

SKRIPSI

IMPLEMENTASI TEORI NEOKLASIK DALAM PENINGKATAN PROFITABILITAS OUTLET BAKUBEKU DI KOTA PAREPARE



PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2025

**IMPLEMENTASI TEORI NEOKLASIK DALAM PENINGKATAN
PROFITABILITAS OUTLET BAKUBEKU
DI KOTA PAREPARE**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Implementasi Teori Neoklasik dalam
Peningkatan Profitabilitas Outlet BakuBeku
di Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Andi Arnita Alimuddin

Nim : 2120203861211049

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.1022/In.39/FEBI.04/PP.00.9/03/2024

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing : Darwis, S.E., M.Si.

NIP : 198105202025211003

(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Implementasi Teori Neoklasik dalam
Peningkatan Profitabilitas Outlet BakuBeku
di Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Andi Arnita Alimuddin

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203861211049

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

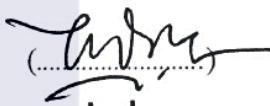
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.1022/In.39/FEBI.04/PP.00.9/03/2024

Tanggal Ujian : 20 Mei 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Darwis, S.E., M.Si. (Ketua) 

Dr. Andi Bahri, S. M.E., M.Fil.I. (Anggota) 

Arwin, S.E., M.Si. (Anggota) 

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Muizulifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710203 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَئْيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ نَبِيِّنَا وَحَسْنَاتِنَا مُحَمَّدٌ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ
أَجْمَعِينَ وَمَنْ شَاءَهُمْ يَأْخُذُهُ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ أَمَّا بَعْدُ

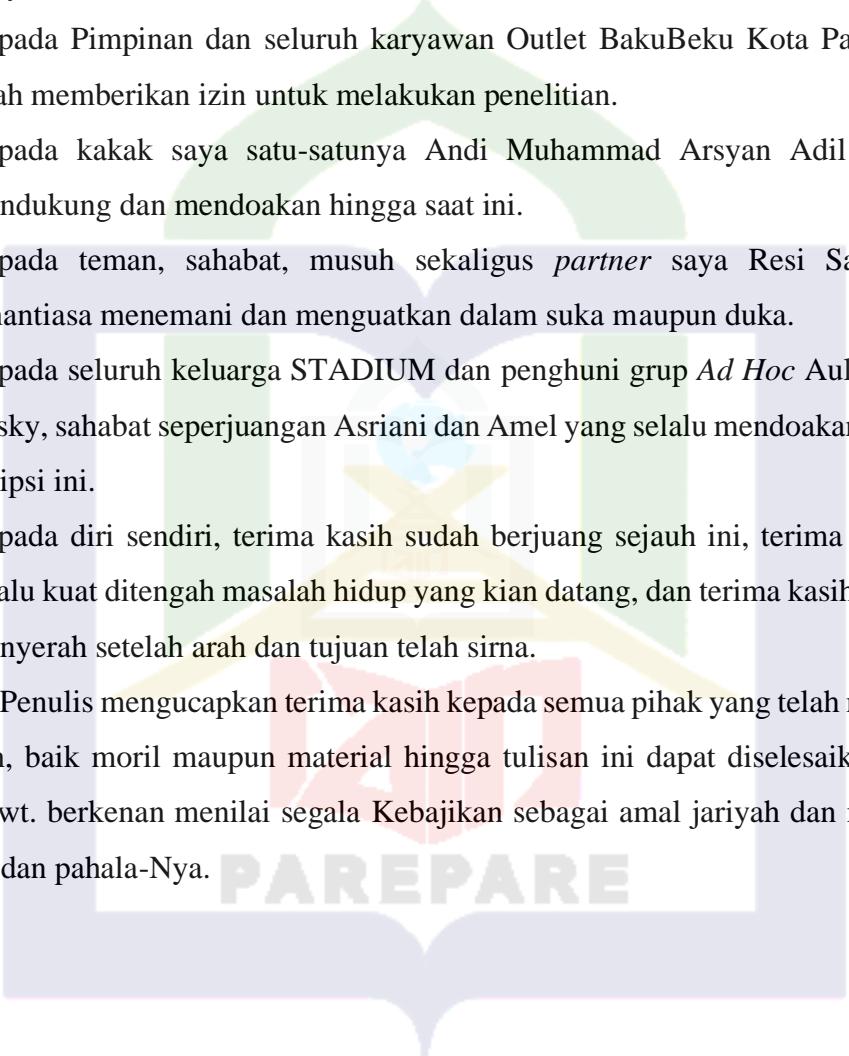
Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis mempersembahkan skripsi dan gelar ini untuk Mamaku tercinta (Alm. Hj. Rahma) dan Bapakku tersayang (Alm. A. Alimuddin), permohonan maaf yang setulus-tulusnya untuk seluruh perjuangan, dukungan dan doa tulusnya semasa hidup, sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Kehilangan tujuan hidup bukanlah hal yang mudah, akan tetapi inilah takdir-Nya. Penulis terlalu sayang kepada keduanya, tetapi sayang-Nya jauh lebih besar dari penulis.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Darwis, S.E., M.Si. selaku Pembimbing atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapan terima kasih. Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih

kepada :

1. Bapak Prof Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah berusaha menjadikan IAIN Parepare menjadi kampus yang lebih baik dan maju.
2. Ibu Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare, beserta Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I. sebagai Wakil Dekan I, Dr. Damirah, S.E., M.M. sebagai Wakil Dekan II.
3. Ibu Dr. Nurfadhilah,S.E.,M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.
4. Ibu Ismayanti, S.E., M.M., selaku dosen Penasehat Akademik (PA).

- 
5. Bapak dan Ibu dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah meluangkan waktunya untuk mendidik dan memberikan ilmu pengetahuannya selama proses perkuliahan di IAIN Parepare.
 6. Bapak dan Ibu staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan informasi terkait akademik.
 7. Kepada Pimpinan dan seluruh karyawan Outlet BakuBeku Kota Parepare yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
 8. Kepada kakak saya satu-satunya Andi Muhammad Arsyah Adil yang telah mendukung dan mendoakan hingga saat ini.
 9. Kepada teman, sahabat, musuh sekaligus *partner* saya Resi Saputra yang senantiasa menemani dan menguatkan dalam suka maupun duka.
 10. Kepada seluruh keluarga STADIUM dan penghuni grup *Ad Hoc Aulia*, Tara dan Resky, sahabat seperjuangan Asriani dan Amel yang selalu mendoakan kelancaran skripsi ini.
 11. Kepada diri sendiri, terima kasih sudah berjuang sejauh ini, terima kasih untuk selalu kuat ditengah masalah hidup yang kian datang, dan terima kasih untuk tidak menyerah setelah arah dan tujuan telah sirna.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala Kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 30 April 2025
2 Dzulqa'dah 1446 H.

Penulis



Andi Arnita Alimuddin
2120203861211049



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Arnita Alimuddin
NIM : 2120203861211049
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 14 Januari 2003
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Implementasi Teori Neoklasik dalam Peningkatan Profitabilitas Outlet Bakubeku Di Kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 30 April 2025
2 Dzulqa'dah 1446 H.

Penulis


Andi Arnita Alimuddin
2120203861211049

ABSTRAK

ANDI ARNITA ALIMUDDIN, *Implementasi Teori Neoklasik dalam Peningkatan Profitabilitas Outlet Bakubeku Di Kota Parepare* dibimbing oleh Darwis.

Penelitian ini menganalisis dampak implementasi teori neoklasik dalam peningkatan profitabilitas outlet bakubeku di Kota Parepare. Teori neoklasik merupakan teori pertumbuhan penduduk untuk mengukur seberapa besar pendapatan atau tingkatan profitabilitas suatu wilayah berdasarkan pendapatan per kapita. Sejalan dengan teori neoklasik, hal inipun dapat diimplementasikan pada pengelolaan UMKM untuk meningkatkan profitabilitas usaha melalui indikator yang termaktub dalam teori neoklasik, yaitu Modal, Tenaga Kerja, dan Teknologi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak penerapan teori neoklasik dalam meningkatkan profitabilitas outlet BakuBeku.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan di outlet BakuBeku Kota Parepare. Data yang digunakan meliputi data primer dari wawancara bersama pimpinan dan seluruh karyawan outlet, dan data sekunder dari dokumen terkait. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Pengelolaan modal yang diimplementasikan yaitu pemetaan dan pembagian modal yang dilakukan diawal bulan, diantaranya pembagian modal kerja, pembagian gaji karyawan, pembagian dana darurat, dan pembagian kebutuhan pribadi. 2) Strategi pelayanan yang diimplementasikan oleh outlet BakuBeku yaitu 3S (Salam, Senyum, Sapa) memberikan dampak positif, dimana konsumen lebih tertarik melakukan pembelian secara berulang karena memiliki rasa kenyamanan dan keakraban yang besar kepada karyawan outlet BakuBeku. 3) Pemanfaatan teknologi yang diimplementasikan outlet BakuBeku memberikan implikasi positif yang besar terhadap profitabilitas outlet, dimana teknologi yang digunakan yaitu pemanfaatan media sosial sebagai media promosi outlet untuk menjangkau seluruh konsumen disemua kalangan tanpa mengenal jarak dan waktu.



Kata kunci: *teori neoklasik, profitabilitas, UMKM*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan	9
B. Tinjauan Teori.....	13
1. Teori Neoklasik	13
2. Profitabilitas	20
3. Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm)	22
C. Tinjauan Konseptual	24
D. Kerangka Konseptual.....	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN.....	27
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28

C. Fokus Penelitian.....	28
D. Jenis dan Sumber Data.....	28
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	29
F. Uji Keabsahan Data	30
G. Teknik Analisis Data	32
BAB IV	35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Hasil Penelitian.....	35
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
BAB V.....	63
PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	68

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Nama Gambar	Halaman
Gambar 1. 1	Bagan Kerangka Konseptual	26



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Nama Tabel	Halaman
Tabel 2.1.	Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	24



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Pedoman Wawancara	67
2	Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) BakuBeku	70
3	CV. BakuBeku	71
4	Nomor Izin Berusaha (NIB) BakuBeku	72
5	Nomor Pokok Wajib Wajib (NPWP) BakuBeku	73
7	Dokumentasi	74-78
9	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi	79
10	Surat Pengantar Izin Meneliti dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare	80
11	Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare	81
12	Surat Keterangan Selesai Meneliti dari Outlet BakuBeku	82
13	Surat Keterangan Wawancara	83-87

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Transliterasi Arab-Latin

a) Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
س	Şa	Ş	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ه	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	De dan Ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	De (dengan titik di bawah)

ط	Ta	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma Terbalik Ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (')

b) Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ٰ	Fathah	A	A
ٰ	Kasrah	I	I
ٰ	Dammah	U	U

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
وَ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

c) Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
يَ/اَيِّ	Fathah dan Alif atau Ya	Ā	a dan garis di atas
يُّ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وُّ	Dammah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتٌ : Māta

رَمَى : Ramā

قَيْلَ : Qīla

يَمْوُثٌ : Yamūtu

d) Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

1. *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
2. *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْخَلَّةِ	: <i>Raudah al-jannah</i> atau <i>Raudatul jannah</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>Al-madīnah al-fādilah</i> atau <i>Al-madīnatul fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>Al-hikmah</i>

e) Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (‘), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>Rabbanā</i>
نَحْنُنَا	: <i>Najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>Al-Haqq</i>
الْحَجُّ	: <i>Al-Hajj</i>
نَعَمْ	: <i>Nu’ima</i>
عَدُونُ	: <i>‘Aduwun</i>

Jika huruf ‘ bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ي-), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ	: ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)
عَلَيٌّ	: “Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

f) Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ۚ (*alif*)

*lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:*

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الرَّزْلَةُ	: <i>al-zalzalah</i> (bukan <i>az-zalzalah</i>)
الْفَاسِقَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-biladu</i>

g) Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'muruna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمْرُثٌ	: <i>umirtu</i>

h) Kata arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fi zilal al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab

i) *Lafz al-jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِيْنُ اللهِ *dinullah*

بِ اللهِ *billah*

Adapun ta *marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللهِ *hum fi rahmatillah*

j) *Huruf kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al*).

Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudi'a linnasi lalladhi bi Bakkata mubarakan

Syahru Ramadan al-ladhi unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusi

Abu Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abu* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad* (bukan: *Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu*)
Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi *Abu Zaid, Nasr Hamid* (bukan: *Zaid, Nasr Hamid Abu*)

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

Swt	=	<i>subhanahu wa ta ‘ala</i>
Saw	=	<i>sallallahu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s	=	<i>‘alaihi al-sallam</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
12.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS./...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
م	=	بدون مكان
صلع	=	صلی اللہ علیہ و سلم
ط	=	طبعۃ
د	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
ج	=	جزء

beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor).

Karena dalam bahasa indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. : “dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Era globalisasi yang dicirikan oleh adanya perdagangan bebas merupakan fenomena yang tidak dapat dihindari oleh berbagai negara, termasuk Indonesia. Perubahan yang tidak pasti yang menjadi ciri khas globalisasi menuntut UMKM untuk memiliki tingkat kesiapan dan pemikiran yang matang. Faktor-faktor yang menentukan eksistensi suatu usaha juga mengalami perubahan sebagai respons terhadap dinamika global yang terus berubah.

Perkembangan revolusi industri yang semakin pesat, mengharuskan setiap UMKM untuk melakukan perubahan dan perkembangan usaha yang sejalan dengan peralihan kegiatan ekonomi untuk dapat bersaing di pangsa pasar. Hal ini disebabkan oleh tuntutan dunia perdagangan yang semakin mengalami perubahan dan peralihan seiring perkembangan perekonomian. Perkembangan dunia perekonomian merupakan bentuk manifestasi dari tujuan setiap UMKM yang menginginkan adanya peningkatan produktivitas dan profitabilitas disetiap tahunnya. Bentuk implementasi dari tujuan setiap UMKM ialah mengusung perencanaan operasional yang matang, menurunkan biaya dana (*cost of fund*), dan menganalisis faktor-faktor yang dapat memengaruhi kegiatan perekonomian.¹ Saat ini, perkembangan bisnis yang cepat menyebabkan persaingan dipangsa pasar semakin sengit dan tidak dapat dihindari.

Tingkat persaingan yang semakin ketat mendorong UMKM untuk meningkatkan kinerjanya agar dapat bertahan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Keberlangsungan setiap usaha bergantung pada keberadaan laba sebagai faktor pendukungnya. Selain itu, mencapai laba sebesar mungkin adalah tujuan utama UMKM untuk mencapai pertumbuhan yang signifikan dan mencapai tujuan

¹ Dicky Perwira Ompusunggu and Nina Irenetia, "Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan," *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis* 3, no. 2 (2023): 140–47.

maksimal dalam meningkatkan nilai usaha.² Dengan pertumbuhan laba yang konsisten, diharapkan UMKM dapat membiayai kegiatan operasionalnya secara sistematis dan berkelanjutan.³

Problema jangka panjang Indonesia saat ini ialah pertumbuhan ekonomi, dimana hal ini menitikberatkan pada setiap UMKM untuk melakukan perubahan inovasi produk dan pengembangan usaha untuk mencapai kenaikan profit yang besar. Pencapaian tujuan dari hal tersebut terlihat dari keuntungan yang diperoleh setiap UMKM yang dipengaruhi oleh peningkatan produksi barang, pelayanan yang baik, pemanfaatan teknologi dan peningkatan kualitas produk yang berimplikasi positif terhadap peningkatan kesejahteraan rakyat. Keberhasilan pencapaian target usaha akan memberikan dampak yang besar terhadap kesejahteraan pemilik, karyawan, peningkatan kualitas produk dan pencapaian inovasi baru. Oleh sebab itu, manajerial dalam suatu usaha harus mampu mencapai tujuan dan target melalui mekanisme yang telah ditetapkan oleh setiap UMKM.⁴

Secara historis, kegiatan ekonomi salah satunya hadir dari adanya kebutuhan-kebutuhan dasar yang diinginkan oleh setiap UMKM untuk memproduksi produk dalam jumlah besar dan memperoleh keuntungan yang banyak, namun fakta lapangan membuktikan bahwa tidak semua UMKM mampu untuk memenuhi kebutuhan operasional dan keinginan dari konsumennya. Oleh karena itu, setiap UMKM harus memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam merencanakan, mengelola, mengatur dan mensiasati terpenuhinya kebutuhan dan keinginan tersebut. Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk memenuhi kebutuhan tersebut ialah dengan meningkatkan pertumbuhan ekonomi usaha dengan memanfaatkan faktor-faktor atau

² Rahmatia Rahmatia, Madris Madris, and Sri Undai Nurbayani, “Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Laba Usaha Mikro Di Kota Palopo Provinsi Sulawesi Selatan,” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* 4, no. 2 (2019): 43–47.

³ Jalaliah Jalaliah, Hilda Kumala Wulandari, and Dumadi Dumadi, “Pengaruh Modal Kerja, Tenaga Kerja, Dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan UMKM Pabrik Tahu (Studi Empiris UMKM Tahu Kecamatan Banjarharjo Periode Tahun 2019-2021),” *AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia* 1, no. 1 (2022): 68–78.

⁴ Konradus Anugrah et al., “Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Inflasi Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di BEI,” *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)* 4, no. 2 (2020): 442.

indikator yang termaktub dalam teori ekonomi.⁵

Pertumbuhan ekonomi adalah fenomena yang mengindikasikan peningkatan kapasitas suatu negara dalam jangka panjang untuk memproduksi berbagai jenis barang ekonomi yang dibutuhkan oleh konsumennya. Pertumbuhan ekonomi adalah kemajuan aktivitas ekonomi suatu negara yang menghasilkan peningkatan produksi barang dan jasa dalam masyarakat, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁶ Hal inipun seharusnya diimplementasikan dalam dunia UMKM, dimana setiap UMKM yang menginginkan adanya peningkatan profit disetiap tahunnya tentunya harus memenuhi indikator yang terdapat dalam teori pertumbuhan ekonomi.

Secara filosofis, seringkali UMKM hanya berfokus pada tujuan akhir dari setiap usaha yaitu mendapatkan laba yang besar, namun mereka tidak menyadari bahwa terdapat hal penting yang harus diperhatikan jika ingin meningkatkan profitabilitas usaha secara masif. Hal yang dimaksud ialah penerapan teori neoklasik.

Teori neoklasik merupakan model pertumbuhan ekonomi yang dikembangkan oleh Robert Solow dan Trevor Swan dari perluasan teori klasik yang menitikberatkan pada kerangka analisa pertumbuhan ekonomi menurut pandangan ekonomi Klasik. Menurut teori Solow-Swan, pertumbuhan ekonomi bergantung pada ketersediaan faktor-faktor produksi seperti jumlah penduduk, tenaga kerja, dan akumulasi modal, serta tingkat kemajuan teknologi.⁷

Penerapan teori neoklasik dalam UMKM mengindikasikan pada pemenuhan indikator sebagai parameter dalam menganalisa hal-hal dasar yang harus dipenuhi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hal utama yang harus tersalurkan oleh setiap UMKM, karena kepuasan konsumen akan menentukan seberapa produktif usaha tersebut dalam meningkatkan profitabilitasnya.

⁵ Amin Pujiati, “Menuju Pemikiran Ekonomi Ideal: Tinjauan Filosofis Dan Empiris,” *Fokus Ekonomi (FE)* 10, no.2 (2011): 114–24.

⁶ Noviyani Tri Andhini, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Bandar Lampung Periode 2006-2018 Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lmpung (2020): 16.

⁷ Robert M. Solow, “*A Contribution to the Theory of Economic Growth*”, (MIT Press), 2010.

