Perubahan Paradigma Pendidikan dan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19: Peluang, Tantangan dan Strategi*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 72.

⁵⁸ Budiman, dkk., *19-Covid Pandemi dalam 19 Perspektif*, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), hlm. 110.

Begitupula yang dirasakan oleh industri kecil menengah (IKM) yang berada di Lombok Barat yakni Roti Sukses yang juga terkena dampak Covid-19 dan menyebabkan kondisi perusahaan mengalami perubahan yang cukup drastis Lalu Moh. Iqbal mengatakan bahwa dampak yang dirasakan IKM Roti Sukses sebelum pandemi sangat bagus dan cukup lancar.⁵⁹

Sebelum pandemi menyerang usaha IKM Roti Sukses berjalan dengan lancar seperti yang telah dijelaskan diatas. Perusahaan mudah untuk memproduksi produknya sehingga roti juga mudah disalurkan ke tempat-tempat untuk dipasarkan. Sesekali Lalu Moh. Iqbal juga terjun langsung untuk menjual produknya dan melakukan promo di tempat-tempat umum supaya rotinya diketahui banyak orang. Tidak hanya itu Roti Sukses juga menerima para *reseller* untuk mengambil roti sehingga dijual kembali. Selain itu Roti Sukses banyak digunakan sebagai sponsor acara dan dimanfaatkan untuk membuka lapak (*stand*) seperti di seminar, *talkshow*, *workshop*, *dies natalis* dll. Sehingga perusahaan Roti Sukses dikatakan sangat berkembang pada waktu itu karena penjualan yang selalu berjalan dengan baik, permintaan dari konsumen akan roti yang terus menerus dan perusahaan yang selalu terjun langsung untuk memasarkan produknya ditempat umum dan sekitarnya, seperti yang dikatakan Lalu Moh. Iqbal sehingga perusahaan dapat mencapai

⁵⁹ Lalu Moh. Iqbal (Pemilik Usaha), *Wawancara*, Jagaraga Kuripan Lombok Barat, 16 Februari 2021.

omzet penjualannya dalam setahun sekitar Rp 1.169.000.000 tepatnya di tahun 2019 atau sebelum adanya Covid-19.⁶⁰

Beberapa bulan kemudian pandemi melanda IKM Roti Sukses sejak saat itu semua berubah, sehingga kondisi yang dirasakan perusahaan jauh sebelum terjadi pandemi Covid-19. seperti yang dikatakan oleh Lalu Moh. Iqbal pada wawancara

“Karena adanya pandemi Covid-19 ini telah merubah banyak tatanan kehidupan masyarakat, sehingga merubah perilaku konsumen Roti Sukses maupun Roti Gembong Mandalika. Jadi dampak yang dirasakan Roti Sukses cukup signifikan sehingga pada tahun 2020 kemarin ada penurunan penjualan sampai saat ini dikarenakan adanya pandemi Covid-19 dan penurunan kami mencapai 18%”.

Pada tahun 2019 sebelum Covid-19 perusahaan Roti Sukses mengalami kelancaran dalam penjualan meskipun terkadang naik dan turun tetapi penjualan perusahaan masih tetap dikatakan stabil. Dan akhirnya pandemi Covid-19 menyerang sehingga mengakibatkan terjadinya penurunan penjualan yang lumayan drastis.

Akibatnya omzet penjualan setelah adanya pandemi Covid-19 perusahaan mengalami penurunan hingga mencapai 18% dan itu sekitar Rp 1.092.000.000 pada tahun 2020 atau setelah terjadi pandemi Covid-19. Penyebab terjadi penurunan penjualan juga disebabkan karena perilaku konsumen yang berubah seperti yang dikatakan Lalu Moh. Iqbal

⁶⁰ Lalu Moh. Iqbal (Pemilik Usaha), *Wawancara*, Jagaraga Kuripan Lombok Barat, 30 April 2021.

“Penyebab dari penurunan penjualan adalah adanya Covid-19 oleh karena itu, berefek pada tingkat penghasilan masyarakat, dengan pandemi ini juga masyarakat enggan keluar rumah untuk berbelanja bahkan sampai tidak bekerja. Dengan hal tersebut berpengaruh pada penghasilan masyarakat dan pada akhirnya masyarakat akan membelanjakan uangnya untuk hal-hal yang diperlukan atau diprioritaskan karena harus menghemat selama pandemi”.

Kehadiran pandemi ini memunculkan kebiasaan baru pada masyarakat, terdapat banyak pergeseran serta perubahan perilaku konsumen yang terjadi setelah munculnya pandemi. Mulai dari kebiasaan kecil pada kehidupan sehari-hari hingga kebiasaan yang mengubah gaya hidup, seperti yang telah dijelaskan diatas oleh Lalu Moh. Iqbal selaku pemilik Roti sukses. Aktifitas penjualan oleh IKM Roti Sukses seperti biasanya berjalan dengan lancar. Meskipun disetiap perusahaan akan menghadapi namanya pasang surut saat berusaha. Menjadi pelaku usaha merupakan hal yang tidak mudah bagi Lalu Moh. Iqbal karena tantangan demi tantangan harus dilewati hingga akhirnya hal yang tidak pernah terpikirkan terjadi dan mengakibatkan semua orang (pelaku usaha) memutarbalikan otaknya untuk berjuang demi kelancaran perusahaannya. Seperti yang dikatakan oleh Lalu Moh. Iqbal terkait kondisi IKM Roti Sukses pada wawancaranya

“Roti Sukses tetap berjalan tetapi karena pandemi ini ada sehingga kami harus melakukan penurunan produksi. Penurunan produksi diakibatkan karena penurunan penjualan, oleh karena itu kami harus mengurangi tingkat produksi supaya retur penjualan tidak semakin besar, jika semakin besar retur penjualan, maka semakin besar biaya yang harus dikeluarkan atau kerugian yang harus dibayar”.

Dengan adanya penurunan penjualan disebabkan karena penurunan produksi oleh IKM Roti Sukses sehingga profitabilitas perusahaan tentu menurun. Seperti halnya yang dikatakan oleh Lalu Moh. Iqbal sekaligus sebagai manager keuangan IKM Roti Sukses

“Tingkat keuntungan kita menurun karena adanya penurunan penjualan, sehingga membuat kita terjadi penurunan keuntungan dari Roti Sukses. Oleh karena penurunan tersebut hasil penjualan yang kita dapatkan terjadi penurunan retur dalam 28%, otomatis itu yang mempengaruhi keuntungan yang kita peroleh begitu”.⁶¹

Berikut adalah laporan keuangan laba rugi IKM Roti Sukses untuk mengetahui bahwa perusahaan mengalami laba atau rugi setelah adanya pandemi Covid-19:

IKM Roti Sukses Laporan Laba Rugi Periode 31 Desember 2020		
Pendapatan dari penjualan		
Penjualan	1.092.000.000	
Retur Penjualan	<u>87.360.000</u>	
Penjualan Bersih		1.004.640.000
Harga Pokok Penjualan		<u>530.400.000</u>
Laba Kotor		474.240.000
Beban-Beban:		
Beban Gaji	288.000.000	
Beban iklan	5.450.000	
Beban penyusutan peralatan	12.320.000	
Beban Listrik Air dan Telepon	10.970.000	
Beban Distribusi	11.608.000	
Beban Lain-Lain	1.125.000	
Total Beban		<u>329.473.000</u>
Laba Bersih		144.767.000

⁶¹ Lalu Moh. Iqbal (Manager Keuangan), *Wawancara*, Jagaraga Lombok Barat, 16 Februari 2021.

Berdasarkan laporan laba rugi yang telah diolah dapat diketahui bahwa IKM Roti Sukses mengalami laba sebesar Rp.144.767.000 pada tahun 2020. Banyak perubahan yang terjadi akibat pandemi Covid-19 yang telah merubah para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya tidak hanya satu tetapi ada beberapa dampak yang dirasakan karena besarnya efek yang terjadi sehingga dapat merubah tatanan perekonomian hingga seluruh dunia. Khususnya para pelaku usaha dalam menghadapi Covid-19 pasti terdapat perubahan seperti penjualannya ada yang naik maupun ada yang turun tergantung jenis produknya hal tersebut akan terjadi tergantung karena permintaan atau daya beli masyarakat yang meningkat atau menurun. Itulah hal yang terjadi pada para pelaku usaha seperti yang telah diungkapkan oleh pemilik IKM Roti Sukses yang terdampak oleh pandemi Covid-19 selain penurunan produksi yang dirasakannya yaitu Lalu Moh. Iqbal pada wawancaranya sebagai berikut

“Di 5 bulan terakhir ini penurunan daya beli masyarakat juga semakin hari semakin sangat terasa dan semakin menurun oleh karena itu, Roti Sukses sampai menggunakan strategi beli 2 gratis 1 tetapi hal itu juga tidak terlalu berdampak pada penjualan yang kami lakukan hingga separah itu daya beli masyarakat yang begitu berkurang. Selain itu dampak yang kami rasakan juga adalah pergerakan yang kita mau lakukan itu terasa sangat terbatas karena sangat tertekannya perekonomian masyarakat ini sehingga membuat langkah kita tersendat-sendat karena faktor utama untuk membeli produk Roti Sukses begitu tertekan saat ini”.⁶²

⁶² Lalu Moh. Iqbal (Pemilik Usaha), *Wawancara*, Jagaraga Lombok Barat, 6 april 2021.

Penurunan daya beli masyarakat yang terjadi pada IKM Roti Sukses dapat memperlambat perputaran transaksi antara pembeli dan penjual sehingga mempengaruhi tingkat penjualan dan keuntungan perusahaan oleh Covid-19. Tidak hanya itu yang dirasakan perusahaan tetapi adalagi seperti yang dikatakan oleh Lalu Moh. Iqbal

“Satu sisi rata-rata produsen bahan baku juga menaikkan harga bahan baku mereka, sehingga membuat kami yang memproduksi dibawah itu biaya bahan bakunya jadi meningkat disituasi yang tidak tepat karena daya beli itu sangat kurang sekali. Seandainya kenaikan bahan baku tersebut terjadi saat situasi normal mungkin tidak masalah, tetapi karena posisi kondisi juga saat ini dan itu menjadi tantangan besar buat Roti Sukses”.

Tidak ada yang tidak mengalami keakibatan daripada virus yang mematikan ini sehingga membuat seluruh situasi dan kondisi menjadi berubah. Seperti pelaku UKM dan IKM khususnya pada produk industri makanan dan minuman, mereka harus berusaha untuk tetap menjalankan usahanya walaupun di keadaan yang semua serba naik. IKM Roti Sukses yang pada akhirnya merasakan hal ini juga harus memikirkan bagaimana kedepan akan perusahaan roti yang telah berjalan 6 tahun sehingga adanya pandemi ini perusahaan harus menahan diri hingga mengurangi produksinya demi tetap menjalankan usahanya.

