

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kebijakan

Kebijakan berasal dari kata dasar bijak, kata kebijakan memiliki makna garis haluan (*policy*). Garis haluan, memiliki kandungan makna yang pertama yaitu rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, serta cara bertindak mengenai pemerintahan atau organisasi. Makna kedua meliputi pernyataan cita-cita, tujuan, prinsip, atau maksud untuk manajemen dalam usaha mencari sasaran. Kebijakan adalah suatu ketentuan dari tindakan yang mempengaruhi pelaksanaan suatu kegiatan.¹

Menurut Carl Friedrich bahwa kebijakan itu ialah suatu tindakan yang mengarah pada tujuan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam lingkungan tertentu sehubungan dengan adanya hambatan-hambatan tertentu pada saat mencari peluang-peluang untuk mencapai tujuan atau mewujudkan sasaran yang diinginkan. Disamping itu Knoepfel dan kawan-kawan menjelaskan mengenai kebijakan sebagai serangkaian keputusan atau beberapa tindakan sebagai akibat dari interaksi terstruktur dan berulang di antara berbagai actor, baik publik, pemerintah maupun privat, swasta yang terlibat berbagai hal cara menanggapi,

¹ Dyah Maharani Imanuddin Hasbi, Hartoto, *Kebijakan Publik*, 1 ed. (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), h. 1-125

mengidentifikasi, dan memecahkan suatu permasalahan yang secara politis didefinisikan sebagai masalah publik.²

Sedangkan menurut Carl J. Federick yang dikutip oleh Leo Agustino yang mendefinisikan kebijakan sebagai serangkaian tindakan/kegiatan yang disusulkan seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam dalam suatu lingkungan tertentu dimana terdapat beberapa hambatan ataupun beberapa kesulitan dan kesempatan-kesempatan terhadap pelaksanaan saran kebijaksanaan tersebut dalam rangka mencapai tujuan tertentu.³

Pendapat tersebut menjelaskan bahwa ide kebijakan melibatkan perilaku yang memiliki maksud dan tujuan yang merupakan bagian yang penting dari definisi kebijakan, karena bagaimanapun kebijakan harus menunjukkan apa yang sesungguhnya dikerjakan dari pada apa yang disarankan dalam kegiatan-kegiatan pada suatu permasalahan.

B. Diskon

Dalam mengikat konsumen pelaku usaha tentunya menerapkan beberapa cara agar dapat meningkatkan minat beli bagi konsumen. Salah satu upaya yang dilakukan dalam memikat konsumen adalah dengan cara memberi sebuah promosi untuk konsumen, promosi merupakan sebuah cara yang digunakan oleh penjual atau pelaku usaha lewat komunikasi antar calon pembeli. Dalam hubungannya dengan pemasaran, promosi sangatlah penting sebagai tempat yang berguna bagi penjual dengan tujuan menarik

² Intan Fitri Meutia, *Analisis Kebijakan Publik*, ed. oleh Moh. Nizar, 1 ed. (Lampung: CV. Anugrah Utama Raharja, 2017), h.1-2.

³ Taufiqurakhman, *Kebijakan Publik, Kebijakan Publik*, 1 ed. (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Moestopo Beragama (Pers), 2014), h. 2.

keinginan minat beli konsumen untuk dapat mengkonsumsi suatu produk tersebut.

Pemberlakuan diskon merupakan salah satu cara yang dapat memikat minat beli konsumen, menurut Kotler dan Armstrong diskon adalah upaya pengurangan harga secara langsung terhadap suatu produk yang dibeli pada saat waktu yang ditentukan oleh penjual kepada konsumen. Menurut Boyd potongan harga itu sendiri bisa diartikan sebagai salah satu bentuk promosi penjualan yang bisa dikatakan sederhana oleh penjual maupun produsen dikarenakan dalam bentuk pengurangan harga produk yang dibeli konsumen serta sifatnya sementara. Adanya diskon sebagai salah satu cara produsen atau penjual diharapkan bisa membuat akibat tersendiri dalam rangka meningkatkan minat beli bagi konsumen sehingga konsumen dapat tertarik untuk melakukan transaksi pada suatu produk yang telah ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller, jenis diskon terbagi menjadi tiga:

1. Diskon tunai, yaitu potongan harga yang diterima pembeli yang melakukan pembayaran langsung pada saat transaksi.
2. Diskon musim, yaitu potongan suatu harga atau nilai bagi konsumen yang pembelian produk diluar musim atau di hari besar.
3. Potongan harga, yaitu nilai potongan suatu harga yang diberikan kepada konsumen dari harga seharusnya atau resmi produknya.⁴

⁴ Rahayu, "Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square.", h. 44

Perusahaan pasti mempunyai tujuan guna agar bisa tetap produktif, maju (terus berkembang). Dan hal itu bisa terjadi dan tercapai jika terdapat usaha guna untuk mempertahankan serta meningkatkan profit ataupun laba perusahaan lewat penjualannya. Guna agar dapat terus meningkatkan penjualan tersebut perusahaan memerlukan beberapa strategi yang bagus pada aspek pemasarannya.⁵

Pemberlakuan potongan harga atau biasa disebut dengan diskon sangat diperlukan ketika ingin memikat minat beli pelanggan atau konsumen, diskon itu sendiri sudah menjadi suatu hal yang dapat membuat pembeli terpicat. Diskon ialah bentuk promosi penjualan yang merupakan salah satu rincian dari strategi bauran pemasaran termasuk dari golongan empat variabel yang biasa dikenal dengan “4P”. Promosi merupakan kegiatan yang digunakan penjual atau pemasar lewat komunikasi dengan calon konsumen, promosi berguna untuk memicu tingkat minat konsumen agar tertarik melakukan transaksi jual beli.

