

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pengembangan pembangunan ekonomi nasional merupakan salah satu hasil yang harus dicapai dalam suatu negara. Hal tersebut membuka peluang besar untuk para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Pada beberapa dekade terakhir, peluang bisnis dalam mendirikan usaha sangatlah berperan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan penopang perekonomian masyarakat. Pada saat krisis moneter pada tahun 1997-1998 hampir 80 persen usaha-usaha yang dikategoerikan sudah besar mengalami kerugian bahkan kebangkrutan dan saat itu yang dapat bertahan yaitu Usaha-usaha mikro kecil dan menengah dengan segala keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki.

Perkembangan zaman yang semakin cepat dan pesat menjadikan kebutuhan hidup yang semakin meningkat. Hal ini mendorong masyarakat untuk lebih berfikir untuk meningkatkan taraf hidup agar dapat bertahan dimasa-masa sulit, tidak lain dengan berwirausaha. Wirausaha adalah suatu proses dimana menerapkan kreatifitas dan inovasi dalam menemukan persoalan dan membuka peluang untuk memperbaiki kehidupan. Memperbaiki kehidupan tidaklah menjadi kesulitan bagi sebagian orang, bisa saja memulainya dengan usaha rumahan (*home industry*).¹

¹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006), hlm. 17

Home industry merupakan usaha rumahan dengan penjualan produk barang atau juga perusahaan kecil. Karena dipusatkan pengolahannya dengan segala kegiatan dipusatkan di rumah dan termasuk usaha kecil menengah. Usaha kecil dan menengah (UKM) ini secara jelas dimuat dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1995, bahwa usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1 milyar.² Kriterianya jelas harus warga negara Indonesia, berdiri sendiri, berafiliasi langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau besar dan berbentuk badan usaha perorangan, baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum. *Home industry* dapat berarti industri rumah tangga, karena termasuk dalam kategori usaha kecil dan menengah yang dikelola keluarga.³ Saat ini di Indonesia dalam Usaha Kecil Menengah (UKM) dari masa ke masa mengalami peningkatan. Selain berperan sebagai pembangunan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UKM berperan dalam pendistribusian dari beberapa hasil pembangunan, dan sebagai penggerak pertumbuhan dari berbagai aktivitas ekonomi nasional. UKM di Indonesia menganut cakupan yang luas pada seluruh sektor perekonomian. UKM juga merupakan penyedia utama pembuka lapangan kerja dan memberikan kontribusi yang positif pada perekonomian. Tidak hanya UKM saja, tetapi

² Ferra Pujiyanti, *Perpajakan dan UKM*, (Jakarta:Lembar Pustaka Indonesia, 2015), hlm.67

³ Eka Erlianingsih, *Peran Home Industri bakpia maharani dalam meningkatkan ekonomi masyarakat di desa gembleb kecamatan pogalan kabupaten trenggalek dalam perspektif ekonomi islam*, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018, hlm. 6

mulai dari Usaha mikro hingga menengah telah memberikan pengaruhnya di Indonesia Ini.

Pernyataan oleh Sofjan Assauri menyebutkan dalam setiap perusahaan mempunyai tujuan yaitu tetap hidup dan berkembang, tujuan ini dapat dicapai melalui usaha-usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba pada perusahaan. Usaha ini pun dapat dilakukan apabila suatu perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan pada penjualannya, melalui ini dapat mencari dan menemukan pelanggan baru, bahkan dapat menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila dalam melakukan pemasaran strategi yang dipakai mampu dalam menggunakan kesempatan atau peluang pada pemasaran produk atau jasa, sehingga posisi atau kedudukan suatu perusahaan dalam pasar tetap bertahan dan meningkat.⁴

Sebuah perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan dalam persaingan pemasaran. Hal tersebut dapat mengenali bagaimana kondisi sebuah usaha, sehingga dapat meminimalisir ancaman. Oleh karena itu seorang pengusaha dalam menentukan strategi bersaing dan mengambil keputusan harus mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari perusahaannya. Banyak perusahaan ketika menggunakan analisis SWOT dapat mengarahkan analisis strategi dengan cara memfokuskan perhatian pada kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weaknessess*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang merupakan hal yang penting bagi perusahaan terhadap lingkungan usaha dan potensi dalam

⁴ Abdul Wafi, *Analisis Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD. Tiga Saudara*, Artikel Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja, 2019, hlm. 7

sumber daya perusahaan dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi dalam mewujudkan misi dan visinya.

Analisis SWOT adalah suatu cara dalam mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis yang berada dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*stenght*), dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalisir kelemahan (*weak-nesses*), dan ancaman (*threats*).⁵ Analisis SWOT memiliki dua faktor internal dan eksternal. Dimana faktor internal mencakup faktor kekuatan dan kelemahan yang berada dalam organisasi, bisnis, atau sebuah perusahaan/usaha. Sedangkan faktor eksternal mencakup peluang dan ancaman dalam faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh suatu perusahaan.

Melakukan suatu usaha hendaknya kita sebagai umat Muslim selalu mengutamakan keimanan dalam melakukan suatu hal. Keimanan adalah hal utama yang menjadi kekuatan untuk mengerjakan sesuatu yang kita inginkan. Modal keimanan mewujudkan kemampuan berpikir dan mempunyai kesempatan untuk melakukan hal yang positif. Kelemahan manusia yang belum mempunyai ilmu yang cukup, menjadikan suatu tantangan tersendiri dalam kehidupan antara lain berdasarkan pada pola kehidupan yang sudah dipenuhi dengan pola pikir yang materialistis dengan mendahulukan kehidupan duniawi. Maka hal ini sepadan dengan apa yang ada dalam Al-

⁵ Marimin, Tekik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk, (Jakarta: Grasindo, 2004), hlm. 58

Qur'an Surat Al-Hasyr ayat 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah SWT. Dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (Akhirat), dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (QS. Al-Hasyr:18)⁶

Ayat ini mengandung arti bahwa Allah senantiasa memberikan motivasi kepada manusia untuk selalu menanam kebaikan dengan amal shaleh. Dengan waktu yang telah diberikan pada saat ini, manusia seharusnya selalu berfikir untuk mengerjakan segala hal yang berorientasi pada hal baik. Memanfaatkan dan mengatur waktu dengan sebaik-baiknya adalah hal penting untuk mencapai kesuksesan. Hal ini sama dengan manusia harus bisa mengatur waktu dengan sebaik-baiknya dalam melakukan sebuah usaha salah satunya dengan menganalisis dalam strategi SWOT, misalnya seperti menguatkan apa saja yang menjadi kelemahan, mencari peluang apa saja agar tidak menjadi ancaman dimasa mendatang.

Dengan analisis SWOT perusahaan dapat menjalankan rencananya dengan baik. Perusahaan dapat memilih strategi apa yang cocok digunakan dalam menganalisis perusahaannya. Dalam faktor internal dan eksternal banyak metode yang dapat diaplikasikan, seperti menggunakan matrik SPACE, matrik BGC, matrik IE, dan matriks IFAS EFAS. Dalam penelitian ini menggunakan matriks IFAS dan EFAS.

⁶ Departemen Agama Republik Indonesia. 2011. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: Diponegoro

Matriks IFAS dan EFAS ini nantinya dapat dianalisis dengan hasil skor yang telah diolah sebelumnya. Pada perusahaan-perusahaan yang memiliki usaha dapat menerapkan dengan metode ini, bukan tidak mungkin jika usaha-usaha kecil menengah menerapkan metode ini, seperti UKM Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung.

Pia Hikmah ini merupakan usaha yang bergerak pada bidang industri camilan dan kue yang bertempat di Desa Mojosari Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung. Dimana produk yang dihasilkan Pia Hikmah ini berupa kue bakpia, baik kategori kue basah dan kering. Apabila Pia Hikmah memiliki berbagai kekuatan dalam usahanya, maka hal ini dapat menjadi peluang perusahaan untuk mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan pelanggan yang lama, dimana setiap harinya akan semakin besar. Jika pelanggan bertambah maka omzet penjualan setiap hari akan naik.

