BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sumber daya yang handal sangat diperlukan oleh setiap lembaga, baik lembaga pemerintah maupun swasta. Sumber daya yang handal dapat memiliki kinerja yang baik sehingga memiliki pengaruh positif terhadap kinerja lembaga. Lembaga-lembaga yang unggul dalam sumber dayanya akan memenangkan persaingan. Sebaliknya lembaga-lembaga yang tidak memiliki keunggulan bersaing dalam sumber daya akan kalah dalam persaingan dan tidak akan banyak mencapai kemajuan. Lembaga-lembaga yang memiliki keunggulan bersaing adalah yang mampu memberdayakan sumber daya ekonominya (*economic empowering*) dan memberdayakan sumber daya manusianya (*resources empowering*) secara nyata.

Perekonomian di Indonesia digerakkan oleh pelaku usaha besar, menengah, kecil dan mikro. Ketika Indonesia diterpa krisis moneter berkepanjangan yang berlangsung hamper dua tahun lamanya sejak awal Juli 1997, kondisi perekonomian Indonesia menjadi tidak menentu. Dampak yang diakibatkan oleh adanya krisis moneter tersebut sangat berpengaruh terhadap berbagai aspek hidup dan kehidupan bangsa,[2] baik terhadap pelaku usaha,

[2] Juanita, *Jurnal Pengaruh Krisis Ekonomi Terhadap Pelayanan Kesehatan*, (Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara, 2003), hal. 1

lembaga keuangan, juga terhadap masyarakat, khususnya masyarakat ekonomi menengah ke bawah. Pada saat krisis moneter melanda, banyak dari perusahaan-perusahaan besar yang gulung tikar dan sebagian lainnya yang terpaksa mengurangi kuantitas produksinya yang pada akhirnya berdampak pada pengurangan jumlah tenaga kerja yang dimiliki perusahaan tersebut. Sebagian karyawan terpaksa harus di PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Hal ini menyebabkan semakin bertambahnya jumlah pengangguran.[3]

Untuk mengantisipasi masalah pengangguran dan kemiskinan, khususnya pasca krisis, sebagian masyarakat yang memiliki kemauan dan kemampuan produktif berusaha melakukan upaya-upaya mandiri untuk membuat suatu usaha yang dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan mereka baik dalam skala mikro, kecil, maupun menengah. Kegiatan usaha mereka ini sering disebut sebagai usaha mikro, kecil dan menengah atau sering disebut sebagai UMKM. Dengan segala keterbatasan yang dimilikinya, pelaku usaha ini tetap mampu bertahan di tengah gejolak krisis moneter.[4]

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) juga memegang peranan penting dalam memajukan perekonomian. Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, (2) penyedia lapangan kerja yang terbesar, (3) pemain penting dalam

---

[3] Nur Wanita, *Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Pasar Manonda Palu*, ISTIQRA, Jurnal Penelitian Ilmiah, Vol. 3 No. 2 Desember 2015, hal. 251

[4] Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Cet. II (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 39

pengembangan kegiatan ekonomi local dan pemberdayaan masyarkat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.[5]

Melihat besarnya jumlah pelaku ekonomi dan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja maka UMKM layak mendapat perhatian. Berkembangnya UMKM akan memperkuat struktur ekonomi domestik karena terserapnya angkatan kerja, meningkatkan daya beli masyarakat, memperbesar tingkat permintaan dan meningkatkan pertumbuhan investasi. Meski memiliki peran yang strategis mengembangkan UMKM bukan hal yang mudah. UMKM memiliki permasalahan yang cukup kompleks, dimana permasalahan yang sering dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sekaligus menjadi kelemahannya adalah dalam hal keterbatasan modal usaha, pengelolaan manajemen SDM yang belum memadai, keterbatasan penguasaan teknologi produksi, keterbatasan bahan baku, dan keterbatasan perluasan pemasaran (kesulitan pemasaran).[6]

Dalam melakukan sebuah usaha kita memang diperbolehkan untuk mengambil keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun, islam mengatur cara memperoleh harta keuntungan yang kita dapatkan. Karena semua pekerjaan atau tingkah laku yang kita lakukan akan dipertanggungjawabkan di akhirat kelak.

