

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pelatihan Kewirausahaan**

##### 1. Pengertian Pelatihan Kewirausahaan

Menurut Wibowo dalam bukunya, bahwa pelatihan (*training*) dan pengembangan (*development*) adalah merupakan investasi organisasi yang penting dalam sumber daya manusia. Pelatihan melibatkan segenap sumber daya manusia untuk mendapatkan pengetahuan dan keterampilan pembelajaran sehingga mereka segera akan dapat menggunakannya dalam pekerjaannya.<sup>1</sup> Sedangkan menurut Gary Dessler dalam bukunya, bahwa pelatihan berarti memperlihatkan kepada seorang pendesain Web yang baru berbagai kesulitan dalam membuat situs, seorang tenaga penjual yang baru dengan cara menjual produk perusahaan, atau seorang penyelia baru dengan cara mewawancarai dan mengevaluasi karyawan.<sup>2</sup>

Penerapan yang efektif dari pelatihan strategis membutuhkan penggunaan dari sebuah proses pelatihan yang sistematis. Ada beberapa tahapan dari proses pelatihan adalah sebagai berikut<sup>3</sup> :

##### a. Penilaian

Penilaian kebutuhan pelatihan mempertimbangkan mengapa aktivitas secara khusus diperlukan dan menempatkan pelatihan dalam

---

<sup>1</sup> Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta :Rajawali Pers,2016), hal. 370

<sup>2</sup> Gary Dessler, *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Kesepuluh* (Jakarta : PT Indeks, 2013), hal.280

<sup>3</sup> Robert L. Mathis dan John H. Jackson, *Human Resource Management*,... hal. 308

konteks organisasi yang sesuai. Penilaian kebutuhan dilakukan melalui tiga tingkat, yaitu organisasional, tugas, dan individual.

b. Perancangan

Pelatihan harus dirancang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah dinilai. Rancangan pelatihan yang efektif mempertimbangkan konsep-konsep pembelajaran, masalah huku, dan pendekatan lain pada pelatihan.

c. Penyampaian

Setelah pelatihan dirancang, penyampaian latihan dapat dimulai. Biasanya disarankan agar pelatihan tersebut di uji terlebih dulu atau dilaksanakan dalam percobaan dengan tujuan untuk memastikan bahwa pelatihan tersebut memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang diidentifikasi dan rancangannya telah sesuai.

d. Evaluasi

Setelah penilaian kebutuhan pelatihan dilakukan, sasaran untuk aktivitas pelatihan harus dikembangkan. Sasaran ini harus mengikuti langsung dari penilaian kebutuhan dan dideskripsikan dengan terminologi spesifik dan terukur. Satu sumber informasi penting dalam menetapkan sasaran adalah data data yang terdapat pada sistem manajemen kinerja organisasi.

Evaluasi dilakukan pada empat tingkatan, yaitu<sup>4</sup> :

1) *Reaction* (Reaksi)

Pada tingkat ini evaluasi ingin mengukur apakah peserta pelatihan menyukai program, pelatih, dan fasilitas pelatihan. Apakah menurut mereka pelatihan berguna dan perbaikan apa yang mereka usulkan.

2) *Learning* (Pembelajaran)

Pada tingkat ini dilakukan evaluasi seberapa jauh peserta pelatihan mempunyai keterampilan dan pengetahuan lebih tinggi dari sebelumnya, setelah mengikuti program pelatihan.

3) *Behavior* (Perilaku)

Pada tingkat ini mengevaluasi apakah peserta pelatihan berperilaku berbeda di pekerjaan setelah pelatihan. Apakah mereka menggunakan keterampilan dan pengetahuan yang mereka pelajari dari pelatihan.

4) *Result* (Hasil)

Pada tingkat ini dilakukan evaluasi apakah organisasi atau unit kerja menjadi lebih baik kinerjanya karena pelatihan.

Menurut Ari Fadiati dalam bukunya bahwa<sup>5</sup> :

Dalam konteks kewirausahaan, terdapat dua terminologi yang berbeda secara konsep namun memiliki kesamaan dalam praktik. Kedua terminologi tersebut adalah *Entrepreneurship* dan *Intrapreneurship*. *Entrepreneurship* dapat diartikan sebagai kemampuan mengelola usaha sendiri (menjadi bos/ atasan untuk dirinya sendiri), sementara *intrapreneurship* diartikan sebagai

---

<sup>4</sup> Wibowo, *Manajemen Kinerja...*, hal.376

<sup>5</sup> Ari Fadiati dan Dedi Purwana, *Menjadi Wirausaha Sukses*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2011), hal.14

kemampuan menerapkan konsep wirausaha dalam mengelola usaha milik orang lain (memiliki bos/ atasan yang bukan dirinya sendiri). Jiwa kewirausahaan mendorong minat seseorang untuk mendirikan dan mengelola usaha secara profesional. Hendaknya minat tersebut diikuti dengan perencanaan dan perhitungan yang matang. Jika belum memiliki pengalaman sebelumnya, seseorang dapat menimba pengalaman dari orang. Pertimbangan lainnya adalah seberapa lama jangka waktu perolehan keuntungan yang diharapkan.

Beberapa definisi tentang kewirausahaan tersebut diantaranya adalah menurut Ricard Cantillon, kewirausahaan didefinisikan sebagai pekerja sendiri (*self-employment*). Seorang wirausaha membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang menghadapi resiko atau ketidakpastian. Sedangkan menurut Jean Baptista Say, seorang wirausahawan adalah agen yang menyatukan berbagai alat-alat produksi dan menemukan nilai dari produksinya. Dan menurut Frank Kninght, wirausahawan mencoba untuk memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Definisi ini menekankan pada peranan wirausahawan dalam menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar.<sup>6</sup>

Menurut Joseph Schumpeter, wirausahawan adalah seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Schumpeter mengaitkan

---

<sup>6</sup> Cholil Umam dan Taudlikhul Afkar , *Modul Kewirausahaan untuk mahasiswa umum*. (Surabaya : IAIN SA Press,2011), hal. 8

wirausaha dengan konsep inovasi yang diterapkan dalam konteks bisnis serta mengkaitkannya dengan kombinasi sumber daya. Sedangkan menurut Penrose, kegiatan wirausaha mencakup identifikasi peluang-peluang di dalam sistem ekonomi. Kapasitas atau kemampuan manajerial berbeda dengan kapasitas kewirausahaan. Dan menurut Harvey Libenstein, kewirausahaan mencakup kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk menciptakan atau melaksanakan perusahaan pada saat semua pasar belum terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas, atau komponen fungsi produksinya belum diketahui sepenuhnya.<sup>7</sup>

Menurut Israel Krizner, Wirausaha mengenali dan bertindak terhadap peluang pasar. Sedangkan Peter F. Drucker, kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Dan menurut Zimmerer, kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha).<sup>8</sup>

Menurut Sadono Sukirno dalam bukunya, bahwa definisi dan pandangan terhadap kewirausahaan banyak dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, psikologi, dan sosiologi. Seseorang yang bertekad untuk berkecimpung dibidang perusahaan dapat didorong oleh keinginannya sendiri (psikologi) yang didasarkan oleh bentuk dan cara berfikir. Kepuasan seseorang untuk berdagang juga didasarkan oleh