Teori pertumbuhan ekonomi neoklasik menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi tergantung pada perkembangan faktor-faktor produksi yaitu, modal, tenaga kerja, dan teknologi.⁸

Modal merupakan indikator pertama yang terdapat dalam teori neoklasik, dimana modal yang dimaksud ialah jumlah *cost of fund* yang dikeluarkan oleh setiap UMKM untuk membiayai operasional kerja usaha, diantaranya ialah biaya produksi, biaya karyawan, biaya sarana dan prasarana, dan lain sebagainya. Modal memiliki peran penting dalam pembangunan usaha. Selain modal internal, UMKM juga membutuhkan modal pinjaman ataupun modal dari investor yang nantinya akan berdampak pada peningkatan pendapatan dan produktivitas usaha. Ketersediaan modal usaha yang cukup mendorong UMKM untuk meningkatkan produksi, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan mereka.⁹

Tenaga kerja merupakan indikator kedua dalam teori neoklasik, dimana peran tenaga kerja sangatlah penting dalam pembangunan ekonomi sebagai faktor produksi yang aktif dalam mengelola dan mengorganisir faktor-faktor produksi lainnya. Tenaga kerja merujuk kepada individu yang memiliki kapabilitas untuk melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa, baik untuk kebutuhan pribadi maupun masyarakat. Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang esensial dan harus diperhitungkan dalam proses produksi. Kehadiran tenaga kerja yang memadai tidak hanya melibatkan kuantitas tenaga kerja yang memadai, tetapi juga aspek kualitas dan variasi jenis tenaga kerja. Dalam konteks ekonomi, tenaga kerja dianggap sebagai sumber daya yang terdiri dari kekuatan fisik dan mental manusia yang tak terpisahkan dari aktivitas produksi. Tenaga kerja juga dapat dijelaskan sebagai segala sesuatu yang mengelola sumber daya alam dengan menggunakan kemampuan manusia, yang

⁸ Kurnia Maharani, “Kajian Investasi, Pengeluaran Pemerintah, Tenaga Kerja, Dan Keterbukaan Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Jawa Tengah,” *Bisnis Ekonomi (JBE)* NO.1 (2014): 34.

⁹ Andrean Syahputra, Ervina Ervina, and Melisa Melisa, “Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM,” *Journal of Management and Business (JOMB)* 4, no. 1 (2022): 183–98, <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3498>.

umumnya disebut sebagai sumber daya manusia.¹⁰

Tenaga kerja yang dimaksud dalam teori neoklasik ialah menekankan pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak usaha kepada konsumen. Hal ini dibuktikan dengan fakta empiris yang menunjukkan bahwa salah satu kepuasan konsumen ialah terletak pada kualitas pelayanan perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Hal inipun sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jalaliah, dkk yang menyatakan bahwa tenaga kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan.¹¹

Teknologi merupakan indikator ketiga dalam teori neoklasik yang mengindikasikan bahwa setiap UMKM yang menggunakan teknologi dengan tingkat intensitas yang tinggi diharapkan dapat meningkatkan produksi dan kualitas produknya, yang pada akhirnya akan meningkatkan profitabilitas usaha. Tingginya rasio intensitas teknologi menunjukkan bahwa UMKM cenderung lebih mengandalkan teknologi daripada tenaga kerja dalam operasinya. Pemanfaatan teknologi secara intensif dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi usaha, yang pada akhirnya akan meningkatkan profitabilitasnya.¹²

Indikator teknologi dalam penelitian ini akan menjadi parameter dalam peranannya sebagai sumbangsih dalam peningkatan produktifitas UMKM. Hal ini akan merujuk pada pemanfaatan teknologi diberbagai hal, seperti penggunaan dalam proses produksi produk, pemanfaatan dalam proses transaksi tukar menukar/jual beli,

¹⁰ Jalaliah Jalaliah, Hilda Kumala Wulandari, and Dumadi Dumadi, “Pengaruh Modal Kerja, Tenaga Kerja, Dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan UMKM Pabrik Tahu (Studi Empiris UMKM Tahu Kecamatan Banjarharjo Periode Tahun 2019-2021),” *AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia* 1, no. 1 (2022): 102–103.

¹¹ Jalaliah Jalaliah, Hilda Kumala Wulandari, and Dumadi Dumadi, “Pengaruh Modal Kerja, Tenaga Kerja, Dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan UMKM Pabrik Tahu (Studi Empiris UMKM Tahu Kecamatan Banjarharjo Periode Tahun 2019-2021),” *AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia* 1, no. 1 (2022): 104–111.

¹² Agus Cahyana, Azolla Degita Azis, and Lilis Lisnawati, “Pengaruh Struktur Modal Dan Intensitas Teknologi Terhadap Profitabilitas Perusahaan,” *Neraca Keuangan : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 17, no. 1 (2022): 69.

dan penggunaan sosial media sebagai media pemasaran UMKM. Semakin besar pemanfaatan teknologi dalam operasional usaha, maka semakin besar pula peluang UMKM untuk menarik minat beli konsumen yang akan berimplikasi pada penguasaan pangsa pasar ditengah persaingan *competitor* lainnya.

Pentingnya pemahaman teori neoklasik untuk pengembangan dan kemajuan dari setiap usaha, mengharuskan UMKM untuk memenuhi ketiga indikator tersebut, yaitu Modal, Tenaga Kerja, dan Teknologi. Dimana ketiga indikator ini bertujuan untuk memaksimalkan peningkatan profitabilitas UMKM untuk melakukan evaluasi terkait hal-hal dasar yang menjadi pemerhati dalam menarik minat beli konsumen. Sehingga hal inilah yang menjadi urgensi hadirnya penelitian ini.

Spesifikasi yang menjadi objek dalam penelitian ini ialah UMKM/outlet BakuBeku di Kota Parepare. BakuBeku adalah sebuah UMKM yang bergerak dalam industri makanan, khususnya produk makanan beku (*Frozen Food*). Produk makanan beku merupakan jenis makanan siap saji yang tahan lama dan mudah disajikan.¹³ Kemunculan inovasi seperti makanan beku ini dipicu oleh perkembangan teknologi global yang terus berkembang, serta semakin minimnya waktu masyarakat untuk mempersiapkan makanan dari awal. Oleh karena itu, produk *frozen food* hadir untuk mengatasi masalah tersebut, memenuhi kebutuhan masyarakat yang menginginkan kenyamanan dalam setiap aktivitasnya. Hal inipun dibuktikan melalui penelitian yang dilakukan oleh Kiki Kristiandi, dkk¹⁴ yang menyatakan bahwa *frozen food* dibuat karena kesibukan masyarakat yang tidak dapat membuat makanan untuk dirinya sendiri, selain itu pula cara pengolahannya dan pematangannya cukup mudah untuk dilakukan, sehingga *frozen food* menjadi makanan pilihan akhir ditengah kesulitan masyarakat dalam menemukan makanan siap saji.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka penelitian ini mencoba untuk mengetahui

¹³ Imam Santoso, S.A Mustaniroh, and Dodyk Pranowo, “Keakraban Produk Dan Minat Beli Frozen Food: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan, Dan Lingkungan Sosial,” *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen* 11, no. 2 (2018): 133–44.

¹⁴ Kiki Kristiandi, “Pendampingan Pembuatan Dan Pengemasan Frozen Food Pada Ibu Rumah Tangga,” *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat* no.2 (2022): 45–46.

bagaimana pengelolaan Modal, pelayanan tenaga kerja, dan penggunaan teknologi dalam meningkatkan profitabilitas outlet BakuBeku di Kota Parepare. Pada penelitian ini, ketiga indikator ini akan diketahui melalui metode kualitatif dengan teknik wawancara atau observasi langsung kepada owner outlet BakuBeku Kota Parepare dan laporan keuangan outlet BakuBeku untuk mengetahui dampak implementasi ketiga indikator tersebut terhadap profitabilitas outlet BakuBeku.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka pokok masalah penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengelolaan modal dalam meningkatkan profitabilitas outlet BakuBeku di Kota Parepare?
2. Bagaimanakah pelayanan tenaga kerja dalam meningkatkan profitabilitas outlet BakuBeku di Kota Parepare?
3. Bagaimanakah penggunaan teknologi dalam meningkatkan profitabilitas outlet BakuBeku di Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan Modal dalam meningkatkan profitabilitas outlet BakuBeku di Kota Parepare.
2. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan Tenaga Kerja dalam meningkatkan profitabilitas outlet BakuBeku di Kota Parepare.
3. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan Teknologi dalam meningkatkan profitabilitas outlet BakuBeku di Kota Parepare.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

1. Dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh teori neoklasik (Modal, Tenaga Kerja, dan Teknologi) terhadap peningkatan profitabilitas outlet Bakubeku di Kota Parepare.
2. Sebagai bahan informasi, literatur, atau referensi tentang hal-hal dasar yang harus dipenuhi untuk meningkatkan profitabilitas usaha, dimana parameter yang digunakan ialah indikator yang terdapat dalam teori neoklasik.

2. Secara Praktisi

- a. Bagi Mahasiswa, melatih kemampuan berpikir kritis yang dilakukan dengan menganalisis fenomena yang terjadi dalam dunia usaha, khususnya dalam memenuhi hal-hal dasar atau keinginan konsumen yang berimplikasi pada peningkatan profitabilitas UMKM.
- b. Bagi UMKM, sebagai bahan evaluasi bahwa untuk meningkatkan profit UMKM ternyata harus memenuhi indikator-indikator pertumbuhan ekonomi yang terdapat dalam teori neoklasik, yaitu Modal Tenaga Kerja, dan Teknologi sesuai orientasi penjabaran penelitian.
- c. Bagi Pihak Lain, diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi yang bermanfaat dan memberikan kontribusi dalam pengembangan pengetahuan dan pengambilan keputusan. Selain itu, diharapkan juga dapat memberikan bantuan dan inspirasi bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan di masa mendatang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Sepanjang penelusuran referensi yang peneliti lakukan, peneliti menemukan penelitian yang memiliki korelasi dengan topik yang dibahas. Terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan indikator yang peneliti teliti saat ini. Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti memilih empat penelitian yang dicantumkan pada tinjauan penelitian relevan.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Nani Mulyani, dkk., dengan judul penelitian “Pengelolaan Modal Usaha Untuk Umkm Tangsel Di Gerai Lengkong “Oleh-Oleh Khas Tangsel”. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan Pengelolaan Modal Usaha Untuk UMKM Tangsel Di Gerai Lengkong “Oleh-Oleh Khas Tangsel”. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu wawancara dan diskusi dengan pihak terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Modal yang dimiliki masih terbatas pada modal sendiri dan pinjaman multiguna yang beragunan aset. Kendati tingkat suku bunga atas pinjaman yang ditanggung pelaku UMKM lebih tinggi dibandingkan kredit usaha program pemerintah, pinjaman jenis ini memiliki persyaratan yang lebih mudah.¹⁵

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada kesamaan indikator yang akan diteliti yaitu sama-sama menggunakan indikator modal untuk mengetahui pengaruh modal terhadap pendapatan/profitabilitas UMKM. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang akan diteliti, dimana penelitian terdahulu memilih UMKM Gerai Lengkong “Oleh-Oleh Khas TangSel” sebagai objeknya, sedangkan penelitian yang akan dilakukan memilih objek pada bidang *frozen food* yaitu outlet Bakubuku Yang ada

¹⁵ Nani Mulyani et al., “Pengelolaan Modal Usaha Untuk UMKM Tangsel Di Gerai Lengkong ‘Oleh-Oleh Khas Tangsel,’” *Dedikasi Pkm* 3, no. 2 (2022): 220.

Di Kota Parepare.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Abu Rizal Faturrohman Sukoco, dkk., dengan judul penelitian “Pengelolaan Modal Kerja Usaha Mikro untuk Memperoleh Profitabilitas (Studi Pada Ud. Warna Jaya Periode 2011-2013)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan modal kerja usaha mikro UD Warna Jaya dan untuk mengetahui pengelolaan modal kerja dalam memperoleh profitabilitas UD Warna Jaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa internal perusahaan yang dimiliki UD Warna Jaya kuat karena modal kerja yang ada dikelola dengan baik dan teliti, sedangkan eksternal perusahaannya terjaga karena belum ada produk pengganti yang bergizi dan ekonomis.¹⁶

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada kesamaan indikator yang akan diteliti yaitu sama-sama menggunakan indikator modal untuk mengetahui pengaruh modal terhadap pendapatan/profitabilitas. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang akan diteliti, dimana penelitian terdahulu memilih UD. Warna Jaya Periode 2011-2013, sedangkan penelitian yang akan dilakukan memilih UMKM outlet BakuBeku sebagai objek penelitiannya.

Ketiga, penelitian yang ditulis oleh Andrean Syahputra, dkk., dengan judul penelitiannya “Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran, dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal usaha, lokasi usaha, lokasi pemasaran, dan kualitas produk terhadap pendapatan UMKM, dengan modal pinjaman sebagai variabel moderating. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa secara parsial atau individual, variabel modal usaha tidak mempengaruhi pendapatan UMKM di Kabupaten Deli Serdang dan modal pinjaman bukan sebagai variabel moderating. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh polandos

¹⁶ Abu Rizal Faturrohman Sukoco, N.G. Wi. Endang N.P, and Zahroh ZA, “Pengelolaan Modal Kerja Usaha Mikro untuk Memperoleh Profitabilitas,” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 22, no.1 (2015): 5–6.

yang menyatakan bahwa modal usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha UMKM di Kecamatan Langowan Timur. Hasil yang berbeda ditemukan karena tingginya persaingan diantara seluruh pedagang.¹⁷

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada kesamaan indikator yang akan diteliti yaitu sama-sama menggunakan indikator modal usaha dengan tujuan untuk menentukan pengaruh indikator tersebut terhadap profit perusahaan. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut terletak pada pengujian parameter hasil yang akan ditemukan, dimana penelitian terdahulu menguji indikator modal usaha dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui Uji *Moderated Regresioon Analysis* (MRA), Uji Selisih Mutlak, dan Uji Residual, sedangkan peneliti hanya ingin mengetahui terkait seberapa besar jumlah modal dan seberapa besar implikasi yang ditimbulkan untuk membangun usaha outlet BakuBeku di Kota Parepare dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Keempat, penelitian yang ditulis oleh Wahyu Hidayah, dkk., dengan judul penelitiannya “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tenaga Kerja Dan Produk Domestik Regional Bruto Di Kota Samarinda”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh investasi, infrastruktur, dan tingkat upah terhadap tenaga kerja dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Kota Samarinda. Hasil penelitian tersebut Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mempengaruhi tenaga kerja, investasi berpengaruh langsung dan tidak signifikan dengan nilai pengaruh -0,316 dan signifikansi $0,229 > 0,10$, infrastruktur berpengaruh langsung dan tidak signifikan dengan nilai pengaruh -0,203 dan signifikansi $0,125 > 0,10$, serta tingkat upah berpengaruh langsung dan signifikan dengan nilai pengaruh 1,153 dan signifikansi $0,003 < 0,10$.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada kesamaan indikator yang akan diteliti yaitu sama-sama membahas

¹⁷ Andrean Syahputra, Ervina, and Melisa, “Pengaruh Modal, Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM,” *Journal of Management and Bussiness (JOMB)* 4, no.1 (2022): 193.

terkait indikator tenaga kerja di kota Samarinda. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut terletak pada konsep pembahasan yang berbeda. Penelitian terdahulu ingin mencari tahu faktor yang mempengaruhi tenaga kerja, sedangkan penelitian yang akan dilakukan ingin mengetahui pelayanan tenaga kerja di outlet BakuBeku untuk meningkatkan profitabilitas usaha.

Kelima, penelitian yang ditulis oleh Nurdien Ashshidiqy dan Hapzi Ali dengan judul penelitiannya “Penyelarasan Teknologi Informasi dengan Strategi Bisnis”. Penelitian ini bertujuan untuk membahas bagaimana membuat perencanaan strategis Teknologi Informasi yang tepat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan strategis Teknologi Informasi berdasarkan strategi bisnis menentukan arsitektur Teknologi Informasi masa depan, masukan dan perbaikan berdasarkan strategi bisnis, struktur organisasi, operasi proses dan status aplikasi Teknologi Informasi hanya teknologi informasi ini cocok untuk layanan manajemen dan teknologi informasi melayani manajemen strategi perusahaan dan manajemen bisnis, maka informasi teknologi dapat meningkatkan kapasitas berkelanjutan pengembangan usaha dan meningkatkan inti daya saing perusahaan dan semua ini pada akhirnya membantu perusahaan mencapai strategi bisnis mereka.¹⁸

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada kesamaan indikator yang akan diteliti yaitu sama-sama membahas terkait indikator teknologi dalam sebagai strategi dalam berbisnis. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut terletak pada objek yang akan diteliti, dimana penelitian terdahulu memilih usaha bisnis secara menyeluruh, sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih spesifik pada satu objek yaitu outlet BakuBeku di Kota Parepare.

¹⁸ Nurdien Ashshidiqy and Hapsi Ali, “Penyelarasan Teknologi Informasi Dengan Strategi Bisnis,” *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi* 1, no. 1 (2019): 54–55.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Neoklasik

Menurut Robert M. Solow selaku tokoh yang mengembangkan teori neoklasik menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi hanya dipengaruhi oleh faktor produksi seperti modal dan tenaga kerja serta peningkatan teknologi.¹⁹

a. Modal

1) Pengertian Modal

Modal adalah hasil produksi yang digunakan kembali untuk memproduksi lebih lanjut. Dalam perkembangnya, kemudian modal ditekankan pada nilai, daya beli, ataupun kekuasan menggunakan yang ada dalam barang-barang modal.²⁰

Uang sebagai bentuk modal diperlukan untuk membiayai segala kebutuhan bisnis, termasuk biaya prainvestasi, proses perizinan, investasi untuk pembelian aset tetap, dan juga modal kerja. Di sisi lain, modal keahlian merupakan kemampuan yang diperlukan untuk mengelola dan menjalankan operasi bisnis tersebut.

2) Macam-Macam Modal

Ada bermacam macam modal usaha yang harus diketahui jika ingin melakukan usaha :

a) Modal Sendiri

Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik usaha itu sendiri. Modal sendiri terdiri dari tabungan, sumbangan, hibah, saudara, dan lain sebagainya.

Namun, ada juga beberapa kelemahan dari menggunakan modal sendiri:

¹⁹ Robert M. Solow, “*A Contribution to the Theory of Economic Growth*”, (MIT Press), 2010.

²⁰ Nur Inayah, Achmad Tjachja Nugraha, and Moh. Irfan Septiar Musti, *Pengantar Kewirausahaan: Mengenal, Memahami Dan Mencintai Dunia Bisnis* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2021).

1. Jumlah modal terbatas, yang berarti kemampuan untuk mendapatkan modal dalam jumlah besar tergantung pada kemampuan dan keputusan pemilik, dan jumlahnya cenderung terbatas.
2. Sulit untuk mendapatkan modal tambahan dari calon pemilik baru (pemegang saham baru), karena mereka akan mempertimbangkan kinerja dan prospek bisnis dengan cermat sebelum berinvestasi.
3. Kurangnya motivasi pemilik, karena penggunaan modal sendiri cenderung mengurangi motivasi pemilik untuk meningkatkan kinerja bisnis, dibandingkan dengan penggunaan modal dari sumber lain.²¹

b) Modal Asing (Pinjaman)

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang biasanya diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Keuntungan modal pinjaman adalah jumlahnya yang tidak terbatas, artinya tersedia dalam jumlah banyak. Di samping itu, dengan menggunakan modal pinjaman biasanya timbul motivasi dari pihak manajemen untuk mengerjakan usaha dengan sungguh-sungguh.

Sumber dana dari modal asing dapat diperoleh dari:

- a) Pinjaman dari dunia perbankan, baik dari perbankan swasta maupun pemerintah atau perbankan asing
- b) Pinjaman dari lembaga keuangan seperti perusahaan pegadaian, modal ventura, asuransi leasing, dana pensiun, koperasi atau lembaga pembiayaan lainnya
- c) Pinjaman dari perusahaan non keuangan.

Kelebihan modal pinjaman adalah:

²¹ Jacline I. Sumual Muhammad Reza Latif, Daisy S.M Engka, "Pengaruh Persepsi Tentang Modal Usaha, Lokasi, Dan Jenis Dagangan Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Jalan Roda (Jarod) Manado," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 18, no. 5 (2018): 174–85.

- a) Jumlahnya tidak terbatas, artinya perusahaan dapat mengajukan modal pinjaman ke berbagai sumber. Selama dana yang diajukan perusahaan layak, perolehan dana tidak terlalu sulit. Banyak pihak berusaha menawarkan dananya ke perusahaan yang dinilai memiliki prospek cerah
- b) Motivasi usaha tinggi. Hal ini merupakan kebalikan dari menggunakan modal sendiri. Jika menggunakan modal asing, motivasi pemilik untuk memajukan usaha tinggi ini disebabkan adanya beban bagi perusahaan untuk mengembalikan pinjaman. Selain itu, perusahaan juga berusaha menjaga *image* dan kepercayaan perusahaan yang memberi pinjaman agar tidak tercemar.

Kekurangan modal pinjaman adalah:

- a) Dikenakan berbagai biaya seperti bunga dan biaya administrasi. Pinjaman yang diperoleh dari lembaga lain sudah pasti disertai berbagai keajiban untuk membayar jasa seperti bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, materai dan asuransi
- b) Harus dikembalikan. Modal asing wajib dikembalikan dalam jangka waktu yang telah disepakati. Hal ini bagi perusahaan yang sedang mengalami likuiditas merupakan beban yang harus ditanggung
- c) Beban moral. Perusahaan yang mengalami kegagalan atau masalah yang mengakibatkan kerugian.

Ketersediaan modal merupakan syarat penting bagi pengembangan sebuah usaha, disamping tenaga kerja dan kemampuan mengelolanya. Pada usaha kaki lima permodalan

dapat diperoleh dari berbagai sumber antara lain, darimodal sendiri, hibah atau pinjaman dari pihak lain. Pada umumnya PKL merupakan usaha kecil perorangan, yang seringkali tidak dipercaya untuk mendapatkan dana pinjaman dari lembaga keuangan karena tidak adanya agunan.²²

b. Tenaga kerja

1) Pengertian Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan unsur terpenting di dalam operasional sebuah usaha atau perusahaan dalam menjalankan berbagai aktivitas atau kegiatan dari berbagai bidang pekerjaan yang tersedia di usaha atau perusahaan tersebut. Oleh karenanya ketersediaan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan usaha atau perusahaan memang sesuatu yang tidak bisa dielakkan keberadaannya.

Tenaga kerja adalah kemampuan pekerja untuk memproduksi barang dan jasa. Marx, menggunakan prinsip-prinsip ekonomi klasik, menjelaskan bahwa nilai tenaga kerja harus tergantung pada jumlah jam kerja yang dibutuhkan masyarakat, rata-rata, untuk memberi makan, pakaian, dan tempat tinggal pekerja sehingga ia memiliki kapasitas untuk bekerja. Dengan kata lain, upah jangka panjang yang pekerja menerima akan tergantung pada jumlah jam kerja yang dibutuhkan untuk menghasilkan orang yang cocok untuk pekerjaan.²³

Semakin banyak tenaga kerja yang terlibat dalam kegiatan usaha akan semakin baik bagi pengembangan usaha untuk masa sekarang, ke depan atau masa yang akan datang dalam menunjang perekonomian

²² Dorris Yadewani, Syafirani, and Ikhsan, *Memilih Menjadi Pedagang Kaki Lima* (Padang: Pustaka Galeri Mandiri, 2020).

²³ Priyono and Zaenuddin Ismail, *Teori Ekonomi* (Surabaya: Dharma Ilmu, 2012).

keluarga atau nasional.

2) Pengelolaan Tenaga Kerja dalam Usaha

Pengelolaan tenaga kerja pada konsepnya sebenarnya sama dengan operasional manajemen sumber daya manusia, bagaimana sumber daya manusia atau tenaga kerja atau karyawan tersebut di dalam sebuah usaha dapat dikelola dengan baik untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. Setiap penggunaan tenaga kerja pasti akan menimbulkan beban bagi si penerima atau perusahaan dalam bentuk balas jasa yang harus diberikan perusahaan atas penggunaan jasa tenaga kerja tersebut.

Oleh karenanya tenaga kerja yang akan direkrut oleh perusahaan tentu tenaga kerja yang memiliki kualifikasi atau kompetensi sesuai dengan yang dibutuhkan usaha atau perusahaan, karena hal ini nantinya akan berdampak pada pencapaian kinerja usaha atau perusahaan dalam jangka waktu atau atau periode tertentu. Kinerja yang baik bagi perusahaan tidak terlepas dari kerja keras tenaga kerja dalam menjalankan berbagai aktivitas perusahaan, yang didukung oleh berbagai sarana dan prasara yang tersedia untuk mencapai sasaran perusahaan. Perusahaan tentu tidak membiarkan tenaga kerja, dalam menjalankan tugas tanpa didukung oleh berbagai sarana penunjang untuk memperlancar kegiatan di perusahaan dalam mempercepat tercapainya target yang telah ditetapkan, yang sesuai dengan SPO.²⁴

c. Teknologi

1) Pengertian Teknologi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang

²⁴ Budi Rustandi Kartawinata, dkk., *Kewirausahaan Dan Bisnis* (CV. Intelektual Manifest Media, 2023).

diperlukan bagi kelang- sungan dan kenyamanan hidup manusia.²⁵

Menurut Ahmad Suryadi, teknologi adalah suatu rancangan atau desain untuk alat bantu tindakan yang mengurangi ketidakpastian dalam hubungan sebab akibat dalam mencapai suatu hasil yang diinginkan. Teknologi biasanya memiliki dua aspek, yaitu aspek *hardware* dan *software*.²⁶

Jadi teknologi adalah sarana, alat maupun cara yang digunakan dalam menyampaikan pesan dan memecahkan suatu masalah melalui pengetahuan untuk suatu mencapai tujuan tertentu dan menjadi suatu disiplin ilmu tersendiri.

2) Implementasi Teknologi dalam Perusahaan

Saat ini, perusahaan menggunakan internet untuk menjalankan proses pemasaran produk dan layanannya secara interaktif. Situs web perusahaan tidak hanya berfungsi sebagai katalog produk dan media promosi, tetapi juga sebagai platform untuk konsultasi dan diskusi online dengan konsumen. Berbagai fitur seperti papan buletin, kuesioner elektronik, milis, dan surat elektronik digunakan untuk interaksi ini. Hal ini memungkinkan konsumen untuk turut serta dalam proses desain, pengembangan produk, pemasaran, dan penjualan. E-business berperan dalam mendukung berbagai bagian dalam perusahaan, termasuk produksi, keuangan, dan pemasaran, dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk mengoptimalkan operasional bisnis dan memperoleh keuntungan.

Pemasaran memiliki tiga fungsi utama dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menghasilkan keuntungan.

²⁵ Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Cet. V. Kemendikbud, 2016).

²⁶ Ahmad Suryadi, *Teknologi Dan Media Pembelajaran Jilid 1* (Jawa Barat: CV. Jejak Anggota IKAPI, 2020).

Dua tujuan utama pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan nilai yang menjanjikan dan mempertahankan kepuasan konsumen yang sudah ada. Meskipun seringkali disamakan dengan penjualan, pemasaran memiliki makna yang lebih luas. Penjualan lapangan, misalnya, merupakan bagian dari strategi pemasaran lapangan yang merupakan aspek penting dari bidang pemasaran secara keseluruhan. Pemasaran pada dasarnya merupakan proses bekerja dengan pasar untuk menciptakan pertukaran potensial yang memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, baik secara individu maupun sosial.²⁷

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan manfaat positif bagi perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional mereka. Melalui teknologi yang mutakhir, perusahaan dapat mengotomatisasi banyak proses yang sebelumnya dilakukan secara manual. Sebagai contoh, dengan adopsi sistem komputerisasi, perusahaan dapat mengelola inventaris secara lebih efisien, mengurangi kesalahan perhitungan, serta meningkatkan kecepatan dalam pemrosesan data.

Dengan menggunakan inovasi teknologi, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional. Tingkat efisiensi yang lebih tinggi akan membantu perusahaan mengurangi biaya produksi, meningkatkan kualitas produk atau layanan, serta memperbaiki kepuasan pelanggan. Lebih dari itu, perusahaan akan lebih siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dan dapat meraih keuntungan yang lebih besar.²⁸

²⁷ Tatik Rohmawati et al., “Pentingnya Teknologi Untuk Pengusaha,” *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 5, no. 3 (2021): 619.

²⁸ Wawan Supriadi, “Inovasi Teknologi Dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional Perusahaan,” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 1 (2023): 13–15.

2. Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Mengelola dana perusahaan adalah tantangan besar bagi sebuah bisnis yang sedang berkembang. Pemilik harus mampu melakukan pengelolaan keuangan agar rencana pengembangan bisa berjalan dengan baik. Pengendalian adalah sebuah kegiatan yang berfungsi untuk menjaga perusahaan agar berjalan sesuai perencanaan. Pengendalian keuangan merupakan upaya yang dilakukan agar investasi, alokasi biaya, dan perolehan laba berjalan sesuai dengan rencana perusahaan.

Tingkat profitabilitas yang tinggi pada suatu perusahaan berarti tinggi pula efisiensi penggunaan modal yang digunakan oleh perusahaan tersebut, maka setiap perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan terjamin.²⁹

Profitabilitas memiliki signifikansi yang penting bagi perusahaan karena merupakan salah satu elemen dasar dalam menilai kondisi suatu perusahaan. Tingkat profitabilitas mencerminkan kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan ini mengindikasikan prospek perusahaan di masa depan, apakah positif atau tidak. Profitabilitas dapat diartikan sebagai suatu kemampuan perbankan dalam mencari keuntungan atau laba maksimal dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Tujuan utama dari menganalisis profitabilitas ialah untuk mengetahui seberapa efisien usaha perbankan dalam mencari labanya. Efisiensi suatu perbankan dapat dilihat melalui perbandingan laba yang didapat dengan modal atau aset yang

²⁹ Eddy Irsan Siregar, *Kinerja Keuangan Terhadap Profitabilitas Sub Sektor Konstruksi* (Penerbit NEM, 2021).

menghasilkan laba tersebut.³⁰

- b. Al-Qur'an dan Hadis Tentang Profitabilitas
 - 1. Q.S. Al-Baqarah : 16

أَوَلَيْكُمْ أَلْذِينَ آشْرَوْا أَصْلَامَةً بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبَحُتْ تِجْرِيمُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ

Terjemahan :

"Mereka Itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk."³¹

i. Tafsir

Mereka itulah orang-orang yang jauh dari kebenaran yang membeli kesesatan dengan petunjuk. Sikap mereka yang memilih kesesatan dan mengabaikan kebenaran diumpamakan seperti pedagang yang memilih barang-barang rusak untuk dijual dalam perdagangannya. Maka perdagangan mereka itu tidak beruntung. Jangankan untung yang didapat, modal pun hilang. Dan mereka tidak mendapat petunjuk yang dapat mengantarkan kepada kebenaran, sebab yang ada pada mereka hanyalah kesesatan

ii. Isi Kandungan Ayat

Surah Al-Baqarah ayat 16 menegaskan bahwa menukar petunjuk Allah dengan kesesatan adalah tindakan yang sangat merugikan. Mereka yang melakukan hal tersebut tidak hanya mengalami kerugian di dunia, tetapi juga tidak akan mendapatkan petunjuk dari Allah di akhirat. Oleh karena itu, sangat penting bagi setiap individu untuk selalu mencari dan

³⁰ Garinda Rangga Alifedrin and Egi Arvian Firmansyah, *Risiko Likuiditas Dan Profitabilitas Perbankan Syariah Peran FDR, LAD, LTA, NPF, Dan CAR* (Bandung: Publikasi Media Discovery Berkelanjutan, 2023).

³¹ Al-Qur'an Surah Al-Baqarah: 16

mengikuti petunjuk Allah agar mendapatkan keselamatan dan kebahagiaan yang sejati.

2. Hadist Riwayat Ibnu Majah

النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Terjemahan :

Rasulullah SAW bersabda bahwasanya jual beli berlaku dengan saling Ridha.

a) Tafsir

Hadis ini menekankan bahwa dalam jual beli, kedua belah pihak (penjual dan pembeli) harus sama-sama merasa ridha atau rela. Tidak boleh ada paksaan atau tekanan yang menyebabkan salah satu pihak merasa dirugikan. Kerelaan ini adalah syarat sah dalam jual beli menurut syariat Islam.

b) Isi Kandungan Hadist

Hadist ini menyatakan bahwa didalam jual beli harus disertai dengan keridhan. Artinya pihak perusahaan, harus memberikan kemaslahatan kepada konsumennya sebagaimana yang seharusnya dilakukan sebagai umat muslim, karena pada saat itulah pihak konsumen akan membeli produk tersebut dengan rela dan pada akhirnya akan memberikan keridhannya dalam memanfaatkan produk tersebut.

3. Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, terbagi atas:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- d. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
- e. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.³²

³² Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Tabel. 2.1.
Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Omzet (dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp 50 juta – Rp 500 juta	Lebih dari Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp 500 juta – Rp 10 miliar	Lebih dari 2,5 miliar – Rp 50 miliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 50 miliar

Sumber: Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

C. Tinjauan Konseptual

Penelitian ini berjudul “Implementasi Teori Neoklasik dalam Peningkatan Profitabilitas Outlet Bakubeku Di Kota Parepare”, agar dapat memahami lebih dalam terkait penelitian ini, maka penulis memberikan keterangan dan penjelasan dari beberapa kata atau kalimat yang dianggap perlu untuk menafsirkan dari ketiga indikator dalam teori neoklasik:

1. Implementasi

Pada penelitian ini, implementasi yang dimaksud oleh peneliti ialah penerapan atau pengaplikasian dari teori neoklasik dalam meningkatkan profitabilitas outlet BakuBeku.

2. Teori Neoklasik

a. Modal

Pada penelitian ini, modal adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh outlet BakuBeku untuk memenuhi seluruh kebutuhan operasionalnya dan juga modal awal membangun usaha *frozen food*, baik dari modal sendiri, modal asing/pinjaman ataupun dari modal patungan.

b. Tenaga Kerja

Pada penelitian ini, tenaga kerja ialah seluruh karyawan yang memberikan pelayanan baik atau buruk kepada seluruh konsumen outlet BakuBeku di Kota Parepare, sehingga yang menjadi parameter pada indikator tenaga kerja ini ialah kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada dirinya dengan melihat tingkat profitabilitas usaha yang ditinjau dari laporan keuangan outlet BakuBeku.

3. Teknologi

Pada penelitian ini, teknologi yaitu pemanfaatan teknologi dalam setiap operasional usaha. Indikator teknologi ini menitikberatkan pada penggunaan mesin hitung yang digunakan oleh outlet BakuBeku untuk menghindari adanya kesalahan dalam menghimpun total belanja konsumen. Selain itu penggunaan mesin hitung ini juga berfungsi untuk memberikan transparansi kepada konsumen agar tidak terjadi kesalahpahaman atau kecurangan yang disebabkan oleh karyawan.

Selain penggunaan dalam mesin hitung, peneliti juga membahas terkait penggunaan teknologi dalam strategi *marketing* yang digunakan oleh outlet BakuBeku untuk menarik minat beli konsumen.

3. Profitabilitas

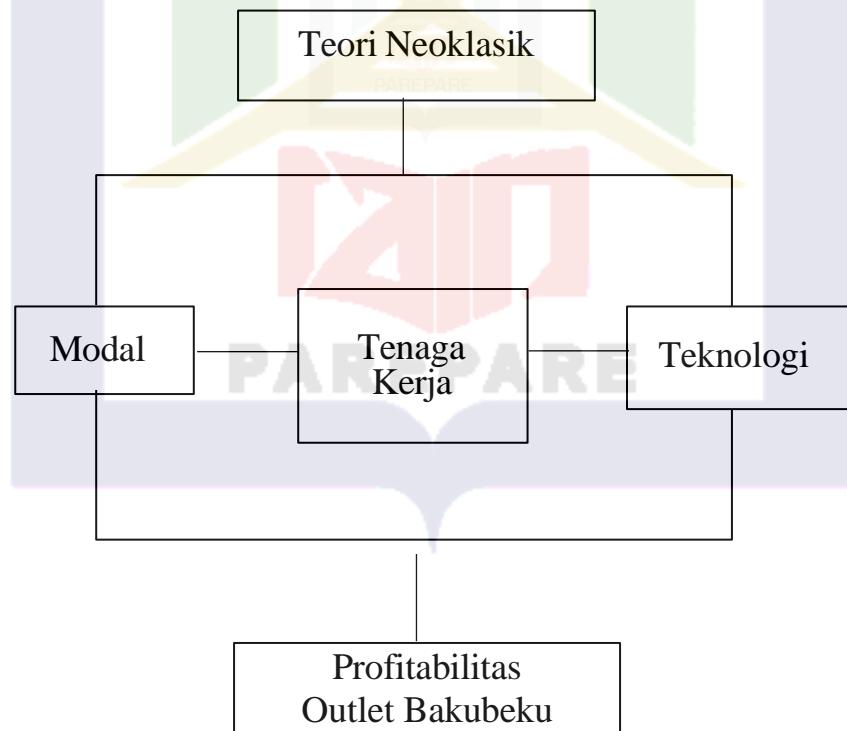
Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dalam kaitannya dengan penjualan, total aset, dan modal sendiri.³³ Tingkat profitabilitas mencerminkan kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, dimana dalam penelitian ini, peningkatan profitabilitas adalah laba yang didapatkan oleh outlet BakuBeku dalam mengimplementasikan ketiga indikator teori neoklasik, yaitu Modal, Tenaga Kerja, dan Teknologi. Dimana indikator modal berputar pada penggunaan modal awal untuk membangun

³³ Abu Rizal Faturrohman Sukoco, N.G. Wi. Endang N.P, and Zahroh ZA, "Pengelolaan Modal Kerja Usaha Mikro untuk Memperoleh Profitabilitas," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 22, no.1

BakuBeku, dan juga pengelolaan modal dalam operasional usaha. Indikator tenaga kerja bermaksud pada pelayanan yang diberikan oleh para karyawan/tenaga kerja kepada konsumen outlet Bakubeku. Sedangkan indikator teknologi berputar pada pemanfaatan teknologi dalam operasional usaha outlet Bakubeku. Sehingga berdasarkan ketiga indikator tersebut, nantinya akan ditemukan perbandingan profitabilitas yang diperoleh oleh outlet Bakubeku setelah memenuhi ketiga indikator tersebut.

D. Kerangka Konseptual

Kerangka Berpikir merupakan suatu gambaran atau model berupa konsep yang menggambarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Oleh karena itu, agar lebih mudah dalam memahami Oleh karena itu, agar lebih mudah dalam memahami beberapa variabel, dibuatlah kerangka dalam bentuk bagan atau skema. Hal ini dapat di ilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 1.1. Bagan Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan metode ilmiah yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial dalam konteksnya secara alami, dengan fokus pada interaksi komunikasi mendalam antara peneliti dan fenomena yang sedang diteliti.³⁴

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguraikan subjek, situasi, perilaku, atau fenomena tertentu. Metode ini digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang apa, siapa, kapan, di mana, dan bagaimana terkait dengan masalah penelitian yang sedang diteliti.³⁵

Jenis penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan secara langsung berhadapan dengan informasi dari pihak pertama, kedua dan ketiga yang diwawancarai, rekaman ataupun observasi yang kiranya dianggap berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, dalam penelitian ini ialah owner dari outlet BakuBeku, karyawan outlet BakuBeku dan konsumen sebagai pihak yang diwawancarai guna untuk mengumpulkan informasi yang jelas dan terperinci.

Dalam praktiknya, peneliti akan bersentuhan langsung dengan owner, karyawan dan konsumen outlet BakuBeku yang menjadi subjek penelitian pada penelitian ini. Sementara teknik observasi yang digunakan yakni dengan melakukan wawancara yang terstruktur ataupun metode informal, survey, maupun pengumpulan informasi pribadi dari subjek langsung yang berbentuk tulisan, rekaman percakapan dan foto.

³⁴ Abd. Hadi, Asrori, and Rusman, *Penelitian Kualitatif*, CV.Pena Persada, 2021.

³⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, CV. ALFABETA 2014. Hal. 4

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di outlet BakuBeku Jl. Kebun Sayur Kecamatan Soreang, Kota Parepare.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data pada penelitian ini yaitu 1 bulan lamanya, bulan Mei sampai bulan Juni 2025.

C. Fokus Penelitian

Sugiyono menjelaskan bahwa fokus penelitian merupakan batasan masalah yang berguna untuk membatasi studi penelitian sehingga tidak terjadi kesalahan dalam mengartikan masalah yang akan diteliti. Fokus penelitian juga berfungsi untuk memenuhi kriteria suatu masalah yang baik.³⁶ Fokus utama penelitian ini adalah untuk menganalisis dan melihat dampak implementasi dari ketiga indikator yang terdapat dalam teori neoklasik yaitu Modal, Tenaga Kerja, dan Teknologi dalam meningkatkan profitabilitas outlet BakuBeku di Kota Parepare.

Selain itu, penelitian ini juga berfokus untuk memberikan pemahaman kepada UMKM, khususnya outlet BakuBeku bahwa ketiga indikator dalam teori neoklasik ini merupakan pondasi awal yang harus dipenuhi untuk meningkatkan profitabilitas usaha.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data kualitatif yang secara aktif berisi penjabaran, narasi atau penggambaran dan dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian tersebut.

³⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, CV. ALFABETA 2014. hal. 207.

2. Sumber Data

Sumber data penelitian pada penelitian ini yakni menggunakan data primer dan data sekunder yang di mana :

a. Data Primer

Data Primer merupakan data ataupun informasi yang didapatkan secara langsung ditempat penelitian. Data atau informasi tersebut didapatkan dengan cara melakukan kegiatan wawancara ataupun observasi dengan owner, karyawan dan konsumen outlet BakuBeku.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan melalui proses penelusuran bermacam sumber kepustakaan, dokumen maupun berbagai laporan yang memiliki kaitan dengan penelitian yang dilaksanakan, dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan ialah dokumen legalitas outlet BakuBeku.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Teknik pengumpulan data adalah terkait dengan bagaimana cara agar data dapat diperoleh atau dikatakan sebagai segala macam cara yang digunakan atau dengan cara apa agar data dikumpulkan. Adapun dalam penelitian ini, data dikumpulkan menggunakan dua macam teknik, yaitu wawancara, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga makna dari suatu topik tertentu dapat dibangun. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan guna mengidentifikasi masalah yang akan diteliti, serta ketika peneliti ingin memperoleh informasi yang lebih mendalam dari responden.³⁷ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada owner outlet Baku Beku terkait indikator yang berkaitan

³⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, CV. ALFABETA 2014. Hal. 233.

dengan pembahasan penelitian. Selain itu, peneliti juga akan melakukan wawancara kepada konsumen outlet BakuBeku terkait pelayanan yang diberikan oleh pihak karyawan/tenaga kerja, sehingga kedua subjek ini akan memberikan jawaban terhadap rumusan masalah pada penelitian ini.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pembangkitan ataupun pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data yang dapat memberikan informasi terhadap objek penelitian, utamanya pada dokumen yang berkaitan dengan apa yang menjadi fokus dari permasalahan yang diteliti, baik dokumen itu berupa catatan penting, surat izin usaha, foto-foto, manuskrip dan dokumen lain yang dapat dijadikan sebagai penunjang. Dapat juga dikatakan bahwa metode dokumentasi digunakan oleh peneliti untuk mencari data perihal variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat dan sebagainya.³⁸ Pada penelitian ini, peneliti akan berfokus untuk melihat dan mengumpulkan laporan keuangan outlet BakuBeku untuk melihat ada atau tidaknya peningkatan profitabilitas dengan pengimplementasian ketiga indikator teori neoklasik yaitu Modal, Tenaga Kerja dan Teknologi.

F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai. Sugiyono menyatakan bahwa keabsahan data dibutuhkan dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh kebenaran objektif. Tanpa keabsahan data, hasil penelitian tidak akan dipercaya dan diragukan kredibilitasnya. Menurutnya kriteria keabsahan data meliputi kriteria keabsahan data meliputi Kredibilitas, Transferabilitas,

³⁸ Sirajuddin Saleh, *Data Kualitatif* (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017).

Dependabilitas, Konfirmabilitas.

1. Kredibilitas

Uji kredibilitas atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah dilakukan:

a. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.

a. Triangulasi Sumber

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Pada penelitian ini peneliti akan mendapatkan data yang kredibel karena data yang didapatkan langsung dari owner outlet BakuBeku.

b. Triangulasi Teknik

Menggunakan beberapa teknik analisis data yang berbeda, seperti menggunakan indikator lain selain Modal, Tenaga Kerja dan Teknologi.

c. Triangulasi Waktu

Data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi akan menghasilkan data yang valid. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan menggunakan teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

b. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan Referensi yang dimaksud adalah pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Dalam laporan penelitian, sebaiknya data-data yang dikemukakan perlu dilengkapi dengan foto-foto atau dokumen autentik, sehingga menjadi lebih dapat dipercaya.

c. Mengadakan *Membercheck*

Tujuan membercheck adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Jadi tujuan *membercheck* adalah agar informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan.

2. Transferabilitas

Mendeskripsikan secara rinci laporan keuangan outlet BakuBeku yang menjadi bahan perbandingan untuk mengetahui dampak implementasi Modal, Tenaga Kerja dan Teknologi, agar penelitian ini dapat ditransfer atau diterapkan pada konteks yang berbeda.

Transferability merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil. Pertanyaan yang berkaitan dengan nilai transfer sampai saat ini masih dapat diterapkan/dipakai dalam situasi lain. Bagi peneliti nilai transfer sangat bergantung pada si pemakai, sehingga ketika penelitian dapat digunakan dalam konteks yang berbeda, disituasi sosial yang berbeda validitas nilai transfer masih dapat dipertanggungjawabkan.

3. Konfirmabilitas

Objektivitas pengujian kualitatif disebut juga dengan uji *confirmability* penelitian. Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari data, 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 sintesis, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.³⁹

Peneliti melakukan analisis data dengan mencari, menyusun dan selanjutnya akan dikaji secara terstruktur agar dapat dipahami oleh orang lain. Data tersebut diperoleh langsung dari narasumber owner outlet BakuBeku dan laporan keuangan outlet BakuBeku.

1. Reduksi Data

Mereduksi data merupakan suatu kegiatan merangkum, mengorganisasikan poin-poin penting, mencari topik dan pola. Tahap reduksi data yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan merangkum dan mempertajam semua data yang diperoleh di lapangan serta mengklasifikasikan data selama pencarian topik dan pola. Penajaman dilakukan dengan mengubah kata dan kalimat yang panjang menjadi kalimat yang tepat. Data diklasifikasikan dengan mengelompokkan data yang sejenis dan mencari pola dengan menulis atau mengetik dalam bentuk deskripsi.

Selama penelitian, peneliti akan menemukan banyak informasi dari owner outlet BakuBeku terkait operasional usahanya. Semakin lama seorang peneliti berada di lapangan, semakin banyak data yang tersedia. Oleh karena itu, analisis data dengan reduksi data harus segera dilaksanakan untuk memberikan limitasi pada penelitian yang akan dilakukan.

Pada tahap ini, peneliti meringkas dan melakukan wawancara dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang hanya seputar topik penelitian untuk

³⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, CV. ALFABETA 2014. Hal. 10

memecahkan permasalahan atau rumusan masalah pada penelitian ini. Peneliti menggunakan teknik wawancara dengan pertanyaan yang telah disusun secara sistematis sebelum terjun ke lapangan. Dalam hal ini, penulis hanya berfokus pada informasi yang berkaitan dengan ketiga indikator teori neoklasik, yaitu penggunaan dan sumber modal, strategi pelayanan tenaga kerja, dan pemanfaatan teknologi yang digunakan untuk operasional usaha.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya yaitu melakukan penyajian data dalam bentuk deskripsi singkat. Reduksi data yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan cara menyusun data secara sistematis kemudian menuliskan data yang diperoleh di lapangan dalam bentuk narasi.

Penyusunan dilakukan dengan cara mengumpulkan seluruh data informasi yang diperoleh dari narasumber yang kemudian diolah menjadi sebuah narasi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan outlet BakuBeku juga akan dijabarkan untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap peningkatan profitabilitas outlet BakuBeku.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dapat diartikan sebagai suatu teknik yang dilakukan untuk merumuskan hasil dari penelitian yang diterangkan dalam bentuk kalimat sederhana dan jelas serta mudah dipahami. Juga hal yang perlu diperhatikan adalah dengan melakukan peninjauan berulangkali terkait keabsahan dari penyimpulan tersebut, utamanya yang terkait dengan konsistensi dan korelasinya dengan judul, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

Proses berikutnya mengenai penarikan kesimpulan dari informasi lapangan, yaitu hasil kesimpulan tersebut merupakan *output* dari analisis teori neoklasik yaitu Modal, Tenaga Kerja dan Teknologi terhadap peningkatan profitabilitas outlet BakuBeku di Kota Parepare.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan di outlet BakuBeku Kota Parepare sebagai objek penelitian dengan merujuk pada metode penelitian lapangan yang dilakukan beberapa tahapan penelitian, diantaranya yaitu melakukan pengamatan atau observasi lapangan, selanjutnya yaitu dengan melakukan wawancara kepada informan yang merupakan pemilik dari outlet BakuBeku, kasir atau karyawan yang bekerja di outlet tersebut dan juga konsumen yang loyal berbelanja di outlet BakuBeku yang terkait dengan fokus penelitian. Tahapan terakhir yaitu tahapan dokumentasi dilakukan untuk mengidentifikasi beberapa referensi lainnya serta melakukan dokumentasi bukti autentik proses penelitian.

Hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara bersama pemilik outlet BakuBeku untuk mengetahui strategi pengelolaan modal yang diterapkan outlet BakuBeku, kemudian wawancara bersama kasir/karyawan untuk mengetahui strategi pelayanan yang diberikan oleh tenaga kerja dalam hal ini karyawan kepada konsumen dan pengaruh dampak positif pemanfaatan teknologi bagi karyawan. Selain itu, wawancara juga dilakukan oleh peneliti bersama konsumen outlet BakuBeku yang telah loyal berbelanja bahan *frozen food* di outlet BakuBeku.

Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti menunjukkan bahwa dari segi pengelolaan modal, outlet BakuBeku memiliki pengelolaan modal yang baik dan kuat. Sedangkan dari segi tenaga kerja, outlet BakuBeku memiliki strategi khusus untuk memberikan pelayanan terbaik kepada setiap konsumen. Kemudian dari segi pemanfaatan teknologi, outlet BakuBeku menggunakan beberapa teknologi untuk menunjang operasional kerja outlet, seperti pemanfaatan media sosial untuk promosi, penggunaan mesin hitung, hingga penggunaan aplikasi khusus untuk pelaporan kasir kepada pimpinan/owner outlet BakuBeku.

Berikut hasil wawancara peneliti bersama pemilik outlet, kasir dan juga konsumen outlet BakuBeku untuk memperkuat hasil mengenai implikasi dari pengimplementasian teori neoklasik yaitu modal, tenaga kerja dan teknologi.

1. Penerapan Pengelolaan Modal Dalam Meningkatkan Profitabilitas Outlet Bakubeku di Kota Parepare.

Penerapan pengelolaan modal dalam setiap usaha merupakan hal dasar yang harus dipenuhi sebelum melakukan operasional kerja, karena pengelolaan modal dan pemetaan anggaran yang baik dapat menjadi petunjuk arah pembagian modal berdasarkan kebutuhan operasional, baik untuk perputaran modal, biaya perawatan, biaya gaji dan lain sebagainya. Sehingga pengelolaan modal yang bijak dalam suatu usaha akan mengantarkan usaha tersebut dalam meningkatkan pendapatannya.

Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber yang merujuk pada pedoman wawancara yang disusun untuk melihat dan menjawab apakah pengelolaan modal dapat meningkatkan profitabilitas outlet BakuBeku di Kota Parepare.

Berikut wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Bapak Fadilah Fazaldin selaku pimpinan sekaligus pemilik dari outlet BakuBeku mengenai strategi pengelolaan modal yang diterapkan, beliau menyatakan bahwa:

“Strategi yang kami gunakan di toko yaitu dengan memisahkan dana kebutuhan pribadi dan kebutuhan outlet. Dimana disetiap bulan, kami akan melakukan perencanaan terlebih dahulu mengenai apa saja dan berapa biaya yang dibutuhkan untuk masing-masing kebutuhan. Selanjutnya kita akan mempetakan atau menganggarkan anggaran yang sudah direncakan, kemudian membeli seluruh kebutuhan operasional yang pada akhirnya nanti kami akan mengawasi setiap kebutuhan kerja dan pelayanan karyawan.”⁴⁰

Hasil wawancara tersebut mengindikasikan bahwa outlet BakuBeku menerapkan strategi pengelolaan modal yang baik disetiap bulannya untuk

⁴⁰ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

menghindari kesalahan dalam penganggaran *cost of fund* dan *cashflow*, dimana hal ini sejalan dengan fungsi-fungsi manajemen yaitu POAC, *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan), dan *Controlling* (Pengendalian).⁴¹

Pengelolaan modal yang baik berdampak positif pada profitabilitas outlet, sebagaimana hal ini diterangkan oleh Bapak Fadilah Fazaldin selaku pemilik outlet BakuBeku:

“Strategi pengelolaan modal yang kami terapkan otomatis mempengaruhi pendapatan outlet, karena pengelolaan modal yang baik dan jelas pastinya akan memiliki power ke vendor-vendor, seperti pembelian atau pengambilan produk yang lebih banyak tentunya mendapatkan potongan harga yang lebih banyak pula.”⁴²

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa pengelolaan modal dan pemetaan anggaran yang baik, tentunya akan memberikan implikasi positif bagi profitabilitas outlet, karena penganggaran dan pengelolaan merupakan hal dasar yang harus dibenahi sejak awal agar menghindari kesalahan dalam pembagian modal dan juga pengambilan keputusan.

Sumber modal yang digunakan untuk membangun usaha *frozen food* ialah berasal dari modal pribadi, sebagaimana hal ini dinyatakan oleh owner outlet BakuBeku yang menyatakan bahwa:

“Modal yang kami gunakan untuk mendirikan usaha atau outlet BakuBeku ini bersumber dari modal sendiri/pribadi tanpa ada campuran dana dari pihak lain, baik investor ataupun dana asing lainnya.”⁴³

Wawancara di atas menjabarkan bahwa sumber modal yang digunakan oleh pemilik/owner outlet BakuBeku untuk mendirikan usaha tersebut ialah berasal dari

⁴¹ Putu Krisna Adwitya Sanjaya and I Putu Nuratama, *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah* (Gowa: CV. Cahaya Bintang Cemerlang, 2021).

⁴² Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

⁴³ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025..

modal sendiri/pribadi dengan tidak melibatkan dana asing/dana pinjaman.

Pengelolaan modal yang dilakukan oleh outlet BakuBeku melibatkan 2 orang, yaitu pemilik outlet sebagai pengambilan keputusan dan seorang *accounting* yang mengaudit laporan keuangan outlet, sebagaimana hal ini dijelaskan oleh pemilik outlet yang menyatakan bahwa:

“Yang terlibat dalam pengelolaan modal kami yaitu ada 2 orang, saya selaku pemilik/ownernya dan juga ada satu orang sebagai *accounting* kami, jadi terkait keuangan baik itu pembagian gaji, pembagian modal kerja, biaya perawatan, biaya markting dan sebagainya akan diatur lebih rinci oleh rekan kami. Tetapi untuk pengambilan keputusan, kerja sama dengan vendor, perluasan relasi masih saya yang *handle*.⁴⁴

Pernyataan tersebut dibenarkan oleh Nurhikma selaku *accounting* outlet BakuBeku yang menyatakan bahwa:

“Yang mengelola modal usaha BakuBeku yaitu saya dan pemilik outlet. Beliau yang akan memutuskan keputusan, sedangkan saya akan mengaudit laporan keuangan yang dilaporkan oleh karyawan.”⁴⁵

Dari wawancara di atas menggambarkan bahwa terdapat 2 orang yang mengelola terkait operasional kerja di outlet BakuBeku. Diantaranya ialah pemilik dari outlet BakuBeku yang bertugas untuk memastikan seluruh karyawan menjalankan tugasnya sesuai tupoksi, memperluas relasi diberbagai wilayah agar nantinya mitra atau vendor akan semakin banyak untuk bekerja sama dengan Bakubeku. Selain itu, pengambilan keputusan juga masih menjadi tugas dari pemilik usaha BakuBeku karena menurut narasumber, pengambilan keputusan mengenai produktifitas dari outlet merupakan tugas penting yang harus dipertimbangkan untuk menentukan solusi yang solutif dari setiap masalah.

Setiap usaha memiliki biaya operasional dan cara yang berbeda untuk

⁴⁴ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

⁴⁵ Rafika, *Accounting*, *Wawancara*, di Parepare, 24 Mei 2025.

meminimalisir kebutuhan outlet, sebagaimana hal ini dinyatakan oleh pemilik outlet Bapak Fadilah Fazaldin, yang menyatakan bahwa:

“Terkait biaya operasional kerja, sebenarnya tergantung dari unit usahanya. Usaha yang terbilang besar, maka biaya operasinalnya juga ikut membesar. Sedangkan usaha kami masih tergolong kecil, sehingga biaya operasionalnya pun tidak terlalu banyak. Untuk strategi kami dalam meminimalisir biaya operasional itu, kita melihat dari peluang yang ada. Ketika peluang usaha kita jauh lebih besar pada saat itu, maka biaya operasional kami pun akan ditingkatkan. Misalnya saja biaya marketing, kami akan menyewa satu atau dua orang yang cukup *famous* di daerah kami, untuk mempromosikan usaha atau produk kami. Hal ini kami lakukan untuk memperbanyak konsumen kami, agar mitra dan konsumen yang memiliki jarak yang jauh akan tahu mengenai produk dan lokasi kami.”⁴⁶

Wawancara di atas menunjukkan bahwa setiap usaha memiliki cara tersendiri untuk meminimalisir biaya operasionalnya, akan tetapi besar atau kecilnya biaya operasional tergantung dari besar atau tidaknya usaha tersebut. Begitupun dengan outlet BakuBeku, dimana pemilik usaha tersebut memilih untuk menganalisis terlebih dahulu mengenai peluang usaha pada saat itu, sehingga seiring dengan besarnya peluang usaha *frozen food*, pemilik outlet BakuBeku memilih untuk menganggarkan biaya promosi atau *marketing* melalui jasa *influencer* dan pemanfaatan media sosial, sehingga pernyataan tersebut membuktikan bahwa biaya operasional kerja bisa saja berkurang seiring dengan penurunan harga barang dan juga peluang yang ada.