---

[5] Irma Setyawati, *Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perekonomian Nasional*, Jurna Ekonomi, hal. 26

[6] Sulistia Teguh, *Perlindungan Hukum dan Pemberdayaan Pengusaha Kecil dalam Ekonomi Pasar Bebas*, Hukum Bisnis Volume 27 Nomor 1 Tahun 2008. Bandingkan dengan Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan dan Manajeemen Usaha Kecil*, Cet. II (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 40-42

Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat at-Taubah ayat 105 sebagai berikut:[7]

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya:

> *"Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta -orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan".* (Q.S. at-Taubah [9]: 105).

Penduduk Kabupaten Tulungagung menurut hasil sensus penduduk akhir tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 0,45% dibanding akhir tahun 2016, yaitu dari 1.026.101 jiwa menjadi 1.037.790 jiwa di tahun 2017, yang terbagi atas laki-laki 500.516 jiwa dan perempuan 528.274 jiwa dengan tingkat kepadatan penduduk rata-rata 972 jiwa /km^2. Memang belum terjadi pemerataan penduduk di Kabupaten Tulungagung. Hal ini dapat dilihat dari adanya kesenjangan tingkat kepadatan penduduk antar kecamatan. Di satu sisi ada yang tingkat kepadatannya di atas 4.000 jiwa /km^2 namun di sisi lain ada yang kurang dari 500 jiwa /km^2.[8]

Kepadatan penduduk yang semakin meningkat tersebut akan semakin menambah permasalahan perekonomian di Kabupaten Tulungagung karena masyarakat di Kabupaten Tulungagung sendiri masih banyak yang bekerja sebagai buruh, karyawan, pegawai, pekerja bebas, bekerja tidak dibayar

---

[7] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya,* Q.S. at-Taubah ayat 105

[8] Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, *Kabupaten Tulungagung Dalam Angka 2018,* (Tulungagung : BPS Kabupaten Tulungagung – CV. Azka Putra Pratama, 2018), hlm. 75

bahkan banyak yang masih pengangguran. Mereka yang pengangguran hanya berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*) namun tidak berusaha untuk menjadi pencipta pekerja (*job creator*). Mereka lebih memilih untuk menunggu lowongan daripada menciptakan lowongan sendiri. Sehingga banyak masyarakat di Kabupaten Tulungagung yang tidak berminat untuk mendirikan usaha sendiri sehingga hal itu akan menyebabkan semakin tingginya angka pengangguran dan kemiskinan di Kabupaten Tulungagung.

Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu daerah pegunungan yang terletak di bagian selatan Provinsi Jawa Timur. Daerah ini mempunyai banyak sekali UKM yang tersebar di berbagai wilayah kecamatan dan desa dengan aneka macam produk komoditas yang bermacam-macam. Di kawasan pertanian seperti produksi padi, kedelai dan jagung. Pada kawasan perkebunan memiliki komoditas keunggulan seperti kelapa, karet, tembakau dan tebu dan masih banyak lagi dari sektor peternakan, perikanan, pertambangan dan pariwisata. Pada sektor industri, banyak sekali usaha-usaha yang menjamur di Kabupaten Tulungagung. Dari usaha yang masih berbentuk usaha rumahan hingga sudah yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT).[9]

Kecamatan Karangrejo adalah salah satu Kecamatan di Tulungagung yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Kediri di sebelah Barat Laut. Kecamatan Karangrejo terdiri dari 13 desa dengan total luas wilayah 35,54

[9] Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Tulungagung, *Potensi Pengembangan Wilayah*, hal. 8-10

km^2.[10] Kecamatan Karangrejo dihuni oleh masyarakat yang memiliki usaha cukup banyak dan kreatif, diantara usaha yang cukup besar disana adalah usaha bengkel las dan meubel.

Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memang tidak bisa diragukan lagi. Namun, disisi lain UMKM juga menghadapi permasalahan seperti keterbatasan modal, kualitas sumber daya manusia yang masih rendah dan strategi pemasaran yang kurang tepat. Tingginya persaingan membuat para pelaku usaha harus mampu menghadapi tantangan dengan memperbaiki faktor-faktor yang menjadi pengaruh besar bagi UMKM yaitu dengan meningkatkan permodalan, pengembangan kualitas SDM, serta melakukan promosi yang tepat dan perluasan area pemasaran. Hal ini dilakukan untuk mengembangkan UMKM.

Modal merupakan aspek penting dalam melakukan usaha. Jika kita ibaratkan memulai usaha dengan membangun sebuah rumah, maka adanya modal menjadi bagian pondasi dari rumah yang akan dibangun. Semakin kuat pondasi yang dibuat, maka semakin kokoh pula rumah yang dibangun. Begitu juga pengaruh modal terhadap sebuah bisnis, keberadaannya menjadi pondasi awal bisnis yang akan dibangun. Keterbatasan modal usaha merupakan masalah yang paling dominan ditemukan pada usaha mikro kecil menengah (UMKM).

Pada umumnya pelaku UMKM menggunakan modal pribadi yang tidak terlalu besar jumlahnya. Modal yang terbatas membuat bahan baku

[10] Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung……, hal. 10

untuk produksi sedikit. Hal tersebut menyebabkan sedikitnya produk yang dapat dijual dan rendahnya keuntungan. Keuntungan usaha ini berpengaruh pada penyerapan tenaga kerja. Pelaku UMKM juga dihadapkan pada masalah sulitnya akses pada lembaga yang dapat memberikan pinjaman dana untuk tambahan modal usaha.[11]

Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu, diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran financial atas usaha yang digalakkan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. Modal sangat penting dalam mendirikan sebuah usaha. Besar kecilnya modal yang dibutuhkan tergantung dari besar kecilnya usaha yang akan didirikan.

Kualitas sumber daya manusia merupakan suatu hal yang penting dalam perkembangan usaha secara keseluruhan. Peningkatan manfaat ekonomi yang dirasakan anggota berawal dari meningkatnya pemahaman pengusaha terhadap manfaat usaha yang mereka jalankan bagi mereka. Kualitas sumber daya manusia yang baik dalam organisasi dapat menjadi suatu faktor yang berpengaruh dalam mengembangkan kegiatan suatu usaha. Mengembangkan kegiatan usaha berarti melakukan upaya-upaya yang bertujuan untuk memberikan perubahan yang lebih baik terhadap usaha yang dijalankan selama ini.

---

[11] Azkiyyatus Syariifah, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM),* Laporan Studi Pustaka, Institut Pertanian Bogor, 2015, hal. 7

Kualitas sumber daya manusia adalah sumber daya yang memiliki kompetensi baik dari aspek fisik maupun aspek intelektual. Mereka yang kompeten tentunya dapat mengelola usahanya dengan baik. Dengan itu usaha yang dijalankan akan lebih berkembang. Kinerja suatu organisasi sangat ditentukan oleh sumber daya manusia yang berada di dalamnya. Apabila sumber daya manusianya memiliki motivasi tinggi, kreatif dan mampu mengembangkan inovasi, kinerjanya akan menjadi semakin baik. Oleh karenanya diperlukan adanya upaya untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia.

Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh.[12] Dalam pengembangan strategi pemasaran, dikembangan dengan menerapkan bauran pemasaran atau yang dikenal dengan *marketing mix* atau strategi 4P : *Product, Price. Place,* dan *Promotion.* Marketing mix adalah kombinasi dari kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memasarkan barang dan jasa tertentu selama periode waktu tertentu dan pasar yang tertentu.[13]

Perkembangan sebuah usaha tidak hanya melulu tentang bagaimana memproduksi barang sebanyak mungkin kemudian menjualnya kepada

---

[12] Dimas Hendika Wibowo dan Zainul Arifin dan Sunarti, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 29 No. 1 Desember 2015, hal. 59

[13] Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran,* (Denpasar: Universitas Udayana, 2017), hal. 72

konsumen. Karena semakin banyaknya bisnis usaha yang berkembang, khususnya bisnis home industri, tidak semuanya mampu bertahan lama. Sebagian besar bisnis tersebut jatuh atau bangkrut karena beberapa faktor, antara lain faktor manajemen yang masih sederhana, kekurangan modal usaha dan hilangnya konsumen untuk mencari alternatif produsen lain.Dalam bidang pemasaran, kondisi paling sulit adalah mempertahankan konsumen untuk selalu menggunakan produk dari penjual, atau sering disebut dengan loyalitas pelanggan.[14]

Semua keberhasilan yang telah dicapai oleh pengusaha memiliki titik kelemahan yang harus segera diselesaikan untuk dicarikan solusi yang terbaik. Kelemahan yang dihadapi oleh para pengusaha UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator yang mana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan antara lain; kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran. Disamping hal-hal terdapat juga persaingan yang kurang sehat dan desakan ekonomi sehingga mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi sempit dan terbatas.[15]