---

<sup>7</sup> *Ibid...*,hal. 9

<sup>8</sup> *Ibid...*,hal. 10

kebutuhan ekonomi dan karena adanya masyarakat disekelilingnya yang menjadi potensi pelanggannya. Berikut adalah pandangan-pandangan tentang kewirausahaan mengikut perspektif yang berbeda yaitu menurut bidang ekonomi, psikologi, sosiologi, serta menurut islam.<sup>9</sup>

a. Perspektif kewirausahaan menurut ekonomi

Dari sudut pandang ekonomi, kewirausahaan adalah sebagian dari input atau faktor produksi selain bahan mentah, tanah dan modal.

b. Kewirausahaan prespektif bidang psikologi

Di dalam bidang psikologi, sifat kewirausahaan dikaitkan dengan perilaku diri yang lebih cenderung kepada fokus dari dalam diri (dimana keberhasilan dapat dicapai dari hasil kekuatan dan usaha diri, bukan karena faktor nasib).

c. Kewirausahaan perspektif bidang sosiologi

Seorang wirausaha dari sudut pandang pengkaji sosial ialah seorang oportunist yang pandai mengambil peluang dan kesempatan yang ada dalam lingkungannya.

d. Kewirausahaan menurut Islam

Kewirausahaan dan segala aktivitasnya baik kecil maupun besar merupakan usaha yang dipandang sebagai ibadah dan diberi pahala jika dilakukan menurut syarat-syarat yang telah ditetapkan baik dari segi memenuhi tuntutan aqidah, akhlak maupun syariat.

---

<sup>9</sup> Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis* (Jakarta : Kencana, 2006 ) hal.370

## 2. Objek Kewirausahaan

Menurut Heru Kristanto dalam bukunya, ada beberapa objek kewirausahaan sebagai berikut<sup>10</sup> :

a. Kemampuan merumuskan tujuan hidup dan mengelola usaha seseorang yang akan melakukan kegiatan usaha (wirausaha) akan melakukan pemikiran, studi dan merumuskan untuk tujuan melakukan apa melakukan kegiatan usaha “*what is our bussiness*”.

b. Kemampuan memotivasi diri

Kemampuan memotivasi diri dalam menumbuhkan tekad, semangat dalam melakukan kegiatan usaha. Kemampuan memotivasi diri sangat ditentukan oleh *locus of control* dalam diri wirausaha .

c. Kemampuan berinisiatif.

Kemampuan berinisiatif adalah mengerjakan sesuatu yang baik tanpa menunggu perintah orang lain yang dilakukan secara berulang-ulang sehingga dalam jangka panjang menumbuhkan kebiasaan berinisiatif yang akan menghasilkan kreativitas dan inovasi.

d. Kemampuan membentuk modal (*capital*)

Kemampuan membentuk modal sangat menentukan kelancaran dalam memulai usaha modal usaha dapat berasal dari modal sendiri, hutang jangka pendek, menengah, kerjasama manajmen, bantuan dan lain-lain.

---

<sup>10</sup> Heru Kristanto, *Kewirausahaan entrepreneurship: pendekatan manajmen dan praktik*,(Yogyakarta :Graha Ilmu,2009), hal.4

e. Kemampuan mengatur waktu (*time management skill*)

Malakukan kegiatan usaha baik menghasilkan barang maupun jasa, berkarir dalam organisasi membutuhkan ketekunan, ketelitian dan juga keseriusan yang juga berhubungan langsung dengan kemampuan mengatur waktu.

f. Kemampuan mental yang dilandasi agama

Pada saat kehidupan wirausaha pada kondisi sulit kekuatan mental yang dilandasi keyakinan dan agama sangat diperlukan guna menghadapi kesulitan.

g. Kemampuan mengambil hikmah dari pengalaman

Pengalaman wirausaha yang baik dan pengalaman yang menyakitkan dapat merupakan pengalaman yang berharga apabila wirausaha tersebut mampu mengambil hikmah.

3. Peranan Kewirausahaan Dalam Pengembangan Usaha

Menurut Ismail Solihin dalam bukunya bahwa menurutnya agar perusahaan dapat berkembang dengan baik maka perusahaan dapat berkembang dengan baik maka perusahaan tersebut harus mempunyai beberapa unsur, yaitu<sup>11</sup>:

a. Harus ada inovator, yang mempunyai ide-ide untuk mengembangkan perusahaan.

---

<sup>11</sup> Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktisi dan studi kasus*, ( Jakarta : kencana, 2006), hal.119



- b. Adanya *businessman* yang mempunyai *sense of bussiness* yang mampu menerjemahkan rencana inovasi menjadi hal yang nyata dan menghasilkan profit.
- c. *Enterpreneur* yang memiliki *enterprnurship* yang mampu mengerakkan dan mengorganisasikan gagasan menjadi kegiatan yang nyata.
- d. Harus ada manajer yang memiliki *managerial skill*, yang memiliki kemampuan menglola perusahaan agar perusahaan selalu berada dalam hubungan yang harmonis dengan para stakeholders.
- e. Harus ada *expert* yang mempunyai keahlian, yang mendalami bidang-bidang tertentu agar perusahaan kuat dalam berbagai segi keahlian.

#### 4. Pelatihan Kewirausahaan dalam Perspektif Islam

Dalam memulai aktivitas kehidupannya manusia selalu menyertai dirinya dengan keahlian khusus, walaupun belum memiliki pengalaman. Kemudian dia berbeda dengan dengan orang yang tidak bekerja. Orang yang tidak memiliki keinginan untuk bekerja termasuk golongan orang tercela, begitu pula dengan orang yang mengerjakan sesuatu pekerjaan dengan tidak baik.

Pada seperti itu Allah mendorong manusia untuk selalu berbuat baik dan menjahui perbuatan tercela. Firmannya :

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا فَلِنَفْسِهِ وَمَنْ أَسَاءَ فَعَلَيْهَا وَمَا رَبُّكَ بِظَلَّامٍ لِلْعَبِيدِ ٤٦

Artinya :“Barangsiapa yang mengerjakan amal yang saleh maka (pahalanya) untuk dirinya sendiri dan barangsiapa mengerjakan perbuatan jahat, maka (dosanya) untuk dirinya sendiri; dan sekali-

*kali tidaklah Rabb-mu menganiaya hamba-hamba-Nya” (QS. Fussilat :46)<sup>12</sup>*

Islam menekankan pentingnya pembangunan dan penegakkan budaya kewirausahaan dalam kehidupan setiap muslim. Budaya kewirausahaan muslim itu bersifat manusiawi dan religius. Dengan menjadi seorang wirausaha muslim akan memiliki sifat-sifat dasar dan perilaku yang mendorong wirausaha untuk menjadi pribadi yang kreatif dan handal dalam menjalankan usahanya atau menjalankan aktivitas perusahaan tempatnya bekerja.