Outlet BakuBeku memiliki beberapa dokumen penting sebagaimana hal ini dinyatakan oleh pemilik outlet, yang menyatakan bahwa:

“Kami memiliki banyak dokumen atau berkas yang membuktikan bahwa outlet kami telah layak untuk dijalankan. Kami memiliki Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), Nomor Induk Berusaha, CV sebagai bentuk bisnis, dan

⁴⁶ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Selain dari berkas-berkas penting yang kami miliki, outlet kami juga taat bayar pajak sehingga kami tidak pernah telah untuk membayar pajak, ataupun kena denda pajak.”⁴⁷

Pernyataan tersebut dibenarkan oleh Nurhikma selaku *accounting* outlet yang menyatakan bahwa:

“Outlet ini punya dokumen-dokumen yang menunjukkan bahwa BakuBeku layak dijalankan, yaitu ada NPWP, HKI dan banyak lagi.”⁴⁸

Wawancara di atas menjelaskan bahwa dari perspektif hukum, outlet BakuBeku telah layak untuk dijalankan karena usaha tersebut memiliki dokumen-dokumen yang melegitimasi bahwa BakuBeku layak untuk dijalankan. Hal ini dibuktikan dengan adanya NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), hingga kepemilikan dokumen Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). Dokumen ini merupakan bentuk legalitas yang tidak semua UMKM miliki, dan ini merupakan bentuk kesiapan dan ketaatan kepada hukum. Selain itu, pemilik outlet juga membenarkan bahwa BakuBeku selalu taat dalam mengumpulkan SPT (Surat Pemberitahuan Tahunan) dan membayar pajak tepat waktu.

Pengembangan usaha melalui kerja sama investor masih terbilang sulit, sebagaimana hal ini dikatakan oleh pemilik outlet, yang menyatakan bahwa:

“Untuk pengembangan usaha melalui investor, kami belum berani. Kami masih fokus pakai ide yang dibangun dari pemikiran tim kami, karena usaha kami yang masih kecil, jadi kami memilih untuk memanfaatkan SDM yang ada untuk menciptakan produk atau inovasi baru.”⁴⁹

Wawancara tersebut menandakan bahwa hingga saat ini, outlet BakuBeku belum menerima investor untuk bergabung dalam usaha *frozen food* BakuBeku. Hal ini disebabkan karena mereka menilai bahwa pengembangan usaha lahir dari

⁴⁷ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

⁴⁸ Rafika, *Accounting*, *Wawancara*, di Parepare, 24 Mei 2025.

⁴⁹ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

adanya kearifitas dan inovasi baru yang diperoleh dari pemikiran pemilik dan tim dari outlet BakuBeku, sehingga yang perlu diperdalam ialah pemanfaatan ide kreatif dari seluruh karyawan dalam hal Sumber Daya Manusia untuk menciptakan inovasi produk yang lebih berkualitas dan lebih dapat bersaing di pangsa pasar.

Kendala dalam penerapan startegi pengelolaan modal di outlet Bakubeku masih aman, sebagaman hal ini dibenarkan oleh pimpinan outlet yaitu Bapak Fadilah Fazaldin, yang menyatakan bahwa:

“Kendala dalam mengelola modal sebenarnya tidak ada, hanya saja kami berfokus pada *competitor-competitor* kami yang memiliki usaha *frozen food* yang lebih besar dan memiliki *connecting* yang cukup luas. Inilah yang menjadi kendala kami yang cukup besar, karena tentunya persaingan seperti ini akan sangat berpengaruh pada pendapatan usaha kami.”⁵⁰

Wawancara di atas menerangkan bahwa outlet BakuBeku tidak memiliki kendala dalam strategi pengelolaan modalnya, akan tetapi usaha tersebut memiliki kendala yang cukup besar dengan banyaknya keberadaan usaha *frozen food* yang memiliki *brand* terkenal, usaha yang terbilang besar dan memiliki relasi yang cukup kuat. Sehingga outlet BakuBeku meluncurkan strategi marketing dengan mengadakan promo besar di hari-hari tertentu dan memperluas *connecting* agar mitra kerja semakin banyak.

Kendala pengelolaan modal sering terjadi disetiap usaha, sehingga outlet BakuBeku memiliki cara sendiri untuk mengatasi hal tersebut, sebagaimana hal ini dijelaskan oleh pemilik outlet yang menyatakan bahwa:

“Cara kami mengatasi kendala pengelolaan modal yaitu dengan mempetakan dan menyusun secara terstruktur terkait pembagian modal, pembagian gaji, dan khususnya terlebih dahulu membagi modal usaha dengan kebutuhan pribadi, agar tidak terjadi kerugian pada modal kerja.”⁵¹

⁵⁰ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

⁵¹ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

Wawancara di atas menjelaskan bahwa langkah outlet BakuBeku dalam mengatasi kendala pengelolaan modal yaitu dengan melakukan pemetaan disetiap bulannya untuk membedakan modal kebutuhan operasional kerja atau biaya *cost offund* dan juga biaya kebutuhan pribadi untuk mencegah adanya kekurangan pada pengelolaan modal yang pada akhirnya akan merugikan usaha outlet BakuBeku.

Pengembalian modal yang tidak pasti merupakan hal yang harus ditangani, sehingga outlet BakuBeku melakukan langkah preventif untuk mencegah hal tersebut, sebagaimana hal ini dinyatakan oleh pimpinan outlet yang menyatakan bahwa:

“Langkah pencegahan yang kami terapkan di outlet untuk menghadapi pengembalian modal yang tidak pasti ialah dengan terjun langsung ke outlet untuk melakukan pengawasan yang ketat untuk memastikan apakah SOP outlet telah dijalankan sebagaimana mestinya atau justru sebaliknya.”⁵²

Wawancara di atas menandakan bahwa outlet Bakubeku memiliki langkah preventif untuk menghadapi pengembalian modal yang tidak pasti, yaitu dengan melakukan pendekatan persuasif dengan karyawan untuk melakukan pengawasan yang ketat agar segala aturan kerja yang telah ditetapkan dapat dijalankan sesuai aturannya.

Setiap pengambilan keputusan manajerial memiliki konsekuensi atau dampak positif ataupun negatif yang dapat bersifat kompleks, dimana hal inipun terjadi pada pengambilan keputusan owner outlet BakuBeku dalam mengimplementasikan pengelolaan modal yang baik dan terstruktur melalui strategi pemetaan modal kerja dan kebutuhan pribadi disetiap awal bulan, sehingga kebijakan tersebut berimplikasi pada keberlangsungan usaha BakuBeku dalam memanfaatkan peluang besar untuk mengembangkan inovasi produk dan juga berimplikasi positif pada laporan keuangan yang sehat.

⁵² Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

2. Penerapan Pelayanan Tenaga Kerja dalam Meningkatkan Profitabilitas Outlet Bakubeku Di Kota Parepare

Penerapan pelayanan yang diterapkan dioutlet BakuBeku menggunakan metode tersendiri untuk memberikan pelayanan terbaik kepada setiap konsumen yang berbelanja, baik secara *offline* maupun *online*.

Sebagaimana hal ini dinyatakan oleh informan Ibu Azlin Triwinalda selaku karyawan sekaligus kasir outlet, yang menyatakan bahwa:

“Pimpinan kami sudah membuat SOP kerja untuk karyawannya, kalau melayani konsumen itu harus Salam, Senyum, Sapa.”⁵³

Pernyataan tersebut sejalan dengan penjelasan pemilik outlet, Bapak Fadilah Fazaldin, yang menyatakan bahwa:

“Metode pelayanan yang kami terapkan di outlet yaitu 3S (Salam, Senyum, Sapa), metode ini telah menjadi aturan kerja yang wajib dilakukan oleh setiap karyawan, karena kami telah mensurvei bahwa konsumen akan datang kembali ketika mendapatkan pelayanan yang baik dan juga ramah, dan inilah nanti yang akan meningkatkan pendapatan kami.”⁵⁴

Pernyataan tersebut juga dibenarkan oleh Ibu Masna selaku konsumen outlet BakuBeku yang sering berbelanja *frozen food* sekaligus menyewa alat pembakaran yang disediakan oleh BakuBeku, beliau menyatakan bahwa:

“Saya suka belanja dan sewa pembakaran disini karena karyawannya sangat ramah dan selalu utamakan kenyamanan pembeli.”⁵⁵

Wawancara di atas menjelaskan bahwa outlet BakuBeku memiliki bentuk pelayanan tersendiri untuk menarik minat beli konsumen, dimana metode pelayanan yang diterapkan yaitu 3S (Salam, Senyum, Sapa) metode ini telah

⁵³ Azlin Triwinalda, Kasir, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

⁵⁴ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

⁵⁵ Masna, Konsumen, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 21 Mei 2025.

menjadi SOP kerja dalam melayani konsumen. Pihak outlet BakuBeku meyakini bahwa loyalitas dari konsumen tercipta karena adanya pelayanan atau tindakan yang baik, tegas dan juga cekatan dari karyawan kepada konsumen, sehingga loyalitas konsumen akan berdampak positif pada peningkatan pendapatan outlet yang cukup signifikan.

Selain strategi pelayanan, pimpinan outlet BakuBeku juga menerapkan strategi lain untuk menarik minat beli konsumen, sebagaimana hal ini dijelaskan oleh pimpinan outlet yang menyatakan bahwa:

“Selain strategi pelayanan yang kami berikan, kami juga menggunakan strategi pemberian promo dan pengadaan tebus murah kepada konsumen. Strategi ini merupakan salah satu metode kami yang ampuh untuk kembali mengajak konsumen berbelanja ditempat kami, dengan promo dan tebus murah ini konsumen akan merasa senang dan dihargai, sehingga inilah yang akan membawa mereka (konsumen) untuk loyal terhadap outlet kami.”⁵⁶

Wawancara di atas menunjukkan bahwa outlet BakuBeku memiliki banyak strategi untuk menarik minat beli konsumen dan juga untuk membuat konsumen tetap loyal berbelanja di BakuBeku. Pimpinan dari outlet tersebut telah melakukan analisis pasar yang cukup mendalam, dan menemukan hasil bahwa konsumen sangat tertarik dengan pemberian promo dan juga tebus murah yang diberikan, sehingga sejalan dengan hal tersebut, pendapatan outlet BakuBeku pun juga mengalami peningkatan.

Karyawan outlet seringkali menghadapi konsumen yang datang hanya untuk tanya harga, sebagaimana hal ini dinyatakan oleh Ibu Azlin Triwinalda selaku karyawan outlet BakuBeku, yang menyatakan bahwa:

“Itu sebenarnya tugas kami untuk melayani semua konsumen, kami sudah sering mendapatkan pembeli yang datang Cuma tanya-tanya harga tapi tidak beli tapi kami tetap kasi pelayanan yang baik, karena kita tidak tau, siapatau

⁵⁶ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

karena pelayanan ta yang baik bisa datang besok-besok untuk belanja.”⁵⁷

Wawancara di atas mengindikasikan bahwa pihak outlet BakuBeku selalu memberikan pelayanan yang baik kepada semua *costumer*, karena mereka yakin bahwa setiap *costumer* yang datang di outlet, akan berubah menjadi konsumen mereka. Sehingga pimpinan outlet BakuBeku terus melakukan pengawasan yang ketat mengenai pelayanan karyawan outlet BakuBeku terhadap semua konsumen. Pemilik dari outlet BakuBeku pun menambahkan bahwa yang mnjadi tugas dari mereka ialah memberikan tindakan yang baik kepada seluruh konsumen, dan juga menyediakan produk yang lebih lengkap dibandingkan dengan *competitor* lainnya.

Konsumen yang *visit store* seringkali memberikan keluhan kepada karyawan, sebagaimana hal ini dibenarkan oleh Ibu Azlin Triwinalda selaku karyawan, yang menyatakan bahwa:

“Kami seringkali mendapatkan perilaku konsumen yang berbeda-beda, kami bahkan pernah menghadapi konsumen yang *complain* dengan produk sama pelayanan, tetapi *complain* seperti ini pasti kita terima untuk tetap dapat kepercayaan konsumen agar nantinya mereka tetap beli ditempat kami.”⁵⁸

Wawancara di atas menampakkan bahwa outlet BakuBeku pernah mendapatkan konsumen yang *complain* dengan pelayanan yang diberikan, akan tetapi *complain* yang didapatkan segera ditindaklanjuti melalui berbagai penawaran dan solusi yang solutif. Tindakan ini dilakukan guna untuk kembali mengembalikan kepercayaan konsumen agar konsumen tetap memilih outlet BakuBeku untuk berbelanja. Sehingga solusi ini akan berdampak positif pada kepercayaan dan profit dari outlet BakuBeku.

Solusi untuk menangani *complain* konsumen ditindaklanjuti oleh pihak outlet, sebagaimana hal ini dinyatakan oleh pimpinan outlet yang menyatakan bahwa:

“Ketika ada konsumen yang *complain* dan itu murni karena kesalahan kami,

⁵⁷ Azlin Triwinalda, Kasir, wawancara, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

⁵⁸ Azlin Triwinalda, Kasir, wawancara, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

maka solusi yang kami berikan ialah dengan mengganti produk yang lebih *fresh* jika *complain* tersebut berasal dari produk kami, tetapi ketika *complain* tersebut berasal dari pelayanan kami yang kurang baik, maka kami akan memberikan promo besaran kepada konsumen tersebut dan meminta maaf atas ketidaknyamanan yang disebabkan oleh karyawan.”⁵⁹

Pernyataan tersebut juga dibenarkan oleh karyawan outlet, Ibu Azlin Triwinalda yang menyatakan bahwa:

“Kalau ada konsumen yang complain, kita tanya dulu keluhannya apa, kemudian kita komunikasikan dengan owner outlet untuk keputusan akhirnya.”⁶⁰

Wawancara di atas memberitahukan bahwa outlet BakuBeku telah menyediakan strategi khusus untuk mencegah dan mengatasi konsumen yang *complain*, baik karena produk yang kurang segar, ataupun pelayanan yang kurang baik yang didapatkan oleh konsumen. Sehingga outlet BakuBeku mempetakan solusi tersebut menjadi dua, yaitu ketika *complain* konsumen disebabkan oleh produk, maka solusi yang diberikan ialah dengan menggantikan produk yang sama atau yang lebih berkualitas dari sebelumnya, namun ketika *complain* tersebut disebabkan oleh pelayanan karyawan, maka solusi yang diberikan ialah dengan memberikan promo besaran kepada konsumen agar konsumen tetap percaya kepada outlet BakuBeku.

Pengaruh pelayanan yang baik berdampak positif pada pendapatan outlet, sebagaimana hal ini dinyatakan oleh pimpinan outlet yang menyatakan bahwa:

“Tentu saja pelayanan kami sangat berpengaruh pada pendapatan kami, karena pelayanan yang ramah akan membuat konsumen betah untuk berbelanja ditempat kami. Belum lagi jika kami mengakrabkan diri kepada konsumen, maka tentunya pelayanan ini akan menjadi alasan mereka untuk kembali berbelanja dan akan merasa puas dengan tindakan kami, sekalipun produk kami

⁵⁹ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

⁶⁰ Azlin Triwinalda, Kasir, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

terbilang mahal dibandingkan dengan *competitor* lainnya”⁶¹

Wawancara di atas menggambarkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh outlet BakuBeku tentu saja memberikan implikasi positif terhadap peningkatan penjualan dan minat beli konsumen, hal ini disebabkan karena pelayanan yang ramah dan baik tentunya akan memberikan kesan baik kepada konsumen terhadap pelayanan outlet BakuBeku. Konsumen yang senang dan merasa dekat dengan karyawan akan dengan senang hati berbelanja secara terus-menerus.

Selain pembahasan terkait pelayanan karyawan terhadap konsumen, peneliti juga menanyakan mengenai ketepatan owner/pimpinan outlet dalam memberikan upah/gaji karyawan disetiap bulannya, sebagaimana hal ini dijelaskan oleh Ibu Azlin Triwinalda selaku karyawan sekaligus kasir outlet yang menyatakan bahwa:

“Alhamdulillah kami selalu gajian tepat waktu, kalaupun telat biasanya cuman 1 atau 2 hari saja.”⁶²

Hasil wawancara di atas mengindikasikan bahwa pimpinan atau owner outlet BakuBeku selalu memberikan upah/gaji karyawan tepatt waktu, karena hal tersebut sudah menjadi hak setiap karyawan yang harus terpenuhi.

Pengambilan keputusan pimpinan outlet untuk menerapkan strategi pelayanan yang baik kepada konsumen memiliki dampak positif, dimana implikasi manajerial ini menitikberatkan pada peningkatan loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap tindakan yang diberikan oleh seluruh karyawan yang dimana kebijakan tersebut telah diteapkan oleh pimpinan outlet demi menjaga *brand image* atau citra usaha outlet BakuBeku Kota Parepare.

⁶¹ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

⁶² Azlin Triwinalda, Kasir, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

3. Penerapan Penggunaan Teknologi dalam Meningkatkan Profitabilitas Outlet Bakubeku Di Kota Parepare

Kehadiran teknologi memberikan implikasi positif dalam pengembangan usaha *frozen food* outlet BakuBeku, dimana pemanfaatan teknologi ini digunakan untuk promosi produk melalui sosial media dan juga penggunaan aplikasi BOOBLE sebagai aplikasi pencatatan transaksi jual beli.

Alat teknologi dalam transaksi meningkatkan kepercayaan konsumen dalam membeli produk di outlet BakuBeku, sebagaimana hal ini dinyatakan oleh Bapak Fadilah Fazaldin selaku pimpinan outlet yang menyatakan bahwa:

“Untuk menghindari kesalahan dalam transaksi, kami menggunakan teknologi yaitu mesin kasir agar seluruh penginputan produk dapat terinput secara jelas dan juga pembayarannya dapat transaparan kepada konsumen agar konsumen tidak perlu khawatir terkait kesalahan dalam perhitungan produk yang dibeli. Selain itu, kami juga menggunakan aplikasi khusus transaksi untuk mendeteksi seluruh transaksi dihari itu, nama aplikasinya yaitu BOOBLE, aplikasi inilah yang kami gunakan hingga saat ini.”⁶³

Pernyataan pimpinan sejalan dengan penjelasan Ibu Azlin Triwinalda selaku kasir outlet yang menyatakan bahwa:

“Transaksi pembeli/konsumen itu akan tercetak melalui struk karena kita pakai mesin hitung untuk hitung belanjaan konsumen.”⁶⁴

Pernyataan tersebut juga dibenarkan oleh Ibu Sari Dewi Askar selaku konsumen outlet yang menyatakan bahwa:

“Saya senang berbelanja disini BakuBeku karena selain produknya lengkap, belanjaan kita juga dihitung sesuai dengan harga yang dipajang ditoko, jadi kita bisa lihat kalau ada kecurangan yang dilakukan sama karyawan.”⁶⁵

⁶³ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

⁶⁴ Azlin Triwinalda, Kasir, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

⁶⁵ Sari Dewi Askar, Konsumen, *wawancara*, di Parepare, 21 Mei 2025.

