

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam hayati dan non hayati. Adanya sumber daya alam yang melimpah menimbulkan munculnya pengusaha industri yang berperan sebagai sumber produksi kepada masyarakat. Industri merupakan suatu usaha maupun kegiatan dalam pengelolaan bahan mentah ataupun barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah dan dapat menjadi keuntungan. Hasil usaha industri dapat berupa barang dan jasa. Barang ini contohnya seperti pakaian, kerajinan khas daerah, makanan, minuman serta dapat berupa barang *furniture* seperti meja, kursi, almari dan lain-lain. Seiring dengan perkembangan zaman yang pesat, dunia usaha industri mampu membawa perekonomian negara meningkat. Perekonomian negara yang berkembang merupakan tujuan untuk menciptakan pembangunan ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat, meningkatkan lapangan kerja, mengurangi pengangguran dan mampu menyeimbangkan struktur ekonomi.

Struktur ekonomi merupakan perubahan sektoral dari kelompok tertentu yang menghasilkan sektor unggulan.² Pada saat ini sektor unggulan yang berhasil menjadi tumpuan perekonomian masyarakat berada pada sektor industri dengan basis pangan olahan dan non pangan. Namun, sektor

² Lincolin Arsyad, *Ekonomi Pembangunan, Edisi 5*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015), hal. 395

yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat berfokus pada industri pangan olahan yang berkemasan karena untuk memproduksi pangan olahan tidak membutuhkan waktu yang lama sehingga dapat mempersingkat waktu. Selain itu, makanan yang berkemasan banyak diminati karena lebih *higienis*. Faktor utama dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi yaitu dengan mendorong sumber daya manusia menjadi sumber daya yang aktif dan mampu menciptakan suatu produk baru sehingga dapat dijadikan sebagai produk unggulan yang mampu bersaing dengan produk lain.

Peran perekonomian suatu negara merupakan tonggak utama dalam menciptakan masyarakat yang sejahtera. Hal ini dibuktikan dengan adanya Industri Kecil dan Menengah (IKM). Industri Kecil dan Menengah adalah suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi/setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih nilainya.³ kegiatan usaha IKM mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan serta dalam pembangunan nasional. IKM berpotensi menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan. Berkembangnya IKM diberbagai kota dan kabupaten tentu

³ Badan Pusat Statistik (BPS), *Statistik Indonesia 2012 (Statistical Yearbook Of Indonesia 2012)*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik (BPS), hal. 287

terdapat lembaga yang ikut berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai upaya membangun masyarakat yang sejahtera lembaga pemerintahan telah berkontribusi membentuk suatu lembaga yang dapat menampung industri kecil menengah untuk bersama-sama menciptakan sebuah inovasi dan karya-karya terbaru hasil dari masyarakat.

IKM telah menjadi sektor industri yang sangat banyak ditemui di kalangan masyarakat, terlebih dalam setiap Kota atau Kabupaten. Dalam meningkatkan kualitas dan sumber daya manusia maka pemerintah harus lebih bijak mengenalkan program yang direncanakan untuk diberikan kepada masyarakat agar masyarakat mampu dan dapat mengembangkan ilmu dan sumber daya yang diperoleh untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar Tahun 2023 jumlah industri olahan pangan berkemasan sebagai berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Unit Industri Kecil Menengah Olahan Pangan Berkemasan Binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar 2023

Jenis Produksi	Unit Usaha
Makanan Olahan	12
Cekeremes	5
Eyek-eyek	8
Geti	11
Kripik Gadung	164
Kripik Singkong	20
Sambel Pecel	25
Jumlah	245