Sebagaimana hadis yang di riwayatkan oleh Ahmad mengatakan bahwa, Nabi SAW bersabda :” usaha yang paling baik adalah hasil karya seseorang dengan tangannya sendiri jika ia jujur (bermaksud baik). Nabi menyatakan bahwa usaha yang paling baik adalah berbuat sesuatu dengan tangannya sendiri dengan syarat jika dilakukan dengan baik dan jujur. Dalam hadis di atas yang berarti usaha seseorang dengan tangannya berarti seseorang dituntut dapat dapat menciptakan sesuatu dan dapat memanfaatkan peluang dan kemampuan yang dimiliki. Maksud seorang muslim hendaknya melakukan wirausaha dengan menciptakan sesuatu berdasarkan kemampuan yang dimiliki, berkarya tanpa henti untuk berinovasi, memanfaatkan peluang yang ada, agar dapat mencapai keuntungan yang optimal.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Kementrian Agama. *Al-Qur,an dan Terjemahnya*, (Semarang: CV AL WAAH,2009), hal. 690

<sup>13</sup> Ilfi Nur Diana, *Hadis-hadis Ekonomi*, (Malang : UIN Maliki Perss,2012), hal. 203

## **B. Pembinaan**

### 1. Pengertian Pembinaan

Pembinaan adalah suatu tindakan, proses, hasil atau pernyataan menjadi baik. Dalam hal ini menunjukkan adanya kemajuan, peningkatan, pertumbuhan, terjadinya evolusi atas berbagai kemungkinan, berkembang, baik pada usaha usaha industri kecil maupun menengah. Lebih lanjut dikatakan bahwa ada dua unsur dalam pengertian ini yakni pembinaan itu bisa berupa suatu tindakan, proses, atau pernyataan tujuan, dan kedua pembinaan menunjuk kepada perbaikan atas sesuatu.

Pada dasarnya pembinaan pegawai merupakan suatu tindakan yang diarahkan untuk kemajuan, peningkatan atau perbaikan atas sesuatu. Dilingkungan dunia usaha bahwa pembinaan karyawan penting dilakukan untuk membentuk kepribadian yang berbudi luhur, dan disamping itu untuk meningkatkan kecakapan, ketrampilan dan keahlian dalam menunjang kelancaran usaha.

Melakukan pembinaan SDM sangat penting bagi perusahaan yang menghendaki cepat dan terjaminnya kelancaran perusahaan dalam mencapai tujuannya. Proses pembinaan SDM harus dilakukan terus - menerus sehingga menjadi kebiasaan dalam melaksanakan tugas di perusahaan.

Dalam membina pegawai, pembina mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan orang yang dibinanya. Kelebihan yang harus dimiliki pembina, antara lain<sup>14</sup> :

- a. Menguasai seluk beluk pekerjaan,
- b. Mampu berkomunikasi baik,
- c. Memiliki jiwa penasihat,
- d. Dapat memberi keteladanan,
- e. Berani mengambil keputusan.

Adapun faktor-faktor yang harus dilakukan terhadap pegawai meliputi<sup>15</sup>:

- a. Pembinaan disiplin kerja

Tegaknya disiplin bergantung pada semua orang yang ada dalam perusahaan karena akan melibatkan semua orang, yaitu orang yang ingin teratur dan terjamin kepentingannya dalam bekerja. Oleh karena itu, pegawai harus memberi partisipasinya untuk tegaknya disiplin kerja dalam perusahaan.

- b. Pembinaan loyalitas SDM

Pembinaan loyalitas perlu dilakukan agar SDM :

- 1) Mempunyai kepedulian tinggi terhadap perusahaan
- 2) Merasa memiliki terhadap perusahaan
- 3) Tahap bertahan dalam perusahaan
- 4) Meningkatkan kinerja untuk kesinambungan perusahaan

---

<sup>14</sup> Sedarmayanti, *perencanaan dan pengembangan Sumber Daya Manusia*,(Bandung : Refika Aditama,2017), hal. 149

<sup>15</sup> *Ibid.*, hal. 150

- 5) Tetap mempunyai motivasi kerja tinggi
- 6) Meningkatkan profesionalisme dan produktivitas kerja

c. Pembinaan hubungan

Hubungan kerja perlu dibina agar pegawai dapat saling bekerja sama dan membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan, hubungan kerja tidak hanya bersifat formal kedinasan, tetapi juga hubungan batin yang bersifat non formal.

Sasaran pembinaan hubungan kerja dalam perusahaan adalah terciptanya kerja sama yang harmonis antara pegawai yang ada, merupakan bukti keberhasilan pimpinan dalam melakukan pembinaan hubungan kerja perusahaan.<sup>16</sup>

d. Pembinaan moral dan semangat kerja.

Pembinaan moral dan semangat kerja pegawai perlu dilakukan terus menerus agar pegawai terbiasa mempunyai semangat kerja tinggi. Dengan kondisi demikian, pegawai diharapkan dapat melaksanakan pekerjaannya dengan baik dan kreatif.<sup>17</sup>

Tujuan dari pembinaan dan juga dapat dirumuskan pendidikan nasional, yang juga terkait dengan upaya meningkatkan kualitas manusia, yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa (YME), berbudi pekerti luhur, berkepribadian mandiri, maju, tangguh, cerdas, kreatif, terampil, disiplin, beretos kerja, profesional, bertanggung jawab, dan proaktif serta sehat jasmani dan rohani.

---

<sup>16</sup> *Ibid.*...,hal. 151

<sup>17</sup> *Ibid.*...,hal.153

UU-RI No. 9 Tahun 1995 menyatakan bahwa Pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan dalam sumber daya manusia.

Langkah-langkah yang ditempuh adalah :

- a. Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan,
- b. Meningkatkan ketrampilan teknis dan manajerial,
- c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan, konsultasi usaha kecil, dan
- d. Menyediakan tenaga penyuluh dan konsultasi usaha kecil.

Departemen Perindustrian telah mempersiapkan SDM yang dapat memberikan pembinaan, bimbingan dan penyuluhan serta jasa konsultasi yang dapat membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi Industri Kecil Menengah dalam upaya pengembangan usaha melalui pembentukan jabatan penyuluh Perindag yang ditindaklanjuti dengan pengangkatan tenaga-tenaga penyuluh untuk mengisi formasi jabatan tersebut.

Adapun peranan Tenaga Penyuluh Lapangan Industri Kecil Menengah adalah sebagai berikut<sup>18</sup> :

---

<sup>18</sup> Kementrian Perindustrian RI, Modul : *Pedoman Teknis Pelaksanaan Penyuluhan IKM oleh Tenaga Penyuluh Lapangan Beasiswa*, (Direktorat Jendral Industri Kecil dan Menengah,2010),hal.14

- a. Fasilitator, yaitu memberikan layanan teknis atau non teknis kepada pengusaha industri kecil dan menengah sesuai dengan bidang keahlian yang dimiliki.
- b. Komunikator, yaitu menyampaikan berbagai informasi bisnis secara timbal balik antara pengusaha industri kecil dan menengah termasuk pengrajin dengan unsur-unsur Pembina IKM baik pemerintah maupun swasta serta berbagai sumber informasi lainnya termasuk masyarakat konsumen.
- c. Motivator, yaitu memberikan dorongan dan motivasi kepada para pengusaha termasuk pengrajin IKM agar memiliki motivasi untuk melakukan perubahan terus menerus ke arah yang lebih baik dalam mengembangkan usahanya.
- d. Dinamisator , yaitu mewujudkan perilaku yang dinamis kepada para pengusaha IKM termasuk para pengrajin IKM dalam menjalankan usahanya sehingga mampu mengikuti tuntutan perkembangan dunia usaha di berbagai tingkat.
- e. Inovator, yaitu selalu berusaha bersama pengusaha dan pengrajin mengembangkan kreativitas untuk menemukan hal-hal baru baik dalam rangka mengikuti dunia usaha maupun perkembangan teknologi.