UMKM sebagai bagian dari perekonomian juga harus lebih meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi. Keunggulan bersaing berbasis inovasi dan kreativitas harus lebih diutamakan karena mempunyai

---

[14] Dewi Diniaty dan Agusrinal, *Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan*, Jurnal Sains, Teknologi dan Industri, Vol. 11, No. 2, Juni 2014, hal. 176

[15] Yuli Rahmini Suci, *Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol. 6 No. 1 Januari 2017, hal. 52

daya tahan dan jangka waktu lebih panjang. Permasalahan UMKM terkait dengan produktivitas antara lain kurangnya perlindungan terhadap hak cipta atas inovasi dan kreativitas. Hal ini mengakibatkan sering terjadinya penjiplakan pada suatu produk sehingga merugikan UMKM pencipta produk.[16]

Dari pemaparan berbagai teori yang sudah dijelaskan, bisa dijelaskan memang usaha-usaha yang sedang berkembang belum bisa maksimal dilihat dari segi pendapatan yang diperoleh, cara pengelolaan usaha serta daerah pemasaran yang relatif masih sempit. Oleh karenanya diperlukan modal, kualitas sumber daya manusia dan strategi pemasaran yang mumpuni agar usaha yang ada di Kecamatan Karangrejo berkembang lebih baik. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Karangrejo dengan judul **"Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia dan Bauran Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung."**

B. Identifikasi Masalah

1. Masih kesulitannya para pelaku usaha untuk mendapatkan modal. Biasanya modal diperoleh dari peminjaman dari pihak bank, tetapi bunga yang cukup besar malah hanya menambah masalah pada

[16] *Ibid.*, hal. 53

pengusaha dan menghambat perkembangan usaha yang dijalankan. Ini berarti modal sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu usaha.

2. Kualitas dari sumber daya manusia yang kurang memadai biasanya menjadi penghambat berkembangnya suatu usaha. Ini dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang usaha, pelatihan dan pemberdayaan terhadap para pelaku usaha tersebut.
3. Bentuk strategi yang digunakan oleh para pelaku usaha akan sangat menentukan penjualan dari produk mereka. Khususnya dalam melakukan kombinasi dari kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan harus selektif. Seperti penentuan produk, harga, tempat penjualan dan promosi. Karena hal itu akan sangat berpengaruh terhadap penjualan yang dilakukan.
4. Faktor modal usaha, kualitas sumber daya manusia dan bauran pemasaran sangat berpengaruh terhadap pengembangan UMKM.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, dapat penulis paparkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap pengembangan UMKM di Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung?
2. Apakah kualitas sumber daya manusia berpengaruh terhadap pengembangan UMKM di Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung?

3. Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap pengembangan UMKM di Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung?
4. Apakah modal usaha, kualitas sumber daya manusia dan bauran pemasaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengembangan UMKM di Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh modal usaha terhadap pengembangan UMKM di Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap pengembangan UMKM di Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh bauran pemasaran terhadap pengembangan UMKM di Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung.
4. Untuk menguji secara bersama-sama pengaruh modal usaha, kualitas sumber daya manusia dan bauran pemasaran terhadap pengembangan UMKM di Kecamatan Karngarejo Kabupaten Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
   a. Sebagai bahan untuk memperluas wawasan ilmu pengetahuan tentang berbagai macam hal yang mempengaruhi pengembangan UMKM. Khususnya dalam pengembangan UMKM di Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung.
   b. Memberikan gambaran sejauh mana modal usaha, kualitas sumber daya manusia dan strategi pemasaran mempengaruhi pengembangan UMKM di Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung.
2. Kegunaan Praktis
   a. Bagi Penulis

      Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan dalam hal pengembangan UMKM dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya. Penelitian ini juga member manfaat berupa praktik langsung dari segala teori yang ada pada UMKM.
   b. Bagi Akademik

      Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa yang berkaitan dengan modal usaha, kualitas sumder daya manusia dan strategi pemasaran terhadap pengembangan UMKM.

c. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat memberikan kontribusi dan pemahaman bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mengenai konsep modal usaha, kualitas sumber daya manusia dan strategi pemasaran yang dibutuhkan gunan mengembangkan suatu usaha.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini hanya berfokus pada variabel *independen* dan variabel *dependen* yang ada. Variabel *independennya,* yaitu modal usaha (X_1), kualitas sumber daya manusia (X_2) dan strategi pemasaran (X_3) serta variabel *dependennya,* yaitu pengembangan UMKM.