Wawancara di atas mengungkapkan bahwa outlet BakuBeku sangat memanfaatkan keberadaan teknologi dalam operasionalnya, selain untuk *marketing*, teknologi yang digunakan juga dimanfaatkan dalam transaksi, bahkan pihak BakuBeku memiliki aplikasi tersendiri untuk mencegah adanya kesalahan perhitungan dalam transaksi, aplikasinya bernama BOOBLE. Aplikasi ini digunakan sejak dulu hingga saat ini, sehingga tidak pernah terjadi kesalahan transaksi hingga saat ini, dan aplikasi ini juga memberikan transparansi kepada konsumen terkait harga yang dicantumkan di toko dan harga yang diinput memiliki nominal yang sama, sehingga inilah yang menjadi salah satu alasan konsumen senang berbelanja di outlet BakuBeku.

Pencatatan dan pelaporan wajib dijalankan oleh karyawan kepada pimpinan, sebagaimana hal ini dinyatakan oleh Ibu Azlin Triwinalda selaku kasir shift sore yang menyatakan bahwa:

“Pelaporan kami itu wajib setelah shift kita berakhir, dan seluruh pencatatan transaksi di shift itu sudah tercatat rapi diaplikasi karena setiap pembelian harus menggunakan struk.”⁶⁶

Pernyataan kasir tersebut dibenarkan oleh owner outlet BakuBeku, Bapak Fadilah Fazaldin, yang menyatakan bahwa:

“Pencatatan dan pelaporan yang kami terapkan yaitu wajib lapor untuk seluruh kasir yang menjaga pada waktu itu. Di outlet kami terbagi atas 2 *shift*, jadi ketika *shift* pertama telah selesai, maka kasir pada *shift* tersebut harus melaporkan seluruh pendapatan dijam kerjanya, dan juga seluruh qris dan bukti transfer harus *double check* di grup agar tidak terjadi minus di *shift* selanjutnya.”⁶⁷

Wawancara di atas menjelaskan bahwa di outlet BakuBeku menerapkan sistem “Wajib Lapor” kepada pimpinan mengenai pencatatan transaksi pada hari

⁶⁶ Azlin Triwinalda, Kasir, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

⁶⁷ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

itu di jam kerja tertentu. Setiap kasir akan melakukan *double check* bukti transfer dan juga qrisk di dalam grup WhatsApp, sehingga seluruh pencatatan di jam kerjanya dapat dilaporkan secara terinci kepada pimpinan, sehingga tidak ada kesalahan dalam perhitungan dan juga untuk menghindari selisih keuangan untuk *shift* berikutnya. Penerapan strategi “Wajib Lapor” yang dilakukan oleh owner BakuBeku merupakan langkah yang tepat untuk mencegah kesalahan dalam perhitungan kasir, dan ini tentunya menjadi bukti transparansi kasir kepada pimpinan dari outlet BakuBeku.

Ketidakpastian teknologi dalam operasional kerja ditindaklanjuti oleh pimpinan outlet, sebagaimana hal ini dinyatakan oleh Bapak Fadilah Fazaldin selaku owner outlet BakuBeku, yang menyatakan bahwa:

“Terkait ketidakpastian teknologi, tentunya kami akan memperkuat strategi *marketing offline* kami, seperti pendekatan langsung dengan konsumen yang sering berkunjung, bantuan promosi dari konsumen ke konsumen lainnya dan sebagainya. Karena kalau kita hanya berfokus pada teknologi dan terjadi sesuatu yang tidak diinginkan, maka kita akan ketinggalan dengan *competitor* lainnya, dan cepat atau lambat konsumen kita akan berkurang.”⁶⁸

Wawancara di atas menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh outlet BakuBeku dalam menghadapi ketidakpastian teknologi yaitu dengan melalukan penguatan pada *strategi offline*, seperti pendekatan persuasif yang dilakukan langsung oleh karyawan maupun pimpinan dari BakuBeku untuk mempererat keakraban kepada konsumen, sehingga rasa nyaman yang tercipta akan mengantarkan konsumen untuk kembali *visit* ke outlet BakuBeku. Selain itu, strategi *marketing offline* juga tingkatkan untuk menarik minat beli konsumen yaitu melalui strategi *word of mouth*, dimana strategi ini sangat ampuh untuk menarik minat beli konsumen. *Honest review* yang diberikan oleh konsumen lama akan menjadi bukti kuat bahwa outlet BakuBeku sangat *recommended* untuk

⁶⁸ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

kunjungi oleh seluruh masyarakat Kota Parepare.

Outlet BakuBeku memanfaatkan teknologi dalam operasional kerja, khususnya untuk menarik minat beli konsumen, sebagaimana hal ini dinyatakan oleh Bapak Fadilah Fazaldin selaku pimpinan sekaligus owner outlet BakuBeku yang menyatakan bahwa:

“Untuk strategi *marketing online*, kami sangat memanfaatkan teknologi sosial media seperti *Facebook*, *Instagram*, *Tiktok*, dan juga *WhatsApp*, karena kami berdiri dan lahir dari zaman covid-19 dimana seluruh aktifitas perekonomian hanya melalui *online*, sehingga inilah juga yang menjadi alasan kami untuk mendirikan usaha *frozen food* agar seluruh masyarakat Kota Parepare dapat menyantap hidangan *fresh* tanpa membutuhkan waktu yang lama dan dapat dibeli melalui media sosial. Kami dengan teknologi atau media sosial memiliki ikatan yang kuat, dan bahkan profit kami mengalami kenaikan yang cukup drastis disebabkan karena pembelian secara *online*.⁶⁹

Pernyataan tersebut dibenarkan oleh Ibu Azlin Triwinalda selaku karyawan outlet yang menyatakan bahwa:

“Tugas saya disini sebagai kasir sekaligus admin outlet, dan kami manfaatkan sosial media seperti *Instagram*, *Tiktok*, WA dan lainnya untuk membuat *content* atau promosi produk BakuBeku, seperti daging, kentang, bakso dan lainnya.”⁷⁰

Wawancara di atas menandakan bahwa outlet BakuBeku sangat memanfaatkan teknologi dalam hal ini media sosial sebagai strategi *marketing*. Dimana sosial media yang digunakan dapat dijangkau oleh seluruh kalangan, baik remaja, dewasa hingga orangtua yang sangat sering menggunakan aplikasi *Facebook*. Pemilik dari BakuBeku juga membenarkan bahwa pemanfaatan sosial media sangat berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dan hal ini dibuktikan dengan adanya kenaikan profitabilitas outlet yang didasarkan oleh pembelian melalui media sosial, dan pembelanjaan *online* inilah yang memiliki

⁶⁹ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

⁷⁰ Azlin Triwinalda, Kasir, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

sumbangsih terbesar terhadap pendapatan outlet BakuBeku.

Kehadiran teknologi sangat berpengaruh pada pendapatan outlet BakuBeku, sebagaimana hal ini dinyatakan oleh pemilik outlet yang menyatakan bahwa:

“Teknologi ini sangat mempengaruhi tingkat penjualan kami, karena itu tadi, kontribusi terbesar dari pendapatan kami berasal dari media sosial, sehingga strategi *online* sangat berpengaruh pada pendapatan kami.”⁷¹

Wawancara di atas memperlihatkan bahwa variabel teknologi memiliki implikasi positif terhadap peningkatan profitabilitas outlet BakuBeku, karena penerapan strategi media sosial memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap pendapatan outlet dibandingkan dengan penjualan secara offline, sehingga kehadiran teknologi tidak dapat dipungkiri untuk memberikan manfaat yang jauh lebih banyak dan lebih besar kepada seluruh UMKM di Kota Parepare khususnya outlet BakuBeku ketimbang hanya memanfaatkan penjualan secara offline.

Kebijakan pemilik usaha *frozen food* dalam hal ini Bapak Fadilah Fazaldin dalam memanfaatkan teknologi pada operasional kerja usaha nyatanya memiliki dampak besar bagi kelangsungan outlet BakuBeku, dimana implikasi manajerial yang didapatkan ialah transformasi jual beli berbasis digital, dimana hampir seluruh operasional kerja melibatkan teknologi untuk memudahkan pekerjaan tersebut, seperti penggunaan teknologi dalam memanfaatkan sosial media sebagai strategi *marketing*, penggunaan mesin hitung untuk pembayaran, dan penggunaan aplikasi BOOBLE untuk pencatatan dan pelaporan keuangan kasir kepada owner outlet BakuBeku.

Setiap perusahaan/usaha memiliki faktor tersendiri mengapa profit perusahaannya terus mengalami kenaikan, sebagaimana hal ini terjadi pada outlet BakuBeku dimana pendapatan outlet mengalami kenaikan karena transparansinya dalam menawarkan produk *frozen food* yang sesuai dengan aturan perdagangan,

⁷¹ Fadilah Fazaldin, Owner/Pimpinan, *wawancara*, di outlet BakuBeku, 20 Mei 2025.

yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan yang mengatur bahwa pangan yang beredar harus aman, bergizi, dan layak konsumsi. Perdagangan daging harus memenuhi standar keamanan dan mutu yang ditetapkan oleh pemerintah. Undang-undang ini telah mengalami beberapa perubahan, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang, sehingga pemilik outlet BakuBeku sangat ketat terhadap penyeleksian produk *frozen food* yang pada akhirnya akan disajikan dan ditawarkan di outlet BakuBeku. Selain itu, konsumen juga senang berbelanja di outlet BakuBeku karena setiap produknya memiliki logo halal disetiap kemasannya, sehingga masyarakat muslim tidak perlu khawatir terkait daging atau *frozen food* yang dikonsumsinya, sebagaimana hal ini juga diterangkan dalam Q.S. Al-Baqarah: 168, yakni

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا

"Wahai manusia, makanlah dari apa yang ada di bumi yang halal lagi baik..."
(QS. Al-Baqarah: 168)

Ayat ini menjelaskan bahwa makanan yang boleh dikonsumsi ialah makanan yang halal dan juga baik, sehingga *frozen food* yang mengandung bahan terlarang seperti daging babi sangat haram untuk dikonsumsi, dan pernyataan ini sejalan dengan fakta empiris yang diterapkan di outlet BakuBeku, dimana pimpinan outlet tidak memperjualbelikan daging haram menurut syariat islam seperti daging babi, atau lainnya.

Berikut adalah dokumentasi produk yang dijual oleh outlet BakuBeku, cara penyajian dan legalitas halal produk yang terdapat dikemasan:



Foto produk diatas menunjukkan bahwa outlet BakuBeku menawarkan produk *frozen food* sesuai dengan regulasi perundang-undangan yakni makanan yang baik dan juga halal sesuai syariat islam, dimana penataan produk dan juga bahan pengolahannya tidak mengandung bahan haram seperti daging babi atau sejenisnya.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Data yang sudah didapatkan oleh peneliti melalui tahap wawancara dan observasi di outlet BakuBeku Kota Parepare, maka diperoleh beberapa pembahasan penelitian yang merujuk pada fokus penelitian ini. Data hasil temuan ini akan dipaparkan dan dianalisis melalui pembahasan temuan yang dilanjutkan dengan diskusi teori yang

relevan. Oleh karena itu, pembahasan akan disesuaikan dengan sub bab yang menjadi titik fokus pada penelitian ini yang berguna untuk menjabarkan fokus permasalahan dengan mudah.

Teori neoklasik merupakan teori pertumbuhan penduduk untuk mengukur seberapa besar pendapatan atau tingkatan profitabilitas suatu wilayah berdasarkan pendapatan per kapita. Sejalan dengan teori neoklasik, hal inipun dapat diimplementasikan pada pengelolaan UMKM untuk meningkatkan profitabilitas usaha melalui indikator yang termaktub dalam teori neoklasik, yaitu Modal, Tenaga Kerja, dan Teknologi.⁷² Ketiga indikator tersebut merupakan parameter yang digunakan untuk menilai dampak penerapan pengelolaan modal dan pelayanan tenaga kerja yang baik, serta pemanfaatan teknologi yang positif dalam peningkatan profitabilitas outlet BakuBeku Kota Parepare.

1. Implementasi Pengelolaan Modal Outlet dalam Meningkatkan Profitabilitas Outlet Bakubeku di Kota Parepare.

Pada perolehan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan teknik triangulasi sumber, maka peneliti memperoleh beberapa informasi dari hasil wawancara bersama Bapak Fadilah Fazaldin selaku owner sekaligus pimpinan dari outlet BakuBeku Kota Parepare, sehingga ditemukan bahwa penerapan pengelolaan modal di outlet BakuBeku sejalan dengan teori manajemen salah satunya ialah penerapan fungsi-fungsi manajemen yaitu POAC, *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan), dan *Controlling* (Pengendalian),⁷³ dimana outlet BakuBeku memiliki strategi khusus dalam mengatur seluruh kebutuhan primer dan sekunder dari outlet, baik itu kebutuhan operasional, maupun kebutuhan pribadi yang telah dipetakan secara terstruktur dan sistematis untuk menghindari adanya *cashflow*

⁷² Robert M. Solow, “A Contribution to the Theory of Economic Growth”, (MIT Press), 2010.

⁷³ Darwis, *Fungsi-Fungsi Dalam Implementasi* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press), 2022. hal. 25.

atau kesalahan dalam membagi seluruh biaya operasional outlet yang dapat berimplikasi negatif pada kerugian yang sangat besar.

Sumber dana yang digunakan untuk mendirikan outlet BakuBeku berasal dari modal sendiri tanpa ada campuran dari investor ataupun orang lain. Hal ini sejalan dengan jurnal yang ditulis oleh Muhammad Reza Latif, dkk., mengenai Pengaruh Persepsi Tentang Modal Usaha, Lokasi, Dan Jenis Dagangan Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Jalan Roda (Jarod) Manado⁷⁴ dimana jurnal ini menerangkan bahwa salah satu sumber modal usaha ialah berasal dari modal sendiri/peorangan yang diberasal dari pemilik atau owner outlet BakuBeku dan kembali diberikan kepada pemilik sekaligus pimpinan dari outlet BakuBeku. Hasil penelitian ini juga membenarkan bahwa outlet BakuBeku memiliki strategi khusus yang diterapkan sejak dulu hingga saat ini. Startegi yang dimaksud ialah disetiap bulannya, pimpinan dari usaha tersebut telah menganalisis dan mengasumsikan produk apa saja atau kebutuhan apa saja yang harus dipenuhi dibulan tersebut, diantaranya ialah kebutuhan biaya operasional, biaya gaji karyawan, biaya *emergency*, dan juga kebutuhan pribadi yang direncanakan dan diorganisasikan sejak awal tepatnya diakhir bulan sebelum periode bulan berikutnya. Strategi ini diterapkan untuk meminimalisir kebutuhan tambahan lainnya yang tidak terencanakan pada bulan tersebut. Sehingga pengelolaan modal seperti inilah yang digunakan oleh pemilik dari outlet BakuBeku untuk menghindari adanya kesalahan dan kekurangan dalam pembagian modal usaha.

Pengelolaan modal yang diterapkan outlet BakuBeku memiliki implikasi positif terhadap profitabilitas outlet. Hal ini disebabkan karena pengelolaan modal yang baik dan jelas pastinya akan memiliki kekuatan untuk mendapatkan vendor-vendor yang lebih banyak. Strategi pengelolaan modal yang terstruktur akan berdampak positif pada peningkatan inovasi yang pada akhirnya berdampak pada

⁷⁴ Jacline I. Sumual Muhammad Reza Latif, Daisy S.M Engka, "Pengaruh Persepsi Tentang Modal Usaha, Lokasi, Dan Jenis Dagangan Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Jalan Roda (Jarod) Manado," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 18, no. 5 (2018): 174.

peningkatan pembelian atau pengambilan produk yang lebih banyak, sehingga nantinya outlet BakuBeku mendapatkan potongan harga produk yang lebih banyak pula.

Selain pemetaan anggaran yang jelas, pengelolaan modal yang diterapkan outlet BakuBeku juga berpengaruh pada pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pemilik/pimpinan dari outlet BakuBeku. Hal ini disebabkan karena anggaran yang jelas dan bersih, akan memberikan rasa aman dan tenang kepada pimpinan untuk menjangkau kebutuhan lainnya atau untuk menutupi harga bahan yang melonjak drastis. Sehingga berdasarkan strategi pengelolaan modal yang dijelaskan oleh narasumber, dan terbukti hingga saat ini, maka ditemukan bahwa variabel pengelolaan modal sangat berpengaruh dalam meningkatkan profitabilitas outlet BakuBeku di Kota Parepare. Peningkatan profit melalui strategi manajemen yang jujur, transparansi, dan adil akan mengembangkan UMKM lebih baik lagi, sebagaimana hal ini sejalan dengan kandungan isi Al-Qur'an Surah Al-Baqarah:16

Q.S. Al-Baqarah : 16

أُولَئِكَ الَّذِينَ أَشْتَرُوا الصَّلَاةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبَحُتْ تَجْرِيْثُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ

Terjemahan :

“Mereka Itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.”

2. Implementasi Pelayanan Tenaga Kerja (Karyawan) dalam Meningkatkan Profitabilitas Outlet Bakubeku di Kota Parepare.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan menggunakan teknik triangulasi sumber, dimana peneliti memperoleh informasi dari hasil wawancara bersama Bapak Fadilah Fazaldin selaku pimpinan sekaligus pemilik outlet BakuBeku, Ibu Azlin Triwinaldi selaku karyawan sekaligus kasir, Ibu

Masna dan Ibu Sari Dewi Askar selaku konsumen outlet BakuBeku. Hasil penelitian yang dilakukan penulis bukan semata-mata ingin mencari kebenaran dari masalah yang diangkat, akan tetapi penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimanakah dampak pengimplementasian yang dilakukan oleh outlet BakuBeku mengenai salah satu indikator yang tercantum didalam teori neoklasi, yaitu tenaga kerja.⁷⁵

Dari hasil wawancara bersama pemilki dan karyawan dari outlet BakuBeku Kota Parepare, maka ditemukan informasi dan data bahwa hingga saat ini, outlet BakuBeku pernah mendapatkan kendala mengenai dampak dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen baik secara *online* maupun *offline*, akan tetapi kendala yang dihadapi nyatanya dapat diselesaikan dengan strategi-strategi khusus yang diterapkan oleh outlet BakuBeku guna tetap menarik perhatian dan loyalitas konsumen terhadap outlet BakuBeku.

Kendala mengenai pelayanan seringkali terjadi disetiap usaha, namun hal tersebut tentunya dapat diselesaikan melalui transformasi usaha, strategi dan inovasi baru melalui pengembangan pelayanan dan pembaharuan melalui inovasi produk. Hal ini pun terjadi pada outlet BakuBeku, dimana pihak pimpinan menyelesaikan permasalahan pelayanan melalui strategi yang sistematis, yaitu dimulai dengan indentifikasi masalah terlebih dahulu, kemudian permintaan maaf dan pemberian voucher promo atau tebus murah kepada konsumen. Tindakan tersebut merupakan bentuk manifestasi dari keinginan outlet BakuBeku untuk tetap menjaga kepercayaan konsumen mengenai produk ataupun pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada seluruh konsumen, sehingga hal inilah yang sering dan masih diterapkan oleh pimpinan outlet BakuBeku dalam menjaga citra usaha untuk tetap profesional dalam mengendalikan setiap permasalahan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner, kasir dan konsumen dari outlet BakuBeku mengenai pelayanan yang diterapkan dari karyawan kepada konsumen,

⁷⁵ Robert M. Solow, "A Contribution to the Theory of Economic Growth", (MIT Press), 2010.

sehingga ditemukan hasil bahwa pelayanan yang diterapkan outlet BakuBeku yaitu 3S (Salam, Senyum, Sapa) masih diterapkan hingga saat ini. Meskipun seringkali pihak karyawan kebablasan dalam memberikan pelayanan yang buruk, akan tetapi dampak dari keluhan konsumen nyatanya ditindaklanjuti oleh pimpinan untuk membenahi operasional pelayanan agar tidak terjadi kembali permasalahan yang sama. Pembenahan strategi pelayanan dan penyelesaian problem merupakan hal penting yang harus menjadi perhatian khusus bagi setiap UMKM, sebab besar kecilnya kesalahan pelayanan yang dilakukan, akan berdampak pada profitabilitas outlet, yang pada akhirnya berimplikasi pada masa depan outlet BakuBeku. Selain pelayanan, karyawan outlet BakuBeku juga menerangkan bahwa pemberian upah/gaji yang diberikan pimpinan selalu tepat waktu, sebagaimana hal ini sejalan dengan isi kandungan Hadist Riwayat Ibnu Majah yang berbunyi:

(HR. Ibnu Majah, *shahih*).