Tantangan yang harus dihadapi sebagai pelaku usaha dalam menghadapi pandemi ini tidaklah mudah banyak hal yang harus dilewati selama masa pandemi ini belum berakhir. Untuk melanjutkan usaha pun tidak mudah dikarenakan adanya kebijakan pemerintah untuk tetap jaga jarak

sehingga peraturan-peraturan yang ada dan tidak mudah untuk membuka usaha. Bahkan karena pandemic ini permintaan masyarakat yang mulai menurun drastis dan menjadi tantangan bagi perusahaan untuk mengembalikan minat konsumennya. Hadirnya virus ini membuat perubahan yang signifikan bagi perusahaan salah satunya adalah menurunnya daya beli masyarakat sehingga perusahaan harus menurunkan tingkat produksinya supaya dapat meminimalisir kerugian yang didapat. Seperti halnya yang dikatakan oleh Lalu Moh. Iqbal selaku pemilik Roti Sukses yang saat ini telah mengurangi produksinya disebabkan pandemi

”Sebelum adanya pandemic Covid-19 kami biasanya bisa produksi dalam sehari bisa 1.200 – 1.300 pcs roti. Tetapi untuk saat ini maksimal bisa 1000 pcs roti kadang paling minimal 850 pcs roti setiap harinya. Dan untuk akhir-akhir ini kami mampu memproduksi roti hingga 900 pcs roti saja”.

Melihat perbedaan yang dirasakan oleh pelaku usaha dalam menghadapi virus corona ini sangat disayangkan khususnya di perusahaan Roti Sukses yang mengalami penurunan produksi. Sebelum pandemi terjadi perusahaan dapat menghasilkan banyak roti yang biasanya mencapai seribu lebih dalam tiap harinya sedangkan setelah pandemi terjadi perusahaan mengalami penurunan produksi karena kurangnya permintaan dan daya beli masyarakat seperti yang telah dijelaskan oleh Lalu Moh. Iqbal sehingga produksi setelah pandemi perusahaan mampu memproduksi kurang dari seribu setiap harinya.

Pandemi Covid-19 sangat meresahkan bagi pelaku usaha khususnya, terdapat berbagai faktor yang dapat merubah sistem bahkan aktivitas kerja perusahaan. Bagi IKM Roti Sukses hal yang dilakukan dengan menurunkan penjualan sehingga terjadi penurunan produksi. Tidak dapat memproduksi roti seperti biasanya dapat mempengaruhi tingkat keuntungan IKM. Kondisi ini yang membuat perubahan yang dirasakan IKM Roti Sukses selama Covid-19 jika dilihat dari sisi negatif. Untuk dari sisi positif bagi Roti Sukses ketika mendapat pesanan dalam hal bantuan pemerintah kepada penduduk yang membutuhkan seperti yang dijelaskan oleh Lalu Moh. Iqbal

“Alhamdulillah untuk saat ini kami mendapat bantuan dari pemerintah untuk pengadaan kue kering melalui penyaluran JPS (Jaring Pengaman Sosial). Tetapi untuk pengadaan kue kering kami biasanya membuat pada saat bulan puasa dan karena ada permintaan baru kami akan membuatnya mungkin itu bantuan dari pemerintah saat ini”.⁶³

Begitulah bentuk bantuan pemerintah untuk IKM Roti Sukses dalam membantu usahanya yang terkena dampak Covid-19 sehingga usaha IKM Roti Sukses tetap berjalan dengan lancar dan tetap eksis meskipun di masa yang sulit ini.⁶⁴ Selain daripada penurunan penjualan yang dirasakan oleh IKM Roti Sukses karena pandemi Covid-19, perusahaan juga mengalami penambahan tenaga kerja supaya penjualan yang dilakukan lebih maksimal karena perusahaan telah menghadirkan inovasi baru untuk mempertahankan perusahaan sehingga dapat diketahui masyarakat luas. Lalu Moh Iqbal mengatakan bahwa

⁶³ Lalu Moh. Iqbal, *Wawancara*, Jagaraga Lombok Barat, 16 Februari 2021.

⁶⁴ *Observasi*, Jagaraga Lombok Barat, 16 Februari 2021.

setelah pandemi Covid-19 terdapat 16 karyawan yang membantu dalam manajemen perusahaan yakniterdiri dari 1 orang pemimpin perusahaan, 1 orang kepala produksi, 1 asisten kepala produksi, 8 orang tim produksi dan kemasan, serta 5 orang tim pemasaran (*marketing*).⁶⁵

3. Strategi dalam Meningkatkan Profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat

Seiring perkembangan zaman di era persaingan usaha yang semakin ketat sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pengembanganusaha dan strategi pemasaran yangdijalankannya. Produk-produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia bagi perusahaan.

Mengembangkan usaha kecil agar menjadi besar bukan menjadi perkara mudah.Pasalnya untuk melakukan hal tersebut, seorang pengusaha haruslah berusaha sangat keras. Bahkan mereka rela meninggalkan urusan pribadi demi perkembangan bisnis, karena kunci sukses seorang pengusaha adalah kerja keras, cerdas dan pantang menyerah begitu pun dengan pengusaha yang menjalani bisnis kecil. Mereka pun harus berjuang dan

⁶⁵ Lalu Moh. Iqbal (Pemilik Usaha), *Wawancara*, Jagaraga Kuripan Lombok Barat, 30 April 2021.

menerapkan kiat-kiat khusus agar usahanya bisa berhasil dan lebih besar. Hal itu bertujuan untuk dipahami dan dimengerti bagaimana mengembangkan usaha kecil itu sendiri hingga membuahkan hasil.

Saat ini kondisi dunia sekejap berubah dengan adanya pandemi Covid-19 yang telah merubah kehidupan perekonomian diberbagai industri makanan dan minuman sehingga beberapa usaha memilih untuk gulung tikar di masa ini. Tidak semua usaha tetap bertahan untuk menjalani usaha seperti biasanya, lain hal dengan IKM Roti Sukses yang berada di Kuripan Lombok Barat yang tetap bertahan meskipun di masa pandemi Covid-19 yang tidak diketahui kapan berakhirnya. Bukan malah untuk membuat IKM menjadi *down* dan tutup total tetapi sebaliknya IKM Roti Sukses mengeluarkan inovasi baru untuk merespon adanya pandemi Covid-19. Seperti yang dikatakan oleh Lalu Moh. Iqbal pada wawancaranya yakni

“Strategi yang dilakukan adalah kami mencobamencari toko-toko baru dan kami juga mencoba untuk menghemat returnnya bagaimana caranya tidak terlalu banyak sehingga biaya yang dikeluarkan untuk produksi kemudian biaya retur itu bisa berkurang karena retur dan biaya-biaya tersebut sangat mempengaruhi tingkat profit yang kita dapatkan”.

Perusahaan Roti Sukses kini harus melakukan cara supaya retur penjualannya dapat berkurang sehingga tidak terjadi banyak pengeluaran biaya dan akhirnya berdampak pada profit perusahaannya. Sehingga perusahaan pun harus melakukan strategi supaya mengantisipasi hal hal yang

tidak diinginkan seperti yang dikatakan oleh pemilik perusahaan Roti Sukses
Lalu Moh. Iqbal

“Kemudian strategi kongkrit yang kita lakukan Alhamdulillah mengalami perkembangan itu adalah Roti Gembong Mandalika, sampai saat ini kita lumayan perkembangannya sehingga kita terus melakukan inovasi kemudian melakukan kreativitas agar Roti Gembong terus berkembang dengan baik sesuai dengan harapan sehingga bisa memberikan kebermanfaatan yang lebih luas. Selain itu dengan adanya penurunan penjualan ini Alhamdulillah masih bisa *tercover* (tertutupi) untuk biaya operasional Roti Sukses”.⁶⁶

Dari strategi yang telah digunakan oleh IKM Roti Sukses, pada akhirnya perusahaan ini tetap berdiri dan menjalankan usahanya walau di masa pandemi yang amat sulit ini. Jika IKM tidak berproduksi maka tidak akan dapat menjual barang sehingga akan sia-sia perusahaan yang telah berjalan selama kurang lebih 6 tahun. Harapan Lalu Moh. Iqbal kedepannya IKM Roti Sukses semakin besar kemudian dapat memproduksi banyak barang dan juga dapat memberikan banyak manfaat untuk semua orang.⁶⁷

Adapun yang dilakukan IKM Roti Sukses untuk mempertahankan usahanya di masa Covid-19 sebagaimana yang dikatakan oleh Lalu Moh.

Iqbal pada wawancaranya

“Untuk merespon adanya pandemi Covid-19 ini kami membuat inovasi baru, dengan adanya inovasi baru dibawah *brand* Roti Sukses yang bernama Roti Gembong Mandalika. Lahirnya *brand* ini untuk menunjang dan menarik perhatian konsumen supaya mendapat roti yang lebih baik lagi di Roti Gembong Mandalika dan Roti Sukses. Selain itu dengan adanya pandemi ini yang terpenting adalah kami juga menambah tenaga kerja”.

⁶⁶ Lalu Moh. Iqbal (Pemilik Usaha), *Wawancara*, Jagaraga Lombok Barat, 16 Februari 2021.

⁶⁷ *Observasi*, Jagaraga Lombok Barat, 16 Februari 2021.

Lahirnya inovasi baru Roti Gembong Mandalika memberikan perubahan bagi IKM Roti Sukses seperti yang telah dijelaskan diatas. Alasan Lalu Moh. Iqbal membuat *brand* baru yaitu Roti Gembong Mandalika adalah Roti Gembong Mandalika ini sebagai inovasi di masa pandemi dan merupakan cara kami untuk merespon adanya corona ini ujarnya.⁶⁸ Lalu Moh. Iqbal mengambil kesempatan untuk membuat Roti Gembong Mandalika ini karena peminatnya yang lumayan banyak, dengan modal yakin dan berani bergerak untuk melakukan inovasi. Meskipun resikonya besar tetapi dengan hadirnya Roti Gembong Mandalika masih tetap bertahan walau adanya pandemi.