Menurut Mumuh Mulyana, diskon adalah strategi penetapan potongan harga yang dipergunakan oleh pemasar guna memicu minat beli calon konsumen sehingga terjadi pembelian dalam jumlah tertentu atau lewat perantara pemasaran pada perantara yang lain.⁶

Dalam kutipan Brian Vicky Prishastama disebutkan bahwa adapun tujuan diberlakukannya diskon menurut Nitisemito:

⁵ Ummul Kuro, “Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Daya Tarik Closing Online Shop Mahasiswa Di STKIP PGRI Bangkalan,” thesis (Bangkalan: Perpustakaan STKIP PGRI Bangkalan, 2021), 1–10, <http://repo.stkipgri-bkl.ac.id/eprint/1319>.

⁶ Mumuh Mulyana, *Strategi Penetapan Harga* (Bogor: Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan, 2019), <https://doi.org/10.31227/osf.io/tb2zd>. h, 50

1. Untuk mendorong pelanggan atau pembeli agar dapat membeli dalam jumlah atau kapasitas yang besar, sehingga diharapkan volume penjualan dapat naik dengan waktu yang cepat, pemberlakuan potongan harga dapat sangat berpengaruh pada pembelian konsumen yang pada akhirnya akan dapat berpengaruh pada volume penjualan.
2. Pusat perhatian atau fokus penjual ada pada pembelian, oleh karena itu adanya potongan harga atau diskon dapat mempertahankan konsumen atau pembeli sebagai pelanggan tetap.
3. Merupakan salah satu pelayanan penjualan yang dapat menarik terjadinya transaksi pembelian.⁷

Dalam poin pertama dijelaskan bahwa pemberlakuan potongan harga dapat sangat berpengaruh pada pembelian konsumen yang pada akhirnya akan dapat berpengaruh pada volume penjualan sehingga dari hal itu dapat terlihat bahwa tingkat penjualan juga dapat berpengaruh pada tingkat pendapatan. Hal tersebut juga telah disebutkan oleh Ukkas yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat penjualan dan akhirnya dapat meningkatkan pendapatan.⁸

Tidak itu juga menurut Wijayanti dalam penelitiannya menemukan bahwa, omzet penjualan yang di dapatkan oleh pemilik warung dapat meningkatkan pendapatan sebab omzet penjualan diperkirakan mempunyai

⁷ Ummul Kuro, h. 1

⁸ Rafidah, *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Sikap Kewirausahaan Islami Terhadap Pendapatan Dan Kesejahteraan Keluarga Wanita Pengrajin*, Ahlimedia Pres, 1 ed. (Jambi: Ahlimedia Pres, 2020), h, 25.

pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pendapatan sehingga pemilik warung dapat memaksimalkan keuntungannya.⁹

Berdasarkan penelitian yang diperoleh dari Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK, Kementerian Koperasi dan UKM dengan PT Solusi Dinamika Manajemen menyatakan juga bahwa semakin tinggi omzet penjualan yang didapatkan maka semakin tinggi pula pendapatan yang didapatkan.¹⁰

C. Pendapatan

Pendapatan merupakan sekumpulan penghasilan yang diperoleh guna mengukur level kesejahteraan dan kemakmuran individu atau beberapa orang dalam masyarakat. Pendapatan adalah penerimaan aktiva perusahaan atau bisa disebut sebagai kekayaan yang telah dimiliki perusahaan. Beberapa ahli ekonomi biasanya melakukan aktivitas penilaian level kesejahteraan individu melalui pengamatan variabel pendapatan yang didapatkan.

Menurut Nitisemito, penerimaan tingkat pendapatan individu ataupun pekerja dapat berpengaruh pada level produktivitas kerja. Bertambahnya maksimal kerja yang telah dilakukan pekerja maka semakin besar pendapatan yang diperoleh. Itu disebabkan oleh ekspektasi yang para pekerja miliki sesuai dengan hasil yang mereka dapatkan.

⁹ Nyoman DjinarSetiawina Yoga, Gede EdieMardika, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Warung Tradisional Menghadapi Pesaing Minimarket Di Kecamatan Mengwi,” E-Jurnal EP Unud 10 (2021): 597–626.

¹⁰ Ismaulina, Nurslisa, Suryani, “Faktor – faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Toko Kelontong di Kabupaten Aceh Utara,” Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah 4, no. 1 (2021): 428–38, <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesy.v4i1.294>.

