

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan kemajuan-kemajuan yang dicapai di sektor industri nasional maupun pada tingkat regional, perkembangan industri kecil di kabupaten Kediri telah mengalami kemajuan yang cukup menggembirakan. Hal ini tercermin dalam peningkatan jumlah unit usaha, tenaga kerja, nilai investasi, nilai produksi, dan nilai tambah yang dihasilkan, serta semakin berkembangnya jenis dan produk industri kecil di daerah tersebut. Dengan perkembangan industri saat ini, tercermin bahwa perkembangan home industri yang ada di Kediri sangatlah baik. Hal ini menunjukkan bahwa perekonomian di Kediri sudah lebih aktif dikarenakan adanya PHK besar-besaran sehingga memicu mereka untuk beralih profesi menjadi wiraswasta.

Salah satunya adalah usaha mikro kecil menengah (UMKM) usaha ini tergolong usaha marginal, ditandai dengan penggunaan teknologi yang relative sederhana, serta cenderung berorientasi pada pasar lokal. Namun demikian di beberapa negara menunjukkan bahwa usaha mikro berperan cukup besar bagi pertumbuhan ekonomi, menyerap tenaga kerja melalui penciptaan lapangan pekerjaan, menyediakan barang dan jasa, serta mengatasi masalah kemiskinan. Usaha mikro bersama usaha kecil mampu bertahan menghadapi krisis ekonomi. Indikasinya dapat dilihat dari peranan usaha mikro itu sendiri

dan dapat dilihat dari kontribusinya dalam ekspor-non migas, penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kualitas sumber daya.¹

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, Industri Kecil dan Menengah selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya hidup dalam kegiatan usaha kecil baik disektor tradisional maupun modern. Peranan usaha kecil tersebut menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh dua departemen, yaitu Departemen Perindustrian dan Perdagangan dan Departemen Koperasi dan UKM.

Pertumbuhan ekonomi diindikasikan dengan adanya kenaikan tingkat *income* masyarakat atau individu sehingga tidak akan terdapat perbedaan atas target ekonomi yang akan diraih oleh negara-negara maju berkonsentrasi untuk meningkatkan tingkat pendapatan masyarakat, sedangkan kegiatan ekonomi di negara-negara berkembang hanya terfokus pada upaya pengentasan kemiskinan atau usaha untuk mengejar keterbelakangan dan pertumbuhan.

Pengelompokan usaha kecil menengah mengenai pengelompokan jenis usaha yang meliputi industri dan usaha perdagangan. Industri kecil mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Mengingat peranannya dalam pembangunan, industri kecil harus terus dikembangkan dengan semangat kekeluargaan, saling mengisi, saling memperkuat antara usaha kecil dan besar

¹ Media Indonesia, *Dimensi Dalam Krisis Ekonomi*, (Jakarta : Demografi UI, 2002)

dalam rangka pemerataan serta mewujudkan kemakmuran bagi seluruh rakyat Indonesia.

Saat ini, industri kecil dan menengah juga memiliki kemampuan menyerap tenaga kerja yang besar, membuka peluang berusaha, dan dapat mewujudkan dan pemerataan masyarakat. Namun, permasalahan IKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai persoalan sehingga menyebabkan lemahnya daya saing terhadap produk impor. Persoalan utama yang dihadapi IKM, antara lain keterbatasan infrastruktur dan akses pemerintah terkait dengan perizinan dan birokrasi serta tingginya tingkat pungutan. Dengan segala persoalan yang ada, potensi IKM yang besar itu menjadi terhambat. Meskipun IKM dapat dikatakan mampu bertahan dari adanya krisis global namun kenyataannya permasalahan-permasalahan yang dihadapi sangat banyak dan ketat.

Pemberdayaan IKM di tengah Arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat IKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini menambah nilai jual produk IKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk impor yang kian membanjiri sentra Industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat IKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia.