Sumber : Data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar 2023

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa perkembangan IKM berbasis pangan olahan berkemasan di Kabupaten Blitar telah mencapai 245 unit pelaku IKM yang saat ini masih aktif melakukan produksi. Wilayah Kabupaten Blitar memiliki daya saing yang tidak kalah dengan kota lain. Sektor industri yang berada di Kabupaten Blitar lebih banyak daripada di Kota. Mayoritas penduduk yang berada di Kabupaten bermata pencaharian sebagai petani menjadikan masyarakat berlomba-lomba meningkatkan keterampilannya dalam membuat suatu produk yang dapat dijadikan sebagai nilai jual. Tak hanya itu, sebagai masyarakat kabupaten banyak bermata pencaharian sebagai wirausaha. Menurut Suryana, berbagai faktor yang membuat seseorang sulit untuk mengembangkan diri diantaranya. pertama faktor budaya yang ada, ketika budaya malas-malasan yang tertanam dalam diri seseorang maka akan berdampak juga dalam kehidupannya, sebaliknya ketika budaya kerja keras yang ada maka akan menghasilkan pribadi yang lebih baik. kedua faktor tidak menguasai medan yaitu seseorang kita ingin menjalankan usaha harus mengetahui apa yang dibutuhkan oleh lingkungan yang ada sehingga ketika ia menjalankan usaha dapat dengan mudah diterima dalam lingkungan tersebut sebaliknya ketika dia tidak mampu membaca lingkungan yang ada maka usaha yang akan dilaksanakan akan menjadi sia-sia. ketiga faktor kemampuan yaitu seseorang yang ingin berusaha harus memiliki kemampuan dalam berusaha baik dana maupun keahlian yang ia miliki, namun sebaliknya jika ia tidak

memiliki hal itu maka sulit untuk dapat mengembangkan dirinya.⁴ Wirausaha menciptakan sebuah produk yang dapat dijual sehingga sebagai wirausaha yang berhasil memasarkan produk dengan baik dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Blitar. Wirausaha ini dapat disebut dengan pelaku IKM karena telah berhasil mengolah berbagai produk hasil dari dalam kabupaten yang dapat dijual pada wilayah luar kota sebagai oleh-oleh dan lain-lain.

Adanya pelaku IKM yang saat ini terus mengalami perkembangan dihadapkan oleh berbagai persoalan. Dalam membuat produk yang memiliki daya saing tinggi mengakibatkan pelaku usaha IKM mengalami persaingan. Persaingan dalam dunia bisnis sangat mungkin terjadi karena beberapa faktor diantaranya faktor produk, harga lokasi dan kualitas.⁵ Oleh karena itu, diperlukan adanya strategi untuk menghadapi persoalan tersebut dalam sebuah usaha industri. Islam tidak melarang adanya persaingan dalam sebuah usaha, namun dalam persaingan tersebut harus dilakukan dengan cara persaingan yang sehat karena dalam mencari harta haruslah dilakukan secara wajar serta halal yang mana tidak bertentangan dengan Al-Qur'an maupun Al-Hadits, usaha mencari harta yang di dalamnya terjadi sebuah persaingan yang sehat dan wajar merupakan sebaik-baiknya cara bagi

⁴ Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hal. 2

⁵ Muhammad Husein, "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persaingan Usaha Rumah Kos (sewa kamar) Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Rumah Kos di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung Menurut Islam*", (Skripsi FEB, UIN Raden Intan Lampung, Lampung, 2020) hal.

seorang muslim dalam berdagang/berusaha.⁶ Firman Allah swt dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah, ayat 188 yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْأُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ
بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ١٨٨

Artinya: “*dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil (QS. Al Baqarah : 188).*”⁷

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah melarang umatnya untuk berperilaku tidak adil terlebih pada umat yang memakan harta orang lain yang bukan haknya. Apabila terdapat dua pihak atau lebih untuk bersaing dan menghiraukan nilai-nilai dalam agama maka orang tersebut telah melakukan kebathilan.

Dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan diperlukan adanya upaya yang berkaitan dengan harga, promosi dan kualitas barang. Volume penjualan yang meningkat akan berdampak pada keuntungan pengusaha. Langkah-langkah dalam perencanaan strategis yaitu mendefinisikan misi perusahaan, menetapkan tujuan dan sasaran perusahaan, merancang portofolio bisnis, merencanakan, memasarkan dan strategi fungsional lainnya. Tak hanya itu pemilihan promosi yang bagus sebagai upaya untuk mendorong peningkatan penjualan sangatlah

⁶ Lukman Hakim, “*Ihtikar dan Permasalahannya dalam Prespektif Hukum Islam*”, Jurnal Darussalam Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam, Vol. 7, No 2: 320-330, April 2016, ISSN: 1978-4767, hal. 323

⁷ Kementerian Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta Timur: LPMQ, 2022), hal.

diperlukan. Bentuk upaya promosi pada suatu produk dapat berupa iklan maupun potongan harga. Namun, keuntungan atau laba hanya diperoleh dari sebagian produk yang dibeli konsumen sesuai dengan keinginan. Harga merupakan salah satu syarat yang digunakan konsumen dalam proses persepsi, dimana harga akan mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk.⁸ Apabila barang yang diperoleh merupakan barang yang berkualitas maka konsumen akan tetap bersedia untuk membayar mahal, namun sebaliknya apabila barang yang diperoleh konsumen biasa-biasa saja maka harga akan berada di bawah pasar.