Berbagai macam cara harus dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuannya, untuk mencapai tujuan tersebut hal yang harus dimiliki oleh para pelaku usaha adalah gagasan atau ide-ide baru supaya para konsumen semakin tertarik dan ingin mencoba produk perusahaan. Setelah berbagai macam jenis produk telah ditawarkan atau inovasi-inovasi baru dilakukan oleh IKM Roti Sukses, maka hal yang harus dilakukan supaya semua orang lain lebih mengetahui informasi tentang Roti Sukses yaitu promosi *marketing* (pemasaran). Seperti yang dikatakan oleh Lalu Moh. Iqbal

“Di masa pandemi ini strategi yang kami lakukan yaitu yang pertama memaksimalkan sosial media seperti berjualan melalui *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, hingga melalui jasa *delivery*. Dan terakhir yang dapat kami lakukan adalah dengan cara melakukan promo yang

⁶⁸ Lalu Moh. Iqbal (Pemilik Usaha), *Wawancara*, 16 Februari 2021.

sedikit nekat yakni beli 2 gratis 1 yang kemudian cukup menguras biaya pemasaran kami. Tetapi dengan hal tersebut belum terlalu banyak efeknya dan semoga bisa memaksimalkan penjualan nanti setelah kita melakukan strategi promo beli 2 gratis 1 ini”.⁶⁹

Memberikan diskon merupakan salah satu cara untuk menarik minat konsumen untuk berbelanja tetapi dengan diskon pun belum tentu memberikan keuntungan untuk para pelaku usaha karena yang diharapkan adalah tetap adanya interaksi antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, tidak mudah memberikan penurunan harga pada produk apalagi di masa pandemi ini yang kenyataannya terjadi penurunan permintaan terhadap konsumen dan akhirnya perusahaan harus menurunkan porsi produknya juga.

Sosial media dapat dilakukan bagi para pelaku usaha untuk membagi informasi tentang perusahaannya apalagi di masa pandemi Covid-19 sehingga pemilik IKM Roti Sukses Lalu Moh. Iqbal memanfaatkan sosial media seperti *facebook*, *instagram* untuk berjualan hingga *whatsapp* untuk memudahkan pelanggan melakukan interaksi melakukan promosi serta membuat web agar masyarakat lain mudah mengetahui lokasi dan informasi terkait IKM Roti Sukses selain itu perusahaan juga menggunakan jasa *delivery* supaya produk dapat diantar langsung ke tempat tujuan pelanggan. Seperti yang telah diungkapkan oleh Lalu Moh. Iqbal

“Supaya masyarakat lebih mengetahui tentang perusahaan kami, cara yang kami lakukan adalah dengan posting di sosial media kemudian kami memasang iklan di mobil juga jadi dari sana banyak yang mengetahui Roti Sukses maupun Roti Gembong Mandalika. Kami

⁶⁹ Lalu Moh. Iqbal (Pemilik Usaha), *Wawancara*, Jagaraga Lombok Barat, 6 April 2021.

juga membayar *influencer-influencer* untuk memperkenalkan produk kami agar masyarakat luas banyak yang tau. Dan salah satu cara kami juga adalah dengan memberikan promo yang luar biasa untuk konsumen”.

Walapun belum bisa mencapai hasil seperti sebelum adanya Covid-19 inilah yang dikatakan Lalu Moh. Iqbal

“Dalam dunia bisnis terkadang di satu sisi yang penting adalah berapa keuntungan yang didapat, meskipun belum bisa menutupi seperti sebelum corona tetapi dengan adanya terobosan Roti Gembong Mandalika ini nilai perusahaannya yang tinggi dikarenakan kepercayaan (antusias) masyarakat yang sangat tinggi”.

Setiap dari pelaku UKM memberikan inovasi dan kualitas yang berbeda-beda di mata konsumennya karena kepercayaan dan kepuasan pelanggan adalah nomor satu. Begitulah salah satu tujuan dari setiap pelaku usaha yang ada dan dengan harapan yang sama. Keunikan dari setiap perusahaan membuat pelanggan mudah mengingat dan kembali untuk mencoba produk dari setiap perusahaan begitupula yang dilakukan oleh Roti Sukses untuk membedakan perusahaan *bakery* Roti Sukses dengan perusahaan *bakery* lainnya sehingga selalu menarik perhatian pelanggan dengan ciri khasnya meskipun di masa pandemi ini. Seperti yang dikatakan oleh Lalu Moh. Iqbal

“Yang membedakan perusahaan kami dengan perusahaan lainnya adalah apalagidi masa pandemi saat ini, dimana bahan baku naik tetapi Roti Sukses tidak mengurangi kualitas dari produknya. Kemudian kami tetap memberikan produk dengan kualitas terbaik dan dengan harga yang sangat terjangkau. Mungkin

perusahaan lain sedang berinovasi membuat produk tetapi tidak seperti harga yang sekarang kami gunakan”.⁷⁰

Roti Sukses tetap menjalankan usaha meskipun dilanda pandemi Covid-19 yang mengakibatkan terjadinya penurunan pembelian oleh para konsumennya dan hal itu tidak mematahkan semangat IKM Roti Sukses untuk tetap eksis walau di masa pandemi. Sehingga dengan adanya pandemi ini Roti Sukses mampu memberikan inovasi dan kreatifitas baru demi mempertahankan usaha dan untuk mencapai profit. Tidak semua cara tersebut dapat dilakukan oleh berbagai perusahaan dan pasti terdapat cara yang berbeda untuk merespon dan bertahan di masa corona ini. Seperti yang telah dijelaskan oleh Lalu Moh. Iqbal Roti Sukses dengan tetap mempertahankan kualitas produknya meskipun bahan baku mengalami kenaikan dan juga memberikan harga yang sangat terjangkau untuk UKM/IKM. Mungkin lain hal dengan UKM/IKM lainnya sekarang sedang berinovasi kemudian membuat produk yang bahan bakunya bisa masuk tetapi tidak seperti harga yang digunakan saat ini oleh IKM Roti Sukses.

Hadirnya *brand* baru Roti Gembong Mandalika telah membuat perusahaan IKM Roti Sukses menjadi berkembang dan tingkat kepercayaan masyarakat juga menjadi tinggi khususnya untuk para pecinta roti karena terlihat dari nama *brand* Roti Gembong Mandalika yang mewah. Untuk penamaan Roti Gembong Mandalika ini diambil dari Moto GP Mandalika

⁷⁰ Lalu Moh. Iqbal (Pemilik Usaha), *Wawancara*, Jagaraga Lombok Barat, 6 April 2021.

karena bagi Lalu Moh. Iqbal nama mandalika tersebut sangat menarik dan berpikir jika orang melihat Roti Gembong Mandalika ini yang dibayangkan adalah Moto GP Mandalika yang akan datang dan jika dikaitkan akan merupakan hal yang menarik dalam dunia bisnis, ujarnya Lalu Moh. Iqbal. Sehingga harapannya supaya Roti Gembong Mandalika (RGM) ini juga bisa menjadi oleh-oleh khas Lombok.⁷¹

Perusahaan Roti Sukses yang telah berdiri selama 6 tahun ini merupakan perusahaan muda yang memiliki visi dan misi menjadi perusahaan yanggo *International*. Oleh karena itu, usaha perusahaan untuk mencapai hal tersebut telah dimulai sejak dulu dimana awal terbentuk usaha IKM Roti Sukses. Apapun yang akan terjadi perusahaan Roti Sukses akan berusaha semaksimal mungkin untuk tetap bertahan terlihat bagaimana usaha IKM Roti Sukses menghadapi pandemi Covid-19 yang terus melanda bahkan seluruh pelaku UKM/IKM yang ada untuk mencapai cita-cita perusahaan. Dalam menghadapi virus corona ini harapan demi harapan selalu ada dari perusahaan ini dan pantang menyerah sebelum sukses meskipun pada saat ini IKM Roti Sukses telah mencipatakan inovasi baru untuk mempertahankan usahanya meskipun di masa pandemic ini. Seperti yang telah dikatakan oleh Lalu Moh. Iqbal terkait harapan perusahaan dengan adanya pandemi Covid-19

“Harapan kami dengan adanya pandemi ini, setidaknya pandemi ini memberikan kami pelajaran kemudian harus tetap melakukan hal-hal terbaik untuk perusahaan terutama bagaimana kami bisa belajar

⁷¹*Observasi*, Jagaraga Kuripan Lombok Barat, 16 Februari 2021.

tentang *survive* di saat krisis yang sangat luar biasa ini. Kemudian mengajarkan kami bagaimana menghadirkan produk dengan kualitas terbaik meskipun kondisi daya beli yang sangat kurang. Pandemi mengajarkan kami untuk terus bertahan dan kemudian terus bertumbuh agar kami sebagai pelaku UKM terus tetap bisa eksis. Membuat kami lebih kreatif, inovatif dan lebih berani daripada sebelum-sebelumnya. Sehingga pada saat kondisi normal nanti kami dapat bisa tumbuh dengan pesat jauh lebih besar ketimbang adanya Covid-19 ini”.⁷²

Adanya pandemi yang melanda pelaku usaha tidak hanya dilihat dari sisi negatif saja tetapi kita harus melihat masalah itu juga dari sisi positif. Bukan hanya terjadinya pandemi Covid-19 seperti saat ini tetapi kita tidak akan pernah mengetahui kapan bencana atau masalah itu akan datang. Masalah juga harus dilihat dari sisi positif karena terdapat sesuatu pembelajaran yang akan kita dapat dari masalah tersebut seperti halnya perusahaan Roti Sukses yang terus berusaha dan berjuang menghadapi virus corona yang tidak tau kapan akan berakhir. Jadi sebagai pelaku usaha hanya bisa berharap dan memberikan kualitas produk yang terbaik untuk para pelanggannya.

⁷² Lalu Moh. Iqbal (Pemilik Usaha), *Wawancara*, Jagaraga Lombok Barat, 6 April 2021.

B. Pembahasan

1. Analisis Kondisi Profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Adeng Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19

Profitabilitas (keuntungan) dalam ilmu akuntansi merupakan selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi.⁷³ Dalam berbisnis keuntungan adalah yang menjadi tujuan utama daripada perusahaan.⁷⁴ Begitupula dengan perusahaan Roti Sukses Jagaraga Lombok Barat untuk mencapai keuntungannya di masa yang sulit ini dimana para pelaku usaha harus menghadapi pandemi Covid-19 dan tetap menjalankan usahanya. Banyak masalah yang harus dihadapi perusahaan mulai dari adanya penurunan penjualan karena daya beli masyarakat yang kurang hingga perusahaan harus menciptakan sesuatu baru yang lebih kreatif dari sebelumnya untuk mempertahankan usaha-usahanya.

Kajian yang dibuat oleh Kementerian Keuangan menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 memberikan implikasi negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta eksistensi UKM dan IKM. Pada aspek konsumsi dan daya beli masyarakat, pandemi ini menyebabkan banyak tenaga kerja berkurang atau bahkan kehilangan pendapatannya sehingga berpengaruh pada tingkat konsumsi dan

⁷³ Sonny Sumarson, *Manajemen Koperasi Teori dan Praktek*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003), hal. 13.