## 2. Peranan Pemerintah dalam Kegiatan Perekonomian

Menurut Sadono Sukirno, dalam buku pengantar bisnis bahwa Negara-negara Barat yang dahulunya bukan Negara Komunis seperti

Amerika Serikat, Kanada, Inggris, Jerman dan Prancis selalu digolongkan sebagai perekonomian pasar bebas. Negara-negara tersebut digolongkan sebagai perekonomian pasar bebas oleh karena sebagian besar kegiatan ekonomi di negara tersebut dilakukan pihak swasta. Hanya di kegiatan-kegiatan yang tidak dapat dilakukan oleh pihak swasta secara efisien dan menguntungkan, lembaga-lembaga pemerintah akan dikembangkan untuk menjalankan kegiatan tersebut.

Dengan perkataan lain, berbagai negara di dunia ini, yaitu negara Barat yang telah terlebih dahulu menjalankan pasar bebas, bekas negara-negara Komunis dan negara-negara berkembang, digalakkan untuk menciptakan suatu perekonomian di mana sektor swasta memegang peranan penting dalam melakukan dan mengembangkan kegiatan. Kecenderungan ini timbul sebagai akibat beberapa faktor dibawah ini<sup>19</sup> :

a. Usaha privatisasi di negara maju

Hingga ke dekade 1980-an dinegara-negara Eropa seperti di Inggris dan Prancis terdapat perusahaan yang dimiliki pemerintah yang tidak efisien dan kurang menguntungkan. Keadaan ini mendorong pemerintah menjual perusahaan ini kepada pihak swasta. Penjualan ini dikenal dengan istilah privatization dan penswastaan.

b. Negara komunis mulai menggunakan sistem pasar

Dalam periode setelah Perang Dunia Kedua jurang kemakmuran di antar negara Komunis dengan negara Barat lain

---

<sup>19</sup> Sadono Sukirno, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 17



semakin bertambah lebar. Sedangkan sebelum negara-negara tersebut menjadi negara Komunis, taraf kemakmuran mereka tidak berbeda. Ketidakseimbangan ini mendorong negara-negara Komunis meninggalkan sistem ekonomi Perencanaan Pusat.

c. Kegagalan negara berkembang

Di negara-negara berkembang usaha untuk mempercepat pembangunan melalui perencanaan ekonomi dan pendirian dan pengembangan perusahaan pemerintah ternyata tidak begitu mampu mewujudkan tingkat pertumbuhan ekonomi yang yang diharapkan. Kelemahan ini menyebabkan berbagai negara berkembang mulai menjalankan kebijakan privatisasi (penjualan perusahaan pemerintah ke pihak swasta) dan merubah sistem ekonominya sehingga unsur pasar bebas semakin penting.

3. Faktor Pendorong Campur Tangan Pemerintah

Di setiap negara, walaupun sangat menekankan pentingnya peranan kegiatan perusahaan swasta dan peranan pasar dalam mengatur kegiatan ekonomi, pemerintah masih sangat diperlukan untuk campur tangan dalam melakukan dan mengatur kegiatan ekonomi. Bentuk campur tangan tersebut dapat dibedakan kepada tiga aspek, yaitu seperti yang diterangkan dalam penjelasan di bawah ini. Berbagai aspek dari campur tangan pemerintah ini, apabila dilaksanakan dengan baik, dapat

mempercepat pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kemakmuran masyarakat.<sup>20</sup>

a. Memproduksi barang dan jasa yang vital

Barang dan jasa yang dapat digolongkan sebagai vital untuk kepentingan masyarakat dapat dibedakan menjadi tiga golongan utama, yaitu : barang publik, barang semi publik dan barang atau jasa lain yang penting pengaruhnya kepada kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat.

b. Mengawasi kegiatan sektor swasta

Pengawasan terhadap kegiatan pihak swasta biasanya dilakukan pemerintah dengan pembuatan peraturan dan undang-undang yang perlu di patuhi oleh pihak-pihak yang menjalankan kegiatan di berbagai bidang usaha.

c. Mewujudkan kestabilan ekonomi dan pertumbuhan.

Suatu perekonomian yang diatur oleh pasar bebas selalu menimbulkan ketidakstabilan ekonomi yang lebih serius. Hal ini akan menyebabkan efek yang cukup serius dalam kestabilan dan perkembangan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah dapat menjalankan berbagai kebijakan untuk menghindari masalah tersebut dan menciptakan suasana pertumbuhan ekonomi yang lebih stabil.

---

<sup>20</sup> Sadono Sukirno, dkk, *Pengantar Bisnis...*, hal.18

#### 4. Pembinaan dalam Perspektif Islam

Pengembangan sumberdaya manusia tersebut setidaknya-tidaknya meliputi kepemimpinan transformal, manajemen perubahan, motivasi, manajemen waktu, program pendampingan karyawan, pembentukan tim pengembangan karir serta pelatihan pengembangan.<sup>21</sup>

Istilah pembinaan atau berarti pendidikan yang merupakan suatu bimbingan atau arahan yang dilakukan secara sadar untuk mencapai tingkat kehidupan yang lebih tinggi.

Dalam Firmannya pada surat Az-Zummar :17-18 adalah sebagai berikut :

وَالَّذِينَ اجْتَنَبُوا الطُّغُوتَ أَنْ يَعْبُدُوهَا وَأَنَابُوا إِلَى اللَّهِ لَهُمُ الْبُشْرَىٰ ۗ فَبَشِّرْ عِبَادِ  
 ۙ الَّذِينَ يَسْمَعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ ۗ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَٰئِكَ هُمُ  
 أُولُو الْأَلْبَابِ ۙ ۱۸

Artinya :”Dan orang-orang yang menjauhi thaghut (yaitu) tidak menyembahnya dan kembali kepada Allah, bagi mereka berita gembira; sebab itu sampaikanlah berita itu kepada hamba-hamba-Ku.yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. Mereka itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka itulah orang-orang yang mempunyai akal.”(QS. Az-Zummar :17-18)<sup>22</sup>

<sup>21</sup> Damingun, *Peran pelatihan sumberdaya manusia dalam perspektif islam, Jurnal : Ekonomi Manajemen*, Vol.10, No.1, 2016 :72

<sup>22</sup> Kementrian Agama. *Al-Qur,an dan Terjemahnya*, (Semarang: CV AL WAAH,2009), hal. 661

## C. Volume Penjualan

### 1. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.<sup>23</sup>Oleh karena itu diperlukan suatu sistem penjualan secara efektif dan efisien untuk mencapai hasil yang maksimal. Sistem penjualan yang dimaksud adalah sekelompok unsur atau bagian yang saling berhubungan dan berfungsi secara bersama-sama sesuai tugas masing-masing untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Beberapa unsur atau bagian dalam sistem penjualan barang dalam perusahaan adalah tenaga penjual (*sales*), bagian pengelolaan pesanan, dan bagian pengelolaan keuangan.