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجْفَ عَرْقُهُ

Artinya:

“Berikan kepada seorang pekerja upahnya sebelum keringatnya kering.”

Maksud isi kandungan hadist tersebut ialah bersegeralah menunaikan hak si pekerja setelah selesaiannya pekerjaan sebelum waktu kerjanya melewati batas.

Sehingga berdasarkan informasi yang ditemukan, maka dapat dinyatakan bahwa pelayanan karyawan outlet BakuBeku kepada konsumen berdampak positif pada profitabilitas outlet, sebagaimana hal ini dapat dilihat melalui pendapatan outlet BakuBeku yang sering mengalami kenaikan disetiap bulannya.

3. Implementasi Penggunaan Teknologi dalam Meningkatkan Profitabilitas Outlet Bakubeku di Kota Parepare.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan menggunakan teknik triangulasi sumber, dimana peneliti memperoleh informasi dari hasil

wawancara bersama Bapak Fadilah Fazaldin selaku pimpinan sekaligus pemilik outlet BakuBeku, Ibu Azlin Triwinaldi selaku karyawan sekaligus kasir, Ibu Masna dan Ibu Sari Dewi Askar selaku konsumen outlet BakuBeku. Dari hasil wawancara bersama narasumber, maka ditemukan informasi dan data bahwa sejak awal didirikannya outlet BakuBeku hingga saat ini, pimpinan memanfaatkan penggunaan teknologi dalam operasional kerja disetiap harinya. Outlet BakuBeku lahir pada zaman covid-19, dimana pada tahun 2019 aktifitas jual beli dibatasi dan hanya dilakukan secara *online*, sehingga pemilik dari outlet BakuBeku memiliki ide kreatif untuk mendirikan usaha *frozen food* yang diperjualbelikan secara *online*.

Pimpinan outlet BakuBeku memahami bahwa peran teknologi memiliki dampak yang sangat besar terhadap usaha bisnis yang dibangun, sebagaimana pernyataan ini sejalan dengan isi teori neoklasi salah satunya yaitu pemanfaatan teknologi⁷⁶, sehingga sejak dulu pihak outlet lebih memilih teknologi sebagai media pemasaran.

Peran teknologi yang dimanfaatkan oleh outlet BakuBeku ialah penggunaan sosial media sebagai strategi *marketing* untuk mempromosikan produk dan juga lokasi outlet BakuBeku, sehingga hal ini bertujuan untuk menarik minat beli konsumen tanpa mengenal jarak dan waktu secara *online* maupun *offline*. Media sosial yang digunakan untuk promosi diantaranya ialah *WhatsApp*, *Instagram*, *Tiktok*, *Grab Food*, dan *Facebook*. Berbagai media sosial yang digunakan memiliki target pasar yang berbeda-beda, contohnya pengguna *Facebook* ditargetkan pada konsumen orangtua baik ibu-ibu ataupun bapak-bapak. Media sosial *Tiktok* ditargetkan untuk kalangan remaja yang sering mengadakan pesta kecil-kecilan yang membutuhkan makanan *frozen food* bakaran. Sedangkan aplikasi *Instagram* ditargetkan untuk kalangan dewasa yang membutuhkan hidangan *instan* perdagingan *fresh*. Selain media sosial, aplikasi *Grab Food* juga

⁷⁶ Robert M. Solow, “A Contribution to the Theory of Economic Growth”, (MIT Press), 2010.

dimanfaatkan oleh outlet BakuBeku dan untuk aplikasi ini, ditargetkan untuk semua kalangan, begitupun dengan media sosial *WhatsApp*.

Pemanfaatan media sosial sosial merupakan implementasi dari kehadiran teknologi yang memudahkan setiap pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Tidak sedikit UMKM yang merasa terbantu dengan adanya peran teknologi dalam setiap operasional kerjanya. Hal inipun terjadi pada outlet BakuBeku, dimana pimpinan memanfaatkan kehadiran teknologi tidak hanya sebagai media promosi, akan tetapi pihak outlet BakuBeku juga menggunakan sistem kasir secara *online*, dimana peran teknologi dalam hal ini ialah penggunaan mesin hitung dan pembuatan aplikasi pencatatan kasir secara *online* yang bernama BOOBLE. Owner dari outlet BakuBeku menggunakan mesin hitung sistem *online*, dimana hal ini lakukan untuk memberikan transparansi harga produk yang dicantumkan di outlet sesuai dengan harga yang terinput. Selain itu, penggunaan mesin hitung ini juga dilakukan untuk menghindari kesalahan perhitungan jumlah belanja konsumen, sehingga konsumen tidak perlu khawatir terkait kesalahan dalam penjumlahan produk. Transparansi ini dilakukan sebagai bentuk kedulian pimpinan terhadap kekhawatiran konsumen terkait transaksi jual beli yang dilakukan oleh outlet BakuBeku.

Selain itu, pemanfaatan teknologi yang dilakukan ialah pembuatan aplikasi BOOBLE. BOOBLE merupakan aplikasi khusus yang dibuat oleh outlet BakuBeku untuk pencatatan transaksi pembelian setiap hari. Dimana mekanisme dari aplikasi ini ialah berbentuk *form* yang terdiri dari beberapa menu, *price list* dan juga akumulasi dari setiap pembelian konsumen. Aplikasi ini dirancang khusus oleh owner BakuBeku untuk memudahkan kasir dalam membuat pencatatan dan pelaporan keuangan kepada pemilik outlet disetiap harinya, dimana pelaporan yang dilakukan oleh setiap kasir, dilakukan setelah waktu shift berakhir, sebab di outlet BakuBeku kasir terdiri dari dua shift, yaitu shift pagi dan malam. Sehingga dengan hadirnya aplikasi ini, akan mampu mendeteksi selisih atau kekurangan uang yang terjadi di outlet BakuBeku.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis menemukan data berupa informasi bahwa teknologi berperan masif pada operasional kerja outlet, dan pemanfaatan teknologi yang digunakan berimplikasi positif pada profitabilitas outlet, dimana hal ini dibuktikan dengan adanya kenaikan profit sejak awal penggunaan teknologi pada operasional kerja, dalam hal ini penggunaan sosial media sebagai media pemasaran, mesin hitung dan aplikasi BOOBLE sebagai media pencatatan transaksi berbasis *online* hingga saat ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait Implementasi Teori Neoklasik dalam Meningkatkan Profitabilitas Outlet BakuBeku di Kota Parepare, sehingga peneliti menarik kesimpulan bahwa:

1. Pengelolaan modal yang diimplementasikan oleh outlet BakuBeku yaitu pemetaan dan pembagian modal yang dilakukan diawal bulan, yang menitikberatkan pada pembagian modal kerja, pembagian gaji karyawan, pembagian dana darurat, dan pembagian kebutuhan pribadi. Pembagian modal yang terstruktur membuat keuangan outlet lebih terarah, sehingga tidak terjadi *cashflow* dan pencampuran antara kebutuhan outlet dan juga kebutuhan pribadi.
2. Strategi pelayanan yang diimplementasikan oleh outlet BakuBeku yaitu 3S (Salam, Senyum, Sapa). Pimpinan outlet melakukan pengawasan yang ketat mengenai pelayanan karyawan terhadap konsumen, sebab kendala yang dihadapi ialah perubahan emosional karyawan yang tidak menentu, sehingga pernah memberikan pelayanan yang buruk yang mengakibatkan konsumen *complain* terhadap pelayanan didapatkannya. Sehingga sejak itu pimpinan terus melakukan pengawasan yang ketat agar tidak terjadi hal yang sama, dan nyatanya pengawasan ini membawa hasil yang positif, dimana konsumen lebih tertarik melakukan pembelian secara berulang karena memiliki rasa kenyamanan dan keakraban yang besar kepada karyawan outlet BakuBeku.
3. Pemanfaatan teknologi yang diimplementasikan outlet BakuBeku memberikan implikasi positif yang besar terhadap profitabilitas outlet, dimana teknologi yang digunakan yaitu pemanfaatan media sosial sebagai media promosi outlet untuk menjangkau seluruh konsumen disemua kalangan tanpa

mengenal jarak dan waktu. Strategi *marketing* yang diterapkan ialah dengan memberikan promo menarik dan juga tebus murah melalui media sosial ataupun *platform* lainnya yang dapat meningkatkan minat beli konsumen seluruh indonesia, khususnya masyarakat Kota Prepare.

B. Saran

Mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang InsyaAllah dapat dijadikan sebagai inovasi ide ataupun sebuah masukan, diantaranya ialah:

1. Untuk pihak outlet BakuBeku, baiknya menerima investor untuk bergabung bersama outlet BakuBeku agar usaha *frozen food* tersebut dapat lebih berkembang, sehingga penjualan produknya dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak dari berbagai daerah atau negara. Selain itu, pihak outlet BakuBeku sebaiknya memanfaatkan *platform* digital atau *e-commerce* untuk menawarkan produk yang lebih banyak dan lengkap, agar seluruh konsumen diberbagai wilayah bahkan luar pulau dapat merasakan produk dari outlet BakuBeku, sehingga pada akhirnya outlet BakuBeku dapat mendapatkan konsumen yang jauh lebih banyak dan meningkatkan profitabilitas outlet yang jauh lebih besar.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan metode lain contohnya metode kuantitatif untuk mengetahui pengaruh teori neoklasi yaitu Modal, Tenaga Kerja dan Teknologi melalui uji SPSS, agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan pengambilan keputusan, dan untuk melihat perbedaan hasil dari metode kualitatif dan juga metode kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

Alifedrin, Garinda Rangga, and Egi Arvian Firmansyah. *Risiko Likuiditas Dan Profitabilitas Perbankan Syariah Peran FDR, LAD, LTA, NPF, Dan CAR.* Bandung: Publikasi Media Discovery Berkelanjutan, 2023.

Amin Pujiati. "Menuju Pemikiran Ekonomi Ideal: Tinjauan Filosofis Dan Empiris." *Fokus Ekonomi (FE)* 10, no.2 (2011): 114–24.

Anugrah, Konradus, Regina Christine Simanjorang, Ayu Rukun Hartati Hutabarat, Rotua Juniarti Pakpahan, and Tetty Tiurma Uli Sipahutar. "Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Inflasi Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di BEI." *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)* 4, no. 2 (2020): 442. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.269>.

Ashshidiqy, Nurdien, and Hapsi Ali. "Penyelarasan Teknologi Informasi Dengan Strategi Bisnis." *Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi* 1, no. 1 (2019): 54–55.

Budi Rustandi Kartawinata, Dkk. *Kewirausahaan Dan Bisnis.* CV. Intelektual Manifest Media, 2023.

Cahyana, Agus, Azolla Degita Azis, and Liliis Lisnawati. "Pengaruh Struktur Modal Dan Intensitas Teknologi Terhadap Profitabilitas Perusahaan." *Neraca Keuangan : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 17, no. 1 (2022): 69. <https://doi.org/10.32832/neraca.v17i1.6992>.

Darwis. *Fungsi-Fungsi Dalam Implementasi.* Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022.

Dicky Perwira Ompusunggu, and Nina Irenetia. "Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan." *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis* 3, no. 2 (2023): 140–47. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i2.1129>.

Hadi, Abd., Asrori, and Rusman. *Penelitian Kualitatif.* CV.Pena Persada, 2021. <http://repository.uinsby.ac.id/id/eprint/167/>.

Inayah, Nur, Achmad Tjachja Nugraha, and Moh. Irfan Septiar Musti. *Pengantar Kewirausahaan: Mengenal, Memahami Dan Mencintai Dunia Bisnis.* Yogyakarta: Penerbit Andi, 2021.

Jalaliah, Jalaliah, Hilda Kumala Wulandari, and Dumadi Dumadi. "Pengaruh Modal Kerja, Tenaga Kerja, Dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan UMKM Pabrik Tahu (Studi Empiris UMKM Tahu Kecamatan Banjarharjo Periode Tahun 2019-2021)." *AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia* 1,

- no. 1 (2022): 68–78. <https://doi.org/10.57235/aurelia.v1i1.32>.
- Kebudayaan, Kementrian Pendidikan dan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cet. V. Kemendikbud, 2016.
- Kiki Kristiandi. “Pendampingan Pembuatan Dan Pengemasan Frozen Food Pada Ibu Rumah Tangga.” *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat* no.2 (2022): 45–46.
- Kurnia Maharani. “Kajian Investasi, Pengeluaran Pemerintah, Tenaga Kerja, Dan Keterbukaan Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Jawa Tengah.” *Bisnis Ekonomi (JBE)* NO.1 (2014): 34.
- Muhammad Reza Latif, Daisy S.M Engka, Jacline I. Sumual. “Pengaruh Persepsi Tentang Modal Usaha, Lokasi, Dan Jenis Dagangan Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Jalan Roda (Jarod) Manado.” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 18, no. 5 (2018): 174–85.
- Mulyani, Nani, Erick Agustinus, Tubagus Arya Abdurachman, and Achmad Luthfi Prawirayudha. “Pengelolaan Modal Usaha Untuk UMKM Tangsel Di Gerai Lengkong ‘Oleh-Oleh Khas Tangsel.’” *Dedikasi Pkm* 3, no. 2 (2022): 220. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i2.20187>.
- Priyono, and Zaenuddin Ismail. *Teori Ekonomi*. Surabaya: Dharma Ilmu, 2012.
- Rahmatia, Rahmatia, Madris Madris, and Sri Undai Nurbayani. “Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Laba Usaha Mikro Di Kota Palopo Provinsi Sulawesi Selatan.” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* 4, no. 2 (2019): 43–47. <https://doi.org/10.35906/jm001.v4i2.281>.
- Rohmawati, Tatik, Delinda Irlyana Setyawati, Ladia Sonnya Isra, and Herry Saputra. “Pentingnya Teknologi Untuk Pengusaha.” *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 5, no. 3 (2021): 619. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i3.476>.
- Saleh, Sirajuddin. *Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017.
- Sanjaya, Putu Krisna Adwitya, and I Putu Nuratama. *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*. Gowa: CV. Cahaya Bintang Cemerlang, 2021.
- Santoso, Imam, S.A Mustaniroh, and Dodyk Pranowo. “Keakraban Produk Dan Minat Beli Frozen Food: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan, Dan Lingkungan Sosial.” *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen* 11, no. 2 (2018): 133–44. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.2.133>.
- Siregar, Eddy Irsan. *Kinerja Keuangan Terhadap Profitabilitas Sub Sektor Konstruksi*. Penerbit NEM, 2021.

- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2014.
- Sukoco, Abu Rizal Faturrohman, N.G. Wi. Endang N.P, and Zahroh ZA. "No Title." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 22, no.1 (2015): 5–6.
- Supriadi, Wawan. "Inovasi Teknologi Dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional Perusahaan." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 1 (2023): 13–15.
- Suryadi, Ahmad. *Teknologi Dan Media Pembelajaran Jilid 1*. Jawa Barat: CV. Jejak Anggota IKAPI, 2020.
- Syahputra, Andrean, Ervina Ervina, and Melisa Melisa. "Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM." *Journal of Management and Bussines (JOMB)* 4, no. 1 (2022): 183–98. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3498>.
- Syahputra, Andrean, Ervina, and Melisa. "Pengaruh Modal, Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM." *Journal of Management and Bussiness (JOMB)* 4, no.1 (2022): 193.
- Yadewani, Dorris, Syafirani, and Ikhsan. *Memilih Menjadi Pedagang Kaki Lima*. Padang: Pustaka Galeri Mandiri, 2020.





Lampiran 1. Pedoman Wawancara



NAMA MAHASISWA	:	ANDI ARNITA ALIMUDDIN
NIM	:	2120203861211049
FAKULTAS	:	EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI	:	MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
JUDUL	:	IMPLEMENTASI TEORI NEOKLASIK DALAM PENINGKATAN PROFITABILITAS OUTLET BAKUBEKU DI KOTA PAREPARE

PEDOMAN WAWANCARA
Wawancara untuk Outlet Bakubeku di Kota Parepare

A. OWNER OUTLET BAKUBEKU

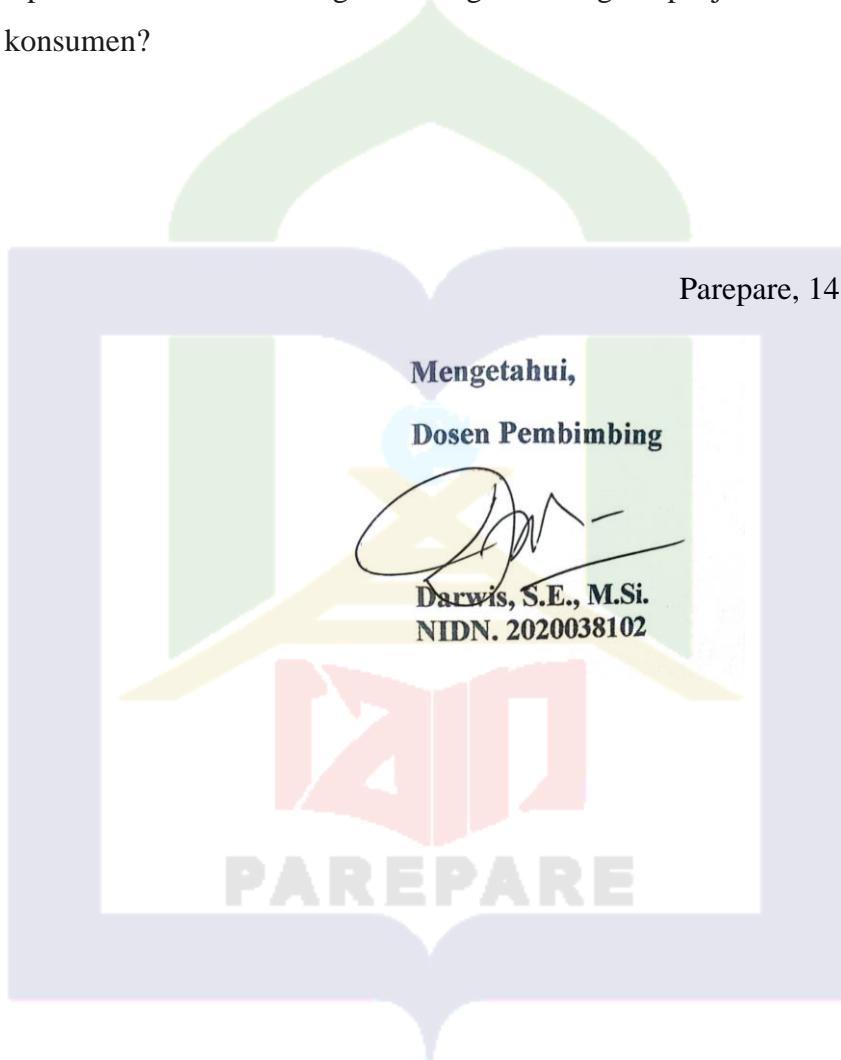
1. Bagaimana strategi pengelolaan modal yang diterapkan dalam meningkatkan profitabilitas outlet Bakubeku?
2. Apakah strategi pengelolaan modal yang digunakan oleh outlet Bakubeku memengaruhi profitabilitas outlet?
3. Darimana sajakah sumber modal yang digunakan oleh owner untuk mendirikan outlet Bakubeku?
4. Siapa sajakah yang terlibat dalam pengelolaan modal pada outlet Bakubeku?