⁷⁴ Ahmad Muhammad Al-'Assal dan Fathi Ahmad Abdul Karim, *Sistem, Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 1999), hal. 17.

daya beli masyarakat terutama mereka yang ada dalam kategori pekerja informal dan pekerja harian. Sebagian besar masyarakat-berhati hati mengatur pengeluaran keuangannya karena ketidakpastian kapan pandemi ini akan berakhir. Hal ini menyebabkan turunnya daya beli masyarakat akan barang-barang konsumsi dan memberikan tekanan pada sisi produsen dan penjual.⁷⁵

Dalam situasi pandemi ini, menurut Kemenkop UKM ada sekitar 37.000 UMKM yang memberikan laporan bahwa mereka terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini ditandai dengan sekitar 56% melaporkan terjadi penurunan penjualan, 22% melaporkan permasalahan pada aspek pembiayaan, 15% melaporkan pada masalah kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Masalah-masalah diatas juga semakin meluas jika dikaitkan dengan adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diterapkan di beberapa wilayah di Indonesia. Merujuk pada Peraturan Menteri Kesehatan No. 9/2020 tentang Pedoman PSBB dalam rangka Percepatan Penanganan Covid-19. Pembatasan tersebut paling sedikit dilakukan melalui perliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, dan/atau pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. Ditakutkan dengan adanya PSBB, aktivitas ekonomi terutama produksi, distribusi dan penjualan akan mengalami gangguan yang pada akhirnya berkontribusi

⁷⁵ Aknolt Kristian Pakpahan, "Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah", *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Universitas Katolik Parahyangan, Vol. 1, No. 2, Maret 2020, hlm. 2.

semakin dalam pada kinerja UMKM dan perekonomian nasional seperti hasil kajian Kementerian Keuangan diatas.⁷⁶

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti setelah melakukan penelitian dengan mengumpulkan data-data yang diperlukan sesuai dengan rumusan masalah atau fokus penelitian yang peneliti angkat yaitu kondisi profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 maka dilakukan pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

a. Penurunan Penjualan

Penjualan merupakan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai dapat suatu keuntungan (laba) yang diinginkan. Tidak ada penjualan maka tidak ada pemasukan untuk perusahaan. Oleh karena itu, pentingnya suatu penjualan pada perusahaan yang fokus di bidang produksi, distribusi maupun sejenis supaya aktivitas perusahaan terus berjalan sebagaimana mestinya sehingga adanya pemasukan untuk tetap melakukan proses jual beli barang atau jasa dan perusahaan tidak menjadi sia-sia.

Memproduksi barang dan menjualnya membutuhkan konsisten dari perusahaan, permintaan konsumen terhadap produk harus selalu dilayankan dan dilayani dengan baik, itulah suatu tantangan bagi

⁷⁶*Ibid*, hlm. 3.

perusahaan untuk dapat merespon permintaan dari konsumen bagaimanapun kondisinya.

Pada tahun 2020 terjadi peristiwa yang dapat merubah tatanan kehidupan negeri ini bahkan sampai seluruh Negara. Pandemi virus Covid-19 yang telah memberikan dampak pada setiap aktivitas manusia seperti pada industri kecil hingga menengah keatas untuk tidak dapat melakukan proses industri seperti biasanya. Pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah satu yang paling terdampak pandemi Covid-19. Penurunan penjualan dirasakan hampir seluruh UMKM di Indonesia.⁷⁷

Dengan adanya wabah Covid-19 ini, menimbulkan dampak pada dunia bisnis. Dalam kurun waktu yang tidak lama, strategi bauran pemasaran suatu bisnis berubah ketika diberlakukan kebijakan yang diberikan oleh pemerintah. Sehingga, hal tersebut mempengaruhi tidak stabilnya atau peningkatan dan penurunan penjualan pada suatu bisnis. Dengan adanya masalah tersebut pebisnis harus berpikir keras agar dapat tetap memasarkan produknya kepada konsumen untuk mempertahankan bisnisnya.⁷⁸

⁷⁷Yohana Artha Uly, "Hampir Seluruh UMKM di Indonesia Turun Penjualannya di Masa Pandemi", dalam <https://money.kompas.com/read/2020/07/15>, diakses tanggal 15 April 2021, pukul 15.34.

⁷⁸ Anissa Lutfita dan Jojok Dwiridotjahjono, "Analisis Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Meningkatkan Penjualan Hanacaraka Coffe Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Revolusi Indonesia*, Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jawa Timur, Vol. 1, No. 4, Maret 2021, hal. 227-228.

Penyebab wabah Covid-19 sehingga terjadi penurunan penjualan yang dialami oleh para pebisnis saat ini harus meratapi nasibnya. Terjadinya penurunan penjualan ini tidak akan berakhir jika daya beli masyarakat masih menurun dan adanya kebijakan PSBB yang membuat masyarakat enggan keluar rumah untuk berbelanja dan tidak adanya perubahan kondisi mengakibatkan usahapara pelaku bisnis tidak memiliki perkembangan. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus memiliki cara untuk mempertahankan usahanya meskipun terjadi penurunan.

Begitu jugayang dirasakan oleh usaha IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kuripan Lombok Barat yang terdampak oleh virus Covid-19. Awalnya sebelum terjadi coronaindustri ini berjalan dengan lancar sehingga dalam melakukan produksinya pun sangat baik. Terlihat dari lancarnya dalam memproduksi roti hingga produk-produk tersebut dikemas dan dibawa ke berbagai kabupaten di pulau Lombok untuk dipasarkan. Banyaknya permintaan konsumen terhadap produk Roti Sukses karena rotinya yang manis dan teksturnya yang lembut.

Pada tahun 2019 IKM Roti Sukses membuka cabang hingga sampai di Sumbawa mengartikan bahwa roti ini banyak peminatnya. Meskipun di tahun yang sama dan saat terjadi pandemi Covid-19, cabang Roti Sukses di Sumbawa akhirnya ditutup karena terkendala dalam mengontrol outlet dan terjadi penurunan penjualan yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. Oleh karena itu, perusahaan harus mengurangi tingkat

produksinya supaya retur penjualan tidak semakin besar, jika semakin besar retur penjualan maka semakin besar biaya yang harus dikeluarkan dan kerugian yang harus dibayar oleh IKM Roti Sukses. Itu artinya dapat berpengaruh terhadap tingkat keuntungan (profitabilitas) perusahaan.

Retur penjualan merupakan pengembalian barang dagang dari pelanggan kepada perusahaan penjualan. Pelanggan menerbitkan nota debit, yang bagi perusahaan penjualan nota yang sama disebut nota kredit. Sehingga perusahaan penjual harus mendebet perkiraan retur penjualan (sebagai kontra perkiraan penjualan) dan mengurangi piutang usaha (untuk penjualan kredit) atau kas yang diterima (untuk penjualan tunai) di debit.⁷⁹

Sejak terjadi pandemi Covid-19 tingkat penjualan menjadi menurun dan merambat ke semua sistem seperti produksi dan pemasaran sehingga berpengaruh terhadap profitabilitas (keuntungan) IKM Roti Sukses hingga mencapai 28% penurunannya di masa Covid-19. Oleh karena itu, usaha IKM Roti Sukses menurun drastis sehingga perusahaan harus melakukan pengurangan bahan baku dan mengurangi produksi hingga distribusi di tempat-tempat juga dikurangi.

⁷⁹ Michell Suharli, *Pelaporan Keuangan Sesuai Dengan Prinsip Akuntansi*, (Jakarta: Grasindo, 2009), hal. 83.

b. Perubahan Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa. Perilaku konsumen juga merupakan sesuatu yang mendasari konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.⁸⁰

Kondisi dunia bisnis telah menuntut untuk melakukan suatu inovasi dan kreativitas baik disegala bidang tidak luput bidang pemasaran. Ketatnya persaingan di pasar dunia melakukan pemaksaan secara tidak langsung dalam mencapai keunggulan strategi yang benar. Bagaimana konsumen berperilaku tentunya menjadi sangat penting di kegiatan pemasaran terutama yang berkaitan pada pencarian, penggunaan dan evaluasi produk. Untuk perusahaan perlu memahami variabel apa yang sebenarnya memengaruhi konsumen dalam berperilaku ketika memilih suatu produk.⁸¹

Begitupula yang dialami oleh IKM Roti Sukses sejak munculnya virus Covid-19 yang telah merubah kehidupan perusahaan hingga konsumen khususnya. Saat virus ini melanda usaha IKM Roti Sukses, kebiasaan masyarakat menjadi berubah tentu karena adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan *Physical Distancing* yang

⁸⁰ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 2.

⁸¹ Nana Triapnita Nainggolan, dkk., *Perilaku Konsumen di Era Digital*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 2.

telah dibuat oleh pemerintah untuk tidak melakukan aktivitas apapun diluar rumah jika tidak penting. Itulah sebabnya kebiasaan tersebut berubah karena kehadiran kebijakan yang dapat membentuk masyarakat untuk mengubah pola pikir mereka.

Pandemi Covid-19 telah membuat masyarakat yang awalnya bekerja menjadi tidak bekerja lagi. Banyaknya pekerja yang di PHK karena perusahaan tidak mampu memberikan gaji para pekerjanya sebab virus ini. Oleh karena itu, masyarakat menjadi enggan untuk membeli roti dan memilih untuk menggunakan uangnya pada sesuatu yang dibutuhkan atau diprioritaskan (*priority*) itu merupakan efek samping dari pandemi virus Covid-19.

Beberapa produk yang saat ini menjadi prioritas konsumen yakni bahan-bahan makanan (khususnya yang tahan lama) dan suplai medis (termasuk masker dan *handsanitizer*). Namun, kebutuhan sekunder seperti alat-alat rumah tangga juga masih banyak dicari (kemungkinan karena orang-orang menghabiskan waktunya dirumah). Adapun beberapa sektor yang mendapat keuntungan di tengah pandemi Covid-19 yakni seperti grosir, telekomunikasi, farmasi, makanan dan minuman, dan logistik.⁸² Meskipun makanan dan minuman terlihat memiliki peluang

⁸² Astri Rumondang, dkk., *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal. 41.

keuntungan tetapi tetap ada dampak yang dirasakan oleh pandemi Covid-19 seperti perusahaan Roti Sukses Jagaraga Lombok Barat.