Konsep yang telah digariskan oleh tuntutan Islam sebagai suatu agama yang memang hadir guna memuliakan umat manusia dimuka bumi ini,

tentu bangsa Indonesia akan menjawab seluruh *problem* kesejahteraan tersebut dengan menciptakan muslim *interpreneurship*. Berkarya bagi setiap muslim merupakan manifestasi keimanan, yang berkaitan dengan tujuan hidupnya, yaitu beribadah dalam rangka memperoleh Ridho Allah. Berkarya bukan sekedar bertujuan memuliakan dirinya, tetapi juga sebagai manifestasi amal shalih (karya produktif). Karena memiliki nilai ibadah yang sangat luhur.

Islam selalu menyuruh umatnya untuk bekerja, apapun bentuk pekerjaan itu. Karena rahmat Allah akan diberikan kepada umat-Nya yang rajin bekerja. Hamba yang hidup sejahtera bahkan mampu membagi kesejahtraannya dengan orang lain, sangat terpuji dalam Islam.² Islam sebagai suatu agama yang besar di dunia ini jelas memiliki pandangan yang positif terhadap *enterpreneur* atau wirausaha. Dalam pandangan Islam, seorang muslim atau pemeluk agama Islam sangat di anjurkan untuk melakukan upaya mencari rizki atau penghasilan. Dalam sebuah ayat Al-Qur'an pada surat Al Jumuah, ayat 10 berfirman: “ *Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung (QS. Al Jumuah : 10).*³ Dari terjemahan ayat tersebut, jelas menunjukkan bahwa Tuhan memerintahkan bagi umat manusia untuk berusaha atau melakukan upaya yang sungguh-

² Imam Kamaludi, *perindustrian dalam pandangan Islam*. Vol.7 No. 2 , 2013:hal.248.

³ Kementerian Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: CV AL WAAH,2009), hal. 809.

sungguh dengan menyerukan manusia untuk bertebaran di bumi guna mencari karunia Tuhan yang telah dilimpahkan-Nya di bumi ini.⁴

Pelaku usaha dalam perjalanannya pasti akan dihadapkan dengan berbagai macam ujian dalam perniagaan. Karena bagaimanapun suatu usaha pasti mengalami fluktuasi dalam penghasilan, kadang untung banyak, dan bahkan mengalami kerugian yang besar. Maka dari itulah sifat usahawan muslim harus mencakup berani mengambil resiko, berdikari, mempunyai ciri kepemimpinan, murah hati, optimis, cakap, perihatin, dan percaya diri. Rasulullah Saw berhasil sebagai pedagang karena beliau mempraktikkan ciri tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Keuntungan dalam berdagang menjadi objektif di sisi Rasulullah, yaitu keuntungan ketika berada di sisi Allah dan mendapat keridhoan Allah.⁵

Volume penjualan yang meningkat, akan berdampak pada keuntungan. Namun, laba hanya diperoleh jika konsumen membeli dan produk yang dibeli sesuai dengan keinginan. Karena itulah sangat penting membangun kepuasan konsumen agar keuntungan pun dapat diraih dengan mudah. Dalam suatu usaha, promosi dan pemasaran ,informasi serta pengembangan jaringan usaha.

Adanya wadah untuk mengampu industri kecil dan menengah yang ada di Kediri yaitu Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri mempunyai peranan yang sangat penting , baik dalam pemerataan

⁴ Ita Nurcholifah, *Membangun Enterpreneurship : dari pendekatan konvensional ke pendekatan syariah* , Jurnal : 2014, hal.12

⁵ Mufti Afif, *Kewirausahaan ditinjau dari perspektif islam*, Jurnal Vol. 3, No.1 Januari-Juni 2016, hal. 73

kesempatan berusaha, pengembangan industri yang mendukung pembangunan, pemerataan kesempatan kerja, dan bertujuan untuk membentuk masyarakat industri yang mandiri, tangguh dan berkembang menjadi industri besar. Berikut adalah daftar anggota binaan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri.