Menurut Kolter, salah satu tugas perusahaan dalam melakukan penjualan adalah harus mengetahui apa yang akan dipasarkan, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk ditawarkan mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen. Jika perusahaan ingin berhasil, perusahaan harus memproduksi harga yang ditawarkan, karena harga merupakan salah satu

---

<sup>23</sup> Dewi Rompis ,dkk, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT TRIDJAYA MULIA SUKSES*, 2017, vol.5 No. 3, hal. 3080

pertimbangan konsumen untuk memutuskan membeli suatu barang. Oleh karena itu bagian pemasaran menjadi posisi paling penting untuk mendapatkan informasi tentang harga dan memantau harga-harga jual dari pesaing untuk menentukan apakah harga yang telah ditetapkan terlalu tinggi atau terlalu rendah.<sup>24</sup>

Kegiatan penjualan merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan dengan memasarkan produknya baik dengan memasarkan produknya baik berupa barang atau jasa. Kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai volume penjualan yang diharapkan dan menguntungkan untuk mencapai laba maksimum bagi perusahaan.

Volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter.

Adapun faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut :

a. Produk

Banyak para ahli yang mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan dan kebutuhan. Secara produk segala sesuatu yang

---

<sup>24</sup> Ny putu Sri Asyasmimi, *Kecenderungan Omset Penjualam Barang Elektronik dan Furniture*,(Singaraja,2014), hal.2

memenuhi/memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia, baik secara berwujud maupun tidak berwujud.<sup>25</sup>

Dengan produk, dimaksudkan barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasannya. Jadi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran.

#### b. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang perlu dibayarkan konsumen untuk mendapatkan tawaran perusahaan. Jika perusahaan melihat harga sbagai pendapatan maka konsumen melihat harga sebagai biaya.<sup>26</sup> Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.

---

<sup>25</sup> Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Pnerbitan Ombak, 2015), hal.179

<sup>26</sup> Adhi Gumilang, *Komunikasi Pemasaran Sebagai Metode Promosi untuk Usaha Kecil Menengah*, ( Jakarta : 2015), Hal. 131.

Tujuan strategi penetapan harga perlu ditentukan terlebih dahulu, agar tujuan perusahaan tercapai ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil, yaitu<sup>27</sup> :

- 1) Memperoleh laba yang maksimum.
- 2) Mendapatkan *share* pasar tertentu
- 3) Memerah pasar (*market skimming*)
- 4) Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu.
- 5) Mencapai keuntungan yang ditargetkan.
- 6) Mempromosikan produk.

#### c. Distribusi

Suatu perusahaan dapat menentukan penyaluran produknya melalui pedagang besar atau distributor, yang menyalurkannya ke pedagang menengah atau subdistributor dan meneruskannya ke pengecer, yang menjual produknya kepada pemakai atau konsumen. Dari berbagai macam kebijaksanaan pemasaran yang telah berhasil dilaksanakan dalam rangka mencapai volume penjualan yang ditargetkan dari suatu perusahaan yaitu kebijakan distribusi.<sup>28</sup>

#### d. Promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang adalah aktivitas untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan

---

<sup>27</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: dasar, konsep, dan strategi*, (Jakarta : Rajawali pers, 2015) hal.197

<sup>28</sup> Parida Muliana, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan Produk pada Mini Market Colour's Mart Pekanbaru*, Jurnal :2012, hal.17

mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

## 2. Politik dan Hukum Penjualan

### a. Politik Penjualan

Politik penjualan merupakan suatu cara untuk mencapai keberhasilan dalam melakukan penjualan. Dalam menjalankan politik penjual harus berdasarkan ilmu dan seni. Diusahakan agar siasat penjualan dapat memperbesar jumlah penjualan dan menguntungkan serta memuaskan para pelanggan.

### b. Hukum Penjualan

Dalam perniagaan, tidak hanya membicarakan penjual dan pembeli saja, tetapi dua objek itu tidak dapat dipisahkan dalam jual beli. Dalam hal ini, dipakai hubungan sebab dan akibat atau saling pengaruh mempengaruhi, dan hubungan inilah yang disebut hubungan hukum. Dalam terjadinya jual beli, kita kenal ada hukum pembeli dan hukum penjual.

Dalam hukum pembelian dikatakan bahwa tiap-tiap orang mau membeli suatu barang dengan uangnya, karena ia berpendapat bahwa barang itu lebih berharga, menguntungkan, dan memuaskan daripada uang yang dikeluarkan.

Sedangkan dalam hukum penjualan dikemukakan bahwa tiap orang mau menukarkan barangnya dengan uang, karena ia



menganggap bahwa uang itu sangat diharapkannya dan akan menguntungkan serta memuaskan hatinya.

Urutan hukum penjualan adalah sebagai berikut<sup>29</sup>:

- 1) Tiap manusia adalah penjual.
- 2) Jual beli merupakan pertukaran antara dua jenis barang atau jasa.
- 3) Orang mau menjual sesuatu karena didorong oleh keuntungan dan kepuasan yang akan diperoleh dari hasil penjualan itu.

Jadi, antara hukum pembeli dan penjualan di lapangan jual beli perlu diperhatikan oleh penjual agar bisa menyiapkan rencana penjualannya dengan baik.

### 3. Langkah-langkah menuju manajemen penjualan yang sukses

Menurut Grant Stewart dalam bukunya, ada sebelas langkah-langkah menuju manajemen yang sukses, adalah sebagai berikut<sup>30</sup>:

#### a. Meminta umpan balik

Terlalu sedikit manajer penjualan yang mempunyai keberanian untuk meminta umpan balik dari wiraniaga mereka tentang cara kerja mereka sebagai manajer. Menejer sering memiliki presepsi yang salah tentang keahlian atau kemampuan mmotivasional mereka, dan ketidakpedulian akan menyebabkan manajer gagal mengubah perilaku atau mengenali masalah yang ada.

Setelah umpan balik ini diterima, bertindak berdasarkan hasil evaluasi umpan balik tersebut menunjukkan kemampuan manajer untuk

---

<sup>29</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan*,(Bandung : Alfabeta,2009), hal. 101

<sup>30</sup> Grant Stewart, *Sukses Manajemen Penjualan*,(Erlangga,2008),hal.163-166

mendengarkan dan bersikap responsif sehingga ikatan hubungan antara manajer dan timnya menjadi lebih erat.

b. Menghabiskan lebih banyak waktu dengan wiraniaga

Langkah kedua ini harus menjadi tujuan yang kontinu, karena selalu ada keuntungan berharga yang bisa di dapat dari meluangkan waktu bersama wiraniaga dibandingkan bila melakukan tugas “*managing*” dan kurangi waktu untuk tugas “*doing*”.

c. Tinjau ulang gaya manajemen/ budaya perusahaan

Seorang manajer penjualan harus dapat mengenali gaya manajemen mana yang cocok dengan perusahaan dan timnya sendiri, dan melakukan perubahan jika diperlukan. Gaya dan budaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan manajemen penjualan dan dapat meningkatkannya

d. Berikan lebih banyak waktu dan ciptakan lebih banyak kegiatan yang mendorong motivasi

Meskipun banyak keahlian pekerjaan yang penting, motivasi adalah yang terpenting dan keahlian motivasi dapat dipelajari. Karisma, seperti halnya kemampuan untuk bisa disukai oleh banyak orang, akan membantu keahlian motivasi ini, tetapi kerja keras untuk memahami sifat alami faktor-faktor pendorong dan penurun motivasi akan menuai penghargaan.