Tabel 1.1

DATA OMZET PENJUALAN 2017-2020

Tahun	Omzet Penjualan (Rp)	Rata-Rata Per Bulan (Rp)
2017	150.000.000	37.500.000
2018	720.000.000	60.000.000
2019	966.000.000	80.500.000
2020	804.000.000	67.000.000

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

Data yang ada dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa omzet penjualan produk pada Pia Hikmah mengalami kenaikan pada tahun 2017 hingga 2019. Pada tahun 2017 omzet penjualan mendapat omzet yang paling

sedikit diantara tahun-tahun yang lain, karena usaha ini dimulai pada empat bulan terakhir di tahun 2017. Pada tahun 2020 omzet penjualan juga mengalami penurunan yang disebabkan adanya dampak dari Covid-19 pada awal 2020. Dampak Covid-19 juga dirasakan oleh kurang lebih 37 ribu UMKM dengan ditandainya pengajuan laporan dampak dari Covid-19. Efeknya ditandai dengan 56 persen penurunan hasil penjualan dan kurang lebih 22 persen melaporkan permasalahan pembayaran dari aspek pembiayaan. 15 persen lainnya melaporkan kendala distribusi barang, dan 4 persen melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah.⁷ Maka dengan ini, tidak hanya pia Hikmah yang terdampak Covid-19, tetapi juga usaha kecil lainnya sehingga menurunkan hasil penjualan dari tahun sebelumnya sekitar 150 juta pada pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung.

Menurut Nissa Nurfitriya dan Retno Hidayati, omzet penjualan adalah seluruh jumlah penjualan yang ada pada barang ataupun jasa dalam beberapa kurun waktu tertentu, yang penghitungannya didasarkan pada jumlah uang yang didapat.⁸

Meningkatnya omzet penjualan produk merupakan strategi yang harus diambil. Pasalnya jika produk yang dijual sesuai dengan harapan konsumen, maka tidak heran pelanggan akan bertambah, dan anggapan terhadap produk yang dijual di Pia Hikmah ini akan semakin dikenal masyarakat luas.

⁷Moch. Sulchan, dkk, *Analisis Strategi dan Kebijakan Pemerintah Dalam Memberikan Stimulus Ekonomi Terhadap UMKM Terhadap Pandemi Covid-19*, Jurnal Akuntansi dan Ekonomi Akreditasi Nomor 21/E/KPT/2018, E ISSN 2541-0180, hlm. 85-91.

⁸ Nissa Nurfitriya dan Retno Hidayati, *Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan dan Waktu: Studi Pada Catering Sonokembang Semarang*, Jurnal Liquidity, Vol.1, 2011, hlm. 4

Pengenalan produk secara luas ini, tentunya memiliki kendala dari berbagai faktor, salah satunya yaitu semakin banyaknya pesaing dalam berbagai usaha, khususnya makanan dengan bidang pia sejenis. Keadaan ini tentunya akan mempengaruhi omzet penjualan pada Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung sendiri. Persaingan antar usahawan tentunya harus ekstra melakukan perbaikan mutu dan pelayanan agar dapat bersaing dengan usaha lainnya. Berikut pesaing dibidang usaha sejenis yang ada di Tulungagung:

Tabel 1.2

Data Pesaing dari Usaha Sejenis di Tulungagung

No	Nama Usaha	Alamat
1	Bakpia Mifta	Jl. Raya Kedungsoko, RT 01/ RW 02, Kedungsoko, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung
2	Bakpia Almair Dewi	Jl. Trunojoyo, RT 03/ RW 02, Trimulyo, Ngujang, Kec. Kedungwaru, Kab. Tulungagung
3	Bakpia Shoka	Jl. Raya Kedungsoko, RT 01/RW 03, Kedungsoko, Kabupaten Tulungagung
4	Pia Ayu Lestari	Jl. Raya Popoh, RT 01/ RW 02, Gamping, Kec. Campurdarat, Kab. Tulungagung
5	Rumah Pia Ar Royan	Jl. KH. Ahmad Dahlan RT 01/ RW 16, Ngunut, Kec. Ngunut, Kab. Tulungagung
6	Bakpia Vita Abadi	RT 01/ RW 02, Dsn. Juwaran, Ds. Picisan, Kec. Sendang, Kab. Tulungagung
7	Bakpia Eka	RT 01/RW 03, Kedungsoko, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung
8	Bakpia Queen	Jl. Arjuna No. 26b, Dsn. Sawahan. Kec. Kauman, Kab. Tulungagung
9	Bakpia Pulosari Puput Permatasari	RT 03/ RW 07, Karang Tengah, Pulosari, Kec. Ngunut, Kab. Tulungagung
10	Kue Pia 35	Jl. Raya Karangrejo No. 54, Dusun Mojogitik, Gedangan, Kec. Karangrejo, Kab. Tulungagung

