

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Pendapatan**

##### 1. Definisi Pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan bulanan ataupun tahunan. Pendapatan secara sederhana merupakan arus masuk aktiva kedalam perusahaan yang timbul dari penjualan barang dan jasa. Secara garis besar pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode bukan hanya yang dikonsumsi.<sup>1</sup>

pendapatan mempunyai pengaruh yang besar terhadap keberlangsungan sebuah perusahaan, bila makin besar pendapatan makin besar juga kemampuan atau keahlian perusahaan tersebut untuk bisa mendanai seluruh pengeluaran serta aktivitas yang dilaksanakannya. Dapat diukur kondisi seseorang menggunakan konsep pemasukan atau pendapatan, dengan menampilkan keseluruhan pendapatan yang diterima seseorang ataupun keluarga sepanjang periode dan terdapat pengertian lain dari pemasukan atau pendapatan tersebut yaitu jumlah

---

<sup>1</sup> Sang Ayu Kadek Nopiani and Surya Dewi Rustariyuni, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pelaku UKM Di Kota Denpasar," *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan UNUD* 9, No. 3(2020);689-718.

pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan pada kurun waktu tahunan atau bulanan.<sup>2</sup>

Pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang akan dikonsumsi dengan bertambahnya pendapatan maka barang yang dikonsumsi juga bertambah tapi kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.<sup>3</sup>

Pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan atau tahunan. Ada beberapa klarifikasi pendapatan yaitu:

- a. Pendapatan pribadi yaitu semua jenis pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun yang diterima penduduk suatu Negara.
- b. Pendapatan disposibel yaitu pendapatan pribadi dikurangi pajak yang harus dibayarkan oleh para penerima pendapatan. Sisa pendapatan yang siap dibelanjakan inilah yang dinamakan pendapatan disposibel.

---

<sup>2</sup> Sabrina Kusuma Wardani and Sri Trisnaningsi, "Jurnal Ilmia MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)," 5,no.3 (2021):494-512.

<sup>3</sup> Suparyonto Pengembanagn dan Rosad (201,"Suparyanto dan Rosad (2015 5, no.3 (2020):114-253

- c. Pendapatan nasional yaitu nilai seluruh barang-barang jadi dan jasa-jasa yang di produksi oleh suatu Negara dalam satu tahun.<sup>4</sup>

Secara garis besar pendapatan dapat digolongkan menjadi tiga golongan yaitu:

- a. Gaji dan Upah imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu atau satu bulan.
- b. Pendapatan dari usaha sendiri merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya yang dibayarkan dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa capital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan
- c. Pendapatan dari usaha lain pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini mmerupakan pendapatan sampingan antara lain : pendaptan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pension dan lain-lain.

---

<sup>4</sup>Janari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Masyarakat Pada Wisata Pantau Lakue Hu'u Kabupaten Dompu". <http://repositori.uin-alauddin.ac.id>

## 2. Sumber Pendapatan

Pada dasarnya pendapatan keluarga berasal dari berbagai berbagai sumber, kondisi ini bisa terjadi karena masing-masing anggota rumah tangga mempunyai lebih dari satu jenis pekerjaan baik sebagai pekerjaan tetap maupun pekerja pengganti, konkretnya penghasilan keluarga dapat bersumber pada

- 1) Usaha sendiri, misalnya berdagang wiraswasta
- 2) Bekerja pada orang lain misalnya karyawan atau pegawai
- 3) Hasil dari milik, misalnya punya ruko atau rumah disewakan, pendapatan keluarga dapat diterima dalam bentuk uang, dapat juga dalam bentuk barang (disebut “*in natura*” misalnya tunjangan beras, hasil dari sawah atau pekerjaan sendiri), atau fasilitas-fasilitas (misalnya rumah dinas, pengobatan gratis). Dalam masyarakat modern kebanyakan orang mendapat penghasilannya dalam bentuk uang. Berhubung dengan itu dibedakan penghasilan nominal (*Money Income*), yaitu jumlah rupiah yang diterima dan penghasilan riil/nyata yaitu jumlah barang yang dapat dibeli dengan sejumlah uang tertentu, (atau dapat dinilai dalam uang pembedaan ini penting terutama bila harga barang tidak stabil.

## **B. Media Sosial**

### **1. Pengertian Media Sosial**

Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial, bekerja sama, berbagi informasi serta merepresentasikan diri, Media sosial menawarkan kebebasan bagi penggunanya untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi. Media sosial sangat mudah digunakan dan mudah dipelajari untuk pengguna baru. Penggunaan media sosial tidak memerlukan biaya yang besar bahkan gratis. Media sosial memberikan akses yang mudah kepada para penggunanya untuk berinteraksi atau membagikan informasi. Salah satu fungsi media sosial secara umum, yaitu dapat digunakan sebagai penghubung antara tokoh masyarakat atau pengusaha dengan pengguna media sosial yang lain. Adapun salah satu fungsi pemanfaatan media sosial yaitu sebagai wadah untuk berkomunikasi dan berinteraksi pada pelanggan. Dengan melakukan komunikasi serta interaksi kepada pelanggan, akan tercipta hubungan yang baik.<sup>5</sup>

Media sosial mengacu pada penggunaan teknologi berbasis web dan seluler untuk mengubah komunikasi menjadialog interaktif. Media sosial mengambil

---

<sup>5</sup> Cindie Sya'bania Feroza and Desy Misnawati, "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Pkun @yhoophii\_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan," *Jurnal Inovasi* 14, no. 1 (2020): 32–41



berbagai bentuk media termasuk majalah, forum internet, blog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Dengan dunia di tengah-tengah revolusi media sosial, lebih dari jelas bahwa media sosial seperti facebook, twitter, instagram dan lain-lain, digunakan secara luas untuk tujuan komunikasi. Bentuk komunikasi ini dapat dengan seseorang atau sekelompok orang. Saat ini sebagian besar orang khususnya anak-anak itu terhubung ke media sosial yang berbeda untuk tetap berhubungan dengan teman sebaya mereka. Media sosial digunakan untuk interaksi sosial sebagai superset di luar komunikasi sosial.<sup>6</sup>

Pemasaran melalui media sosial (social media marketing) adalah bentuk pemasaran langsung tidak langsung untuk membangun kesadaran, dan tindakan untuk sesuatu merek, bisnis, orang, dan lain-lain dan dilakukan dengan menggunakan alat-alat dari web sosial, seperti blogging, mikroblogging, jejaring sosial, bookmark sosial, dan konten. Keberadaan median sosial merupakan sebuah media pemasaran yang menjadi daya tarik bagi para pelaku UMKM untuk menjadikannya sebagai media promosi yang handal melalui website/blog yang menampilkan profil usaha, selain sebagai alat

---

<sup>6</sup> Sari, Dian Nurvita, and Abdul Basit. "Media sosial Instagram sebagai media informasi edukasi." *Persepsi: Communication Journal* 3.1 (2020): 23-36.

promosi interaktif, pelayanan dan membangun komunikasi dengan konsumen serta menjadikannya alat menjual dan membeli secara online.<sup>7</sup>

Internet memiliki jangkauan yang luas, akses mudah dan biaya murah. Kehadiran internet sebagai sarana atau media informasi berbasis online ternyata memberikan manfaat yang sangat besar bagi setiap aspek kehidupan yang ada. Baik dalam bidang pendidikan, sarana komunikasih tanpa batas, maupun dalam hal pengembangan usaha, pemanfaatan media online memang menjadi pilihan tepat bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis yang dijalankan.<sup>8</sup>

Dampak positif dan negatif media sosial Dalam setiap penggunaan media sosial terdapat dampak positif dan negatifnya. Dampak positif negatif dilihat dari bagaimana seseorang itu menggunakannya. Bagi setiap orang terutama pelajar media sosial sangat sekali digemari oleh mereka. Terkadang waktu mereka dihabiskan hanya untuk bermain media sosial. Mereka sampai lupa bahwa selain bermain media sosial mereka juga mempunyai

---

<sup>7</sup> Kurniawati Dewi, “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa”, Jurnal Simbolika, Vol.a1, nomor 2, September 2015

<sup>8</sup> Khabib Alin Akhmad “ *Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM*” Duta.com ISSN: 2086-9436,Vol 9, No1,September 2015.

tanggung jawab diluar media sosial itu.<sup>9</sup>

## 2. Jenis Media Sosial

### a. Instagram

*Instagram* adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.<sup>10</sup>

Berikut Kelebihan dan kekurangan Instagram.

#### Kelebihan Instagram

- 1) Mudah Digunakan Kemudahan yang ditawarkan Instagram menjadikannya media yang cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Memposting foto atau video, memfollow, mengomentari, memberi like, hingga

---

<sup>9</sup> Sulidar Fitri, Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak, Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya, Jurnal kajian Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran, (2017), h.120

<sup>10</sup> Dewi Untari and Dewi Endah Fajariana, "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik)," *Widya Cipta* 2, no. 2 (2018): 271–278.



searching sesuai hashtagpun bias dilakukan dengan sangat praktis.

- 2) Media utama berupa foto Menjadi media sosial yang unggul padahal posting melalui foto, membentuk media ini menyampaikan tampilan serta kualitas foto yang baik. Visual yang menjadi daya tarik utama Instagram untuk digunakan
- 3) Media sosial juga mempermudah pengguna dalam berbagi pengetahuan dan informasi. Orang yang menerima pesan A bisa dengan mudah membagikannya ke orang lain

#### Kelemahan Instagram

- a) Spamming Kemudahan yang diberikan Instagram dalam hal berinteraksi, membentuk sosial media ini sangat rawan spamming. Umumnya spamming banyak terlihat pada bagian komentar. Namun bisa disiasati menggunakan/memberlakukan private di akun kita agar tidak sembarang orang bisa berkomentar di postingan
- b) Tidak adanya penyaring konten Dengan kemudahan yang diberikan Instagram membuat siapa saja bisa memiliki akun Instagram. Hal tersebut tentunya menjadikan Instragam sangat mudah dimasuki orang-

orang yang ingin menyebarkan konten-konten yang buruk.<sup>11</sup>

b. *Facebook*

Facebook adalah *website* jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain.<sup>12</sup> *Life Facebook* adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berkomunikasi dengan orang lain.

c. *Whatsapp*

WhatsApp adalah aplikasi pesan instan untuk *smartphone*, jika dilihat dari fungsinya WhatsApp hampir sama dengan aplikasi SMS (*short messages*) yang biasa dipergunakan pada ponsel. Namun, *WhatsApp* tidak menggunakan pulsa, melainkan data internet.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Nainggolan, Vitri, Sintje A. Rondonuwu, and Grace J. Waleleng. "Peranan media sosial Instagram dalam interaksi sosial antar mahasiswa fakultas ilmu sosial dan politik UNSRAT Manado." *ACTA Diurna Komunikasi* 7.4 (2018).

<sup>12</sup> Mujahidah, "Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi," *Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan* XV, no. 1 (2013): 101–114.

<sup>13</sup> j paul Petter, "Sample – A Preface to Marketing Management 15th 15E.Pdf," 2019.

d. *Tiktok*

*Tik tok* merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat vidio pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya.<sup>14</sup>

Aplikasi tik tok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik tiangkok yang diluncurkan pada september 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi tik tok adalah salah satu aplikasi yang membuat pengguna nya terhibur. Aplikasi ini bisa dikatakan adalah aplikasi penghibur.<sup>15</sup>

e. *Twitter*

*Twitter* atau *Microblogging* adalah bentuk blogging yang membatasi ukuran setiap post-nya. Misalkan, *Twitter updates* hanya berisi 140 karakter. Pembatasan ini melahirkan fitur-fitur, protokol-protokol, dan perilaku unik di media ini. Dengan banyaknya selebriti dunia sekelas Justin Beibber, Lady

---

<sup>14</sup> <https://www.mastekno.com/id/apa-itu-tik-tok/>, diakses (minggu, 10 maret 2019), pukul 19.24 WIB

<sup>15</sup> Wisnu Nugroho Aji, *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*, ISBN: 978-602-6779-21-2

Gaga,sampai Presiden Amerika Barrack Obama menggunakan Twitter sebagai sarana komunikasi kepada masyarakat luas, semakin mengukuhkan Twitter sebagai situs media sosial paling berpengaruh saat ini.<sup>16</sup>

### C. PEMASARAN

Pemasaran (marketing) adalah mengidentifikasikan dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial salah satunya definisi yang baik dan singkay dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan. menawarkan difinis formal pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan kepentingan. Mengangani proses pertukaran ini membutuhkan banyak kerja dan keterampilan. Manajemen pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berpikir tentang cara-cara untuk mencapai respon yang diinginkan pihak lain..<sup>17</sup>

Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan sesuatu yang sesuai dengan

---

<sup>16</sup> Premi Wahyu Widyaningrum, "Peran Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang" 2, no. 2 (2016): 230–257.

<sup>17</sup> Nur Fadilah, "Pengertian, Konsep, Dan Strategi Pemasaran Syari'ah," *Salimiya* 1, no. 2 (2020): 208.

keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.<sup>18</sup>

#### **D. Daging Ayam**

Daging ayam merupakan salah satu sumber protein hewani yang banyak digemari masyarakat Indonesia, karena harganya yang relative murah dibandingkan dengan sapi, selain itu juga mudah didapat. Daging ayam adalah salah satu sumber protein hewani yang banyak dipilih untuk dikonsumsi. Selain rasa, keistimewaan daging ayam adalah kadar lemaknya rendah dan asam lemak tidak jenuh. Asam lemak yang ditakuti oleh masyarakat adalah asam lemak jenuh yang dapat menyebabkan penyakit darah tinggi dan penyakit jantung.

Nilai gizi daging ayam terdiri dari protein, lemak, vitamin, mineral dan kadar air. Daging ayam mempunyai komposisi protein yang baik karena mengandung semua asam amino esensial serta mudah dicerna dan diserap oleh tubuh. Ayam menyimpan cadangan energy sebagai lemak dan sebagian besar disimpan dalam jaringan tubuh. Kandungan lemak daging ayam sangat tergantung pada

---

<sup>18</sup> Philip Kotler, Kevin lane Keller, "Manajemen Pemasaran Benyamin Molan", (Jakarta:Macanan jaya ce merlang, Indonesia (2009),hal. 6. Rahayu TanamaPutri,Manajemen Pemasaran hal.1.



umur, jenis kelamin dan spesies. Karbohidrat dalam daging broiler terdapat bentuk glikogen dan asam laktat.. kadar glikogen kurang dari 1% sedangkan asam laktat merupakan hasil utam dari proses glikogen.<sup>19</sup>

#### **E. Sempol Ayam**

Sempol Ayam merupakan makanan yang termasuk dalam kategori jajanan. makanan cemilan yang sejenis dengan nugget, bakso, dan empek-empek. Sempol adalah inovasi makanan yang diadopsi dari jajanan bakso karena menggunakan bahan baku yang sama yaitu daging, tepung terigu, tapioka, telur, bawang. Hampir sama seperti pembuatan bakso hanya saja bentuk dan cara penyajiannya yang berbeda karena sempol ayam berbentuk oval yang ditusuk dengan tusukan sate dan memiliki varian isi telur puyuh, sosis didalamnya. penyajiannya dicelupkan kedalam kocokan telur dan diberi sedikit kaldu bubuk. Kegemaran para masyarakat mengonsumsi makanan ringan membuka peluang usaha bagi banyak produsen, tinggi kegemaran jajan para konsumen, Jajanan sempol ayam yang menggunakan daging ayam dan telur sebagai salah satu bahanya. Daging dan telur salah satu sumber protein yang dibutuhkan oleh manusia. Akan tetapi kandungan gizi dalam jajanan sempol sangat rendah.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Kusuma, Amran Dedi. *Efisiensi Usaha Perternak Ayam Broiler Di Tanete Kecamatan Bulukupai Diss.* IAI Muhammadiyah SINJAI, 2020.

<sup>20</sup> Mega, sejarah sempol ayam malang yang menjadi primadona. 21 agustus 2017