e. Membuat standar kerja yang jelas

Penting untuk menetapkan standar kinerja kualitatif yang jelas dengan menentukan tugas kunci dan etap mnenentukan dan mendefinisikan kembali standar tolok ukur, seperti perbandingan kinerja.

f. Tinjau kembali perencanaan penjualan/ sistem pengawasan

Dalam pandangan positif, perencanaan penjualan yang baik menghasilkan rasa berbagai arah yang penting untuk keberhasilan penjualan. Perencanaan sendiri tanpa melibatkan orang lain harus dihindari, karena perencanaan menyangkut kegiatan yang harus dilakukan dan diukur, tidak hanya menyangkut hasil.

g. Mengorganisasi untuk efektivitas penjualan

Struktur penjualan yang lama mungkin tidak cocok untuk pelanggan, pasar dan produk yang berubah saat ini dan dapat menghambat keberhasilan penjualan. Terutama, jika tentang pengawasan menjadi terlalu besar untuk melakukan manajemen yang efektif, maka dihasilkan tim kerja yang buruk.

h. Merekrut staf penjualan yang baik

Kehati-hatian dalam perekrutan akan memberikan keuntungan yang setimpal dan jika sebuah tim sudah terpilih, suatu audit terhadap kekuatan dan kelemahan masing-masing anggota tim harus dilaksanakan untuk menemukan apakah ada anggota tim yang tidak dapat dilatih atau dimotivasi dan karena itu harus dikeluarkan dari tim.

i. Bimbingan dan pelatihan secara kontinu

Bimbingan dan pelatihan adalah cara terpenting untuk memotivasi dan mengembangkan tim penjualan harus menjadi kegiatan yang paling menyita waktu manajer penjualan.

j. Meninjau ulang dan memperbaiki rapat penjualan

Rapat penjualan adalah kegiatan motivasional yang signifikan, dan harus disiapkan dan dilaksanakan dengan sangat hati-hati.

k. Meninjau kembali efektivitas secara teratur

Dalam praktiknya, audit yang dilaksanakan dengan baik, mungkin dengan baik, mungkin memakai jasa konsultan, akan mengembalikan biaya yang harus dikeluarkan dengan cepat.

4. Penjualan dalam Perspektif Islam

Islam mengatur mengatur permasalahan jual beli dengan rinci agar manusia mampu berinteraksi dalam koridor syariat dan terhindar dari tindakan-tindakan kedzaliman terhadap sesama manusia. Dalam hadis disebutkan sebagai berikut<sup>31</sup>:

Sebagaimana hadis yang diriwayatkan oleh Bukhori mengatakan bahwa, Nabi SAW bersabda : “Barang siapa yang ingin dilapangkan rezekinya atau dipanjangkan umurnya, maka bersilaturahmi.” Dari hadis tersebut dapat kita pahami bahwa seorang muslim harus mencari rezeki yang halal dan ditunjang dengan melakukan silaturahmi. Didalam transaksi jual beli Islam menyarankan agar kedua belah pihak yang

---

<sup>31</sup> Ilfi Nur, *Hadis-hadis Ekonomi...*, hal.210

melakukan jual beli agar bertemu langsung akan timbul ikatan persaudaraan antara penjual dan pembeli. Di dalam keterikatan belah pihak itu kan senantiasa saling membantu dan bekerjasama untuk saling meringankan baik secara sukarela atau dengan adanya imbalan.<sup>32</sup>

#### **D. Industri Kecil dan Menengah**

##### 1. Pengertian Industri Kecil dan Menengah

Menurut Biro pusat Statistik (BPS), UKM identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga. BPS mengklarifikasikan industri berdasarkan jumlah pekerjaannya, yaitu (1) industri rumah tangga dengan pekerja 1-4 orang, (2) industri kecil dengan pekerja 5-19 orang, (3) indutri menengah dengan pekerja 20-99 orang, dan (4) industri besar dengan pekerja 100 atau lebih.<sup>33</sup>

Industri merupakan bagian dari pembangunan ekonomi nasional suatu negara baik di Indonesia maupun di negara lain. Namun, pengertian istilah industri mempunyai berbagai tafsiran. Selain makna industri yang dapat berbeda, demikian pula tentang klasifikasi atau penggolongan industri dapat pula beraneka ragam. Oleh karena itu, seorang praktisi bisnis maupun mahasiswa dipandang perlu untuk mengetahui tentang arti dan klasifikasi industri yang berlaku di Indonesia.

---

<sup>32</sup> Ilfi Nur, *Hadis-hadis Ekonomi...*, hal.210

<sup>33</sup> Lie Liana, *Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil sebagai sarana memperkokoh struktur perekonomian nasional* , Semarang , Vol 5, No.2 September 2008, hal. 100

Kata Industri berasal dari kata *Industry*. Dalam kamus *The Scribner Bantam English Dictionary*, Cetakan ke-18 tahun 1990, tertera sebagai berikut<sup>34</sup>:

- a. *Steady application to task, business or labor*. Menurut kriteria ini, industri adalah kesiapan dalam melaksanakan suatu tugas pekerjaan atau bidang usaha atau karyawan yang siap melakukan atau menerapkan tugas atau pekerjaan yang bersifat tetap, terus-menerus, dan secara teratur.
- b. *Any form of economic activity*. Menurut kriteria ini, industri adalah berbagai bentuk kegiatan ekonomi. Sedangkan kegiatan ekonomi dapat dilakukan oleh perorangan maupun oleh perusahaan.
- c. *Productive enterprises generally*. Menurut pengertian tersebut, perusahaan-perusahaan yang produktif menghasilkan suatu barang atau jasa yang dapat dijual, berarti pula merupakan industri.
- d. *Productive occupations as distinguished from finance and commerce*. Menurut kriteria ini, industri adalah tempat atau pekerjaan yang produktif yakni pekerjaan yang menghasilkan suatu barang atau jasa.
- e. *Particular branch of the work or trade*. menurut kriteria ini, industri adalah cabang pekerjaan atau perdagangan yang khusus. Artinya, semua jenis pekerjaan yang sama dan khusus dapat diartikan sebagai industri, termasuk di dalamnya kegiatan perdagangan.

---

<sup>34</sup> Suemi, *Upaya Perencanaan Kawasan Industri Terpadu Di Kabupaten Brebes Sebagai Implikasi Pelaksanaan Otonomi Daerah*. Vol 3 No 2, November 2012, hal :80

Arti industri adalah kelompok usaha bisnis yang sejenis. Dalam masyarakat terdapat berbagai ragam jenis industri. Oleh karena itu, jenis industri tersebut dapat digolongkan atau diklasifikasi sebagai berikut<sup>35</sup> :

a. Klasifikasi industri berdasarkan hubungan vertikal.

Hubungan vertikal adalah adanya hubungan dalam bentuk penggunaan produk hasil akhir suatu kelompok perusahaan sebagai bahan pada kelompok perusahaan lain. Misalnya, hasil barang yang dibuat suatu perusahaan X dijadikan bahan baku oleh perusahaan lain. Dalam hal ini, antara perusahaan X dengan perusahaan Y mempunyai hubungan vertikal.

b. Klasifikasi industri berdasarkan hubungan horizontal.