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

Salah satu ciri khas pada hasil produksi dari Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung adalah dengan tekstur yang renyah dan ukuran yang besar dengan harga yang relatif murah, sehingga ketika konsumen akan mengonsumsi produk dari pia Hikmah ini, maka sekali makan akan terasa lebih kenyang dan puas daripada usaha pia sejenis yang ada di Tulungagung. Selain itu Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung sendiri memiliki berbagai varian harga, agar konsumen dapat memilih harga yang disesuaikan dengan *budget* saat membeli. Berikut daftar harga yang ada di Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung:

Tabel 1.3

Daftar Harga Pia Hikmah Tahun 2020-Sekarang

Kategori	Pia Kering	Pia Basah
Per Biji	Rp. 700	Rp. 800
Isi 6 per Box	Rp. 5.000	Rp. 6.000
Isi 8 per Box	Rp. 6.200	Rp. 7.000
Isi 10 per Box	Rp. 7.500	Rp. 8.500
Jumbo per Biji	Rp. 1.500	Rp. 2.000

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

Varian harga yang ada di pia Hikmah ini menentukan atau tidaknya pengaruh terhadap penjualan, jika harga semakin murah maka pembeli akan semakin banyak, selain itu harga merupakan suatu penentu bagi penjualan produk dan menentukan posisi persaingan penjualan di pasarnya. Peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi usaha dan menentukan kemampuan bersaing dalam mempengaruhi konsumen

Maka dari itu, peneliti memilih Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung sebagai objek penelitian, alasannya yaitu pertama,

usaha ini belum pernah di jadikan sebagai objek penelitian, padahal jika dilakukan penelitian dapat menjadi daftar baru dalam keilmuan khususnya pada variabel-variabel terkait dan sebagai tambahan wawasan serta pengetahuan baru. Kedua, jika melihat omzet penjualan dari tahun ke tahun merupakan penghasilan yang sangat luar biasa di pia Hikmah ini, jika dalam pengelolaan produksinya bagus, maka dapat menghasilkan dampak yang luar biasa. Baik dari sumber daya usahanya, karyawan dan masyarakat luas, serta untuk negara. Dampak positif ini salah satunya dapat menambah omzet penjualan semakin tinggi, memberikan lapangan kerja untuk seluruh masyarakat di sekitar dan meningkatkan derajat bagi perekonomian dan menyejahterakan masyarakat sekitar, dan dapat memberikan kontribusi bagi negara, serta mengurangi daftar kemiskinan dan pengangguran bagi negara.

Dari uraian konteks penelitian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang analisis SWOT dalam meningkatkan omzet penjualan pada UKM, sehingga peneliti mengambil judul mengenai **“ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH (Studi Kasus Pada Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung)”**.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Penelitian ini mencakup permasalahan yang menggunakan batasan-batasan masalah dan diperjelas mengenai ruang lingkup penelitian. Batasan masalah dilakukan agar penelitian terfokus dan tidak membahas di luar jalur

pembahasan. Pada penelitian ini dibatasi pada beberapa variabel yaitu, omzet penjualan, usaha kecil dan menengah, serta analisis SWOT.

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini mengangkat suatu permasalahan berdasarkan fakta yang telah terjadi dan memilih fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pendekatan analisis SWOT dalam meningkatkan omzet penjualan produk pada usaha kecil dan menengah di Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana strategi yang tepat dalam meningkatkan omzet penjualan usaha kecil menengah dengan menggunakan analisis SWOT pada Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pendekatan analisis SWOT dalam meningkatkan omzet penjualan produk pada usaha kecil dan menengah di Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi yang tepat dalam meningkatkan omzet penjualan usaha kecil menengah menggunakan analisis SWOT pada Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti mengharapkan dengan adanya pembahasan mengenai penelitian ini akan mengembangkan disiplin ilmu pengetahuan mengenai

perekonomian, terutama pada usaha kecil dan menengah dalam meningkatkan omzet penjualan produk dengan pendekatan analisis SWOT.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Praktisi

Peneliti mengharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadikan suatu masukan dan sumbangsih pemikiran bagi usaha kecil dan menengah (UKM), khususnya pada Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung.

b. Akademik

Sebagai bentuk sumbangsih kepada perbendaharaan kepustakaan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung untuk mengembangkan skripsi ke perpustakaan.

c. Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan rujukan dan penambahan ilmu mengenai fenomena yang berkaitan dengan hasil penelitian ini. Sehingga untuk peneliti selanjutnya dapat merujuk pada teori-teori yang telah diuji sebelumnya.