5. Bagaimana cara outlet BakuBeku meminimalisir biaya operasional kerja?
6. Apakah terdapat dokumen yang melegitimasi bahwa UMKM outlet BakuBeku telah layak dijalankan?
7. Apakah outlet Bakubeku telah menerima investor dengan tujuan untuk mengembangkan usaha tersebut?
8. Apa saja kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi pengelolaan modal yang diterapkan oleh outlet BakuBeku?
9. Bagaimana cara mengatasi kendala pengelolaan modal yang dihadapi oleh outlet Bakubeku?
10. Langkah preventif apakah yang akan digunakan untuk menghadapi pengembalian modal yang tidak pasti?

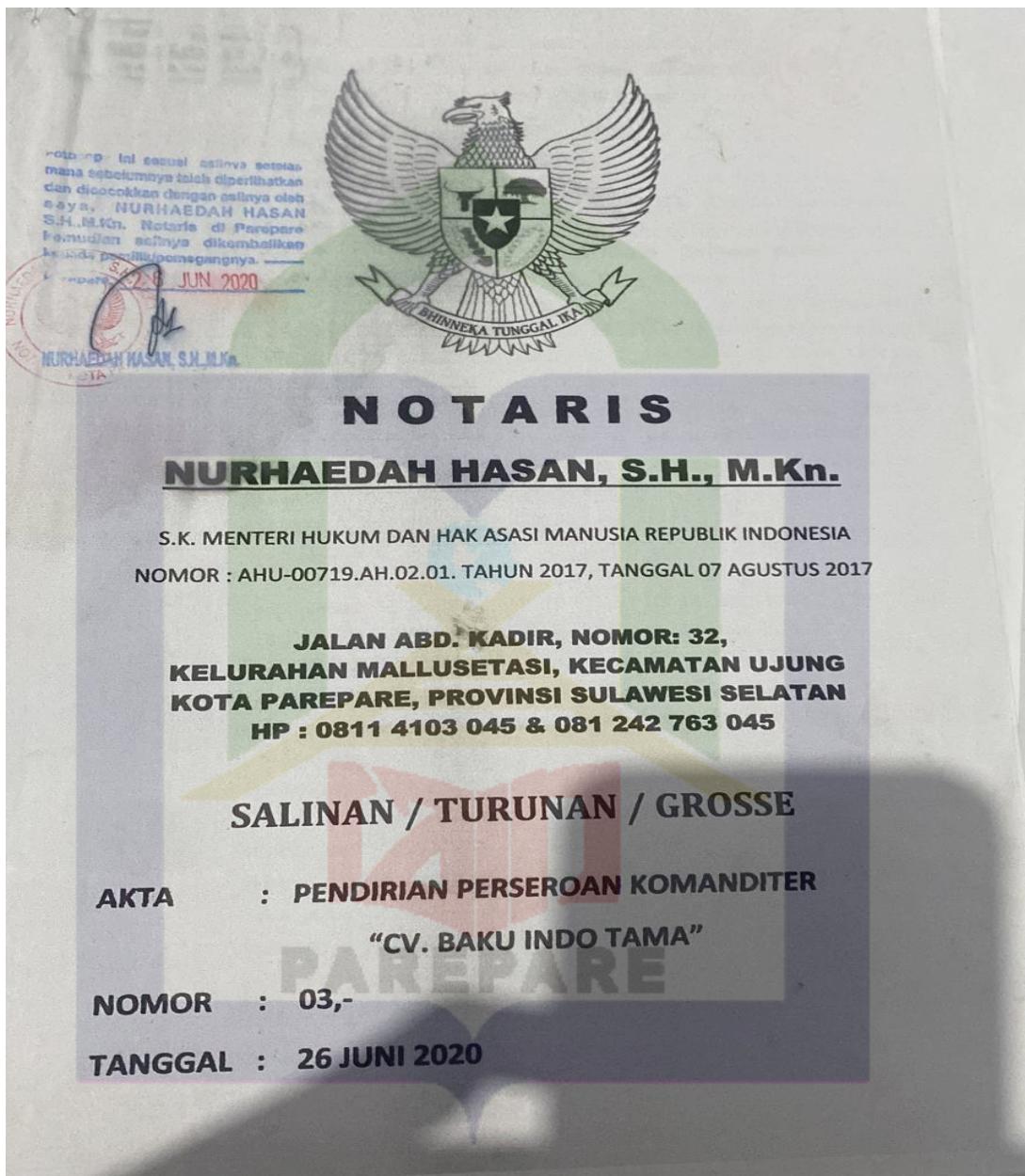
B. KASIR/KARYAWAN

1. Bagaimanakah bentuk pelayanan yang diberikan oleh karyawan outlet BakuBeku pada konsumen?
2. Apakah terdapat strategi khusus dalam menarik minat beli konsumen pada pelayanan yang diberikan?
3. Bisakah Anda jelaskan bagaimana menghadapi konsumen yang hanya tanya harga tanpa membeli satupun produk?
4. Apakah pernah ada konsumen yang *complain* karena pelayanan yang diberikan oleh pihak outlet/karyawan?
5. Jika ada, bagaimanakah solusi yang diberikan oleh karyawan agar konsumen tetap loyal pada outlet BakuBeku?
6. Apakah pelayanan yang diberikan oleh karyawan outlet BakuBeku memengaruhi tingkat penjualan atau minat beli konsumen?
7. Alat teknologi apakah yang digunakan oleh outlet BakuBeku untuk menghindari kesalahan dalam transaksi?
8. Bisakah Anda jelaskan bagaimana proses pencatatan dan pelaporan Anda kepada owner outlet BakuBeku?

9. Bagaimana outlet BakuBeku menanggapi ketidapastian dari penggunaan teknologi pada operasional kerja outlet?
10. Bagaimana strategi pemanfaatan teknologi yang diterapkan oleh outlet BakuBeku untuk meningkatkan profitabilitas outlet?
11. Apakah variabel teknologi memengaruhi tingkat penjualan atau minat beli konsumen?



Lampiran 2. Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) BakuBeku



Lampiran 3. CV. BakuBeku

CV. BAKU INDO TAMA
Jalan Sibali, Nomor: 03, Kelurahan Bukit Indah, Kecamatan Soreang,
Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Kode Pos 91131

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

1. Nama	:	Tuan FADILAH FAZALDIN
Tempat/Tanggal Lahir	:	Ujung Pandang, 10 Juli 1993
Pekerjaan	:	Karyawan Swasta
Jabatan	:	Direktur
Alamat	:	Jalan Sibali, Nomor: 03, Kelurahan Bukit Indah, Kecamatan Soreang, Kota Parepare
NIK	:	737203 100793 0002
2. Nama	:	Tuan MUHAMMAD IQBAL NUR
Tempat/Tanggal Lahir	:	Parepare, 15 April 1999
Pekerjaan	:	Bebatuhan dan Dercija
Jabatan	:	Persero Komanditer
Alamat	:	Jalan Sibali, Nomor: 03, Kelurahan Bukit Indah, Kecamatan Soreang, Kota Parepare
NIK	:	737203 150499 0007

Bertindak untuk dan atas nama :

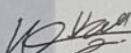
Nama Perseroan Komanditer : **CV. BAKU INDO TAMA**
 Alamat Perseroan Komanditer (CV) : Jalan Sibali, Nomor: 03, Kelurahan Bukit Indah,
 Kecamatan Soreang, Kota Parepare,
 Provinsi Sulawesi Selatan

Dimana Perseroan Komanditer (CV) tersebut diatas merupakan Domisili atau tempat CV tersebut.

Demikian Surat Pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 26 Juni 2020

Yang Membuat Pernyataan


(Tuan MUHAMMAD IQBAL NUR)
 Persero Komanditer


(Tuan FADILAH FAZALDIN)
 Direktur


Mengetahui :
Lurah Bukit Indah

Lampiran 4. Nomor Izin Berusaha (NIB) BakuBeku



Lampiran 5. Dokumen Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) Bakubeku



Lampiran 6.1. Dokumentasi wawancara peneliti bersama owner/pimpinan outlet BakuBeku Kota Parepare



Lampiran 6.2. Dokumentasi wawancara peneliti bersama karyawan/kasir outlet BakuBeku Kota Parepare



Lampiran 6.3. Dokumentasi wawancara peneliti bersama Rafika selaku accounting outlet BakuBeku Kota Parepare



Lampiran 6.4. Dokumentasi wawancara peneliti bersama Masna selaku konsumen outlet BakuBeku Kota Parepare



Lampiran 6.5. Dokumentasi wawancara peneliti bersama Sari Dewi Askar selaku konsumen outlet BakuBeku Kota Parepare



Lampiran 7. Surat Penetapan Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.1022/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/03/2024
Lampiran : -
Perihal : **Penetapan Pembimbing Skripsi**

20 Maret 2024

Yth: **1. Darwis, S.E., M.Si.**

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Andi Arnita Alimuddin
NIM. : 2120203861211049
Prodi. : Manajemen Keuangan Syariah

Tanggal **26 Februari 2024** telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH TEORI NEOKLASIK TERHADAP PENINGKATAN
PROFITABILITAS OUTLET BAKUBEKU DI KOTA PAREPARE**

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai **Pembimbing Skripsi** Mahasiswa (i) dimaksud.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Tembusan:

1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip

Lampiran 8. Surat Pengantar Izin Meneliti dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 (0421) 21307 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-74/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/01/2025

08 Januari 2025

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wh.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : ANDI ARNITA ALIMUDDIN
Tempat/Tgl. Lahir : PAREPARE, 14 Januari 2003
NIM : 2120203861211049
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen Keuangan Syariah
Semester : VII (Tujuh)
Alamat : JL. LASINRANG GANG. 20 NO. 15 A, KELURAHAN KAMPUNG
PISSANG, KECAMATAN SOREANG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

IMPLEMENTASI TEORI NEOKLASIK DALAM PENINGKATAN PROFITABILITAS OUTLET BAKUBEKU DI KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 07 Mei 2025 sampai dengan tanggal 07 Juni 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan-



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

- ## 1. Rektor IAIN Parepare

Lampiran 9. Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare

SRN IP0000369



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpfsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 369/IP/DPM-PTSP/5/2025

Dasar :
 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendeklarasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA
 NAMA : **ANDI ARNITA ALIMUDDIN**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
 Jurusan : **MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH**

ALAMAT : **JL. LASINRANG GG. 20 NO. 15 A, PAREPARE**
 UNTUK : **melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :**

JUDUL PENELITIAN : **IMPLEMENTASI TEORI NEOKLASIK DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS OUTLET BAKUBEKU DI KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **PIMPINAN BAKUBEKU PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **07 Mei 2025 s.d 07 Juni 2025**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
 b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
 Pada Tanggal : **07 Mei 2025**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 KOTA PAREPARE

Hj. ST. RAHMAM AMIR, ST, MM
 Pembina Tk. 1 (IV/b)
 NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0,00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
 Informasi Eletronik dan/atau Dokumen Eletronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Eletronik** yang diterbitkan **BSE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSP Kota Parepare (scan QRCode)



Lampiran 10. Surat Keterangan Selesai Meneliti dari Outlet BakuBeku

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadilah Fazaldin

Jabatan : Pemilik/pimpinan

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa yang bersangkutan di bawah ini

Nama : Andi Arnita Alimuddin

NIM : 2120203861211049

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Program Studi : S1 Manajemen Keuangan Syariah

Mahasiswa tersebut diatas benar-benar melakukan penelitian guna menyusun skripsi dengan judul "**Implementasi Teori Neoklasik Dalam Peningkatan Profitabilitas Outlet Bakubeku Di Kota Parepare**".

Demikian surat keterangan ini disampaikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 4 Maret 2025

Mengetahui,

Pimpinan/Owner Outlet BakuBeku
Kota Parepare



Fadilah Fazaldin

Lampiran 11.1. Surat Keterangan Wawancara Owner Outlet BakuBeku (Fadilah Fazaldin)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

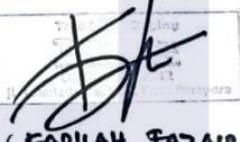
Nama : **FADILAH FAZALDIN**
Tempat/tanggal Lahir : **UJUNG PANDANG / 10 JULI 1993**
Agama : **ISLAM**
Pekerjaan : **PEMILIK TOKO**
Jabatan : **PEMILIK**

Mnerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara oleh Andi Arnita Alimuddin yang sedang melakukan penelitian dengan judul "**Implementasi Teori Neoklasik Dalam Peningkatan Profitabilitas Outlet Bakubeku Di Kota Parepare**".

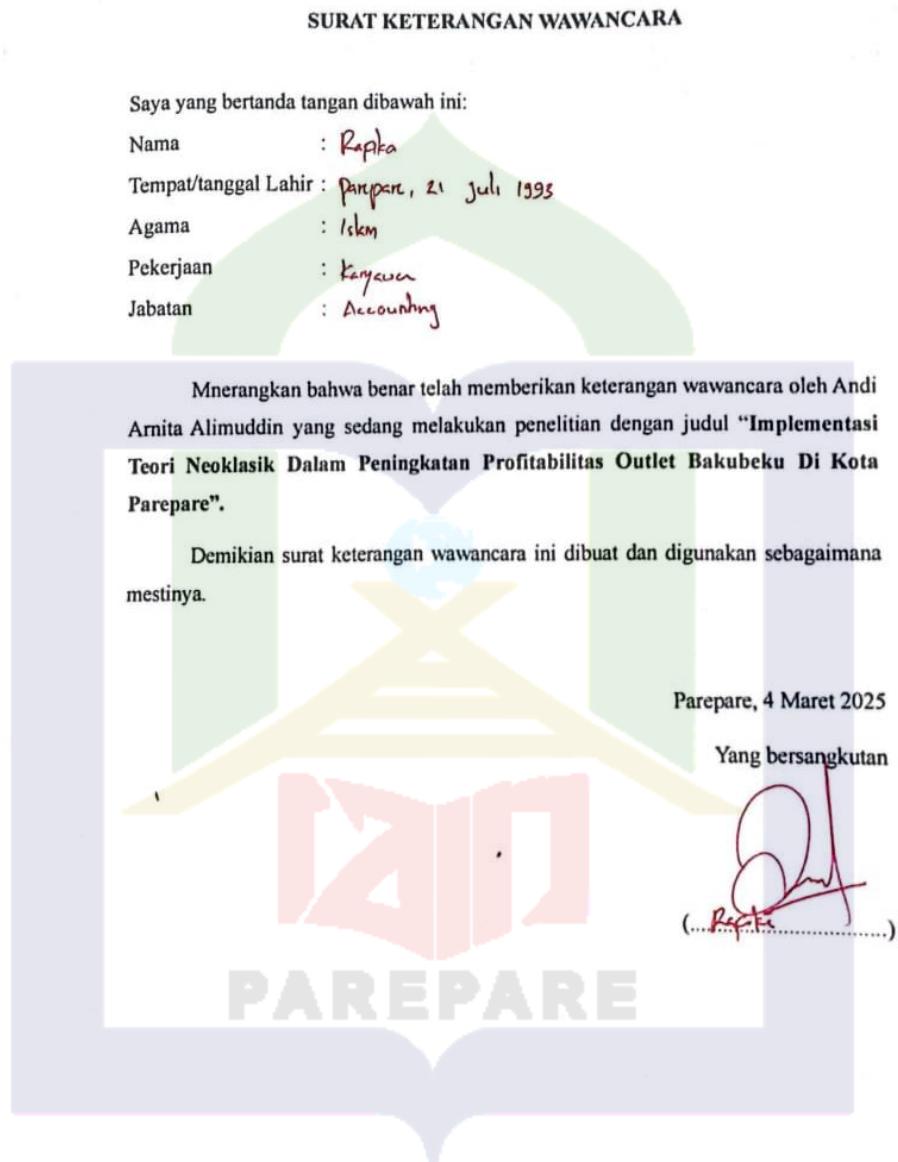
Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 4 Maret 2025

Yang bersangkutan


(..FADILAH FAZALDIN..)

Lampiran 12.2. Surat Keterangan Wawancara Accounting Outlet BakuBeku (Rafika)



Lampiran 13.3. Surat Keterangan Wawancara Karyawan/Kasir Outlet BakuBeku
(Azlin Triwinaldi)



Lampiran 14.4. Surat Keterangan Wawancara Konsumen Outlet BakuBeku (Masna)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **MASNA**
Tempat/tanggal Lahir : **ENREKANG**
Agama : **ISLAM**
Pekerjaan : **-**
Jabatan : **-**

Mnerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara oleh Andi Armita Alimuddin yang sedang melakukan penelitian dengan judul "**Implementasi Teori Neoklasik Dalam Peningkatan Profitabilitas Outlet Bakubeku Di Kota Parepare**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 4 Maret 2025

Yang bersangkutan

(.....)


Lampiran 15.5. Surat Keterangan Wawancara Konsumen Outlet BakuBeku (Sari Dewi Askar)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SARI DEWI ASKAR

Tempat/tanggal Lahir : Lolo.M. / 07 - 05 - 05

Agama : Islam

Pekerjaan : Pegawai

Jabatan : ~~Marketing~~

Mnerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara oleh Andi Arnita Alimuddin yang sedang melakukan penelitian dengan judul "**Implementasi Teori Neoklasik Dalam Peningkatan Profitabilitas Outlet Bakubeku Di Kota Parepare**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 4 Maret 2025

Yang bersangkutan

(.....)
Sari Dewi Askar

BIODATA PENULIS



Andi Armita Alimuddin, lahir pada tanggal 14 Januari 2003 Di Parepare, Sulawesi Selatan. Penulis merupakan anak bungsu dari 2 (dua) bersaudara pasangan Bapak Andi Alimuddin dan Ibu Hj. Rahma. Adapun riwayat pendidikan penulis pertama kali dimulai pada tingkat Sekolah Dasar di SD Negeri 3 Parepare (lulus pada tahun 2015), kemudian lanjut di SMP Negeri 1 Parepare (lulus pada tahun 2018), dan penulis menjalani pendidikan di SMA Negeri 1 Parepare (lulus pada tahun 2021). Beranjak dari sini, penulis melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi Islam yakni Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare (sejak tahun 2021) dengan mengambil fokus Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI). Selama perkuliahan, penulis telah banyak menorehkan prestasi akademik hingga ditingkat nasional,

diantaranya ialah Juara 1 Lomba Debat Kompetisi Ilmiah Nasional yang diselenggarakan oleh Mahadika Universitas Muhammadiyah Sinjai tahun 2025, Juara 1 Lomba Debat Festival KIP-Kuliah Nasional tahun 2023 yang diselenggarakan oleh HIMABIP UIN Alauddin Makassar, Juara 3 Lomba Debat *Civic Law Debate Competition* tingkat Nasional yang diselenggarakan oleh Universitas Pendidikan Ganesha (UNDIKSHA) tahun 2023, dan masih banyak lagi. Selain itu penulis juga banyak memperoleh kontribusi berupa bimbingan, pengalaman, serta pengetahuan baik dari para dosen, teman-teman seperjuangan, maupun program yang diselenggarakan oleh pihak kampus.