Hubungan horizontal adalah penjualan atas dasar hubungan sejajar antara produk yang dihasilkan masing-masing perusahaan.

c. Klasifikasi industri atas dasar skala usaha.

Industri juga dapat diklasifikasikan atas dasar skala atau besar kecilnya usaha. Oleh karena itu, klasifikasi industri berdasarkan skala usaha dapat dibagi menjadi 3 kriteria sebagai berikut :

- 1) Industri skala usaha kecil (*small scale industry*)
- 2) Industri skala usaha menengah (*medium scale industry*)
- 3) Industri skala usaha besar (*large scale industry*)

---

<sup>35</sup> *Ibid* ...,hal. 84

d. Klasifikasi industri atas dasar tingkatan jenis produksinya.

Selain klasifikasi industri atas dasar skalanya, ternyata industri pun dapat digolongkan menurut tingkatan jenis produksinya, yakni<sup>36</sup> :

- 1) Industri Ringan. Jenis produksi ringan adalah kelompok perusahaan yang memproduksi barang-barang konsumsi.
- 2) Industri Menengah. Jenis industri menengah antara lain adalah industri ban mobil, industri semen, industri kimia, industri farmasi, industri jasa angkutan kereta api, industri jasa angkutan udara, industri jasa angkutan laut antarsamudra, industri perikanan laut, dan sebagainya.
- 3) Industri Berat. Jenis industri yang termasuk berat antara lain adalah industri pembuatan traktor, industri pembuat pesawat dan helikopter, industri pembuat mesin-mesin industri industri pembuatan kapal laut, industri satelit, industri roket peluncuran satelit, industri eksplorasi tambang di dasar laut, dan sebagainya.

## 2. Perindustrian dalam Perspektif Islam

Islam menurut pendapat ulama, menawarkan sebuah semangat dan sikap mental agar setiap muslim selalu berpandangan bahwa kehidupan hari esok harus lebih baik dari pada hari ini dengan melalui aktivitas berkarya. Sebagaimana Firman Allah dalam Surat At- Taubah : 105 berikut :

---

<sup>36</sup>Pusat UKM, Online :<http://pusatukm.com/pengertian-definisi-macam-jenis-dan-penggolongan-industri-di-indonesia/>, Diakses pada tanggal 06 April, Pukul : 15.00



وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ

فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ ١٠٥

*“Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-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” (Surat : At Taubah :105)<sup>37</sup>*

Kesadaran untuk berkarya harus berlandaskan semangat tauhid sehingga semua aktivitas keseharian setiap Muslim harus diniaatkan dan diorientasikan sebagai ibadah karena Allah SWT. Sebaliknya, setiap upaya ibadah kepada Allah harus direalisasi dalam bentuk karya nyata yang bernilai positif. Karya, bagi setiap muslim adalah ibadah dan ibadah merupakan implementasi dari sikap tauhid.<sup>38</sup>

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini mengambil beberapa penelitian yang relevan, diantaranya :

Dalam penelitian Bakti, dengan tujuan mengetahui pengaruh pembinaan & pelatihan SDM dan akses pemasaran terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial antara variabel pembinaan & pelatihan SDM dengan kinerja UMKM, diperoleh hasil nilai  $t_{\text{hitung}}$  pembinaan & pelatihan SDM ( $X_1$ ) = 0,583 dengan tingkat signifikansi untuk variabel pembinaan dan pelatihan

<sup>37</sup> Kementerian Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: CV AL WAAH, 2009), hal. 273

<sup>38</sup> Imam Kamaludi, perindustrian dalam pandangan Islam. Vol.7 No. 2 , 2013

0,562 yang menandakan lebih besar dari 0,05. Nilai  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  atau  $0,583 < 1,671$ . maka dapat disimpulkan bahwa variabel pembinaan & pelatihan SDM tidak berpengaruh nyata terhadap kinerja UMKM. hal ini karena bisa dikarenakan metode pelatihan dan pembinaan SDM kurang sesuai dengan jenis usaha, dan masih terdapat anggota UMKM.<sup>39</sup> Perbedaan penelitian ini terdapat pada metode pendekatan penelitiannya. Adapun peneliti menggunakan pendekatan penelitian eksperimen, sedangkan penelitian saya dengan menggunakan metode penelitian yang berlandaskan *filosofat positivisme*.

Penelitian juga dilakukan Hendriani dan Nulhaqim, dengan tujuan mengetahui pengaruh pelatihan dan pembinaan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha Mitra Binaan PT. Pelabuhan Indonesia Cabang Dumai. Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen. Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi : “apakah ada pengaruh variabel pelatihan dan pembinaan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha mitra binaan PT. Pelabuhan Indonesia Cabang Dumai” . Dari hasil penelitian perhitungan regresi memperlihatkan bahwa pelatihan dan pembinaan memiliki  $t_{\text{hitung}} >$  dari  $t_{\text{tabel}}$  yaitu  $9,361 > 1,999$  yang berarti  $H_0$  ditolak dengan demikian  $H_a$  diterima. Artinya variabel penelitian dan pembinaan mempunyai pengaruh yang signifikan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha mitra binaan pada PT Pelabuhan

---

<sup>39</sup> Idea Sukma Bakti, *Pengaruh pembinaan & pelatihan dan akses pemasaran terhadap kinerja Usaha Mikro kecil dan Menengah*, Skripsi (Jakarta : Skripsi tidak diterbitkan ,2014)

Indonesia Cabang Dumai.<sup>40</sup> Perbedaan penelitian ini terdapat pada metode pendekatan penelitiannya. Adapun peneliti menggunakan pendekatan penelitian eksperimen, sedangkan penelitian saya dengan menggunakan metode penelitian yang berlandaskan *filsafat positivisme*.

Penelitian yang dilakukan oleh Hatuwe, dengan tujuan pembinaan Industri Kecil dan Menengah pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pembinaan Industri kecil dan menengah pada dinas Perindagkop dan UMKM Kota Bontang sangat bermanfaat terhadap pengembangan usaha pelaku IKM Kota Bontang, karena pengaplikasian pelaksanaan pembinaan melalui kegiatan pelatihan, magang, pendampingan, sosialisasi, bantuan dana bergulir, bantuan peralatan produksi, outlet penjualan, promosi atau pameran dan sertifikasi akan mencapai hasil yang maksimal. Namun, faktor-faktor yang menghambat terhadap pelaksanaan pembinaan industri kecil dan menengah pada Dinas Perindagkop dan UMKM Kota Bontang adalah : Kurangnya aparat Pembina IKM khususnya tenaga penyuluh dan pendamping sehingga tidak seimbang antara jumlah IKM yang akan di bina dengan jumlah pembina yang tersedia.<sup>41</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada metode penelitian. Metode penelitian yang

---

<sup>40</sup> Susi Hendriani dan Soni A. Nulhaqim, *pengaruh pelatihan dan pembinaan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha Mitra Binaan PT. Pelabuhan Indonesia Cabang Dumai*, Jurnal tidak diterbitkan, Vol.10, No.2, Juli 2008 : 152)