Sejak adanya pandemi ini berkurangnya para peminat roti untuk memesan ataupun membeli langsung ke pabrik Roti Sukses karena kebijakan-kebijakan tersebut. Hingga sejak saat itu perusahaan Roti Sukses kini harus mengurangi tingkat produksinya karena dampak dari Covid-19 ini penjualan menjadi menurun sehingga pengaruhnya pada tingkat profit yang juga menurun. Tidak ingin rugi sehingga Roti Sukses menurunkan produksinya untuk mempertahankan usaha Roti Sukses sampai waktunya kembali seperti semula. Perubahan yang terjadi juga dimana konsumen lebih memilih berbelanja dan memanfaatkan teknologi online daripada membeli langsung karena takut tertular virus Covid-19 jika memilih keluar rumah untuk berbelanja.

Dengan alasan takut tertular Covid-19 konsumen menjadi enggan pergi keluar untuk berbelanja dan melakukan aktivitas lainnya. Dalam situasi ini untuk memuaskan hasratnya konsumen lebih memilih menikmatinya di rumah dan mengubah keputusan pembeliannya yang semula dari pembelian dengan tradisional menjadi pembelian secara online. Mengutip dari pernyataan Hermawan Kartajaya bahwa seorang

profesional memandang krisis sebagai sebuah bahaya sementara seorang wirausaha memandang krisis sebagai sebuah peluang.⁸³

c. Bertambahnya Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan satu-satunya sumber daya yang memiliki akal perasaan, keinginan, keterampilan, pengetahuan, dorongan, daya, dan karya (rasio, rasa, dan karsa). Semua potensi SDM tersebut berpengaruh terhadap upaya organisasi/perusahaan dalam mencapai tujuan. Betapapun majunya teknologi, perkembangan informasi, tersedianya modal dan memadainya bahan, jika tanpa SDM sulit bagi perusahaan itu untuk mencapai tujuannya.⁸⁴

Begitu juga dengan perusahaan Roti Sukses dibalik lancar usahanya terdapat sumber daya (tenaga kerja) yang membantu untuk mencapai tujuan perusahaan. Apapun perusahaan tersebut tidak akan sempurna jika tidak dikerjakan bersama apalagi usaha Roti Sukses yang telah berjalan bertahun-tahun ini. Awal tahun 2020 IKM Roti Sukses dihadapi dengan munculnya virus Covid-19. Banyak perubahan yang terjadi pada sektor industri ini sehingga mengganggu kondisi perekonomian UKM dan IKM khususnya.

Tidak hanya mengganggu aktivitas perekonomian dan melanda usaha IKM Roti Sukses sajajika dilihat dari sisi negatif sehingga dapat

⁸³ Hadion Wijoyo, dkk., *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*, (Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri, 2021), hal. 75.

⁸⁴ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 3.

merubah tingkat profitabilitas (keuntungan) menjadi menurun, tetapi dari segi positifnya juga IKM Roti Sukses menambah tenaga kerja atau sumber daya manusia untuk mengembangkan produk barunya yaitu *brand* Roti Gembong Mandalika yang tersebar di beberapa *outlet* seperti di Mataram, Rembiga dan RSUP Nusa Tenggara Barat.

Dalam mencapai tujuan, perusahaan memerlukan berbagai macam sumber daya. Mulai dari sumber daya manusia, peralatan, mesin, keuangan, dan sumber daya informasi. Setiap sumber daya memiliki tugas dan fungsinya masing-masing. Sebagai suatu sistem sumber daya, sumber daya tersebut akan berinteraksi dan saling bekerja sama sehingga tujuan dapat tercapai dengan efektif dan efisien.

Sumber daya manusia sebagai salah satu sumber daya yang ada dalam organisasi yang memegang peranan penting dalam keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan. Berhasil atau tidaknya tergantung pada kemampuan sumber daya manusia dalam menjalankan tugas dan fungsinya, manusia selalu berperan aktif dan selalu dominan dalam setiap aktifitas organisasi, karena manusia menjadi perencana, pelaku, sekaligus penentu terwujudnya organisasi.⁸⁵ Oleh karena itu, untuk mengembangkan usahanya IKM Roti Sukses menambah tenaga kerja untuk membantu

⁸⁵Samsuni, "Manajemen Sumber Daya Manusia", *Jurnal Ilmiah Keislaman dan Kemasyarakatan*, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin, Vol. 17, No. 31, 2017, hal. 114.

supaya dapat mencapai tujuan daripada perusahaan untuk terus tumbuh dan berkembang meskipun di kondisi pandemi Covid-19.

Pada awalnya karyawan perusahaan sebanyak 22 orang dan cabang Roti Sukses di Sumbawa akhirnya di tutup karena tidak dapat dikontrol dan karena pandemi yang juga menyerang akibatnya terjadi penurunan tenaga kerja. Setelah pandemi melanda Roti Sukses hadir dengan *brand* baru yakni Roti Gembong Mandalika yang cabangnya ada di beberapa tempat seperti yang telah dijelaskan diatas. Sebelumnya Roti Gembong Mandalika memiliki 2 cabang karena peminatnya yang banyak dan ingin memperluas penjualannya akhirnya perusahaan membuat 1 cabang lagi sehingga harus menambah tenaga kerja sebagai tim marketing di *outlet* Roti Gembong Mandalika. Sehingga saat ini terdapat 16 karyawan yang membantu dalam manajemen perusahaan yakni terdiri dari 1 orang pemimpin perusahaan, 1 orang kepala produksi, 1 asisten kepala produksi, 8 orang tim produksi dan kemasan, serta 5 orang tim pemasaran (*marketing*).

2. Analisis Strategi Meningkatkan Profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat

Motivasi untuk mencari keuntungan (*profit*) ini sangat penting perannya dalam mengembangkan berbagai kegiatan usaha. Keuntungan dari setiap usaha tidak secepatnya akan diperoleh. Keuntungan hanya akan dinikmati di masa depan. Untuk mendirikan perusahaan biasanya diperlukan

modal. Oleh sebab itu, dalam setiap kegiatan mengembangkan perusahaan akan selalu dihadapi masalah yang dinyatakan dengan istilah risiko. Setiap usaha mengembangkan kegiatan ekonomi akan menghadapi risiko.

Risiko merupakan suatu keadaan yang menekankan tentang kemungkinan bahwa di masa depan akan terjadi peristiwa yang berbeda dengan yang diramalkan setiap perusahaan didirikan dengan harapan untuk memperoleh untung. Akan tetapi haruslah diingat bahwa perusahaan yang didirikan belum tentu memperoleh keuntungan seperti yang diramalkan. Pengembangan perusahaan yang pada akhirnya mengalami kerugian dan harus dibubarkan selalu akan dapat dilihat dalam setiap masyarakat. Keberanian untuk mengambil risiko merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari usaha mengembangkan perusahaan.⁸⁶

Itulah yang harus dilakukan oleh perusahaan khususnya pada usaha Roti Sukses Jagaraga Kuripan Lombok Barat untuk tetap menjalankan usahanya, berani mencoba berani menanggung apalagi di masa pandemi yang entah kapan akan berakhir. Berbicara mengenai risiko adapun strategi yang digunakan IKM Roti Sukses dalam menghadapi pandemi Covid-19 untuk meningkatkan profitabilitas (keuntungan) IKM Roti Sukses adalah sebagai berikut:

⁸⁶ Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 5-6.

a. Membuat Inovasi Baru

Inovasi adalah sesuatu yang diciptakan secara baru dan ditujukan kepada pelanggan dengan cara didukung oleh model bisnis yang menguntungkan dan berkelanjutan. Menurut Hamijoyo(2002) dalam Sisca mengatakan inovasi adalah perubahan yang baru ada dan juga berbeda dari yang sebelumnya sudah ada dan digunakan untuk meningkatkan kemampuan dalam mencapai tujuan.⁸⁷

Pandemi Covid-19 yang saat ini tengah melanda di Negara Indonesia tidak menghalangi untuk terus melakukan inovasi dan bertindak kreatif dalam meningkatkan produktivitas kehidupan di zaman yang serba cepat dan di era teknologi digital saat ini. Apalagi industri usaha terutama industri UKM dan IKM yang paling terkena dampak dari Covid-19, maka dari itu diperlukan strategi khusus dalam mengelola usaha dan faktor pendukung dalam menjalankan kegiatan usaha di masa pandemi Covid-19.⁸⁸ Dalam bukunya Drucker menyebutkan ada beberapa faktor yang menunjang organisasi atau perusahaan bertahan terhadap perubahan salah satunya adalah Inovasi. Inovasi sangat penting dalam pengembangan sebuah perusahaan. Perusahaan tidak boleh berhenti untuk melakukan inovasi. Inovasi dapat dilakukan dengan memadukan pengetahuan dan

⁸⁷ Sisca, dkk., *Manajemen Inovasi*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hal. 27-28.

⁸⁸ Hendri Hermawan Adinugraha, *Tetap Kreatif dan Inovatif di Tengah Pandemi Covid-19*, (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021), hal. 42.

keaktivitas yang ada dalam perusahaan dan didukung dengan fasilitas yang tersedia di perusahaan.⁸⁹

Berdasarkan hasil penelitian bahwa perusahaan Roti Sukses dalam mengelola usaha dan tetap menjalankan kegiatan usahanyadengan merespon adanya *corona* ini yaitu Roti Sukses mengeluarkan atau membuat inovasibrand baru yang bernama Roti Gembong Mandalika. Dengan lahirnya *brand* Roti Gembong Mandalika harapannya supaya tetap menjalankan proses produksi sehingga tidak terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan meskipun terdapat beberapa UKM/IKM sementara memilih untuk berhenti usaha di masa pandemi ini.

Berbeda dengan IKM Roti Sukses yang selalu optimis untuk mencoba membuat *brand* baru karena melihat kondisi saat ini merupakan salah satu cara untuk perusahaan Roti Sukses dapat mengembangkan usahanya. Dan ini merupakan peluang besar bagi Roti Sukses karena *brand* Roti Gembong Mandalika mempunyai nilai yang tinggi terlihat dari nama *merk* yang mewah dan juga antusias masyarakatnya yang tinggi telah menerima hadirnya inovasi baru dari IKM Roti Sukses. Sehingga dengan ini perusahaan Roti Sukses dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan hadirnya inovasi baru dapat membantu perekonomian perusahaan yang telah menurun.

⁸⁹ Eko Sason dan Rahmi Y, "Manajemen Inovasi pada Usaha Kecil Menengah", *Jurnal STIE Semarang*, STIE Semarang, Vol. 6, No. 3, Oktober 2014, hal. 76.

b. Melakukan Promosi

Promosi merupakan salah satu strategi yang tepat dilakukan untuk menjual suatu produk. Promosi dikala pandemi ini bisa dilakukan dengan metode *daring/online* dengan memanfaatkan platform digital seperti: *instagram, facebook, whatsapp, twitter* dll. Dengan cara ini usaha akan semakin dikenal dan akan berdampak pada penjualan yang semakin tinggi.⁹⁰Promosi juga merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan pada suatu perusahaan.

Setelah inovasi baru dikeluarkan oleh IKM Roti Sukses, selanjutnya strategi yang dilakukan perusahaan adalah promosi. Promosi dilakukan supaya banyak masyarakat mengetahui informasi tentang Roti Sukses dan produk-produk yang ditawarkan. Tentu menggunakan sosial media yang ada. Apalagi adanya *brand* Roti Gembong Mandalika yang telah disediakan di beberapa *outlet* yang ada. Cara ini sangatlah mudah dan merupakan hal yang sangat penting bagi perkembangan usaha serta dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Promosi yang dilakukan pada masa pandemi oleh perusahaan Roti Sukses adalah menggunakan sistem *online* (*daring*) dengan memanfaatkan teknologi yang ada seperti: *facebook, instagram, blog, whatsapp* dan perusahaan juga menggunakan jasa *delivery*.

⁹⁰ Ida Bagus Benny Surya Adi Pramana, *Adaptasi di Masa Pandemi: Kajian Multidisipliner*, (Denpasar: Nilacakra, 2020), hlm. 173.

Promosi sebagai salah satu komponen dari bauran pemasaran (*marketing mix*) memiliki peranan penting dalam mengkomunikasikan suatu produk, dan dapat menciptakan preferensi konsumen atau calon konsumen mengenai keefektifan dan keefisienan dari bauran promosi yang digunakan. Bauran promosi yang digunakan oleh setiap perusahaan itu tidak sama, hal ini tergantung kondisi perusahaan.⁹¹ Adapun bauran perusahaan terdiri dari beberapa strategi seperti: iklan, promosi penjualan, publisitas, pemasaran langsung, penjualan personal dan media interaktif. Hal tersebut adalah dapat menunjang peningkatan penjualan suatu perusahaan. IKM Roti Sukses dalam mengembangkan usahanya sehingga menggunakan strategi promosi seperti membuat iklan yang dipasangkan di mobil supaya orang lain dapat membacanya. Selain itu perusahaan menggunakan media interaktif dengan memanfaatkan aplikasi untuk berjualan dan membuat situs atau *website* seperti blog dan sejenisnya tentang perusahaan yang dapat dijangkau oleh masyarakat.

Tujuan dari promosi adalah meningkatkan *awareness* meningkatkan persepsi konsumen, menarik pembeli pertama, mencapai persentase yang lebih tinggi untuk konsumen yang berulang menciptakan loyalitas merek, meningkatkan *average check*, meningkatkan penjualan

⁹¹ Rami Syah Putri dan Indra Safri, "Pengaruh Promosi Penjualan dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru", *Jurnal Valuta*, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Riau, Vol. 1, No. 2, Oktober 2015, hal.299.

produk dan mengenalkan menu produk baru.⁹² Pada perusahaan Roti Sukses tujuan tersebut merupakan hal yang diinginkan bahkan seluruh perusahaan akan melakukannya. Oleh karena itu, dengan cara promosi inilah IKM Roti Sukses dapat membagikan informasi kepada konsumen sehingga dapat menarik minat konsumen dan supaya perusahaan menjadi lebih berkembang dan diketahui masyarakat luas.

Untuk penamaan Roti Gembong Mandalika ini diambil dari Moto GP Mandalika karena bagi Lalu Moh. Iqbal nama mandalika tersebut sangat menarik dan berpikir jika orang melihat Roti Gembong Mandalika ini yang dibayangkan adalah Moto GP Mandalika yang akan datang dan jika dikaitkan akan merupakan hal yang menarik dalam dunia bisnis, ujarnya Lalu Moh. Iqbal. Sehingga harapannya supaya Roti Gembong Mandalika (RGM) ini juga bisa menjadi oleh-oleh khas Lombok.

c. Penerapan Strategi Promosi Berupa Diskon

Strategi promosi merupakan suatu kegiatan perencanaan yang membaurkan periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat dalam rangka untuk berkomunikasi kepada pelanggan tentang suatu produk dan mempengaruhinya dalam keputusan membeli. Penerapan strategi promosi ini dapat dilakukan melalui media

⁹² Rina Rachmawati, "Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)", *Jurnal Kompetensi Teknik*, Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang, Vol. 2, No. 2, Mei 2011, hal. 146.

tradisional maupun baru (modern).⁹³ Cara tersebut lazim dilakukan para pebisnis dari banyak industri dalam menghadapi pandemi Covid-19 sebagai cara termudah untuk menstimulasi penjualan. Saat ini pengusaha tidak main-main dalam memberlakukan diskon seperti memberikan potongan harga, bebas ongkos kirim, promo paket dengan harga net, *buy one get one free*, *reward* untuk post di sosial media dan lainnya.⁹⁴

Begitu juga dengan perusahaan Roti Sukses menerapkan strategi promosi berupa diskon besar besaran supaya dapat menarik minat konsumen dan tetap terlaksananya transaksi jual beli produk Roti Sukses. Promosi dilakukan perusahaan dengan metode *online* dan *offline*. Strategi promosi berupa diskon dengan metode *online* dibagikan melalui media sosial yang ada seperti *instagram*, *facebook*, *whatsapp* dll. Sedangkan strategi promosi berupa diskon dengan metode *offline* seperti iklan berupa *pamflet*, spanduk, brosur dll.

Itulah cara yang digunakan untuk meningkatkan penjualan dan profit usaha ataupun agar terjadinya perputaran barang yaitu dengan memberikan diskon.⁹⁵ Perusahaan IKM Roti Sukses menggunakan diskon untuk menarik perhatian para pembelinya dengan menggunakan bentuk

⁹³ Harmaizar Zaharruddin, *Menggali Potensi Wirausaha*, (Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, 2006), hal. 89.

⁹⁴ Masrul, dkk., *Pandemik Covid-19 Persoalan dan Refleksi di Indonesia*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal. 84.

⁹⁵ *Ibid*, hlm. 175.

diskon seperti: pemotongan harga, bebas ongkos kirim (ongkir), dan promo paket *buy two get one free* (beli 2 gratis 1).

d. Memaksimalkan Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain yang dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Adapun jenis-jenis media sosial yang sering digunakan oleh kalangan masyarakat, meliputi: *Facebook, Instagram, Blog, BBM Line, dan Whatsapp*.⁹⁶

Sosial media merupakan sebuah jejaring sosial yang digunakan oleh seluruh orang bahkan seluruh dunia untuk mencari mengakses mengupload sehingga dapat membagi segala aktivitas yang dilakukan setiap harinya. Bermunculan berbagai aplikasi media sosial ini menimbulkan peluang bagi masyarakat dalam melakukan suatu usaha. Peluang terhadap media sosial tidak berhenti pada usaha jasa maupun pariwisata tetapi juga pada usaha produk yang menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana untuk menarik perhatian masyarakat.⁹⁷

Kehadiran media sosial ini penting untuk meningkatkan pengunjung ke *website* bisnis *online* khususnya bagi pengusaha. Dimana *website* berfungsi sebagai media bisnis *online* dan media sosial berfungsi

⁹⁶ Hadion Wijoyo, dkk., *Strategi ...*, hal. 76.

⁹⁷ Deru R. Indika dan Cindy Jovita, "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat beli Konsumen", *Jurnal Bisnis Terapan*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran Bandung, Vol. 01, Nomor 01, Juni 2017, hlm. 25.

sebagai *marketing channel* atau kanal marketing. Media sosial adalah salah satu cara paling efektif untuk memasarkan bisnis *online*. Melalui media sosial, pelaku usaha dapat menjangkau lebih banyak orang untuk mengetahui produk-produk yang ditawarkan yang mungkin tidak dapat dijangkau dengan media iklan lain. Kesadaran akan pentingnya media sosial bagi pertumbuhan bisnis *online* akan semakin membuka kesempatan untuk berkembang dan lebih banyak konsumen.⁹⁸

Begitu juga dengan perusahaan Roti Sukses memaksimalkan media sosial seperti *instagram*, *facebook* dan memanfaatkan media online lainnya seperti *whatsapp* untuk berjualan dan juga menerima *delivery* diberbagai tempat. Tujuannya adalah untuk memudahkan pemasaran dan memudahkan pelanggan untuk mencari dan mendapatkan informasi terkait Roti Sukses maupun Roti Gembong Mandalika selain itu juga strategi yang digunakan adalah dengan memasang iklan dimobil supaya dapat diketahui oleh masyarakat luas. Tidak lupa juga IKMRoti Sukses juga menggunakan beberapa *influencer-influencer* atau model lainnya untuk *endorse*. Dengan begitu memudahkan perusahaan untuk memasarkan produk-produk serta dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan oleh karena itu, pentingnya memanfaatkan teknologi media sosial apalagi di zaman modern saat ini.

⁹⁸ Lailatul Hijrah, *Menerapkan Strategi "Kampung" dalam Bisnis Online: Belajar dari Pengalaman*, (Klaten: Lakeisha, 2020), hal. 20.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Kondisi profitabilitas yang dirasakan IKM Roti Sukses sebelum terjadi pandemi Covid-19 mengalami perkembangan yang bagus dan lancar. Setelah pandemi menyerang memberikan dampak yang signifikan bagi IKM Roti Sukses. Dampak yang dirasakan perusahaan terjadi penurunan penjualan hingga 18%. Karena diberlakukan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) oleh pemerintah dan meminta seluruh masyarakat untuk melakukan *Social Distancing* sehingga tidak beraktivitas diluar rumah. Hal tersebut dapat merubah perilaku konsumen dalam berbelanja yang biasanya langsung (*offline*) saat ini lebih memilih menggunakan sistem *online*. Sehingga dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas (keuntungan) perusahaan. Selain penurunan yang dirasakan perusahaan juga mengalami peningkatan pada sektor tenaga kerja.
2. Untuk merespon pandemi Covid-19 perusahaan Roti Sukses melakukan strategi untuk meningkatkan profitabilitas dengan membuat inovasi baru yaitu menghadirkan *brand* Roti Gembong Mandalika. Lalu perusahaan melakukan pemasaran supaya dapat dikenal oleh masyarakat luas dengan memanfaatkan

media sosial. Karena di masa pandemi dan sulit untuk mendapatkan konsumen perusahaan menerapkan promosi dengan memberikan diskon supaya dapat menarik minat konsumen salah satunya seperti diskon *buy two get one free*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan terkait analisis dampak Covid-19 terhadap tingkat profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat, maka saran yang diajukan sebagai berikut:

1. Bagi Lokasi Penelitian

Untuk IKM Roti Sukses, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber rujukan untuk mengembangkan usaha meskipun pada kondisi yang berbeda kedepannya. Serta selalu mempertahankan dan menjaga kualitas produksi baik dari segi rasanya, varian produk, harga produk dan cara pemasaran perusahaan sehingga lebih dikenali banyak kalangan. Dan peneliti berharap perusahaan dapat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk selalu mengakses informasi terkait perusahaan.

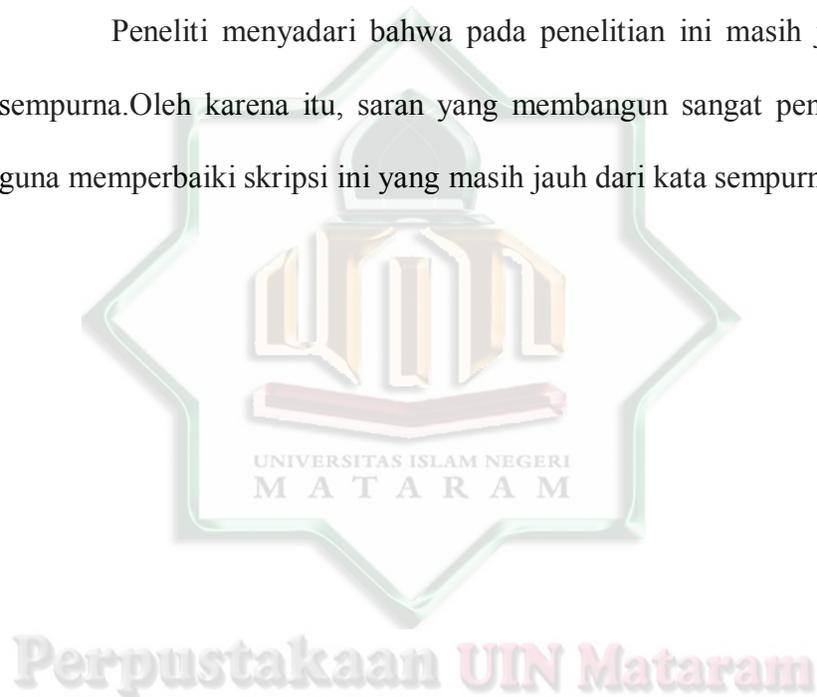
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi penelitian yang akan datang dan yang membacanya serta menjadi

sumber rujukan untuk pengembangan penelitian kedepannya dengan tema yang sama dan fokus kajian yang berbeda tentang Analisis Dampak Covid-19 terhadap Tingkat Profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat.

3. Bagi Peneliti Sendiri

Peneliti menyadari bahwa pada penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran yang membangun sangat peneliti harapkan guna memperbaiki skripsi ini yang masih jauh dari kata sempurna.



DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2014.
- Abdurrahman Firdaus Thaha. “Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia”, *Jurnal Brand*, Universitas Hasanudin Makassar, Vol. 3, No. 1, Juni 2020.
- Andi Amri, “Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia”, *Jurnal Brand*, Universitas Hasanudin Makassar, Vol. 2, No. 1, Juni 2020.
- Albi Anggito, dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Abdul Hakim, *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, Sukabumi: CV Jejak, 2017.
- Agni Hikmah Permadi, dkk, *Bisnis UMKM di Tengah Pandemi Kajian Komunikasi Pemasaran*, Surabaya: Unitomo Press, 2020.
- Ahmad Muhammad Al-‘Assal dan Fathi Ahmad Abdul Karim, *Sistem, Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam*, Bandung: CV Pustaka Setia, 1999.
- Aknolt Kristian Pakpahan, “Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Universitas Katolik Parahyangan, Vol. 1, No. 2, Maret 2020.
- Anissa Lutfita dan Jojok Dwiridotjahjono, “Analisis Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Meningkatkan Penjualan Hanacaraka Coffe Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19”, *Jurnal Revolusi Indonesia*, Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jawa Timur, Vol. 1, No. 4, Maret 2021.
- Astri Rumondang, dkk, *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Ayub Usman Rasid, “Analisis Profitabilitas pada PT. Fast Food Indonesia Tbk”, *Jurnal Gorontalo Management Research*, Fakultas Ekonomi Universitas Gorontalo, Vol. 1, No. 1, April, 2018.
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2007.
- Budiman, dkk, *19-Covid Pandemi dalam 19 Perspektif*, Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020.

- Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta 2014.
- Deny Nofriansyah, *Penelitian Kualitatif: Analisis Kinerja Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan*, Yogyakarta: Deepublish, Juni, 2018.
- Deru R. Indika dan Cindy Jovita, "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen", *Jurnal Bisnis Terapan*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran Bandung, Vol. 01, Nomor 01, Juni 2017.
- Donnie Silalahi, "Cara Menghitung Laba Rugi dalam Laporan Usaha", dalam <https://alumak.id/blog>, diakses pada 17 Juni 2021, pukul 15.39.
- Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Eko Sason dan Rahmi Y, "Manajemen Inovasi pada Usaha Kecil Menengah", *Jurnal STIE Semarang*, STIE Semarang, Vol. 6, No. 3, Oktober 2014.
- Hadion Wijoyo, dkk, *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*, (Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- Harmaizar Zaharruddin, *Menggali Potensi Wirausaha*, Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, 2006.
- Helaludin, Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*, Makassar, Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.
- Hery, *Teori Akuntansi Pendekatan Konsep dan Analisis*, Jakarta, PT Grasindo, 2017.
- Hendri Hermawan Adinugraha, *Tetap Kreatif dan Inovatif di Tengah Pandemi Covid-19*, Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021.
- Ida Bagus Benny Surya Adi Pramana, *Adaptasi di Masa Pandemi: Kajian Multidisipliner*, Denpasar: Nilacakra, 2020.
- Jogiyanto Hartono, *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, Yogyakarta, ANDI, 2018.
- Lalu Moh. Iqbal, *Wawancara*, Dusun Adeng Jagaraga Kuripan Kabupaten Lombok Barat, 22 Desember 2020.
- Lalu Moh. Iqbal, *Wawancara*, Jagaraga Lombok Barat, 16 Februari 2021.

- Lailatul Hijrah, *Menerapkan Strategi “Kampungan” dalam Bisnis Online: Belajar dari Pengalaman*, Klaten: Lakeisha, 2020.
- Lihat PP Nomor 21 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Lihat Permenperin Nomor 64 Tahun 2016 Tentang Besaran Jumlah Tenaga Kerja dan Nilai Investasi Untuk Klasifikasi Usaha Industri.
- Lingga Yuliana, “Dampak Kondisi Pandemi di Indonesia terhadap Trend Penjualan Studi Kasus pada PD. Sumber Jaya Aluminium”, *Jurnal Riset Bisnis*, Vol. 4, No. 1, Oktober, 2020.
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Merry Dame Cristy Pane, “Virus Corona”, dalam <https://www.alodokter.com/virus-coronadiakses> pada tanggal 28 November 2020, pukul 9.52 WITA.
- Michell Suharli, *Pelaporan Keuangan Sesuai Dengan Prinsip Akuntansi*, Jakarta: Grasindo, 2009.
- Masrul, dkk, *Pandemik Covid-19 Persoalan dan Refleksi di Indonesia*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Minanari, “Pengaruh Profitabilitas, Manajemen Laba dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek”, *Jurnal Profita*, Universitas Mercu Buana Jakarta, Vol. 11, No. 1, April 2018.
- Mekari, “Cara Mudah Meningkatkan Profit Bisnis”, dalam <http://www.jurnal.id/id/blog> , diakses tanggal 03 Januari 2021, pukul 06.47 WITA.
- Muchlisin Riadi, “Pengertian, Tujuan, Manfaat dan Pengukuran Rasio Profitabilitas”, dalam <https://www.kajianpustaka.com/2019/10/>, diakses pada tanggal 01 Januari 2021, pukul 00.28 WITA.

- Muhammad Nazir, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005.
- Muhammad Hasan, dkk, *Perubahan Paradigma Pendidikan dan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19: Peluang, Tantangan dan Strategi*, Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020.
- Nana Triapnita Nainggolan, dkk, *Perilaku Konsumen di Era Digital*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Ovan, Andika Saputra, *Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020.
- Observasi, IKM Roti Sukses, Jagaraga Kuripan Lombok Barat, 16 Februari 2021.
- Rami Syah Putrid dan Indra Safri, “Pengaruh Promosi Penjualan dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru”, *Jurnal Valuta*, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Riau, Vol. 1, No. 2, Oktober 2015.
- Rina Rachmawati, “Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)”, *Jurnal Kompetensi Teknik*, Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang, Vol. 2, No. 2, Mei 2011.
- Rizki Nor Azimah, Ismi Nur Khasanah, Rizky Pratama dkk, “Analisis Dampak Covid-19 terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Klaten dan Wonogiri”, *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Vol. 9, No. 1, Juni 2020.
- Sapepami, Siti Aisyah M, “Dampak Covid-19 terhadap Praktik Jual Beli: Analisis Ihtikar dalam Hukum Islam”, *Jurnal Hukum & Ekonomi Syariah*, Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta, Vol. 5, No. 1, September, 2020.
- Sisca, dkk, *Manajemen Inovasi*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2004
- Samsuni, “Manajemen Sumber Daya Manusia”, *Jurnal Ilmiah Keislaman dan Kemasyarakatan*, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin, Vol. 17, No. 31, 2017.

- Sonny Sumarson, *Manajemen Koperasi Teori dan Praktek*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Surtisno, *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*, Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII, 2005.
- Taufik dan Eka Avianti Ayuningtyas, “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online”, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta, Vol. 22, Nomor 01, April 2020.
- Tri Weda Raharjo, dkk, “Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata”, Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019.
- Yohana Artha Uly, “Hampir Seluruh UMKM di Indonesia Turun Penjualannya di Masa Pandemi”, dalam <https://money.kompas.com/read/2020/07/15>, diakses tanggal 15 April 2021, pukul 15.34.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Perpustakaan UIN Mataram

PEDOMAN WAWANCARA

- A. Pertanyaan mengenai kondisi profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 sebagai berikut:
1. Bagaimana proses awal membangun usaha?
 2. Mengapa memilih roti untuk diproduksi?
 3. Berapa modal awal untuk usaha?
 4. Berapa omzet yang didapatkan dalam 3 tahun ini (2019-2021)?
 5. Bagaimana perkembangan usaha dari tahun ke tahun?
 6. Apa dampak yang dirasakan IKM dalam menghadapi pandemi Covid-19?
 7. Apakah ada bantuan dari pemerintah untuk IKM yang terdampak pandemi Covid-19?
 8. Bagaimana kondisi penjualan sebelum dan saat pandemi Covid-19?
 9. Bagaimana tingkat keuntungan IKM Roti Sukses saat pandemi apa ada penurunan atau kenaikan?
 10. Berapakah perbandingan tingkat keuntungan/penjualan sebelum dan saat adanya pandemi Covid-19?
 11. Dari keuntungan yang didapatkan apakah dapat menutupi modal perusahaan saat ini?
 12. Berapakah banyak roti yang diproduksi sebelum dan setelah adanya pandemi Covid-19 dalam setiap harinya ?
- B. Pertanyaan mengenai strategi untuk meningkatkan profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat sebagai berikut:
1. Apa strategi yang dilakukan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan di masa pandemi?
 2. Dari strategi yang ada apakah IKM tetap menjalani proses produksinya?
 3. Apa strategi yang digunakan perusahaan untuk menarik minat kembali konsumennya atau strategi pemasaran?

4. Apa yang membedakan perusahaan *bakery* Roti Sukses dengan perusahaan lainnya apalagi dalam menghadapi pandemi?
5. Apa yang dilakukan perusahaan untuk untuk mengembangkan produk dan perusahaannya supaya dikenali oleh masyarakat luas?
6. Lalu apa harapan perusahaan dengan adanya pandemi Covid-19?



Gambar 1.1

Wawancara dengan pemilik usaha IKM Roti Sukses



Gambar 1.2
Lokasi dari dalam IKM Roti Sukses



Gambar 1.3
Outlet Roti Gembong Mandalika Jln. Sriwijaya Taman Baru



Gambar 1.4
Outlet Roti Gembong Mandalika di RSUP NTB



Gambar 1.5
Outlet Roti Gembong Mandalika Jln. Dakota Rembiga



Gambar 1.6
Varian Menu Roti Gembong Mandalika

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mauza Amalia Agustia
 Umur : 22 Tahun
 Tempat / Tanggal Lahir : Sekotong, 15 Agustus 1999
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Status Perkawinan : Belum Kawin
 Nama Ayah : Munzir
 Nama Ibu : Joharniati
 Alamat
 Jalan : Lingkar Selatan Karang Genteng
 RT/RW : 004/006
 Kelurahan : Pagutan
 Kecamatan : Mataram
 Provinsi : Nusa Tenggara Barat
 Kode Pos : -
 Tlp. / Hp : 087758645785
 E-mail : mauzaamal98@gmail.com
 Instagram : mauzliagsta
 Facebook : Mauza Amalia Agustiaa

B. PENDIDIKAN**1. Pendidikan Usia Dini (PAUD)**

Nama Sekolah : PAUD PKBM
 Tahun Masuk : 2003
 Tahun Lulus : 2004

2. Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK)

Nama Sekolah : TK DHARMA WANITA
 Tahun Masuk : 2004
 Tahun Lulus : 2005

3. Pendidikan Sekolah Dasar (SD)

Nama Sekolah : SDN 1 SEKOTONG
 Tahun Masuk : 2005
 Tahun Lulus : 2011

4. Pendidikan Menengah Pertama (SMP)

Nama Sekolah : SMPN 7 MATARAM
 Tahun Masuk : 2011
 Tahun Lulus : 2014

5. Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA)

Nama Sekolah : MAN 1 MATARAM
 Tahun Masuk : 2014
 Tahun Lulus : 2017

6. Pendidikan saat ini

Nama Universitas : Universitas Islam Negeri Mataram
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Tahun Masuk : 2017 – Sekarang

7. Keterampilan Non Formal

- a. Menari
- b. *Fashion Show*

C. PENGALAMAN**1. Pengalaman Organisasi**

- a. Pramuka di SMPN 7 Mataram (Periode 2011).
- b. Drum Band di SMPN 7 Mataram (Periode 2011).
- c. OSIS di SMPN 7 Mataram (Periode 2012).
- d. Mansapala (MAN 1 Pecinta Alam) di MAN 1 Mataram (Periode 2014).
- e. Pramuka di MAN 1 Mataram (Periode 2014).
- f. English Study Club (ESC) UIN Mataram sebagai Member Ministry of Public Relation (Periode 2018-2019).
- g. Vice Ministry of House Hold ESC UIN Mataram (Periode 2019-2020).
- h. Komunitas Entrepreneur Muda (ERDA) sebagai Sekretaris Umum (Periode 2019-2020).

2. Organisasi Saat Ini

- a. Komunitas Entrepreneur Muda (ERDA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram sebagai Ketua Umum (Periode 2020-Sekarang).

3. Pengalaman *Public Speaking*

- a. MC Formal acara BAWASLU Kota Mataram di Aula Pagutan Timur.
- b. Tutor Basic Level di ESC UIN Mataram.

4. Pengalaman Non Formal

- a. *Modern Dance* pada acara *Farewell Party English Camp Part IX* ESC UIN Mataram.
- b. *Traditional Dance* pada acara *Farewell Party English Camp Part X* ESC UIN Mataram.

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Panembahan No. 20 Mataram, Telp. (0370) 631296, 634490 Fax. (0370) 625527 Mataram - NTB
website : <http://febi.uinmataram.ac.id>, email : febi@uinmataram.ac.id

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mauza Amalia Agustia
NIM : 170501039
Pembimbing II : Muh. Baihaqi, S.H.I., M.Si
Judul Penelitian : Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Tingkat Profitabilitas UKM Roti Sukses Desa Adeng Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
12/12/20	- Lengkapi latar belakang dengan gambaran kondisi objek penelitian - tambahkan rumusan masalah - Perbanyak teori tentang profitabilitas - Perbaiki metode penelitian	
28/12/20	- ubah rumusan masalah lebih dengan strategi untuk meningkatkan profit - Tambat lagi teori profitabilitas terutama terkait nilai dan tujuan profit sebagai perusahaan	
	- Tambahkan juga teori Hg Strategi untuk meningkatkan profitabilitas	

Mengesahkan
Dekan,

Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag
NIP. 197111041997031001

Mataram,
Pembimbing II

Muh. Baihaqi, S.H.I., M.Si
NIP. 197808102006041002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pendidikan No. 36 Mataram, Telp. (0378) 621298, 634490 Fax. (0378) 621331 Mataram - NTB
website : <http://kbbi.uinmataram.ac.id>, email : info@uinmataram.ac.id

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mauza Amalia Agustia
NIM : 170501039
Pembimbing II : Muh. Baihaqi, S.H.I., M.Si
Judul Penelitian : Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Tingkat Profitabilitas UKM Roti Sukses Desa Adeng Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
7/1/2021	Preprint AEC	

Mengesahkan,
Dekan,

Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag
NIP. 197111041997031001

Mataram
Pembimbing II

Muh. Baihaqi, S.H.I., M.Si
NIP. 197808102006041002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pendidikan No. 35 Mataram, Telp. (0370) 621298, 634490 Fax. (0370) 625337 Mataram - NTB
website : <http://febi.uinmataram.ac.id>, email : febi@uinmataram.ac.id

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mauza Amalia Agustia
NIM : 170501039
Pembimbing I : Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.
Judul Penelitian : Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Tingkat Profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Adeng Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangap
7/07 ²¹	- Penulisan & format ulang skripsi - Bab 1 & 2 - Rulis Colata Roti - Teori & referensi - Metode penelitian - jenis & sumber Data - Trianggulasi	
09/01 ²¹	Revisi proposal	

Mengetahui,
Dekan,

Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag
NIP. 197111041997031001

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI Mataram,
MATARAM, Pembimbing I

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

Perpustakaan UIN Mataram



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Pendidikan No. 35 Mataram, Telp. (0370) 621298, 634490 Fax. (0370) 625337 Mataram - NTB
 website : http://febi.uinmataram.ac.id, email : febi@uinmataram.ac.id

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mauza Amalia Agustria
 NIM : 170501039
 Pembimbing I : Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.
 Judul Penelitian : Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Tingkat Profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Adeng Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
21/04	BB F-V-M - Menasehati - Kritik - Mengevaluasi	[Signature]
28/04	BB U. Badan Kalayaja - Dampak - profit - Lajid - Mengevaluasi	[Signature]

Mengetahui,
 Dekan,

Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag.
 NIP. 197111041997031001

Mataram,
 Pembimbing I

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

Perpustakaan UIN Mataram

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pendidikan No. 35 Mataram, Telp. (0370) 621298, 634490 Fax. (0370) 625337 Mataram - NTB
 website : <http://febi.uinmataram.ac.id>, email : febi@uinmataram.ac.id

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mauza Amalia Agustia
 NIM : 170501039
 Pembimbing I : Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.
 Judul Penelitian : Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Tingkat Profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
03/04/21	Revisi Skripsi	

Mengetahui,
Dekan,



Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag
NIP. 197111041997031001

Mataram, 03/04/21
Pembimbing-I



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

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM

Perpustakaan UIN Mataram



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Pendidikan No. 35 Mataram, Telp. (0370) 621298, 634490 Fax. (0370) 625337 Mataram - NTB
 website : http://febi.uinmataram.ac.id, email : febi@uinmataram.ac.id

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mauza Amalia Agustia
 NIM : 170501039
 Pembimbing II : Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI
 Judul Penelitian : Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Tingkat Profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Adeng Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
23/3/21	- Disihkan bab Paparan data dg bab pendahuluan	
	- Perbanyak lagi data hasil penelitian	
	- Perbanyak referensi utk memperluas data penelitian	
12/4/21	- Perbaiki Cara penulisan hasil uraian	
	- Perbanyak & referensi pada bab penulisan	

Mengetahui,
 Dekan,

Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag
 NIP. 197111041997031001

Mataram,
 Pembimbing II

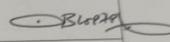
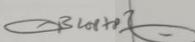
Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI
 NIP. 197808102006041002

Perpustakaan UIN Mataram

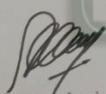

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Pendidikan No. 35 Mataram, Telp. (0370) 621298, 634490 Fax. (0370) 625337 Mataram - NTB
 website : http://febi.uinmataram.ac.id, email : febi@uinmataram.ac.id

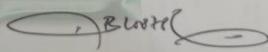
KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mauza Amalia Agustia
 NIM : 170501039
 Pembimbing II : Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI
 Judul Penelitian : Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Tingkat Profitabilitas IKM Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
20/4/21	Perbaiki cara penulisan kesimpulan	
21/4/21	Skripsi ACC	



Mengetahui,
 Dekan,

 Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag
 NIP. 197111041997031001

Mataram,
 Pembimbing II

 Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI
 NIP. 197808102006041002

Perpustakaan UIN Mataram