Tabel 1.1

Data Produk Makanan dan Minuman Binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri 2017

No	Nama	Alamat	Jenis produk
1.	Yuyun Trihandani	Jl. Jaksa agung suprapto III/ 15 B , mojoroto kota Kediri	Cokelat ibuke(misella)
2.	Antana Widhi	Permata hijau blok A 4 kel. Singonegaran kec. Pesantren kota Kediri	Kripik tempe “ eyang maroto “
3.	Dyah Astuti .P	Jl. Kenongo VI/14 Ngorggo, kec. Kota kota Kediri	Aneka sambal “ bu dyah “
4.	Doni Setiawan	Jl. Panglima polim, kec. Kota , kota Kediri	Bakpia“almair”
5.	Anik Wahyuningsih	Jl. Kapten tendean 285/A blabak , kota Kediri	Bolu kering kacang sanghai “mak plengeh”
6.	Lusi Eka W	Tinalan 1/ 44 B kec. Pesantren kota Kediri	Sambel pecel “mbah kendhil”
7.	Ida Nurul	Ketami RT 01/RW 05 kec. Pesantren kota Kediri	Keripik gadung “ gerus”
8	Sriyani	Jl. Panglima polim, kec. Kota , kota Kediri	Kue kering “Gloria”

9	Reni arbaati	RT/12RW 02 kelurahan semampir Kec. Kota kota Kediri	Cistik ubi ungu “ubi madu”
10	Marsydik	Jl. Corekan raya kaliombo kec. Kota kota Kediri	Gethuk pisang
11	Mahartini	Jl. Perintis kemerdekaan No. 9 B Kel.Manisrenggo Kec. Kota kota Kediri	Opak gambir “ kelapa wijen “
12	Herman Budiono	Jl. Truno joyo Kec. Kota kota Kediri	Tahu “Mbah Kacung”
13	Novan irawanto	Tinalan gang IV timur no. 14 tinalan kec. Pesantren kota Kediri	Macaroni pedas “cakra”
14	Supingi	Tinalan gang IV timur no. 1 tinalan kec. Pesantren kota Kediri	Stik tahu “poo”
15	Suci maharani	Kelurahan semampir gang 4 kec. Kota kota Kediri	Wingko “londo”
16	Fatur Ali Hasan	Jl. Pandean Gang II No.6 Stono Pande kec. Kota kota Kediri	Pia Ungu 313
17	Sitinur khamidatul	Jl. Penanggungan IV A/2 RT 21/RW 04 kelurahan lirboyo kota Kediri	Sambal pecel “ dua rawit”
18	Nurul kholis	JL.Mojo kerep RT 02/RW 04 mojokerep pelemahan kota Kediri	Jenang ketan “ karomah “
19	Rofik	Kewadungan, kec. Ngasem, Kediri	“Bubuk Kedelai Sanghai Muarem”
20	Sumadi	Ringin anom kec. Kota kota Kediri	Kerupuk terasi
21	Agustina	Mojoroto kec. mojoroto kota Kediri	Madu monggso “ nirwana”
22	Asrokim	Jl.Cendana RT28/RW/O4 kec. Pesantren kota Kediri	Roti barokah ”delima ‘
23	Jamaludin	JL. Tinalan 4 barat , kec. Pesantren kota Kediri	Tahu takwa 99
24	Niken	Jl. Stono No 62A Kel. Ngadirejo	Sambal pecel “

		Kec. Kota kota Kediri	miraos”
25	Anis rahayu	Lingkungan jaraan RT 14 RW 03 kel. Pojok ke. Mojoroto kota Kediri	Keripik apel dan nangka
26	Mujiati	Jl.urip sumoharjo III RT 03/RW 06 kel. Ngronggo kota Kediri	Kripik singkong
27	M. Muhsin	Jl. Sungkono No 24 kec. Kediri kota Kediri	Tahu “poo”
28	Deddi	Jl. Panglima sudirman No. 407 kec. Kediri , kota Kediri	Bakpia “ pathok 6464H”
29	Mujianto	Lingkungan kleco RT 38/ RW 09 kec. Pesantren kota Kediri	Stik tahu “Wijaya”
30	Dwi purwanti	Pakunden RT 04/ RW 07 permata biru pakunden, kec. Pesantren kota Kediri	Sambal pecel” joyoboyo”
31	Santi	Jl. Jambu RT 38/ RW 09 sukorame, kec mojoroto kota Kediri	Abon “najwa”
32	Heri	Jl. Panglima polim kec. Kediri kota Kediri	Kue kering “ mambo“:
33	Endah sulistiowati	Bolowerti gang V No 84 RT 04/RW 01 kec. Kediri kota Kediri	Kripik kulit ayam
34	M. adi suryo	Setono pande kec. Kediri kota Kediri	Jamur krispy
35	Selfia verdiana	Perum KBN jalan angraini raya 3 sukorame kec. Kota kota Kediri	Madu arrayana
36	Widyaningsih	JL. Penanggunggang gang teratai 1/ no 5 badar lor , kecamatan mojoroto , kota Kediri	Sambel pecel “ kitiran “
37	Damayanti	JL. Taman sari gang family kelurahan tamanan , kec. Mojoroto kota Kediri	Kembang goyang
38	Dedy	Jl. Suntan agung No 32 .kelurahan	Pia “ latief”

		kampong dalem kota Kediri	
39	H. Damoyo	Lingkungan Tinalan Timur Iii Rt/Rw 02/04 Tinalan kec. Pesantren kota Kediri	Rengginang "Reegi"
40	Muja'iz	Kel. Tinalan Gang IV no 47 Kec. Pesantren Kota Kediri	Tahu TMS

Sumber : Data dari Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kota Kediri
tahun 2017

Dari data diatas menunjukkan bahwa Usaha yang dibina oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri sebanyak 40 UMKM Berdasarkan data dari Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri bahwa perkembangan sektor industri dan menengah mengalami peningkatan .adanya pembinaan UMKM binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri sangatlah di butuhkan guna untuk terus berkembang . diantaranya yaitu peningkatan kompetensi SDM melalui pelatihan, peningkatan teknologi, standarisasi, mutu dan desain produk, pengembangan kelembagaan bisnis/ usaha, dukungan pembiayaan ,promosi dan pemasaran, informasi serta pengembangan jaringan usaha (termasuk website), guna untuk meningkatkan volume penjualan

Berdasarkan uraian diatas, maka di rasa perlu penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Harga , Promosi dan Kualitas Produk Terhadap volume penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri”.

B. Identifikasi Masalah

Adapun permasalahan yang perlu diidentifikasi dalam penelitian ini adalah terkait dengan harga, promosi dan kualitas produk terhadap volume penjualan Binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri. Berikut ini adalah identifikasi masalah dari latar belakang diatas yaitu:

1. Perkembangan harga, promosi ,kualitas produk dan volume penjualan usaha mikro kecil dan menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri. Harga, promosi dan kualitas produk dapat mempengaruhi volume penjualan usaha mikro kecil dan menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri.
2. Harga promosi dan kualitas produk dapat mempengaruhi positif atau negatif terhadap volume penjualan usaha mikro kecil dan menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan pokok-pokok permasalahan yang akan dilakukan pada peneliti, yaitu :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan usaha mikro kecil dan menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri ?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan usaha mikro kecil dan menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan usaha mikro kecil dan menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri?
4. Apakah harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan usaha Mikro kecil menengah Binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji apakah harga berpengaruh signifikan terhadap terhadap volume penjualan usaha mikro kecil menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri.
2. Menguji apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap terhadap volume penjualan usaha mikro kecil menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri.
3. Menguji apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap volume penjualan usaha mikro kecil menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri.
4. Menguji apakah harga, promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap terhadap volume penjualan usaha mikro kecil menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat dalam penelitian ini diharapkan agar bisa menjadi *literature* untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembacanya. Serta, bisa memperluas penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta dapat menambah informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh harga, promosi dan kualitas produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri dalam sebuah perusahaan khususnya pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang masih berdiri.

a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat diharapkan dapat berguna sebagai saran pembelajaran penulis sendiri dan menambah wawasan pengetahuan mengenai harga, promosi dan kualitas produk terutama terkait dengan volume penjualan.

b. Bagi Lembaga Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dan Tenaga Kerja

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau saran kepada instansi perusahaan agar lebih kompetitif dalam menghadapi faktor-faktor ekonomi

c. Bagi pembeli

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan kepada pembeli supaya lebih cermat dalam memilih suatu produk yang nantinya akan dibeli.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan atau contoh penelitian tentang harga, promosi dan kualitas produk terhadap volume penjualan. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dan menambah faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi volume penjualan pada usaha mikro kecil menengah

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup merupakan suatu batasan yang memudahkan dilaksanakannya penelitian agar lebih efektif dan efisien untuk memisahkan aspek tertentu terhadap suatu objek. 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 usaha mikro menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri.

Objek penelitian ini yaitu pelaku usaha mikro menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja di Kota Kediri Bahkan sampai saat ini, menjadi salah satu lembaga yang menaungi dan membina seluruh usaha mikro kecil dan menengah di kota Kediri .

2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menghadapi beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi kondisi dari penelitian yang dilakukan. Adapun keterbatasan tersebut yaitu sebagai berikut:

- a. Dalam penelitian ini hanya meneliti terkait dengan usaha mikro kecil produk makanan dan minuman binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri.
- b. Dalam penelitian ini hanya mengambil data yang dipublikasikan oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri.

G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini penegasan istilah terdiri dari dari dua Penegasan konseptual dan penegasan oprasional. Untuk menghindari kesalahan presepsi, serta memudahkan untuk memahami pokok-pokok permasalahan dalam uraian selanjutnya, maka penulis terlebih dahulu mengemukakan beberapa

pengertian yang terdapat dalam judul skripsi diatas berikut ini istilah-istilah yang akan penulis kemukakan di judul tersebut adalah

1. Definisi Konseptual

a. Pengaruh

Daya yang akan timbul dari sesuatu yang membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.⁶

b. Harga

Harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lain dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas setiap elemen dan keseluruhan elemen. Untuk menetapkan harga harus dipertimbangkan tiga elemen penting biaya, margin atau kenaikan harga, dan kompetisi. Langkah awal dalam penetapan harga adalah menghitung biaya-biaya yang secara langsung berhubungan dengan produk atau jasa.⁷

c. Promosi

promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan, memberiathukan, menyakinkan dan membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Dapat dikatakan promosi merupakan salah satu alat komunikasi yang bersifat membujuk agar konsumen tertarik dengan

⁶ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus besar Bahasa Indonesia Edisi ke 3*, (Jakarta : Balai Pustaka,2002), hal. 849

⁷Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2016), hal. 39-41

produk-produk yang ditawarkan atau dipasarkan dan diharapkan dapat terjadi transaksi penjualan. Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Adapun pendapat para ahli mengenai pengertian promosi, yaitu:

- d. Menurut Phillip Kotler, promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk menyakinkan konsumen untuk membeli.
- e. Menurut Rambat Lupiyadi, promosi merupakan sebagai salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa.
- f. Julian Cummins mendefinisikan promosi sebagai serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan penggunaan biaya yang efektif dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa, baik kepada para perantara maupun pemakai langsung, biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa 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.⁸

⁸ Freddy Rangkuti, *Straegi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), Hlm. 177

g. Kualitas Produk

Kualitas merupakan suatu alat utama untuk mencapai posisi produk. Kualitas menyatukan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Pelanggan mendefinisikan kualitas dengan berbagai cara. Kualitas didefinisikan sebagai memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Heizer dan Render dalam Wibowo (2006) mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan produk atau jasa memenuhi kebutuhan pelanggan.

h. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan.⁹ Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan.

2. Definisi Operasional

Secara operasional pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap volume penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Tenaga Kerja kota Kediri adalah suatu penelitian yang membahas tentang hubungan secara statistic

⁹ Anis Halimah Amaliya, *Pengaruh Harga dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Emas (studi kasus pada penggadaian syariah cabang Botanikal Junction)*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017), hal. 27

antara harga, promosi dan kualitas produk terhadap volume penjualan melalui angket berskala ordinal.

Semakin tinggi skor yang diperoleh berarti semakin banyak tingkat volume penjualan pada Usaha Mikro Kecil Menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Tenaga Kerja kota Kediri. Dan sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh berarti semakin banyak tingkat volume penjualan pada Usaha Mikro Kecil Menengah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Tenaga Kerja kota Kediri.

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 Usaha Mikro Kecil Menengah Binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri”.