<sup>41</sup> Muh. Ridwan, Hartutiningsih dan Mass'ad Hatuwe, *pembinaan Industri Kecil dan Menengah pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota*, Jurnal tidak diterbitkan, Vol.2, No. 3, 2014 :1341-1354)

saya gunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Penelitian oleh Prastiwi, dengan tujuan mengetahui pengaruh pembiayaan dan pelatihan kewirausahaan terhadap pendapatan Usaha Kecil Menengah di BMT Muamalah Tulungagung. Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian asosiatif, yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan dan pelatihan kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan usaha kecil menengah. Hasil hitung menggunakan uji T diketahui variabel pembiayaan mempunyai  $T_{hitung}$  sebesar  $2.262 > T_{tabel}$  sebesar 1.70. Jadi Variabel Pembiayaan memiliki kontribusi terhadap pendapat usaha kecil menengah. Variabel pelatihan kewirausahaan mempunyai  $T_{hitung}$  sebesar  $3.879 > T_{tabel}$  sebesar 1.70. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelatihan kewirausahaan memiliki kontribusi terhadap pendapatan usaha kecil menengah. Hasil penelitian secara setimulan menunjukkan bahwa pembiayaan dan pelatihan kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha kecil menengah.<sup>42</sup> Sedangkan judul penelitian saya berjudul “pengaruh pelatihan kewirausahaan dan pembinaan Disperindag terhadap peningkatan volume penjualan IKM di Kabupaten Tulungagung ditinjau dari perspektif ekonomi syariah”. Dari judul tersebut memiliki kesamaan pada variabel pelatihan kewirausahaan. Namun, ada perbedaan pada objek penelitian dan juga variabel pembiayaan. Pada

---

<sup>42</sup> Ana Prastiwi, *pengaruh pembiayaan dan pelatihan kewirausahaan terhadap pendapatan Usaha Kecil Menengah di BMT Muamalah Tulungagung*, (Tulungagung : Skripsi tidak diterbitkan, 2015)

penelitian ini, Objek penelitiannya terletak pada BMT, sedangkan objek penelitian saya terfokus pada industri kecil menengah binaan Disperindag di Kabupaten Tulungagung ditinjau dari perspektif ekonomi syariah.

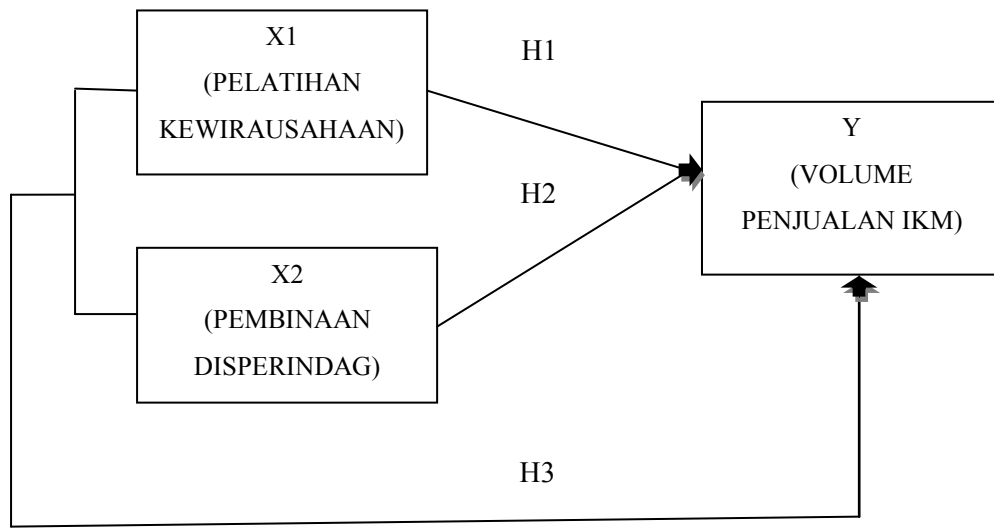
Penelitian dilakukan oleh Rimawati, dengan tujuan mengetahui dampak pembinaan dan pengembangan terhadap peningkatan kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah. Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembinaan berdampak signifikan terhadap peningkatan kinerja UKM. Pembinaan dan pengembangan juga meningkatkan pemahaman pengusaha mengenai pentingnya kepuasan pelanggan, terutama dalam memperhitungkan waktu pelayanan agar memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini juga membawa dampak yang baik terhadap peningkatan kerja sama beberapa pihak baik konsumen maupun mitra baru. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pembinaan dan pengembangan terhadap UKM oleh pemerintah dan swasta dilakukan melalui tiga cara yaitu kegiatan bimbingan dan penyuluhan, pendidikan dan pelatihan, dan bantuan pengembangan berupa modal atau peralatan. Ketiga bentuk bantuan ini sangat bermanfaat bagi UKM dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan.<sup>43</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada metode penelitian dan variabelnya. Metode yang akan digunakan peneliti yaitu penelitian kuantitatif, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

---

<sup>43</sup> Riris Rimawati, *pembinaan dan pengembangan terhadap peningkatan kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah*, Skripsi, (Surakarta : Skripsi tidak diterbitkan, 2010)

## F. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas maka kerangka konseptual penelitian ini adalah :



### Keterangan :

1. Pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap peningkatan volume penjualan industri kecil dan menengah di Kabupaten Tulungagung. Di dukung oleh teori Gary Dessler.<sup>44</sup> Kemudian didasarkan dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Ana Prastiwi.<sup>45</sup>
2. Pengaruh pembinaan terhadap peningkatan volume penjualan industri kecil dan menengah di Kabupaten Tulungagung. Di dukung oleh teori

<sup>44</sup> Gary Dessler, *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Kesepuluh* (Jakarta : PT Indeks, 2013), hal.280

<sup>45</sup>Ana Prastiwi, *pengaruh pembiayaan dan pelatihan kewirausahaan terhadap pendapatan Usaha Kecil Menengah di BMT Muamalah Tulungagung*,(Tulungagung : Skripsi tidak diterbitkan,2015)

Sedarmayanti.<sup>46</sup> Kemudian didasarkan dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Rimawati.<sup>47</sup>

3. Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan dan Pembinaan Disperindag terhadap peningkatan volume penjualan industri kecil dan menengah di Kabupaten Tulungagung. Didasarkan dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Hendriani dan Nulhaqim.<sup>48</sup>

## G. Hipotesis

Penelitian ini memiliki hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. H1 : Pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap peningkatan volume penjualan IKM di Kabupaten Tulungagung ditinjau dari perspektif ekonomi syariah.
2. H2 : Pengaruh pembinaan Disperindag terhadap peningkatan volume penjualan IKM di Kabupaten Tulungagung ditinjau dari perspektif ekonomi syariah.
3. H3 : Faktor pelatihan kewirausahaan dan pembinaan Disperindag berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan IKM di Kabupaten Tulungagung ditinjau dari perspektif ekonomi syariah.

---

<sup>46</sup> Sedarmayanti, *perencanaan dan pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Bandung : Refika Aditama, 2017), hal. 149

<sup>47</sup> Riris Rimawati, *pembinaan dan pengembangan terhadap peningkatan kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah*, Skripsi, (Surakarta : Skripsi tidak diterbitkan, 2010)

<sup>48</sup> Susi Hendriani dan Soni A. Nulhaqim, *pengaruh pelatihan dan pembinaan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha Mitra Binaan PT. Pelabuhan Indonesia Cabang Dumai*, Jurnal tidak diterbitkan, Vol.10, No.2, Juli 2008 : 152)