F. Penegasan Istilah

Suatu penelitian hendaknya memperhatikan judul yang diteliti, maka peneliti perlu mendefinisikan mengenai istilah dari judul yang di angkat guna menghindari ketidakseimbangan dalam memahami isi dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

a. Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah manajemen yang menekankan dan mengutamakan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan eksternal perusahaan. Mengamati kekuatan dan kelemahan pada lingkungan internal perusahaan.⁹

b. Omzet Penjualan

Menurut Nissa Nurfitriya dan Retno Hidayati, omzet penjualan adalah seluruh jumlah penjualan yang ada pada barang ataupun jasa dalam beberapa kurun waktu tertentu, yang penghitungannya didasarkan pada jumlah uang yang didapat.¹⁰

c. Usaha Kecil dan Menengah

Usaha Kecil dan Menengah atau sering disebut UKM adalah usaha kecil yang mengarah pada kekayaan yang dimiliki oleh pelaku usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usahanya.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian yang sangat penting bagi perekonomian suatu negara ataupun daerah. UKM ini sangat penting bagi perekonomian masyarakat. Selain itu UKM dapat membantu pemerintah dalam membuka lapangan kerja baru yang tentunya menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan dalam rumah

⁹ Supriyono, *Manajemen strategi dan kebijaksanaan bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 1993), hlm.10

¹⁰ Nissa Nurfitriya dan Retno Hidayati, *Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan dan Waktu: Studi Pada Catering Sonokembang Semarang*, Jurnal Liquidity, Vol.1, 2011, hlm. 4

tangga. Fleksibilitas dalam UKM ini sangat tinggi dibandingkan dengan usaha yang kapasitasnya lebih besar, maka dari itu UKM ini memerlukan perhatian yang khusus dengan dukungan informasi yang akurat, supaya terjadi relasi bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan berbagai elemen daya saing usaha seperti jaringan pasar yang ada.¹¹

d. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu cara dalam mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis yang berada dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*stenght*), dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalisir kelemahan (*weak-nesses*), dan ancaman (*threats*).¹²

2. Penegasan Operasional

Berdasarkan paparan pada penegasan konseptual di atas, dapat dipahami maksud dari judul penelitian yang dikaji yaitu bahwa peneliti ingin melakukan penelitian dengan pendekatan analisis SWOT, dimaksudkan agar mudah dalam menjalankan visi misi pada usaha kecil dan menengah, dan juga memahami bagaimana analisis SWOT dalam meningkatkan omzet penjualan produk pada usaha kecil dan menengah (UKM) pada Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung.

¹¹ Ferra Pujiyanti, *Perpajakan dan UKM*,..., hlm.67

¹² Marimin, *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*, (Jakarta: Grasindo, 2004), hlm. 58

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam sistematika penulisan yang terdapat pada skripsi, maka penulisannya dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

Bagian awal terdiri dari:

(a)Halaman sampul depan, (b)Halaman judul, (c)Halaman persetujuan, (d)Halaman pengesahan, (e)Motto persembahan, (f)Kata pengantar, (g)Daftar isi, (h)Daftar tabel. (i)Daftar lampiran, (j)Abstrak

Sedangkan untuk bagian ini terdiri dari:

Bab I : Pendahuluan yang terbagi menjadi: (a) latar belakang masalah/konteks penelitian, (b) identifikasi dan batasan masalah, (c) fokus penelitian, (d) tujuan penelitian, (e) manfaat penelitian, (f) penegasan istilah, (g) sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Kajian Pustaka yang terbagi menjadi: (a) Kajian fokus pertama, (b) Kajian fokus kedua dan seterusnya, (c) hasil penelitian terdahulu, (d) Kerangka berfikir teoritis.

Bab III : Metode Penelitian yang terbagi menjadi: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, (h) tahap-tahap penelitian.

Bab IV : Hasil penelitian yang terbagi menjadi: (a) paparan data, (b) temuan penelitian, (c) analisis data.

Bab V : Pembahasan

Bab VI : Penutup

Bagian akhir terdiri dari:

(a)Daftar rujukan, (b)Lampiran-lampiran, (c)Surat pernyataan keaslian tulisan, (d)Daftar riwayat hidup.