Keterbatasan penelitian hanya berfokus pada judul, yaitu "Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumder Daya Manusia dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung."

G. Penegasan Istilah

1. Modal adalah segala sumber daya hasil produksi yang tahan lama, yang dapat digunakan sebagai *input* produktif dalam proses produksi selanjutnya. Barang modal dipergunakan secara luas dalam proses produksi modern, karena dapat meningkatkan produktivitas faktor produksi lain. Seorang pekerja yang dilengkapi dengan computer seri

terbaru akan memproduksi lebih banyak *output* dalam satu rentang waktu tertentu disbanding pekerja lain. Semakin tinggi tingkat teknologi barang modal, semakin banyak hasil produksi yang didapatkan.[17]

2. Kualitas sumber daya manusia adalah sebagai kunci keunggulan kompetitif bagi organisasi. Membentuk kompetensi-kompetensi dan komitmen pegawai baik secara individu atau kelompok guna memenuhi kebutuhan organisasi dan mengintegrasikan kompetensi-kompetensi tersebut dalam sistem manajemen yang dijalankan organisasi. Kualitas dan karakteristik yang diperlukan oleh organisasi pada hakikatnya tidak terlepas dari tantangan-tantangan bersaing yang akan dihadapi oleh organisasi sekarang maupun di masa yang akan datang.[18]
3. Pemasaran merupakan kreasi dan realisasi dalam usaha untuk meningkatkan dan meratakan kemakmuran atau standar hidup. Untuk melakukan hal ini maka diperhatikan suatu kegiatan yang meliputi keinginan konsumen, kemudian memproduksi barang atau jasa yang diinginkan konsumen dan selanjutnya mempromosikan serta mendistribusikan barang atau jasa itu kepada konsumen. Adapun kebijakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan

[17] Alam S, *Ekonomi untuk SMA dan MA Kelas X,* hal. 168

[18] Caecilia Henny Setya Wati dan Marthen Adrian Izaak Nahumury, *Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Nilai Informasi Laporan Keungan Pemerintah Daerah Pada Kabupaten Merauke,* hal. 518

dianatara lain: strategi produk, strategi harga, startegi penyaluran distribusi, dan strategi promosi.[19]

4. Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industri adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatifuntuk menentukan strategi yang harus dilakukan. Analisis pasar internal merupakan suatu proses untuk menilai faktor-faktor keunggulan strategis perusahaan / organisasi untuk menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahannya, sehingga penyusunan strategi dapat dimanfaaatkan secara efektif, kesempatan pasar dan menghadapi hambatannya, mengembangkan profil sumber daya dan keunggulan, membandingkan profil tersebut dengan kunci sukses, dan mengidentifikasikan kekuatan utama dimana industri dapat membangun strategi untuk mengeksploitasi peluang dan meminimalkan kelemahan dan mencegah kegagalan.[20]

H. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini disusun menjadi tiga bagian yaitu : bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

---

[19] Nora Anisa Br Sinulingga, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Citra Mandiri Lestari Medan,* Jurnal Mantik Penusa, Volume 17 No. 1 Juni 2015, hal. 60

[20] Alimatun Nadhiroh, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Agrowisata di Wisata Tengah Sawah Desa Gubug Kabupaten Grobogan,* (Kudus: STAIN Kudus, 2015), hal. 15

1. Bagian Awal

Terdiri dari Halaman Sampul Depan, Halaman Judul, Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Motto, Halaman Persembahan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, dan Abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian ini terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I Pendahuluan Diuraikan menjadi beberapa sub bab yang meliputi: latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori yang membahas semiua variabel yang didasarkan pada teori dan kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian yang mencakup beberapa sub bab yaitu jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variable dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, serta analisis data.

BAB IV Hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis). Dalam bab ini sijelaskan mengenai hasil

penelitian yang selanjutnya pada bab kelima akan dibahas mengenai pembahasan dari hasil penelitian tersebut.

BAB V Pembahasan data penelitian dan hasil analisis data. Di bab ini akan diuraikan secara lengkap mengenai hasil penelitian dan akan disimpulkan bab keenam.

BAB VI Penutup. Kesimpulan dan saran atau rekomendasi.

3. Bagian Akhir

Terdiri dari Daftar Pustaka, Lampiran-lampiran, Surat Pernyataan Keaslian Skripsi dan Daftar Riwayat Hidup.