Menurut Dharmmesta dan Handoko adapun beberapa faktor yang dipertimbangkan guna mengukur pendapatan:

1. Kesempatan kerja yang tersedia.
2. Kecakapan dan keahlian.
3. Motivasi
4. Keuletan bekerja.
5. Banyak sedikitnya modal yang digunakan.¹¹

D. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah aktivitas usaha yang dapat memperluas lapangan pekerjaan serta memfasilitasi pelayanan ekonomi secara luas pada masyarakat, dan berpartisipasi dalam kegiatan perluasan dan peningkatan pendapatan masyarakat, memajukan pertumbuhan ekonomi, serta ikut berpartisipasi dalam pembangunan nasional.¹² Potensi UMKM dapat mengaktifkan kegiatan ekonomi masyarakat serta UMKM menjadi kunci sumber penghasilan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan. Konsep usaha kecil dan menengah (UKM) atau usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merujuk pada peraturan UU Nomor 20 Tahun 2008. UMKM atau usaha mikro adalah usaha milik perseorangan atau badan usaha perorangan yang produktif dan memenuhi kriteria yang ditulis oleh UU. Asset maksimal dari usaha ini adalah Rp.50.000.000,00 sedangkan, omset maksimalnya Rp.300.000.000,00.

¹¹ Rafidah, h, 16.

¹² Hastuti et al., *Kewirausahaan Dan UMKM*. h, 155.

Adapun kriteria yang digunakan pada UMKM berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yaitu sebagai berikut:

1. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif atau badan usaha perseorangan yang memenuhi syarat atau kriteria usaha mikro yang telah diatur dalam undang-undang.
2. Usaha kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri serta dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cabang perusahaan yang dikuasai, dimiliki, ataupun menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang telah memenuhi syarat atau kriteria usaha kecil yang sudah diatur dalam undang-undang.
3. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh badan usaha yang bukan merupakan cabang perusahaan atau anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi, bagian langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih ataupun penjualan tahunannya sebagaimana yang telah diatur pada undang-undang.¹³

Berdasarkan yang sudah dijelaskan pada Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 mengenai kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

¹³ Noer Soetjipto, *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19*, (Yogyakarta: K-Media, 2020), h,14.

1. Kriteria Usaha Mikro:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah serta bangunan tempat usaha.
 - b. Mempunyai hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil:
 - a. Mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai yang paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah serta bangunan tempat usaha.
 - b. Mempunyai hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha menengah:
 - a. Mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai yang paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah serta bangunan tempat usaha.
 - b. Mempunyai hasil penjualan tahunan lebih dari 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).¹⁴

¹⁴ Hastuti et al., *Kewirausahaan Dan UMKM*. h, 159

E. Pandemi Corona Virus Disease-19 (Covid-19)

Covid-19 merupakan wabah global yang berdampak negatif pada manusia dan sosial. Ketika virus tersebut telah menyebar dari China, pandemic menyebar luas dengan cepat ke 210 Negara termasuk Indonesia. *Corona Virus* adalah keluarga besar virus yang dapat menimbulkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menimbulkan penyakit infeksi saluran pernapasan, dimulai dari flu ringan sampai penyakit yang serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome (MERS)* dan Sindrom Pernapasan Akut Berat atau *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)*.¹⁵

Di Indonesia terkonfirmasi kasus positif Covid-19 tertinggi di kawasan Asia Tenggara. Pada tanggal 12 September 2020, pemerintahan Republik Indonesia telah memaparkan sebuah data penyebaran Covid-19 sebanyak 210.940 kasus yang positif serta terdapat antara 8544 orang meninggal dunia. Di Jawa Timur sejak pertama kali kasus positif diumumkan menjadi provinsi dengan tingkat kematian tertinggi di Indonesia sebanyak 2.717 korban jiwa.

World Health Organization (WHO) yang adalah Organisasi Kesehatan Dunia menyatakan bahwa akibat adanya kasus Covid-19 di dunia tinggi, akhirnya berdampak pada perekonomian global. Kebijakan yang telah diambil oleh pemerintah setiap Negara mengakibatkan beberapa

¹⁵ Tim Kerja Kementerian Dalam Negeri, "Pedoman Umum Menghadapi Pandemi Covid-19 Bagi Pemerintah Daerah: Pencegahan, Pengendalian, Diagnosis Dan Manajemen," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–99, <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.

sektor terhentikan. Banyak Negara yang mengalami resesi akibat perekonomian dunia yang merosot. Resesi atau kemerosotan merupakan tingkat dimana tingkat tumbuhnya ekonomi suatu Negara berada dalam tingkatan minus. Hal tersebut berarti Covid-19 sudah meninggalkan dampak krisis ekonomi yang berlangsung lama. Tidak itu juga keadaan ini diperparah dengan matinya ikatan-ikatan yang mengangkat peningkatan ekonomi suatu Negara contohnya pada bidang pariwisata, ekspor impor, hingga langkanya BBM. Pemberlakuan *lockdown* di setiap Negara guna memutus angka kasus penyebaran Covid-19 merupakan faktor penyebab timbulnya krisis ekonomi tersebut.¹⁶

¹⁶ Dianah Rofifah, h, 3-4.