Adanya inovasi dan kreatifitas sangat yang perlu dilakukan oleh para pelaku IKM untuk menghadapi persaingan maupun upaya untuk meningkatkan performa penjualan mereka. Salah satu wadah yang dapat menampung para industri untuk mengelola dan merencanakan produk industri kecil menengah yang berada di Kabupaten Blitar yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar yang mempunyai peranan penting dalam setiap pelaku industri sebagai upaya untuk memberi kesempatan berusaha, mengembangkan industri yang mendukung pembangunan, melatih pelaku usaha yang mandiri dan mampu bersaing tinggi. Selain itu, melaksanakan pengendalian usaha, melindungi konsumen dan membantu mengembangkan usaha perdagangan merupakan tugas dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan khususnya di wilayah

⁸ Siswanto Sutojo, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2, (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2009), hal. 11

Kabupaten Blitar sehingga pelaku IKM Kabupaten Blitar semakin terarah dan tidak takut akan ancaman yang datang dari dunia industri.

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh harga, promosi dan kualitas terhadap volume penjualan khususnya untuk pelaku IKM di Kabupaten Blitar yang memproduksi pangan olahan yang berkemasan. Untuk itu pada penelitian ini peneliti mengambil judul “**Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Industri Kecil Menengah Binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang mengenai volume penjualan yang perlu diidentifikasi dalam penelitian ini adalah terkait dengan harga promosi dan kualitas produk terhadap volume penjualan Binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar. Adapun pokok-pokok identifikasi masalah diatas yaitu:

1. Perkembangan dan persaingan harga, promosi, kualitas produk dan volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar. Harga, promosi dan kualitas dapat mempengaruhi volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.

2. Harga, promosi dan kualitas produk dapat berpengaruh positif atau negatif terhadap volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap volume penjualan industri kecil dan menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar?
4. Apakah harga, promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian Kabupaten Blitar?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji apakah harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.
2. Menguji apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.
3. Menguji apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.
4. Menguji apakah harga, promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.

E. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Dalam suatu penelitian pasti ada manfaat yang diharapkan dapat tercapai. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Adapun manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan mampu utuk digunakan sebagai literatur atau referensi dan mengembangkan ilmu pengetahuan serta menambah wawasan bagi para pembaca untuk peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan menambah ilmu pengetahuan penulis serta pembaca mengenai teori yang berkaitan dengan pengaruh harga promosi, dan kualitas produk terhadap volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar dalam sebuah usaha industri khususnya pelaku industri kecil menengah yang masih aktif dan berdiri.

a. Bagi Peneliti

Sebagai bahan masukan untuk menambah wawasan serta memperluas pengetahuan peneliti tentang industri kecil menengah khususnya mengenai pengaruh harga, promosi dan kualitas produk industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.

b. Bagi Lembaga Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber masukan atau saran yang dapat memberikan kontribusi kepada instansi perusahaan agar lebih kompetitif dalam menghadapi faktor-faktor ekonomi.

c. Bagi Industri Kecil Menengah

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak IKM sebagai pertimbangan dalam membuat sebuah produk makanan atau minuman yang baik, harga yang kompetitif,

promosi yang tepat dan kualitas produk yang baik sehingga dalam benak konsumen akan mempengaruhi proses volume penjualan.

d. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya sebagai referensi untuk penelitian yang dilakukan berkaitan dengan objek penelitian yaitu harga, promosi dan kualitas produk.

e. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan serta wawasan pembaca setelah membaca hasil penelitian ini khususnya yang berkaitan dengan harga, promosi dan kualitas produk.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini digunakan untuk mengetahui tentang variabel yang diteliti guna membatasi permasalahan yang akan diteliti. Sehingga penulis menghadapi beberapa keterbatasan yang akan mempengaruhi kondisi dari penelitian yang dilakukan.

Sedangkan pembatasan masalah merupakan usaha untuk menetapkan batasan dari masalah penelitian yang akan diteliti. Batasan masalah ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor mana saja yang termasuk dalam ruang lingkup masalah penelitian dan faktor mana saja

yang tidak termasuk dalam ruang lingkup masalah penelitian. Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penulis membatasi masalah yang akan diteliti agar lebih terfokus dan spesifik. Batasan masalah yang dibahas dalam penelitian ini yaitu pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.

2. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Adapun keterbatasan tersebut yaitu sebagai berikut:

- a. Subyek penelitian ini hanya meneliti pelaku industri kecil menengah berbasis pangan olahan berkemasan seperti makanan/makanan ringan binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.
- b. Penelitian ini mengkaji tentang harga, promosi dan kualitas produk terhadap volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.
- c. Dalam penelitian ini hanya mengambil data yang di publikasikan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.

G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah atau dengan kata lain definisi konseptual adalah untuk memberikan dan memperjelas makna atau arti istilah-istilah yang diteliti secara konseptual atau sesuai dengan kamus bahasa agar tidak salah menafsirkan permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini akan dijelaskan beberapa istilah yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti antara lain:

1. Definisi Konseptual

a. Pengaruh

Merupakan dorongan atau bujukan dan bersifat membentuk atau merupakan suatu efek.⁹

b. Harga

Harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang ditetapkan oleh penjual dan pembeli untuk memperoleh suatu produk.¹⁰ Harga berupa sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli.

⁹ Babadu, J.S & Zein, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001), hal. 131

¹⁰ Efnita, “*Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer*”, *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis*

Pertukaran atau pengukur nilai suatu produk dalam pasarbiasanya menggunakan uang. Jumlah uang tersebut biasanya menunjukkan suatu produk atau jasa yang ingin dibeli oleh konsumen, maka konsumen akan mengeluarkan sejumlah uang sebagai pengganti barang atau jasa tersebut.

c. Promosi

Promosi bertujuan untuk memperkenalkan suatu barang atau jasa kepada seseorang yang berguna untuk membujuk dan meyakinkan konsumen untuk membeli sebuah produk yang ditawarkan. Promosi merupakan bauran pemasaran yang sangat besar perannya dalam sebuah penjualan.

Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi.¹¹

d. Kualitas Produk

Penetapan harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran dan harus selalu dilihat kaitannya dengan strategi pemasaran. Dari sudut pandang pemasaran, harga adalah satuannya tindakan moneter atau lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya)

¹¹ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 177

pertukaran untuk mendapatkan hak kepemilikan atas penggunaan sesuatu barang atau jasa.¹²

e. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil dari kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dalam berwirausaha untuk mencapai sasaran penjualan dan memperoleh keuntungan atau laba. Faktor-faktor yang dapat meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah penerapan strategi bauran pemasaran yang tepat baik dari strategi produk, harga, distribusi dan promosi.¹³

2. Definisi Operasional

Secara operasional pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap volume penjualan industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar adalah suatu yang membahas tentang hubungan secara static antara harga, promosi dan kualitas produk terhadap volume penjualan melalui angket atau kuesioner berskala ordinal.

Bahwasannya semakin tinggi skor yang diperoleh berarti semakin banyak tingkat volume penjualan pada industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar. Sebaliknya, apabila semakin rendah skor yang diperoleh berarti

¹² Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 272

¹³ Ani Mardiyarningsih, Djamaldin Mlaik, dan Azis Fathoni, *Application Of Marketing Mix In Improving Sales Volume In Pt. Nuasntara Sakti Branch Of Simongan*, Jurnal Strategi Pemasaran, Produk, Harga, Distribusi, Promosi, dan Volume Penjualan, hal. 2

semakin sedikit volume penjualan pada industri kecil menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.

H. Sistematika Skripsi

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami maksud dan isi pembahasan penelitian, berikut ini penulis kemukakan sistematika penyusunan skripsi yang terdiri dari tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

Bagian awal, terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman motto, halaman persembahan, prakata, halaman daftar isi, halaman tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran dan halaman abstrak.

Bagian utama atau inti, terdiri dari enam bab dan masing-masing bab berisi sub-sub bab, antara lain:

Bab I: Pendahuluan, meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.

Bab II: Landasan teori, yang terdiri dari: pembahasan tentang harga, pembahasan tentang promosi, pembahasan tentang kualitas produk, pembahasan tentang volume penjualan, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

Bab III: Metode penelitian, meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian.

BAB IV: Hasil penelitian, yang berisi diskripsi karakteristik data pada masing-masing variabel dan uraian tentang hasil pengujian hipotesis

BAB V: Pembahasan, yang berisi temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian.

BAB VI: Penutup, yang berisi kesimpulan dan saran.

Bagian akhir terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian, dan daftar riwayat hidup. Demikian sistematika pembahasan dari skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Industri Kecil Menengah Binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar”