

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENAMBAHAN OMSET DAN TENAGA KERJA PADA  
UMKM USAHA TEMPE DI KOTA SOLOK**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN SOLOK  
TAHUN 2021**

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF ADDITIONAL TURNOVER AND LABOR AT TEMPE BUSINESS MSMEs IN SOLOK CITY**

**SIGIT HARIADI**  
**171000461201025**

**MAHAPUTRA UNIVERSITY MUHAMMAD YAMIN SOLOK**

This research was conducted at the Department of Industry and Trade of Solok City. The purpose of this study was to determine the analysis of the addition of turnover and labor in the tempe business in Solok City in realizing the collection of income and the number of workers. In this study, the population is all employees who are in IKM tempe in Solok City, totaling 39 people. With the sampling technique using the Total Sampling method, 39 members of the population were taken as samples for the tempe business in Solok City. This study uses descriptive qualitative methods by collecting data techniques such as observation, interviews and documentation. The data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Turnover and Workforce in Tempe Business SMEs in Solok City. In Tempe Business SMEs in Solok City.

**Keywords: Increase In Turnover, Labor**

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PENAMBAHAN OMSET DAN TENAGA KERJA PADA UMKM USAHA TEMPE DI KOTA SOLOK**

**SIGIT HARIADI**  
**171000461201025**

**UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN SOLOK**

Penelitian ini dilakukan pada Dinas Koperindag Kota Solok bertujuan untuk mengetahui Analisis penambahahan omset Dan tenaga kerja pada usaha tempe di Kota Solok Dalam Mewujudkan pengumpulan pendapatan dan jumlah tenaga kerja. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan yang berada di IKM tempe di Kota Solok yang berjumlah 39 orang. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode Total Sampling yaitu diambil 39 anggota populasi dijadikan sebagai sampel pada usaha tempe di Kota Solok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan teknik data seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah Penambahan omset usaha tempe Kota Solok, secara umum masih belum optimal Perusahaan tempe adalah orang yang menjalankan perusahaan tempe di Kota Solok dan pengumpulan pendapatan sebagai Penambahan Omset Dan Tenaga Kerja Pada UMKM Usaha Tempe Di Kota Solok. Berdasarkan hasil penelitian ini adalah tenaga kerja usaha tempe di Kota Solok sudah melakukan tanggung jawab sudah cukup baik yang dilakukan oleh perusahaan tempe di Kota Solok dan hasil tenaga kerja sebagai Penambahan Omset Dan Tenaga Kerja Pada UMKM Usaha Tempe Di Kota Solok.

**Kata Kunci: Penambahan Omset, Tenaga Kerja**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beriringan salam tidak lupa penulis mohonkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Yang telah membawa kita dari alam kebodohan kepada alam yang berilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini. Dengan ilmu pengetahuan tersebut penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Penambahan Omset Dan Tenaga Kerja Pada UMKM Usaha Tempe Di Kota Solok”**.

Penulisan skripsi ini ditujukan sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Strata 1 (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi di Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Solok.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis selalu mendapat bimbingan, dan dorongan serta semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Prof.Dr. Ir. Syahro Ali Akbar, MP** Selaku Rektor Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Solok.
2. **Ibu Juita Sukraini, SE.M.Si** Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Maha Putra Muhammad Yamin Solok.
3. **Ibu Netti Indrawati, SE.MM** Selaku Pembimbing I dan **Ibu Esi Sriyanti, SE.MM** Selaku pembimbing II.

4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalaman yang tentunya sangat bermanfaat.
5. Seluruh pegawai tenaga kependidikan yang telah meluangkan waktu dan membantu penulis mendapatkan informasi dan urusan kampus.
6. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta. Ayah dan Ibu yang senantiasa memberikan doa, dorongan dan semangat yang tak henti-hentinya baik berupa moril maupun mateil yang belum tentu penulis dapat membalasnya.
7. Keluargaku yang selalu memberikan dorongan dan semangat dalam penulisan skripsi.
8. Teman-teman dan rekan-rekan mahasiswa, terkhusus mahasiswa jurusan manajemen Universitas Maha Putra Muhammad Yamin Solok yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis mendoakan semoga segala bantuan, bimbingan, kritikan, masukan, dan nasehat yang telah Bapak/Ibu berikan menjadi amal ibadah serta imbalan yang setimpal di sisi Allah SWT.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan, baik itu metode penulisan maupun pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan penulis sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.



Solok, September 2021

Penulis

**SIGIT HARIADI**

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).....	8
2.1.1 Teori UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).....	8
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi omset UMKM.....	12
2.2 Penambahan Omset.....	17
2.2.1 Omzet Penjualan .....	17
2.2.2 Faktor- faktor yang mempengaruhi kegiatan omzet penjualan....	19
2.2.3 Cara Meningkatkan Omzet .....	21

2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Turunnya Penjualan.....	26
2.3 Tenaga Kerja .....	28
2.3.1 Pengertian Tenaga Kerja.....	28
2.3.2 Jenis Tenaga Kerja .....	30
2.4 Penelitian Terdahulu .....	34
2.5 Kerangka Pemikiran.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1 Objek dan Lokasi Penelitian .....	39
3.2 Jenis Penelitian.....	39
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	40
3.3.1 Jenis Data .....	40
3.3.2 Sumber Data.....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5 Populasi dan Sampel .....	42
3.5.1 Populasi.....	42
3.5.2 Sampel.....	43
3.6 Defenisi Operasional Variabel .....	44
3.6.1 Variabel Penelitian .....	44
3.6.2 Definisi Operasional .....	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>



4.1	Gambaran Objek Penelitian .....	47
4.1.1	Sejarah Kota Solok .....	47
4.1.2	Pemerintah Kota Solok .....	50
4.1.3	Geografis Kota Solok .....	50
4.1.4	Visi dan Misi Kota Solok.....	51
4.2	Sejarah Dinas Koperindag Kota Solok .....	52
4.2.1	Visi dan Misi Dinas Koperindag Kota Solok .....	53
4.2.2	Struktur Organisasi dinas Koperindag.....	55
4.2.3	Pembagian Tugas Organisasi.....	56
4.2.5	Deskripsi Informan .....	57
4.3	Hasil Dan Pembahasan.....	59
4.3.1	Analisis Penambahan Omset Dan Tenaga Kerja Pada UMKM Usaha Tempe Di Kota Solok.....	59
BAB V PENUTUP.....		69
5.1	Keimpulan.....	69
5.2	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA .....		71

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.4 Penelitian terdahulu.....	34
Table 3.1 Data IKM tempe.....	43
Tabel 3.2 Defenisi Operasional.....	45
Tabel 4.3 Pembagian Tugas Masing Masing Struktur Organisasi.....	56
Tabel 4.1 Gambaran umum informant.....	58
Tabel 4.3 Hasil wawancara pengumpulan pendaptan.....	61
Tabel 4.6 Hasil wawancara tentang jumlah tenaga kerja.....	63



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran.....38



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan

Lampiran 2 Daftar Tesis

Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam perekonomian di Indonesia, terutama kontribusinya terhadap PDB negara dan penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2012 sampai 2013 UMKM mengalami perkembangan sebesar 2.41%. Pada tahun 2013 total UMKM di Indonesia berjumlah 57.895.721 unit, 99% diantaranya atau sekitar 57.189.393 unit merupakan usaha mikro. Usaha mikro mempunyai peran penting dalam pembangunan ekonomi, karena intensitas tenaga kerja tinggi, tingkat penciptaan lapangan kerja yang lebih tinggi dari perusahaan besar dan investasi yang lebih kecil sehingga usaha mikro lebih fleksibel dalam menghadapi dan beradaptasi dengan perubahan pasar (NADIRAH, LUBIS, dan ASMARA 2019).

Salah satu sektor industri yang merupakan pilar penyangga perekonomian di Indonesia adalah sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM), peran UKM sendiri terlihat dari jumlah unit usaha dan daya serap tenaga kerja oleh UKM yang cukup signifikan. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM menyebutkan, UMKM sektor perdagangan memiliki rata-rata omzet sebesar Rp41,6 juta per tahun, sedangkan sektor jasa memiliki omzet rata-rata sedikitnya Rp51 juta hingga Rp53,4 juta per tahun. Sementara UMKM sektor industri yang didominasi oleh industri tahu tempe, keripik, kerajinan sulam usus, serta industri perikanan seperti ikan teri dan ikan asin memiliki omzet

dengan kisaran antara Rp74 juta hingga Rp86 juta per tahun.(Pentiana dan Puspo 2018)

Kegiatan UMKM mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional perhatian pada pengembangan sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri bagi usaha menekan angka kemiskinan suatu Negara. Pertumbuhan dan pemungutan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi Negara-negara yang memiliki *income* perkapita yang rendah (Angela A 2018).

UMKM merupakan tulang punggung bagi 101.722.458 tenaga kerja yang bergerak disektor rill. Jumlah ini sekitar 97,27% dari total penerapan tenaga kerja yang ada. Dari jumlah tersebut terlihat jelas bahwa sumber ekonomi terbesar bagi rakyat Indonesia saat ini berasal dari usaha yang dibangun oleh rakyat sendiri dalam skala mikro, kecil dan menengah yang notabena yang menyerap tenaga kerja yang banyak. Hal tersebut juga diperkuat dengan data laporan dari departemen koperasi kementerian UMKM yang menunjukkan bahwa usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) merupakan pelaku usaha terbesar dengan persentase 99% dari total pelaku usaha nasional pada tahun 2015 menjadi 97,22% dalam periode 5 tahun terakhir. Peran UMKM terhadap PDB nasional juga sangat besar, sekitar 60,34% dari total PDB (Angela A 2018).

Dari data tersebut, bisa disimpulkan bahwa apabila UMKM tidak bergerak atau stagnan dalam satu periode tahunan, Negara akan kehilangan lebih dari setengah sumber PDB nasional pada tahun berjalan, hal ini tentu sangat berpengaruh besar terhadap pergerakan roda ekonomi. Tetapi fakta tersebut ternyata tidak direspon dengan begitu baik oleh pemerintah.

Meskipun pemerintah mengetahui betapa pentingnya keberadaan UMKM bagi rakyat dan perekonomian nasional, peran pemerintah dalam mengakomodasi dan memfasilitasi masyarakat untuk mengembangkan UMKM masih sangat kecil. Hal ini menjadi paradoks ketika keinginan untuk meningkatkan pondasi ekonomi rakyat tidak diikuti dengan usaha yang maksimal dalam mewujudkannya. seharusnya dapat belajar dari krisis ekonomi pada tahun 1998 tentang bagaimana ketahanan UMKM terhadap krisis yang begitu kuat. UMKM juga telah mempercepat laju pertumbuhan ekonomi karena banyak menyerap tenaga kerja.

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaanya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang

sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja (Arum 2017).

Dalam pengembangan UMKM, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah. Pihak UMKM sendiri sebagai pihak internal yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama sama dengan pemerintah. Karena potensi yang mereka miliki mampu menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah.

Berdasarkan pengamatan sementara penulis di UMKM usaha tempe di Kota Solok peneliti temui fenomena fenomena kurangnya memperhitungkan penambahan atau pengurangan omzet setiap ada hasil penjualan sudah dianggap sebagai laba, yang merupakan hak mereka untuk dikosumsi begitu juga dengan tenaga kerja kurang mempehitungkan jumlah tenaga kerja yang bekerja pada usaha tempe tersebut.

Penelitian ini melihat bagaimana potensi UMKM usaha tempe di kota Solok untuk meningkatkan omzet dilihat dari selisih produksi, penjualan. Dan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup agar lebih sejahtera, selaku pemilik UMKM tempe harus jeli melihat potensi serta mampu mengidentifikasi lingkungan, dapat menemukan peluang usaha tersebut, diharapkan dapat membantu pertumbuhan dan pendapatan ekonomi.

Dari latar belakang di atas maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Penambahan Omzet dan Tenaga Kerja pada UMKM Usaha Tempe di Kota Solok”**.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka masalah pokok yang diajukan untuk penelitian ini adalah :

1. Bagaimana peningkatan Omset pada UMKM Usaha Tempe di Kota Solok?
2. Bagaimana Peningkatan Tenaga Kerja pada UMKM Usaha Tempe di Kota Solok?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini dilakukan adalah :

1. Untuk menganalisis peningkatan Omset pada UMKM Usaha Tempe di Kota Solok?
2. Untuk menganalisis peningkatan Tenaga Kerja pada UMKM Usaha Tempe di Kota Solok?

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi perkembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan konsep penelitian. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yaitu Analisis Penambahan Omzet dan Tenaga Kerja pada UMKM Usaha Tempe di Kota Solok.

## 2. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi instansi dalam meningkatkan kinerja dan perusahaan.

## 3. Bagi Pihak lain

Sebagai tambahan informasi dan bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang meneliti pada bidang penelitian yang sama.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk dapat menyampaikan gambaran yang menjelaskan mengenai penelitian ini, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi dan hal-hal yang di bahas tiap bab. Berikut ini adalah deskripsi dari sistematika penulisan yang akan penulis lakukan dalam melaporkan hasil penelitian nantinya :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teoritis dan konseptual, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang berkaitan langsung dengan topik penelitian yakni gambaran umum mengenai Analisis Penambahan Omzet dan Tenaga Kerja pada UMKM Usaha Tempe di Kota Solok

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan metode penelitian yang digunakan selama penelitian berlangsung. Yang mana pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif kualitatif. Jenis dan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode penarikan sampel yaitu total sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan kuesioner. Pengolahan dan analisis data dilakukan selama dan setelah data dikumpulkan serta berisikan definisi operasional variabel.

### **BAB IV Hasil dan Pembahasan**

Dalam Bab ini menguraikan tentang gambaran umum tempat penelitian, jenis dan sumber data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

### **BAB V Penutup**

Dalam Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari peneliti yang telah dilakukan serta saran-saran yang mungkin nantinya berguna bagi organisasi maupun ilmu pengetahuan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)**

##### **2.1.1 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)**

Membicarakan masalah kelompok usaha yang termasuk dalam usaha mikro, kecil dan menengah yang disingkat (UMKM) tidak mudah. Banyak istilah yang muncul dalam hubungannya dengan usaha kecil dan menengah. Ada yang menyebut golongan ekonomi lemah (GEL) atau pengusaha ekonomi lemah, usaha mikro ada juga menyebut dengan industri rumah tangga. Dalam penelitian ini digunakan istilah UMKM.

Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan usaha mikro kecil, dan menengah (Menengkop dan UMKM). UMKM, usaha mikro kecil dan menengah adalah usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000, sedang usaha menengah adalah entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih besar Rp 200.000.000 - Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan. Menurut Badan Pusat Statistik, UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja, yaitu usaha mikro kecil adalah entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5- 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas yang memiliki tenaga kerja 20-99 orang.

Menurut Keputusan Menteri Keuangan No 316/KMK 0.16/1994, usaha kecil didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/ usaha yang mempunyai penjualan atas badan usaha per tahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000 atau asset /aktiva (diluar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari: (1) bidang usaha (Fa, CV, PT, dan Koperasi) dan (2) perorangan (Pengrajin, Industri rumah tangga, Petani, Peternak, Perambah Hutan, Penambang, Pedangan barang dan jasa).

Lebih lanjut dijelaskan menurut UU No 28 Tahun 2008 tentang UMKM adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana diatur dalam undang-undang.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Berdasarkan beberapa definisi UMKM di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) merupakan usaha kecil yang dapat menghasilkan omset pertahunnya setinggi-tingginya Rp 200.000.000 – Rp 600.000.000 tanpa termasuk tanah dan bangunan serta memiliki pekerja 5-19 orang. Sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang omset per tahun paling banyak Rp 200.000.000 – Rp 10.000.000.000 (diluar tanah dan bangunan) dengan tenaga kerja 20-99 orang yang dilakukan perorangan maupun badan usaha.

Pengelompokan atau kategorisasi usaha-usaha di suatu Negara mempunyai tujuan strategis, antara lain dikaitkan dengan standar kualitatif tertentu, serta seberapa jauh dapat dimasukkan kedalam jenis-jenis usaha atau bisnis. Tujuan pengelompokan usaha dapat disebutkan beragam dan pada intinya mencakup empat macam tujuan, yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk keperluan analisis yang dikaitkan dengan ilmu pengetahuan
- b. Untuk keperluan penentuan kebijakan- kebijakan pemerintah
- c. Untuk meyakinkan pemilik modal atau pengusaha tentang posisi perusahaannya
- d. Untuk pertimbangan badan tertentu berkaitan dengan antisipasi kinerja perusahaan.

Dalam perpektif perkembangan, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok yaitu :

- 1) Liverhood Activities, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima

- 2) Mikro Enterprise, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) Small Dynamic Enterprise, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- 4) Fast Moving Enterprise, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar.

Dari beberapa klasifikasi di atas maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa usaha mikro kecil dan menengah mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Bahan baku mudah diperoleh.
2. Menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan ahli teknologi.
3. Keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun-menurun.
4. Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.
5. Peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap dipasar lokal/domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk diekspor.
6. Melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat secara ekonomis menguntungkan.

Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran :

- a. sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi,
- b. penyedia lapangan pekerjaan terbesar,
- c. pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat,



- d. pencipta pasar baru dan sumber inovasi ,
- e. kontribusinya terhadap neraca pembayaran oleh karena itu pemberdayaannya harus dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan, wirausahawan baru yang tangguh.

Salah satu keunggulan UMKM adalah, ia terkadang sangat lincah mencari peluang untuk berinovasi untuk menerapkan teknologi baru ketimbang perusahaan-perusahaan besar yang telah mapan. Tak mengherankan jika dalam era persaingan global saat ini banyak perusahaan besar yang bergantung pada pemasok-pemasok kecil-menengah. Sesungguhnya ini peluang bagi kita untuk turut berkompetisi di era global sekaligus menggerakkan sektor ekonomi riil. Dalam buku *Ekonomi Development* mengemukakan bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi Indonesia “pembangunan yang benar-benar berorientasi” (Muslikhah et al. 2013).

UMKM atau koperasi dipilih sebagai representasi ekonomi rakyat karena telah menyerap tenaga kerja sekitar 90%, juga karena membeli nilai tambah sektor 56 % dimana pertanian memegang peran yang sangat penting sekitar 70% .

### **2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi omset UMKM**

Pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) antara lain meliputi :

1. Faktor Internal
  - a. Kurangnya Permodalan Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya



permodalan UMKM, oleh karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup yang mengandalkan pada modal dari sisi pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau keuangan lainnya sulit diperoleh, karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

- b. Sumber Daya Manusia (SDM) yang Terbatas Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap management pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Di samping itu dengan keterbatasan SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.
- c. Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Usaha kecil pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, oleh karena penduduk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau intrnasional dan promosi yang baik.

## 2. Faktor Eksternal

- a. Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif Kebijakan pemerintah untuk menumbuhkembangkan Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, namun dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha kecil dengan pengusaha-pengusaha besar.
- b. Terbatas Sarana dan Prasarana Usaha Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan.
- c. Implikasi Otonomi Daerah Dengan berlakunya Undang-Undang No. 22 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan sistem ini akan mengalami implikasi terhadap pelaku bisnis kecil dan menengah berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Jika kondisi ini tidak segera dibenahi maka akan menurunkan daya saing Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Di samping itu semangat kedaerahan yang berlebihan, kadang menciptakan kondisi yang kurang menarik bagi pengusaha luar daerah untuk mengembangkan usahanya di daerah tersebut.

- d. Implikasi Perdagangan Bebas Sebagaimana diketahui bahwa AFTA yang mulai berlaku tahun 2003 dan APEC tahun 2020 yang berimplikasi luas terhadap usaha kecil dan menengah untuk bersaing dalam perdagangan bebas. Dalam hal ini, mau tidak mau Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dituntut untuk melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien, serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan frekuensi pasar global dengan standar kualitas.
- e. Sifat produk dengan Lifetime Pendek Sebagian besar produk industri kecil memiliki ciri atau karakteristik sebagai produk-produk fasion dan kerajinan dengan lifetime yang pendek.
- f. Terbatas Aspek Pasar Terbatasnya akses pasar akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik dari pasar nasional maupun internasional.

Salah satu kelemahan dalam pemberdayaan UMKM di Indonesia umumnya bersifat parsial yaitu di bidang permodalan, pemasaran atau bahan baku saja. Tetapi tidak tertutup kemungkinan pada keseluruhan yang merupakan proses dari kegiatan usaha tersebut. Namun karena dimungkinkan oleh banyaknya masalah yang dihadapi UMKM serta pendidikan pengelola UMKM umumnya rendah, mereka hanya bisa menyebutkan masalah yang ada dalam pikirannya itu sehingga hanya bisa menyebutkan seperti di atas.

Usaha pemerintah dalam membantu usaha kecil dan menengah dilakukan di dua arah, yaitu yang berkenaan dengan kebijakan fiskal dan kebijakan moneter. Di kebijakan fiskal pemerintah berusaha untuk meningkatkan dan memberikan bantuan kepada usaha kecil dan usaha menengah agar dapat berkembang dengan baik. Proyek Bimbingan Pengembangan Industri Kecil (BIPIK) dan kegiatan yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Industri Kecil merupakan contohnya. Dalam hal kebijakan moneter, pemerintah mengembangkan program khusus kredit lunak untuk menunjang pengembangan perusahaan-perusahaan kecil milik pribumi, seperti KIK (Kredit Investasi Kecil) dan KMKP (Kredit Modal Kerja Permanen). Pengawasan usaha kecil yang telah dan dianggap perlu dibantu melalui badan-badan milik Negara juga merupakan bagian dari program kebijakan moneter.

Para pengusaha kecil mempunyai tiga pilihan untuk mendapatkan modal agar usahanya dapat berjalan, yaitu melalui sumber-sumber resmi seperti bank-bank milik pemerintah, sumber semi resmi: seperti koperasi, jasa-jasa sektoral, dan sumber-sumber perorangan. Dalam hal peminjaman modal para pengusaha memiliki berbagai macam pertimbangan. Pertimbangan itu antara lain adalah besar bunga yang harus dibayar, prosedur peminjaman, waktu pencarian modal, atau bantuan apakah cepat atau lambat.

Faktor pendukung yang sangat penting dalam menjaga keberadaan UMKM adalah lembaga keuangan bank dan non-bank. Sebabnya, pembiayaan lembaga kredit lembaga keuangan dapat menggairahkan

UMKM agar mandiri karena modalnya bertambah. Disini, peranan lembaga keuangan bukan hanya melalui pemberian kredit saja, tetapi juga jasa pelayanan keuangan lainnya yang diarahkan guna meningkatkan efisiensi.

Peranan lembaga keuangan tersebut dalam pengembangan UMKM dan Koperasi biasa dilakukan dengan cara-cara berikut:

- a. Pendekatan aktivitas, yaitu pendekatan atas dasar aktivitas yang diperlukan UMKM seperti kredit, bank garansi, giro, deposito, transfer dan sebagainya.
- b. Pendekatan komoditas, yaitu pendekatan atas dasar komoditas yang ditangani UMKM seperti pangan, pupuk, hasil perkebunan, hasil industri dan lainnya.
- c. Pendekatan program dan non-program, yaitu peranan perbankan yang dapat dikembangkan yang bukan saja untuk penanganan komoditas yang diprogramkan tetapi juga komoditas lain yang tidak diprogramkan.
- d. Pendekatan pembinaan, yaitu peran perbankan yang dapat menawarkan berbagai jasa pelayanan keuangan yang diberikan kepada UMKM.

## **2.2 Penambahan Omset**

### **2.2.1 Omzet Penjualan**

Kata Omzet berarti jumlah, sedang penjualan berarti kegiatan menjual barang yang bertujuan mencari laba/pendapatan. Jadi omzet penjualan berarti Jumlah penghasilan/laba yang diperoleh dari hasil menjual barang/jasa. Pengertian penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang dan jasa kebutuhan yang telah dihasilkannya kepada mereka yang membutuhkan dengan imbalan uang menurut harga

yang telah ditentukan sebelumnya. Penjualan adalah proses dimana si penjual atau produsen memastikan mengaktifkan dan memuaskan kebutuhan atau keinginan pembeli/konsumen agar dicapai mufakat dan manfaat baik bagi si penjual maupun Si pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak (Ekonomi dan Diponegoro 2011).

Omzet Penjualan adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama masa jual (Tim penyusun kamus Pembinaan dan Pengembangan bahasa. Penjualan adalah suatu usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang telah dihasilkan kepada mereka yang memerlukan dengan uang menurut harga yang ditentukan atas keputusan bersama. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan omzet penjual adalah banyaknya barang yang diterima pembeli dengan jumlah uang yang diserahkan kepada penjual sesuai dengan kesepakatan bersama.

Dari pendapat tersebut maka penjualan itu merupakan kegiatan menawarkan/memasarkan barang dan jasa kepada pembeli yang berminat yang nantinya akan dibayar jika telah terjadi kesepakatan mengenai harga barang/jasa itu. Penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa Omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh. Seorang pengelola usaha dituntut untuk selalu meningkatkan omzet penjualan dari hari kehari, dari minggu ke minggu, dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun. Hal ini diperlukan kemampuan dalam mengelola modal terutama modal kerja agar kegiatan operasional perusahaan dapat terjamin kelangsungannya.

### **2.2.2 Faktor- faktor yang mempengaruhi kegiatan omzet penjualan**

Dalam praktek, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat menyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni:
  - a. Jenis dan karakteristik barang yang di tawarkan.
  - b. Harga produk.
  - c. Syarat penjualan seperti: pembayaran, penghantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.
2. Kondisi Pasar Pasar, sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan



penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu di perhatikan adalah :

- a. Jenis pasarnya
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- c. Daya belinya
- d. Keinginan dan kebutuhan

3. Modal Akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan.

5. Faktor lain Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan. Ada pengusaha yang



berpegangan pada suatu prinsip bahwa “paling penting membuat barang yang baik”. Bila mana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan bungkus yang menarik atau dengan cara promosi lainnya.

### **2.2.3 Cara Meningkatkan Omzet**

Terdapat delapan belas (18) jurus meningkatkan omzet penjualan, meliputi :

1. Memiliki kepribadian unggul Salesman yang ingin meningkatkan omzet penjualan, bukan lagi menggunakan sellung skill seperti pada awal menjual. Mereka justru harus lebih dapat memahami pelanggan lebih mendalam. Untuk itu setiap salesman yang ingin meningkatkan omzet penjualan di atas target, mutlak harus memiliki kepribadian unggul dan bukan hanya sekedar pandai menjual. Salesman harus mempunyai kesabaran dan kerendahan hati terhadap semua orang. Mereka juga harus ramah dan tidak boleh sombong meskipun memiliki segudang pengalaman menjual atau termasuk salesman senior. Salesman juga harus mampu berempati dan fleksibel kepada pelanggan agar pelanggan merasa senang. Pada akhirnya, salesman harus tetap antusias pada saat kapan pun dan dimana pun bertemu dengan pelanggan. Mereka juga harus menjaga kedisiplinan sehingga pelanggan merasa dihargai. Selain itu mereka harus siap melayani setiap pelanggan karena pelanggan sebenarnya yang menggaji semua karyawan.

2. Berani berubah Kebutuhan konsumsi akan terus bertambah, baik terhadap produk/jasa. Ini berarti jumlah pesaing akan semakin bertambah, bahkan pesaing dari mancanegara akan semakin banyak hadir ke dalam pasar domestik. Menyiasati semua itu, mau tidak mau, suka atau tidak suka, para salesman harus mulai berubah. Mereka harus memiliki paradigma lebih global dan tidak gagap teknologi. Juga tidak boleh lagi berpikir secara jangka pendek hanya mengejar order semata melainkan harus berpikir panjang dan berpikir tentang customer.
3. Menjaga penampilan Secara tidak sadar, sebenarnya pelanggan sangat memperhatikan salesman, mulai dari ujung rambut sampai ujung kaki. Oleh karena itu, salesman harus tampil rapi dan menarik. Ini modal awal bagi salesman untuk meningkatkan rasa percaya diri, sedangkan bagi pelanggan tentu akan lebih senang dilayani oleh salesman yang good looking.
4. Perhatikan bahasa tubuh Manfaat komunikasi dengan menggunakan bahasa tubuh adalah dapat memahami pikiran lawan bicara dengan memperhatikan ekspresi wajah dan gerakan tubuh yang lain. Selain itu kita dapat mengenali lawan bicara yang mulai merasakan kebosanan atau ketidaksetujuan. Dengan bahasa tubuh yang menarik, kita juga dapat mempertahankan perhatian lawan bicara. Dan dengan ekspresi yang lebih menarik, diharapkan lawan bicara akan lebih mudah dipengaruhi.
5. Membangun jaringan Membangun jaringan adalah mutlak harus dilakukan oleh para salesman saat ini mengingat pelanggan sudah

saling terhubung dengan kemajuan teknologi internet. Mereka saling berkomunikasi untuk mendapatkan informasi. Untuk itu kita hendaknya lebih dekat dengan mereka bila ingin menambah jumlah pelanggan.

6. Bersatu kita teguh Untuk meningkatkan omzet penjualan, salesman tidak dapat berjuang sendiri. Kerja sama tim sangat diperlukan untuk mencapai tujuan itu. Untuk membentuk tim yang kompak perlu memahami visi perusahaan terlebih dahulu. Hal ini untuk menyamakan pandangan semua orang yang ada di dalam perusahaan.
7. Memetakan wilayah Omzet penjualan sangat bergantung pada wilayah penjualan yang akan dikelola. Wilayah penjualan yang potensial atau sering disebut dengan istilah “lahan basah” sering menjadi rebutan salesman. Jika pertama kali masuk ke dalam wilayah penjualan yang baru, maka yang harus dilakukan adalah menganalisis wilayah tersebut dengan mengetahui potensi pasarnya. Selain itu mengamati pesaing yang ada di wilayah tersebut, mengingat jumlah pesaing berkaitan langsung dengan pencapaian penjualan.
8. Mengembangkan diri Untuk dapat terus berprestasi, salesman harus belajar dari orang-orang sukses yang ada di sekitar mereka. Mereka juga dapat belajar dari true story orang-orang sukses melalui buku-buku yang banyak dijual di toko buku. Mereka harus mulai mengubah cara berpikir negatif menjadi berpikir positif. Salesman juga wajib mengikuti rapat yang diselenggarakan oleh perusahaan karena forum ini dapat digunakan untuk berbagi informasi dan pengalaman dengan salesman lain.

9. Hargailah pelanggan Pelanggan akan lebih mudah “ditaklukkan” jika salesman mau berkorban dengan memberikan perhatian. Salesman dapat membantu perusahaan meningkatkan citra merek produk yang dijual dengan lebih menghargai pelanggan. Dengan cara ini, salesman sebenarnya lebih tampil “beda” dibandingkan salesman lain.
10. Sedikit bicara, banyak mendengar Saat ini, salesman dituntut tidak banyak berbicara, sebaliknya mereka harus banyak mendengar. Karena mereka harus mengetahui kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Bahkan situasi persaingan yang sudah tidak terkendali menuntut salesman untuk menggali lebih dalam lagi hasrat dan gairah pelanggan yang terpendam.
11. Melakukan komunikasi dua arah Komunikasi antara salesman dan pelanggan harus terjalin dua arah. Dengan demikian salesman dapat memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Pada sisi lain, pelanggan dapat mengetahui penjelasan tentang produk dan prosedur lainnya.
12. Jangan takut bersaing Menghadapi pesaing yang sering melakukan serangan frontal dengan “perang harga” atau harga murah tidak bisa dihadapi dengan cara yang sama. Harus disadari bahwa bisnis harus menghasilkan laba, bukan kerugian. Untuk itu dalam menghadapi pesaing, harus lebih bersikap rendah hati tetapi tetap tidak gentar.
13. Menciptakan pengalaman Seorang salesman harus dapat menimbulkan kesan yang positif di mata pelanggan seperti: profesional, berpenampilan bersih, dan rapi. Agar pelanggan mau melakukan repeat

order, maka salesman perlu memikirkan 18 taktik menciptakan sesuatu yang ideal untuk pelanggan serta citra merek terhadap produk yang dibeli oleh pelanggan.

14. Menjaga keseimbangan emosi Salesman setiap hari menghadapi tekanan, baik oleh para pelanggan maupun oleh perusahaan. Mereka dituntut harus dapat mencapai target penjualan sekaligus dapat memuaskan pelanggan. Hal ini menyebabkan emosi mereka kadang kurang terkontrol. Agar dapat sukses menjual, maka salesman perlu menyeimbangkan faktor emosional.
15. Jangan berhenti sampai di sini Saat ini kualitas produk yang dijual rata-rata mendekati sama. Artinya, produk yang satu dengan yang lain hampir sama kualitasnya. Kalau sudah begitu, hanya salesman yang bisa melayani dengan memuaskan yang akan dipilih pelanggan.
16. Dekat dengan pelanggan Setelah salesman selesai melakukan tugas menjual, maka langkah selanjutnya adalah bagaimana selalu dekat dengan pelanggan. Tujuannya untuk mendapatkan referensi atau repeat order. Untuk itu, salesman jangan lupa melakukan tindak lanjut menghubungi pelanggan yang sudah membeli dan puas.
17. Loyalitas adalah segalanya Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil jika pelanggan loyal yang dimiliki semakin meningkat. Ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola harapan pelanggan sehingga mereka merasa dekat, merasa cocok, dan merasa nyaman.
18. Membina hubungan: kunci sukses meningkatkan penjualan Jika semakin hari jumlah pelanggan semakin berkurang, maka akan

mengurangi penghasilan salesman bahkan bisa dipecat. Oleh karena itu, salesman tidak boleh berpikir hanya sekedar menjual melainkan harus berpikir bagaimana membina hubungan dengan pelanggan

#### **2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Turunnya Penjualan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi turunnya penjualan meliputi:

1. Faktor Internal Yaitu sebab yang terjadi karena perusahaan itu sendiri:
  - a. Penurunan promosi penjualan
  - b. Penurunan komisi penjualan
  - c. Turunnya kegiatan salesman
  - d. Turunnya jumlah saluran distribusi
  - e. Pengetatan terhadap piutang yang diberikan
2. Faktor Eksternal Yaitu sebab yang terjadi karena pihak lain:
  - a. Perubahan kebijakan pemerintah
  - b. Bencana alam
  - c. Perubahan pola konsumen
  - d. Munculnya saingan baru
  - e. Munculnya pengganti

Secara khusus dalam aspek pasar dan pemasaran bahwa tujuan perusahaan untuk memproduksi atau memasarkan produknya dapat dikategorikan sebagai berikut :

- a. Untuk meningkatkan penjualan dan laba Artinya, tujuan perusahaan dalam hal ini bagaimana caranya memperbesar omzet penjualan dari waktu ke waktu. Dengan meningkatnya omzet penjualan, maka

diharapkan keuntungan atau laba juga dapat meningkat sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

- b. Untuk menguasai pasar Untuk perusahaan jenis ini jelas tujuannya bagaimana caranya menguasai pasar yang ada dengan cara memperbesar market share-nya untuk wilayah tertentu.
- c. Untuk mengurangi saingan Tujuan perusahaan model ini adalah dengan cara menciptakan produk sejenis dengan mutu yang sama tetapi harga lebih rendah dari produk utama. Tujuannya adalah untuk mengurangi saingan dan antisipasi terhadap kemungkinan pesaing baru yang akan masuk ke dalam industri tersebut.
- d. Untuk menaikkan prestise tertentu di pasaran Dalam hal produk tertentu, terutama untuk produk kelas tinggi. Tujuan perusahaan memasarkan adalah untuk meningkatkan prestise produk di depan pelanggannya dengan cara promosi atau cara lainnya. Cara lainnya juga dilakukan dengan meningkatkan mutu, selera yang sesuai dengan keinginan konsumen.
- e. Untuk memenuhi pihak-pihak tertentu Tujuan ini biasanya lebih diarahkan untuk memenuhi pihak-pihak tertentu dengan jumlah yang biasanya terbatas, misalnya permintaan pemerintah, atau lembaga tertentu. Dari pemaparan di atas, kita dapat menarik kesimpulan bahwa omzet penjualan adalah seluruh jumlah hasil penjualan barang/jasa dalam periode tertentu. Serta salah satu tujuan perusahaan dalam pemasaran adalah untuk meningkatkan atau memperbesar omzet penjualan dari waktu ke waktu.



## 2.3 Tenaga Kerja

### 2.3.1 Pengertian Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan modal utama serta pelaksanaan dari pembangunan masyarakat pancasila. Tujuan terpenting dari pembangunan masyarakat tersebut adalah kesejahteraan rakyat termasuk tenaga kerja. Tenaga kerja sebagai pelaksana pembangunan harus dijamin haknya, diatur kewajibannya dan dikembangkan daya gunanya. Pengertian tenaga kerja itu sendiri menurut Undang-undang 13 Tahun 2003, tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat (Nuraulian 2017).

Tenaga kerja (manpower) adalah penduduk yang sudah atau sedang bekerja, yang sedang mencari pekerjaan, dan yang melaksanakan kegiatan lain seperti bersekolah, dan mengurus rumah tangga. Tiga golongan yang disebut terakhir, yakni pencari kerja, bersekolah, dan mengurus rumah tangga, walaupun sedang tidak bekerja, mereka dianggap secara fisik mampu dan sewaktu-waktu dapat ikut bekerja. Istilah tenaga kerja selalu dikaitkan dengan jumlah para pekerja sebenarnya atau potensial yang tercakup dalam suatu penduduk (Nuraulian 2017).

Tenaga kerja biasanya diukur menurut unit orang yang terdapat di dalamnya, dan bukan dari segi unit pekerjaan. Karena kegiatan pekerjaan senantiasa mengalami perubahan yang kontinu, semua kegiatan tersebut harus dihitung pada suatu saat tertentu, dan sedapat mungkin menurut



jangka waktu yang sama atau yang singkat. Berdasarkan penduduknya, tenaga kerja terdiri dari tenaga kerja dan bukan tenaga kerja.

Tenaga kerja adalah seluruh jumlah penduduk yang dianggap dapat bekerja dan sanggup bekerja jika tidak ada permintaan kerja. Menurut Undang-undang Tenaga Kerja, mereka yang dikelompokkan sebagai tenaga kerja yaitu mereka yang berusia antara 15 tahun sampai dengan 64 tahun. Bukan tenaga kerja adalah mereka yang dianggap tidak mampu dan tidak mau bekerja, meskipun ada permintaan bekerja.

Menurut Undang-undang Tenaga Kerja No. 13 Tahun 2003, mereka adalah penduduk di luar usia, yaitu mereka yang berusia di bawah 15 tahun dan berusia di atas 64 tahun. Contoh kelompok ini adalah para pensiunan, para lansia (lanjut usia) dan anak-anak. Berdasarkan batas kerja, tenaga kerja (manpower) terdiri dari angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Angkatan kerja adalah penduduk usia produktif yang berusia 15-64 tahun yang sudah mempunyai pekerjaan tetapi sementara tidak bekerja, maupun yang sedang aktif mencari pekerjaan. Bukan angkatan kerja adalah mereka yang berumur 10 tahun ke atas yang kegiatannya hanya bersekolah, mengurus rumah tangga dan sebagainya. Berdasarkan kualitasnya, tenaga kerja terdiri dari tenaga kerja terdidik, tenaga kerja terampil, dan tenaga kerja tidak terdidik. Tenaga kerja terdidik adalah tenaga kerja yang memiliki suatu keahlian atau kemahiran dalam bidang tertentu dengan cara sekolah atau pendidikan formal dan nonformal.

Tenaga kerja terampil adalah tenaga kerja yang memiliki keahlian dalam bidang tertentu dengan melalui pengalaman kerja. Tenaga kerja terampil ini dibutuhkan latihan secara berulang-ulang sehingga mampu menguasai pekerjaan tersebut. Tenaga kerja tidak terdidik adalah tenaga kerja kasar yang hanya mengandalkan tenaga saja (Habibi dan Nugroho 2019).

### 2.3.2 Jenis Tenaga Kerja

Tenaga kerja dapat di bedakan dari beberapa jenis, yaitu :

- a. Tenaga Kerja Tetap Tenaga kerja tetap (permanent employee) yaitu pekerja yang memiliki perjanjian kerja dengan pengusaha untuk jangka waktu tidak tertentu. Tenaga kerja tetap atau pegawai tetap adalah pegawai yang menerima atau memperoleh penghasilan dalam jumlah tertentu secara teratur, termasuk anggota dewan komisaris dan anggota dewan pengawas yang secara teratur terus menerus ikut mengelola kegiatan perusahaan secara langsung, serta pegawai yang bekerja berdasarkan kontrak untuk suatu jangka waktu tertentu sepanjang pegawai yang bersangkutan bekerja penuh (full time) dalam pekerjaan tersebut.
- b. Tenaga kerja tidak tetap atau tenaga kerja lepas Berdasarkan Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor Kep-100/Men/Vi/2004 Tahun 2004 tentang Ketentuan Pelaksanaan Perjanjian Kerja Waktu Tertentu. tenaga tidak tetap /tenaga kerja lepas adalah tenaga kerja yang hanya menerima penghasilan apabila tenaga kerja yang bersangkutan bekerja, berdasarkan jumlah hari bekerja, jumlah unit hasil

pekerjaan yang dihasilkan atau penyelesaian suatu jenis pekerjaan yang diminta oleh pemberi kerja. Hak tenaga kerja lepas yaitu mendapat gaji sesuai kerjanya atau waktu kerja mereka, tanpa mendapat jaminan sosial. Tenaga Kerja tersebut bersifat kontrak, setelah kontrak selesai, hubungan antara pekerja dan pemberi kerja pun juga selesai. Penghasilan pegawai tidak tetap atau tenaga kerja lepas, berupa upah harian, upah mingguan, upah satuan, upah borongan atau upah yang dibayarkan secara bulanan. Upah harian adalah upah atau imbalan yang diterima atau diperoleh pegawai yang terutang atau dibayarkan secara harian. Upah mingguan adalah upah atau imbalan yang diterima atau diperoleh pegawai yang terutang atau dibayarkan secara mingguan. Upah satuan adalah upah atau imbalan yang diterima atau diperoleh pegawai yang terutang atau dibayarkan berdasarkan jumlah unit hasil pekerjaan yang dihasilkan. Upah borongan adalah upah atau imbalan yang diterima atau diperoleh pegawai yang terutang atau dibayarkan berdasarkan penyelesaian suatu jenis pekerjaan tertentu.

- c. Tenaga Kerja Borongan Borongan atau pocokan yaitu hubungan kerja berdasarkan kerja borongan lepas dengan pembagian hasil menurut upah atas satuan hasil kerja atau upah yang diterima berdasarkan barang yang dapat diselesaikannya. 13 Ketentuan untuk karyawan harian atau karyawan lepas diatur dalam Keputusan Menteri Nomor 100 tahun 2004 tentang "Ketentuan pelaksanaan perjanjian kerja waktu tertentu", sebagai berikut:

Pasal 10 :

1. Untuk pekerjaan-pekerjaan tertentu yang berubah-ubah dalam hal waktu dan volume pekerjaan serta upah didasarkan pada kehadiran, dapat dilakukan dengan perjanjian kerja harian atau lepas.
2. Perjanjian kerja harian lepas sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan ketentuan pekerja /buruh bekerja kurang dari 21 hari dalam 1 bulan.
3. Dalam hal pekerja /buruh bekerja 21 hari atau lebih selama 3 bulan berturut-turut atau lebih maka perjanjian kerja harian lepas berubah menjadi PKWTT (Perjanjian Kerja Waktu Tidak Tertentu /kontrak kerja).

Pasal 11 :

Perjanjian kerja harian lepas yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat; (1) dan ayat (2) dikecualikan dari ketentuan jangka waktu PKWT pada umumnya (dengan kata lain tidak ada ketentuan mengenai jangka waktu).

Pasal 12 :

- 1) Pengusaha yang mempekerjakan pekerja/buruh pada pekerjaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 wajib membuat perjanjian kerja harian lepas secara tertulis dengan para pekerja/buruh.
- 2) Perjanjian kerja harian lepas sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat dibuat berupa daftar pekerja/buruh yang melakukan pekerjaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 sekurang-kurangnya memuat:

- a. Nama /alamat perusahaan atau pemberi kerja.
- b. Nama /alamat pekerja/buruh.
- c. Jenis pekerjaan yang dilakukan
- d. Besarnya upah dan/atau imbalan lainnya.

Ketentuan mengenai PKWT diatur di dalam Undang-undang ketenagakerjaan dari Pasal 56 s.d Pasal 59, bahwa di bagian akhir dari Pasal 59 yaitu pada ayat (8) disebutkan bahwa: “Hal-hal lain yang belum diatur dalam Pasal ini akan diatur lebih lanjut dengan Keputusan Menteri”. Ketentuan inilah yang kemudian mendasari terbitnya Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor Kep100/Men/Vi/2004 Tahun 2004 tentang Ketentuan Pelaksanaan Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (“KEPMEN No. 100 Tahun 2004”).

KEPMEN No. 100 Tahun 2004 tersebut merupakan peraturan pelaksanaan dari Undang-undang ketenagakerjaan mengenai PKWT, yang di dalamnya mengatur juga mengenai Perjanjian Kerja Harian Lepas. Dengan demikian, Perjanjian Kerja Harian Lepas menurut KEPMEN ini merupakan bagian dari PKWT (lihat Pasal 10 s.d. Pasal 12 KEPMEN No. 100 Tahun 2004). Namun demikian, Perjanjian Kerja Harian Lepas ini mengecualikan beberapa ketentuan umum PKWT, yang mana dalam perjanjian kerja harian lepas /tenaga kerja tidak tetap dimuat beberapa syarat antara lain :

- a. Perjanjian Kerja Harian Lepas dilaksanakan untuk pekerjaan-pekerjaan tertentu yang berubah-ubah dalam hal waktu dan volume pekerjaan serta upah didasarkan pada kehadiran

- b. Perjanjian kerja harian lepas dilakukan dengan ketentuan pekerja/buruh bekerja kurang dari 21 (dua puluh satu) hari dalam 1 (satu) bulan
- c. Dalam hal pekerja/buruh bekerja 21 (dua puluh satu) hari atau lebih selama 3 (tiga) bulan berturut-turut atau lebih maka perjanjian kerja harian lepas berubah menjadi PKWTT.

## 2.4 Penelitian Terdahulu

**Table 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama peneliti	Jenis penelitian	Hasil penelitian
1	Supriadi (2014)	Analisis Nilai Tambah dan Titik Impas Agroindustri Tempe di padang	Hasildari penelitian menyatakan bahwa nilai tambah kedelai pada industri rumah tangga tempe yaitu berkisar antara Rp 4.359,50 – Rp 5.317,50 per kg bahan baku. Titik impas (Break Event Point) industri rumah tangga tempe Kota Solok berkisar antara Rp 10.619.445,00 – Rp 25.291.670,00 per bulan, sedangkan keuntungan maksimum berkisar antara Rp 3.597. 858,33 – Rp 11.254.917,00 per bulan.
2	Dede maulana (2018)	Pengelolaan tempe dalam perspektif etika bisnis islam	Hasil penelitian menyatakan usaha tempe yang berada di kauman belum sesuai dengan etika, fakta dilapangan menunjukkan bahwa ada kekeliruan yang tidak disadari terhadap produksi tempe.
3	Latifa (2016)	Analisis Nilai Tambah Dan Rentabilitas Agroindustri Tahu Bulat di Bandar Lampung ”.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya biaya produksi agroindustri tahu bulat pada perusahaan Asian dalam satu kali proses produksi adalah Rp.44.872.306,71, penerimaan sebesar Rp.85.705.000,00 dan pendapatan sebesar Rp. 40.832.693,29 . Besarnya nilai tambah pada agroindustri tahu



			bulat pada perusahaan Asian dalam satu kali proses produksi sebesar Rp.11.964,46 per kilogram. Nilai tambah diperoleh dari selisih antara nilai produk dengan harga bahan baku serta sumbangan input lain.
4	Daryanto (2015)	Analisis Nilai Tambah Usaha Tempe Di bogor”	Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa usaha tempe di Kota Solok menunjukkan bahwa usaha tersebut mampu menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 178.972.014,29 per tahun atau Rp 5.070,07 per kilogram input
5	Nurul Asnita (2019)	Analisis nilai tambah usaha tahu alami di kecamatan koto tengah kota padang	Berdasarkan hasil perhitungan profitabilitas menunjukan bahwa usaha tahu alami mampu menghasilkan keuntungan dari kegiatan produksi yang dilakukan nilai profitabilitas usaha tahu alami
6	Indah Ayu Waladah (2019)	Pengaruh Diameter Dan Jarak Perforasi Kemasan Plastik Terhadap Mutu Tempe Kedelai (Glycine Max )Dimanfaatkan Sebagai Sumber Belajar Biologi	Hasil penelitian menunjukan bahwa ada pengaruh signifikan pada perlakuan pemberian lubang pada kemasan dengan diameter 5 mm dan jarak 2 cm. Hasil penelitian dapat dimanfaatkan sebagai sumber belajar biologi materi penerapan prinsip-prinsip bioteknologi konvensional
7	Zauvi Natasena Ajusa (2019)	Analisis Rantai Pasok Agroindustri Tempe Di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung	Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Rantai Pasok Agroindustri Tempe Terdiri Dari Importir Kedelai, Agen Kedelai, Pedagang Besar Ragi Dan Plastik, Pengecer Kedelai, Ragi Dan Plastik, Sub-Agen Gas, Produsen Kayu Bakar, Agroindustri Tempe, Pengecer Tempe, Dan Pedagang Kaki Lima
8	Bella Septiana (2020)	Analisis Harga Pokok Produksi Dan Pendapatan Industri Usaha Pembuatan Tempe	Hasil Penelitian Yang Telah Dilakukan Pada Industri Usaha Pembuatan Tempe Asli HB di Jalan Seniman Amri Yahya Kecamatan Jakabaring Kota Palembang Provinsi Sumatra

			Selatan Bahwa Tempe Asli HB Layak di Perjualkan
9	Fitriani (2017)	Analisis Pengaruh Tenaga Kerja Dan Bahan Baku Terhadap Nilai Produksi Industri Tahu Tempe di Makassar	Hasil Analisis Bahwa Tenaga Kerja Perpengaruh Positif Dan Tidak Signifikan Terhadap Nilai Produksi Industri Tahu Tempe. Sedangkan Bahan Baku Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Nilai Produksi Industri Tahu Tempe di Makassar
10	Siti Rohani (2018)	Analisis Potensi UMKM Tahu dan Tempe Terhadap Peningkatan Pendapatan Keluarga menurut Perspektif Ekonomi Islam	Dari Hasil Penelitian ini Bahwa Potensi UMKM Tahu dan Tempe Bapak Marzuki di Desa Perkalongan Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Sangatlah Potensial Dilihat dari Hasil Usaha setiap Bulannya,UMKM memiliki Strategi.Strategi Bertahan (Survival) yang di Terapkan oleh UMKM tahu dan Tempe Bapak Marzuki di Desa Perkalongan Pertama,Strategi Bertahan yang di lakukan dengan cara menjaga Norma dan melakukan Efisiensi Biaya, Waktu, Managemen Keuangan, dan menyisihkan hasil Usaha,Menganali Minat Pembeli dan Menumbuhkan Etos Kerja yang baik
11	Tia Karlina Oktaviani (2018)	Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kecil Pengrajin Tempe (Studi Kasus: Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang)	Dari Hasil Penelitian Yang Didapat Terdapat Jenis Strategi Pemasaran Yaitu Strategi Pemasaran Yang Terkosentrasi,Dimana Pengrajin Memasarkan Tempe Dengan Pertimbangan Keterbatasan Produksi Yang Dihasilkan/Hari Dengan Permintaan Konsumen.Pengrajin Dalam Strategi Pemasaran Pengusaha Yang Tidak Melakukan Segmentasi Pasar Karena Sasaran Pada Sekelompok Segmen Tertentu Tetap Dia Pelayan Atau Marketing Mix Yang Samaseluruh Konsumen Baik Maupun Pelanggan Tetap Di



			Kecamatan Galang
12	Lisa Andriani (2019)	Strategi Pemasaran Usaha Tahu/Tempe Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Suka Maju Kecamatan Suka Maju Kabupaten Luwu Utara	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa: (1) Potensi Usaha Tahu/Tempe Di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara Adalah Sebagian Besar Warga Desa Suka Maju Bekerja Sebagai Pedagang Dan Industri Rumahan Yaitu Industri Tahu/Tempe An Diketahui Luas Lahan Mati Di Luwu Utara Sekitar 22,109.2 Hektar Jika Lahan Tersebut Diolah Dengan Baik Dan Benar Dengan Ditanami Kedelai Maka Para Industri Tahu/Tempe Tidak Perlu Memasok Kedelai Dari Luar Lagi; (2)Strategi Pemasaran Usaha Tahu/Tempe Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Sukamaju Kecamatan Suka Maju Kabupaten Luwu Utara Melalui Strategi Produk,Strategi Harga,Strategi Distribusi Dan Strategi Promosi; (3)Dampak Strategi Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.
13	Langgeng Setyawan Ardianto (2017)	Perancangan 5S Pada Home Industry Pembuatan Tempe Pak Sapto	Hasil Dari Perancangan 5s Pada Home Industry Pembuatan Tempe Pak Sapto 1.Seiri Melakukan Manajemen Stratifikasi Yaitu Azaz Pemilihan Untuk Memisahkan Barang Yang Di Perlukan Dan Barang Yang Tidak Diperlukan. 2.Seiton Melakukan Pengelompokan Peralatan Kerja Berdasarkan Frekuensi Pemakaian, Penentuan Penyimpanan Barang, Alat Berdasarkan Kriteria-Kriteria Tertentu Agar Penyimpanan Berada Pada Tempatnya. 3.Seiso Perancangan Jadwal Kebersihan. 4.Seiketsu Dilakukan Perancangan Membuat Manjemen Visual.

14	Ida Zaharoh (2017)	Analisis Usaha Kripik Tempe Skala Rumah Tangga Di Kecamatan Jati Kabupaten Blora	Usaha keripik tempe yang dilakukan oleh produsen memiliki R/C 1,33 hal ini berarti usaha tersebut menguntungkan, nilai R/C ini berarti setiap Rp1,00 biaya yang dikeluarkan akan memberikan penerimaan sebesar Rp1,33
----	--------------------	--	---

## 2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu tinjauan mengenai apa yang di teliti dan di tuangkan dalam sebuah bagan yang menjadi alur pemikiran penelitian. berdasarkan kajian pustaka yang telah di uraikan maka penelitian ini dapat digambarkan dalam model penelitian sebagai berikut:



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Lokasi Penelitian**

Penelitian adalah di mana tempat mencari informasi, keterangan, hal-hal yang sangat penting untuk proses penelitian lokasi yang di gunakan untuk penelitian adalah dinas perindustrian dan perdagangan Koperindag Kota Solok. Objek penelitian ini adalah seluruh karyawan yang berada di IKM tempe Kota Solok yang berjumlah 39 orang.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Adapun teknik analisa yang penulis gunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang memaparkan peristiwa yang terjadi. penelitian ini tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. penulis melakukan analisa terhadap data dan informasi yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar yang dikumpulkan secara menyeluruh.

Analisa kualitatif ini dicari hubunganya antara fenomena-fenomena yang ada berdasarkan data informasi yang telah dikumpulkan serta berpedoman kepada landasan teori dan kebijakan yang menjadi gambaran secara lengkap mengenai objek penelitian dan fenomena-fenomena yang melingkupi sehingga di peroleh penjelasan tentang pokok-pokok permasalahan serta membantu mencari pemecahan yang baik dan tepat.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Anissa 2017) :

##### **1. Data Kualitatif**

Data yang bukan dalam bentuk angka-angka atau tidak dapat dihitung, dan diperoleh dari hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan dan karyawan dalam perusahaan serta informasi-informasi yang diperoleh dari pihak lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

##### **2. Data kuantitatif**

Data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Data yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif.

#### **3.3.2 Sumber Data**

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Data adalah segala informasi yang diolah untuk kegiatan penelitian sehingga dapat disajikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Sumber data dibedakan dua jenis yaitu:

##### **1. Data primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama (primer), dimana dalam penelitian ini data diperoleh melalui penyebaran kuesioner (daftar pertanyaan) yang dibagikan dan diisi oleh

responden atas pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kreativitas, inovasi dan kepuasan konsumen.

## 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui suatu media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder pada umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Data yang digunakan dalam penelitian dengan data primer yaitu dengan wawancara.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dipakai untuk mengumpulkan informasi atau fakta-fakta di lapangan. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data, tanpa mengetahui dan menguasai teknik pengumpulan data, kita tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini (Septiani 2016), adalah :

#### 1. Teknik Pengumpulan Data Kepustakaan

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data sekunder. Studi kepustakaan yang dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, mengutip dan merangkum data yang berkaitan dengan jurnal penelitian atau literature lainnya.

## 2. Pengumpulan Data Lapangan

Teknik ini memperoleh data primer adalah dengan melakukan pengamatan langsung ditempat yang dijadikan objek penelitian.

Penelitian ini dilakukan dengan cara:

### 1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap suatu gejala yang tampak pada objek peneliti.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang berupa pertemuan dua orang atau lebih secara langsung untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab secara lisan sehingga dapat dibangun makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini tujuannya dilakukannya wawancara adalah untuk mengetahui secara lebih mendalam mengenai analisis kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara.

## 3.5 Populasi dan Sampel

### 3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang berada di IKM Tempe di Kota Solok yang berjumlah 39 orang.

**Tabel 3.1**  
**DATA IKM TEMPE KOTA SOLOK**  
**TAHUN 2020**

No	Nama Usaha	Nama Pemilik	Jenis Usaha	Alamat	Kelurahan	Kecamatan	Omset	Tenaga Kerja
1	Yusmalinar	Yusmalinar	Industri Pangan	Jl. Gelanggang Tinggi No.83 Rt01/01	Sinapa Piliang	Lubuk Sikarah	7.200.000	1
2	My Tempe	Febrian Arfiqi	Industri Pangan	-	Vi Suku	Lubuk Sikarah	49.000.000	3
3	Suwarno	Suwarno	Industri Pangan	Jln. Ahmad Yani	Vi Suku	Lubuk Sikarah	42.000.000	3
4	Tempe Santi	Santi	Industri Pangan	-	Vi Suku	Lubuk Sikarah	104.680.000	4
5	Usaha Keluarga	Jefri Mansyah	Industri Pangan	Jln. Perwira Rt 01/Rw.02	Vi Suku	Lubuk Sikarah	40.000.000	12
6	Yanto Tempe	Yanto	Industri Pangan	-	Kampung Jawa	Tj Harapan	120.000.000	4
7	Jalius	Jalius	Industri Pangan	Rt 2/2	Kt Panjang	Tj Harapan	30.000.000	3
8	Wandi Tempe	Wandi	Industri Pangan	-	Kt Panjang	Tj Harapan	21.000.000	3
9	Wendri	Wendri Yeldi	Industri Pangan	-	Kt Panjang	Tj Harapan	28.000.000	3
10	Ongki Tempe	Ongki	Industri Pangan	Koto Panjang	Kt Panjang	Tj Harapan	40.800.000	3
<b>TOTAL</b>								39

*Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Koperindag Kota Solok*

### 3.5.2 Sampel

Sampel merupakan ciri pendekatan *kualitatif* karena pada pendekatan *kualitatif* penekanan pemilihan sampel didasarkan pada kualitasnya bukan jumlahnya (Liefner et al., 2010). Maka sampel merupakan salah satu kunci keberhasilan utama untuk menghasilkan penelitian yang baik. Pengertian sampel adalah sebagian dari subjek dalam populasi yang diteliti, yang sudah tentu mampu mewakili populasinya.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dipelajari dalam suatu penelitian dan hasilnya akan dianggap menjadi gambaran bagi populasi asalnya, sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan yang diamati. Menurut Sugiyono (2014;124) menyatakan bahwa total sampling adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu orang yang



berkaitan dengan Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Koperindag Kota Solok 39 orang .

### **3.6 Defenisi Operasional Variabel**

#### **3.6.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Wulandari 2016). Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel-variabel yang dikelompokkan atas dua jenis, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

Berkaitan dengan penelitian ini maka variabel dependen dan independen diuraikan sebagai berikut :

##### **1. Variabel bebas ( Independen Variabel )**

Variabel bebas adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah penambahan omset dan tenaga kerja.

##### **2. Variabel Terikat ( Dependen Variabel )**

Variabel terikat adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah UMKM usaha tempe.

#### **3.6.2 Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah pernyataan yang menerangkan tentang defenisi, cara ukur, alat ukur, dan skala ukur dari variabel-variabel yang akan diteliti. Berikut adalah tabel definisi operasinal :



**Tabel 3.2**  
**Defenisi Operasional Variabel**

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator
Penambahan Omzet	Omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh. Seorang pengelola usaha dituntut untuk selalu meningkatkan omzet penjualan dari hari kehari, dari minggu ke minggu, dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun. Hal ini diperlukan kemampuan dalam mengelola modal terutama modal kerja agar kegiatan operasional perusahaan dapat terjamin kelangsungannya.	1. Pengumpulan pendapatan
Tenaga Kerja	Tenaga kerja (manpower) adalah penduduk yang sudah atau sedang bekerja, yang sedang mencari pekerjaan, dan yang melaksanakan kegiatan lain seperti bersekolah, dan mengurus rumah tangga. Tiga golongan yang disebut terakhir, yakni pencari kerja, bersekolah, dan mengurus rumah tangga, walaupun sedang tidak bekerja, mereka dianggap secara fisik mampu dan sewaktu-waktu dapat ikut bekerja.	1. Jumlah tenaga kerja

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah dalam statistik deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Dalam analisis ini akan diperoleh frekuensi, presentasi, dan rata-rata skor jawaban responden untuk masing-masing item pernyataan yang ada pada setiap variabel. Setelah itu skor yang diperoleh dari masing-masing item variabel tersebut selanjutnya

dianalisis guna mengungkapkan fenomena yang terdapat pada tiap variabel sesuai dengan persepsi responden.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Kota Solok**

Kota Solok dahulunya merupakan satu wilayah nagari di Kabupaten Solok, yaitu Nagari Solok. Hasrat untuk menjadi Kotamadya dirintis sejak tahun 1946 dalam sidang Komite Nasional Cabang Solok, melalui panitia yang diketuai oleh Marah Hadin Dt. Penghulu Sati, yang kemudian berkembang melalui suatu rapat umum di lapangan Kerapatan Adat Nagari Solok di Lubuk Sikarah, yang dihadiri oleh para penghulu dan pemuka masyarakat Nagari Solok yang dipimpin oleh NHT Dt. Bandaro Hitam, selajutnya secara bulat menyetujui dan mendukung pengembangan Nagari Solok menjadi Kotamadya Solok. Berhubung terjadi agresi Belanda Tahun 1949, maka kerja panitia terhenti, dan setelah terbentuk Pemerintahan Darurat pada Bulan Mei 1949, maka kepanitian dilanjutkan oleh suatu Panitia Kota Kecil.

Harapan pembentukan kota ini kemudian mendapatkan sambutan dari Pemerintah Pusat, dan dalam rangka kemungkinan diresmikannya Nagari Solok menjadi Kotamadya, maka dibentuklah Panitia Persiapan Peresmian pada 6 Januari 1968 bertempat di Masjid Pasar Nagari Solok, yang dinamakan Panitia Sepuluh yang diketuai oleh NHT Dt. Bandaro Basa, serta melalui bantuan Bupati Kepala Daerah Kabupaten Solok saat itu, Letkol. Drs. Zaghloel St. Kebesaran, pada Tanggal 16 Desember 1970 usaha pemantapan realisasi Kotamadya Solok dipenuhi Pemerintah Pusat, dengan

dikeluarkannya Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 8 Tahun 1970, tentang Pelaksanaan Pemerintah Kotamadya Solok dan Kotamadya Payakumbuh. Kota Solok akhirnya diresmikan tanggal 16 Desember 1970 oleh Menteri Dalam Negeri yang pada saat itu dijabat oleh Amir Mahmud. Dengan terbentuknya Kotamadya Dati. II Solok maka dikeluarkanlah Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor Pemda 7/9-10-313 tanggal 23 November 1970 mengangkat Drs. Hasan Basri sebagai Pejabat Kepala Daerah yang pertama.

Pelayanan publik Pemerintah Kota Solok mulai secara resmi dibuka pada tanggal 21 Desember 1970 di Kantor Balai Kota Solok dan mulai saat itu Pemerintah Kotamadya Solok secara bertahap melaksanakan peningkatan kuantitas dan kualitas sumber daya manusia (SDM) aparatur, bagi kelancaran penyelenggaraan pemerintahan. Wilayah Kota Solok berasal dari salah satu wilayah adat yaitu Nagari Solok berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 2 Tahun 1966, ditambah Jorong Laing dari bagian Nagari Guguk Sarai di wilayah Kabupaten Daerah Tingkat II Solok. Dalam usaha penyempurnaan dan kelancaran pelayanan publik di Pemerintahan Daerah Tk. II Kotamadya Solok, maka dikeluarkanlah Surat Keputusan Nomor 21/Desth/Wako/71 tanggal 10 Maret 1971 tentang Pembentukan 13 Resort Administrasi yaitu:

1. Resort Tanah Garam.
2. Resort VI Suku.
3. Resort Sinapa Piliang.
4. Resort IX Korong.

5. Resort Kampai Tabu Karambie (KTK).
6. Resort Aro IV Korong.
7. Resort Simpang Rumbio.
8. Resort Koto Panjang.
9. Resort Pasar Pandan Air Mati.
10. Resort Laing.
11. Resort Tanjung Paku.
12. Resort Nan Balimo.
13. Resort Kampung Jawa.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 1982 tentang Pembentukan Kecamatan Padang Panjang Timur, Kecamatan Padang Panjang Barat di Kotamadya Daerah Tingkat II Padang Panjang, Kecamatan Sawahlunto Utara, Kecamatan Sawahlunto Selatan di Kotamadya Daerah Tingkat II Sawahlunto, Kecamatan Lubuk Sikarah, Kecamatan Tanjung Harapan di Kotamadya Daerah Tingkat II Solok, Kecamatan Payakumbuh Utara, Kecamatan Payakumbuh Barat dan Kecamatan Payakumbuh Timur di Kotamadya Daerah Tingkat II Payakumbuh Dalam Wilayah Provinsi Daerah Tingkat I Sumatera Barat, maka seluruh Resort Administrasi tersebut menjadi Kelurahan. Dengan diberlakukannya Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah yang disempurnakan dengan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, maka penggunaan istilah "Kotamadya" diubah dengan istilah "Kota" sehingga secara resmi kemudian sebutan "Kotamadya Solok" diganti menjadi "Kota Solok".

#### 4.1.2 Pemerintah Kota Solok

Pemerintah Kota Solok saat ini dipimpin oleh Walikota H. Zul Elfian, S.H., M.Si bersama Wakil Walikota DR. Ramadhani Kirana Putra S.E., M.M. Wilayah Kota Solok secara administrasi terdiri dari 2 kecamatan dengan 13 Kelurahan. Kecamatan dengan jumlah kelurahan terbesar terdapat di Kecamatan Lubuk Sikarah dengan memiliki 7 kelurahan, sedangkan kecamatan dengan jumlah kelurahan terkecil terdapat di Kecamatan Tanjung Harapan dengan memiliki 6 kelurahan. Luas wilayah Kota Solok mencapai 71,29 km<sup>2</sup> dan penduduk 68.241 jiwa (2017) dengan sebaran 957 jiwa/km<sup>2</sup>. Saat ini Pemerintah Kota Solok juga mempunyai beberapa instansi atau organisasi perangkat daerah (OPD) yang berjumlah 30 OPD.

#### 4.1.3 Geografis Kota Solok

Kota Solok terletak pada posisi 0°32" LU - 1°45" LS, 100°27" BT-101°41" BT. Kota Solok memiliki peran sentral di dalam menunjang perekonomian masyarakat Kota Solok dan Kabupaten Solok pada umumnya. Topografi Kota Solok bervariasi antara dataran dan berbukit dengan ketinggian 390 dpl serta curah hujan rata-rata 184,31 mm kubik per tahun. Terdapat tiga anak sungai yang melintasi Kota Solok, yaitu Sungai Batang Lembang, Sungai Batang Gawan dan Sungai Batang Air Binguang. Suhu udara berkisar dari 26,1 °C sampai 28,9 °C. Dilihat dari jenis tanah, 21,76% tanah di Kota Solok merupakan tanah sawah dan sisanya 78,24% berupa tanah kering. Batas wilayah Kota Solok sebagai berikut :

1. Sebelah Utara: Nagari Tanjuang Bingkuang, Kecamatan Kubung ; Nagari Arian, Kecamatan X Koto Singkarak ; Nagari Kunci, Kecamatan X Koto Diateh, Kabupaten Solok.
2. Sebelah Timur: Nagari Saok Laweh, Guguak Sarai dan Gauang Kecamatan Kubung, Kabupaten Solok.
3. Sebelah Selatan: Nagari Gauang, Panyakalan, Koto Baru, Selayo, Kecamatan Kubung , Nagari Muaro Paneh Kecamatan Bukik Sundi, Kabupaten Solok.
4. Sebelah Barat: Nagari Selayo, Kecamatan Kubung ; Nagari Koto Sani, Kecamatan X Koto Singkarak, Kabupaten Solok, dan Kota Padang.

#### **4.1.4 Visi dan Misi Kota Solok**

**Visi & Misi Kota Solok sebagai berikut :**

**Visi**

Terwujudnya masyarakat beriman, bertaqwa, sehat, edukatif dan sejahtera dengan pemerintahan yang baik dan bersih menuju kota perdagangan dan jasa yang maju dan modern.

**Misi**

- a. Meningkatkan kualitas tatanan kehidupan masyarakat yang beriman dan bertaqwa
- b. Menyelenggarakan tata pemerintahan daerah yang baik dan bersih (good local governance dan clean goverment).
- c. Mengembangkan nilai-nilai adat dan budaya di tengah masyarakat berlandaskan adat basandi syara', syara' basandi kitabullah.
- d. Meningkatkan kualitas pelayanan dibidang pendidikan dan kesehatan.



- e. Meningkatkan pelayanan kesejahteraan sosial dan penanggulangan kemiskinan.
- f. Meningkatkan pembinaan kepemudaan dan olahraga.
- g. Meningkatkan aktivitas perdagangan, jasa, agribisnis dan pariwisata.
- h. Meningkatkan pembangunan prasarana dan sarana fasilitas pelayanan umum.
- i. Meningkatkan pemberdayaan dan pendapatan masyarakat.
- j. Menegakkan peraturan daerah yang berkeadilan.

#### **4.2 Sejarah Dinas Koperindag Kota Solok**

Dinas Perdagangan dan Koperasi, UKM Kota Solok sebagai Satuan Kerja Perangkat Daerah UKM Kota Solok untuk secara konsekuen dan konsisten menyelenggarakan kegiatan sesuai dengan fungsi dan peran yang diemban. Keberadaan Dinas Perdagangan dan Koperasi, UKM Kota Solok dimaksudkan untuk menyediakan tolok ukur dan alat bantu bagi unit-unit kerja dan pegawai yang ada pada Lingkungan Dinas Perdagangan dan Koperasi, UKM Kota Solok untuk secara konsekuen dan konsisten menyelenggarakan kegiatan sesuai dengan fungsi dan peran yang diemban.

Sedangkan tujuan disusunnya Renja Dinas Perdagangan dan Koperasi, UKM Kota Solok adalah untuk lebih memantapkan terselenggaranya kegiatan yang mengutamakan skala prioritas pada Dinas Perdagangan dan Koperasi, UKM serta upaya turut mendukung suksesnya pencapaian sasaran pembangunan daerah yang telah ditetapkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJM Daerah) Kota Solok Tahun 2016 – 2021.

Renja Dinas Perdagangan dan Koperasi, UKM Kota Solok adalah untuk lebih memantapkan terselenggaranya kegiatan yang mengutamakan skala prioritas pada Dinas Perdagangan dan Koperasi, UKM tahun 2019 dalam upaya turut mendukung suksesnya pencapaian sasaran pembangunan daerah yang telah ditetapkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJM Daerah) Kota Solok Tahun 2016 – 2021. Secara nasional program Pengembangan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM) diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berbasis iptek dan berdaya saing, khususnya penyediaan barang dan jasa kebutuhan masyarakat, sehingga mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam perubahan struktural dan memperkuat perekonomian nasional. Untuk itu, Dinas Perdagangan dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah sesuai tugas pokok melaksanakan pengembangan koperasi dan UKM dilakukan melalui peningkatan kompetensi kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar dan pemanfaatan hasil inovasi. Pengembangan UMKM secara nyata akan berlangsung terintegrasi dalam perkuatan basis produksi dan daya saing industri melalui pengembangan rumpun industri, percepatan alih teknologi dan peningkatan sumber daya manusia.

#### **4.2.1 Visi dan Misi Dinas Koperindag Kota Solok**

Dinas Perdagangan dan Koperasi Kota Solok merupakan Instansi Daerah yang pada dasarnya dibentuk untuk mewujudkan visi Dinas Koperasi Perdagangan dan Perindustrian UKM Kota Solok tahun 2016 – 2021 yaitu :

1. Visi

“Terwujudnya Kota Solok sebagai Kota Perdagangan Maju dan Modern yang berorientasi Pasar dan Berbasis Ekonomi Kerakyatan”.

2. Misi

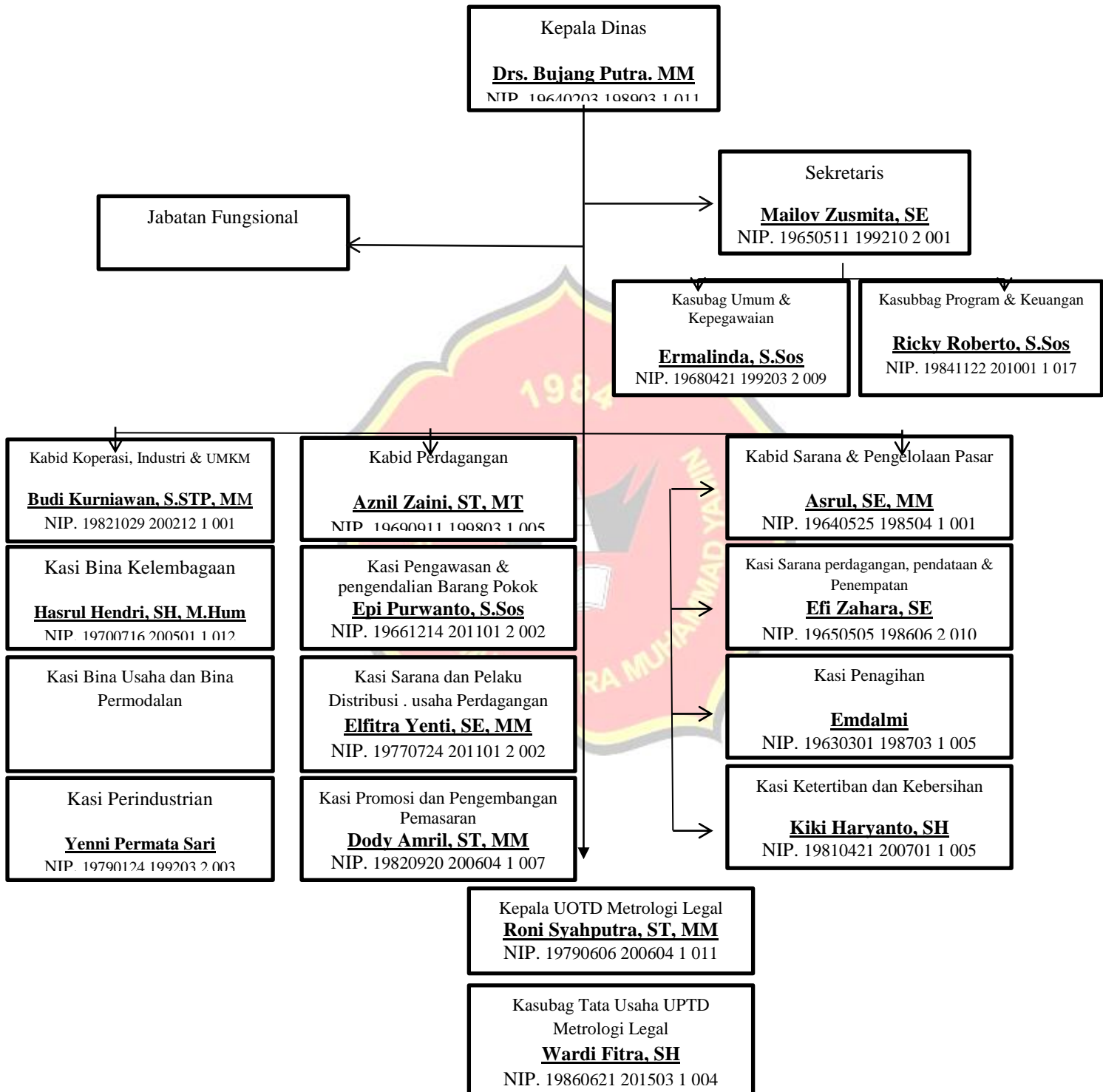
Untuk mewujudkan visi Dinas Perdagangan dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, maka lebih lanjut dirumuskan misi sebagai berikut :

1. Penguatan kelembagaan dan usaha koperasi
2. Meningkatkan produktifitas dan pemasaran UKM
3. Mewujudkan Kota Solok sebagai Kota Perdagangan dan Jasa
4. Meningkatkan jaringan kerjasama perdagangan



## 4.2.2 Struktur Organisasi Dinas Koperindag

Bagan 4.1  
Struktur Organisasi Dinas koperindag Kota Solok



Sumber : Dinas Koperindag kota solok

### 4.2.3. Pembagian Tugas Organisasi

Untuk melaksanakan tugas pokok ada beberapa bagian tugas yaitu:

Tabel 4.3  
Pembagian Tugas Masing Masing Struktur Organisasi

No	Keterangan	Tugas
1	Kepala Dinas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perumusan kebijakan teknis bidang perdagangan dan bidang perindustrian</li> <li>2. Perumusan rencana kerja, program dan kegiatan bidang perdagangan dan bidang perindustrian</li> <li>3. Pelaksanaan kegiatan yang menjadi tugas pokok dinas perdagangan dan perindustrian</li> <li>4. Pelayanan umum dan pelayanan teknis</li> <li>5. Penetapan dan pengesahan naskah</li> </ol>
2	Sekretaris	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelaksanaan penyusunan rencana kerja dinas perdagangan dan perindustrian</li> <li>2. Penyelenggaraan administrasi umum dan kepegawaian, keuangan, penatausahaan aset dan perlengkapan serta penyusunan program</li> <li>3. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas</li> </ol>
3	Bidang Tertib Dan Perdagangan Perindustrian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perencanaan, pengaturan dan pengawasan terselenggaranya penyusunan pedoman dan petunjuk teknis tentang pembinaan pengawasan</li> <li>2. Melakukan penegakan hukum terhadap perizinan dan pendaftaran dalam industry, distribusi dan perdagangan</li> <li>3. Melakukan pemeriksaan terhadap pelaku tindak pidana</li> <li>4. Penyediaan, pemberian bimbingan terhadap kebijakan perdagangan dan perindustrian</li> </ol>
4	Bidang perdagangan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemantauan dan pengawasan pelaksanaan perusahaan</li> <li>2. Pengaturan dan pengawasan terselenggaranya penyusunan pedoman dan petunjuk perlindungan konsumen</li> <li>3. Pengkoordinasian, pembinaan dan penyiapan rencana dan program</li> </ol>
5	Bidang pasar	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penganalisaan setiap data pasar yang ada</li> <li>2. Penelitian serta pengembangan pasar</li> <li>3. Pengembangan pasar serta peremajaan dan</li> </ol>

		<p>pembangunan pasar</p> <p>4. Pengelolaan pasar dan membuat peta lokasinya dengan sub dinas</p>
6	Bidang perindustrian	<p>1. Program penyusunan dan rencana kegiatan di bidang industri</p> <p>2. Penetapan bidang industri prioritas dan unggulan</p> <p>3. Promosi produk industri</p> <p>4. Penerapan standar kompetensi (SDM) industri dan pembinaan industry</p>
7	Kelompok jabatan fungsional	<p>1. Kelompok jabatan fungsional dipimpin oleh seorang tenaga senior</p> <p>2. Kelompok jabatan fungsional sebagaimana sejumlah tenaga ahli dalam jenjang jabatan fungsional</p> <p>3. Jumlah pekerjaan yang ditentukan berdasarkan kebutuhan dan beban kerja</p>

#### 4.2.5. Deskripsi Informan

Jenis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Lofland (2015:47) sebagaimana sumber data dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti data dokumen, informasi yang diperoleh langsung dari hasil wawancara yang di anggap mengetahui bagaimana penambahan omset dan tenaga kerja Kota Solok.

Informan merupakan orang yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan dalam Penelitian ini adalah sebanyak 39 orang sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Gambaran Umum Informant**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Hari/ Tanggal</b>	<b>Jam (WIB)</b>
1	Yusmalinar	Perempuan	Rabu/11-08-2021	13:30
2	Arga Putra	Laki-Laki	Rabu/11-08-2021	14:00
3	Chatarina Rena	Perempuan	Rabu/11-08-2021	14:30
4	Febrian Arfiqi	Laki-Laki	Rabu/11-08-2021	15:00
5	Suwarno	Laki-Laki	Kamis/12-08-2021	11:00
6	Beni Ismail	Laki-Laki	Kamis/12-08-2021	11:30
7	Sumawati	Perempuan	Kamis/12-08-2021	13:00
8	Santi	Perempuan	Jum'at/13-08-2021	13:30
9	Dimas	Laki-Laki	Jum'at/13-08-2021	14:00
10	M. Riski	Laki-Laki	Jum'at/13-08-2021	14:30
11	Desti Anggraini	Perempuan	Jum'at/13-08-2021	15:00
12	Jefri Mansyah	Laki-Laki	Minggu/15-08-2021	10:00
13	Erik Estrada	Laki-Laki	Minggu/15-08-2021	10:30
14	Fitri Yani	Perempuan	Minggu/15-08-2021	11:00
15	Ewil Harven	Laki-Laki	Minggu/15-08-2021	11:30
16	Latifah	Perempuan	Minggu/15-08-2021	13:30
17	Tika	Perempuan	Minggu/15-08-2021	14:00
18	Riza Diwa Wati	Perempuan	Minggu/15-08-2021	14:30
19	Sintia	Perempuan	Minggu/15-08-2021	15:00
20	Yovanda	Perempuan	Minggu/15-08-2021	15:30
21	Lozia Kurnia	Perempuan	Minggu/15-08-2021	17:00
22	M. Kodir	Laki-Laki	Minggu/15-08-2021	17:30
23	Mailita	Perempuan	Minggu/15-08-2021	18:00
24	Yanto	Laki-Laki	Rabu/18-08-2021	13:30
25	Mega Antari	Perempuan	Rabu/18-08-2021	14:00
26	Rendi Putra	Laki-Laki	Rabu/18-08-2021	14:30
27	Fauzan Akbar	Laki-Laki	Rabu/18-08-2021	15:00



28	Jalius	Laki-Laki	Jum'at/20-08-2021	13:30
29	Siti Juliana	Perempuan	Jum'at/20-08-2021	14:00
30	Sandi Putra	Laki-Laki	Jum'at/20-08-2021	14:30
31	Wandi	Laki-Laki	Sabtu/21-08-2021	10:00
32	Fauzi	Laki-Laki	Sabtu/21-08-2021	10:30
33	Rahmad	Laki-Laki	Sabtu/21-08-2021	11:00
34	Wendri	Laki-Laki	Sabtu/21-08-2021	11:30
35	Hartati	Perempuan	Sabtu/21-08-2021	13:30
36	Riski Budiman	Laki-Laki	Sabtu/21-08-2021	14:00
37	Ongki	Laki-Laki	Minggu/22-08-2021	13:30
38	Megi	Perempuan	Minggu/22-08-2021	14:00
39	Dea Darmawati	Perempuan	Minggu/22-08-2021	14:30

### **4.3. Hasil Dan Pembahasan**

#### **4.3.1. Analisis Penambahan Omset Dan Tenaga Kerja Pada UMKM Usaha Tempe Di Kota Solok.**

Penambahan omset dan tenaga kerja usaha tempe Kota Solok secara umum masih belum optimal. Hal ini dapat dilihat dari keterbatasannya baik dari kurangnya dana serta kurangnya penambahan omset dan tenaga kerja masyarakat. Untuk menilai penambahan omset dan tenaga kerja pada usaha tempe di Kota Solok, dalam Penambahan omset dan tenaga kerja ini menggunakan organisasi.dapat dilakukan dengan berbagai aspek yaitu:

##### **1.Penambahan Omset**

Omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang



diperoleh. Seorang pengelola usaha dituntut untuk selalu meningkatkan omzet penjualan dari hari kehari, dari minggu ke minggu, dari bulan ke bulan dan dar tahun ke tahun. Hal ini diperlukan kemampuan dalam mengelola modal terutama modal kerja agar kegiatan operasional perusahaan dapat terjamin kelangsungannya.

## 2.Tenaga Kerja

Tenaga kerja (manpower) adalah penduduk yang sudah atau sedang bekerja, yang sedang mencari pekerjaan, dan yang melaksanakan kegiatan lain seperti bersekolah, dan mengurus rumah tangga. Tiga golongan yang disebut terakhir, yakni pencari kerja, bersekolah, dan mengurus rumah tangga, walaupun sedang tidak bekerja, mereka dianggap secara fisik mampu dan sewaktu-waktu dapat ikut bekerja. Istilah tenaga kerja selalu dikaitkan dengan jumlah para pekerja sebenarnya atau potensial yang tercakup dalam suatu penduduk.

### 1. Penambahan omset

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya bahwa diperlukan kemampuan dalam mengelola modal terutama modal kerja agar kegiatan operasional perusahaan dapat terjamin kelangsungannya berikut hasil wawancara yang telah dilakukan penulis yaitu dilihat dari pendapatan sebagai berikut:

#### **Pengumpulan Pendapatan**

Merupakan penghasilan yang timbul dari pelaksanaan aktivitas entitas yang normal dan dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti penjualan,penghasilan jasa, dan lain-lain.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Wawancara Tentang Pengumpulan pendapatan**

No	Nama	Pertanyaan	Jawaban
1	Pemilik(JM)	Bapak apakah ada kendala dalam pengumpulan pendapatan untuk menambah omset usaha tempe ini	Jadi begini setiap pendapatan pasti ada laba dan ruginya,kalau labanya setiap banyak mambuat tempnya habis di hari itu bisa banyak laba kita dan kalau ruginya pada hari itu tidak habis tempe yang kita jual bisa dapat merugikan untuk karyawan kita (JM)
2	Pemilik (YL)	Ibu apakah dengan naiknya harga kedelai dapat mempengaruhi dalam penambahan omset usaha ini	Jadi begini harga berbanding lurus dengan penawaran sehingga apabila harga naik penawarannya itu juga naik begitupun sebaliknya harga kacang kedelai saya beli Rp10.000 kini sudah naik sekitar Rp12.000 di situ berpengaruh juga pendapatan yang kita dapat (YL).
3	Pemilik(ST)	Ibu Dalam usaha tempe ini,bagaimana strategi yang dilakukan dalam pengumpulan pendapatan untuk menambah omset	Jadi begini setiap pengusaha tidak hanya sekedar menjalankan usahanya meraka itu dituntut untuk selalu belajar, terutama bagaimana orang itu memasarankan usaha tempnya kalau menambah omsetnya itu tergantung berapa Kg tempe yang kita buat (ST).
4	Pemilik(YO)	Bapak apakah ada kendala dalam pengumpulan pendapatan untuk menambah omset usaha tempe ini	Jadi begini setiap pendapatan pasti ada ruginya,kalau ruginya pada hari itu tidak habis tempe yang kita jual bisa dapat merugikan pendaptan saya dalam menafkahi istri dan anak anak saya (YO).
5	Pemilik(SO)	Bapak apakah dengan naiknya harga kedelai dapat mempengaruhi dalam penambahan omset usaha ini	Jadi harga kacang kedelai saya beli Rp12.000 terkadang kalau kita ambil 1 karung jumlah nya dalam tiap per Kg hanya Rp10.000 kini sudah

			naik sekitar Rp12.000 di situ berpengaruh juga pendapatan yang saya dapat (SO).
6	Pemilik(FA)	Bapak Dalam usaha tempe ini, bagaimana strategi yang dilakukan dalam pengumpulan omset pendapatan untuk menambah omset	setiap pengusaha tempe saya menggunakan kemasan ekonomis ini biasanya digunakan oleh perusahaan tempe saya membuat tempe saya lebih enak dikonsumsi untuk pelanggan saya dan dapat meningkatkan omset sangat cukup menguntungkan perusahaan saya (FA).
7	Pemilik(JS)	Bapak apakah pelaksanaan dari strategi yang dilakukan untuk pengumpulan pendapatan berjalan sesuai yang diharapkan	Jadi Begini setiap mempertahankan pasar yang sudah ada dan mencari pasar lain untuk mempertahankan mutu agar konsumen tetap memilih tempe kita ini sebagai mencari keuntungan yang kita harapkan (JS)
8	Pemilik(WD)	Bapak/ibu bagaimana cara memanipulasi kendala dalam pengumpulan pendapatan untuk menambah omset usaha tempe ini	kendala pada perusahaan tempe ini yang mana kurangnya terampil ini perlu adanya skill yang mumpun, tapi kita tidak cermat dalam melihatnya, serta sumber modal laba perlu besar (WD).
9	Pemilik(WY)	Bapak apakah pelaksanaan dari strategi yang dilakukan untuk pengumpulan pendapatan berjalan sesuai yang diharapkan	Dalam perusahaan tempe saya hal paling saya butuhkan adalah menjaga kesetiaan pelanggan gunanya untuk mendapatkan keuntungan yang saya harapkan gunanya sebagai pabrik perusahaan tempe saya ini terjamin dari masyarakat sekitar (WY).
10	Pemilik(OI)	Bapak apakah ada peningkatan pendapatan dalam pengumpulan pendapatan setiap bulannya maupun setiap tahun	Kalau perusahaan tempe saya belum tau di perkirakan berapa pendapatan setiap bulannya dan setiap tahunnya karena tidak ditentukan berapa uang yang dihasilkan dan diterima perusahaan saya (OI).

## 2. Tenaga kerja

Sebagai setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan yang menghasilkan barang dan/atau jasa yang berguna bagi dirinya sendiri ataupun masyarakat secara umum.

### Jumlah tenaga kerja

Manusia sebagai tenaga kerja yang penting dalam perusahaan yang berskala besar atau kecil untuk mencapai keberhasilan dalam menentukan baik buruknya kualitas produk perusahaan dan sebagai tanggung jawab semua bagian perusahaan.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Wawancara Jumlah Tenaga Kerja**

NO	Keterangan	Pertanyaan	Jawaban
1.	Karyawan(AP)	Menurut bapak/Ibu bagaimana kesanggupan seorang tenaga kerja dalam menyelesaikan tugas dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu perusahaan tempe ini	Rata-rata penyelesaian tugas yang diberikan kepada pekerja diselesaikan dalam waktu yang sebaik mungkin dan tepat waktu hal membuat pekerja memenuhi tanggung jawab yang diberikan oleh pemilik perusahaan tempe ini (AP).
2	Karyawan(CR)	Bapak/ibu apakah jumlah tenaga kerja mempengaruhi dalam penambah usaha tempe ini	Tergantung kalau tenaga kerjanya banyak dan semuanya bisa membuat perusahaan ini bisa maju dan kalau tenaga kerjanya sedikit itu tidak mempengaruhi perusahaan ini (CR).
3	Karyawan(BI)	Bapak/ibu apakah tenaga kerja yang digunakan produksi	Begini produksi tenaga perusahaan tempe kami ini semuanya dari keluarga

		tempe ini berasal dari keluarga itu sendiri atau bukan dari keluarga	kami dan tergantung kami membutuhkan tenaga dari keluarga lain kalo ada yang butuh pekerjaan produksi tempe ini (BI).
4	Karyawan(SM)	Bapak/ibu bagaimana pengalaman tenaga kerja Bapak/Ibu dalam mengelola tempe ini	Begini dalam melakukan pekerjaan, saya dapatnya terlatih dari kakak saya bagaimana cara membuat tempe ini dan melakukan pekerjaan dengan sebaik mungkin (SM).
5	Karyawan(DM)	Bapak apakah Pengaruh Tenaga Kerja Dan Bahan Baku Terhadap Nilai Produksi Industri Tempe	hasil analisis bahwa tenaga kerja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai produksi industri tempe. sedangkan bahan baku berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai produksi industri tempe (DM).
6	Karyawan(MR)	Bapak/ibu Berapa gaji setiap tenaga kerja setiap bulan	Dalam setiap gaji yang saya dapatkan belum menentukan buat saya di karenakan kadang ada lebih hasil gaji yang dapat kadang turun gaji yang saya dapatkan (MR).
7	Karyawan(DA)	Bapak/ibu apakah tenaga kerja yang digunakan produksi tempe ini berasal dari keluarga itu sendiri atau bukan dari keluarga	Begini produksi tenaga perusahaan tempe kami ini semuanya bukan dari keluarga kami dan tergantung kami membutuhkan tenaga dari keluarga lain kalo ada yang butuh pekerjaan produksi tempe ini (DA).
8	Karyawan(EE)	Menurut bapak/Ibu bagaimana kesanggupan seorang tenaga kerja dalam menyelesaikan tugas dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu perusahaan tempe ini	Setiap melakukan pekerjaan pembuat tempe ini di butuhkan kesanggupan kita dalam melaksanakan pekerjaan ini dengan tepat waktu dan akurat dan itu tergantung dari pemilik perusahaan tempe ini (EE).
9	Karyawan(FY)	Bapak/ibu apakah jumlah tenaga kerja	Tidak di karenakan kalau menambahkan atau

		mempengaruhi dalam penambah usaha tempe ini	membutuhkan tenaga kerja itu sangat bagus buat perusahaan tempe ini (FY).
10	Karyawan(EH)	Bapak/ibu bagaimana pengalaman tenaga kerja Bapak/Ibu dalam mengelola tempe ini	Saya mendapatkan pengalaman ini melakukan pekerjaan dari bapak saya bagaimana cara membuat tempe tersebut dan turun temurun (EH).
11	Karyawan(LF)	Bapak/ibu Berapa jumlah tenaga kerja perusahaan tempe	Di perkirakan sebanyak 4-12 orang itu tergantung dari perusahaan tempe ini (LF).
12	Karyawan(TK)	Bapak/ibu apakah jumlah tenaga kerja mempengaruhi dalam penambah usaha tempe ini	Perusahaan tempe ini tidak bisa berdiri sendiri,tetapi merupakan sebuah rantai yang saling berhubung satu sama lain pada perusahaan tempe ini (TK).
13	Karyawan (RDW)	Bapak/ibu apakah tenaga kerja yang digunakan produksi tempe ini berasal dari keluarga itu sendiri atau bukan dari keluarga	Sebuah pencapaian perusahaan tempe ini berasal dari keluarga kami dan dari turun temurun menjalankan perusahaan tempe ini membutuhkan kekompakan serta memenuhi kebutuhan keluarga kami (RDW).
14	Karyawan(SA)	Bapak/ibu bagaimana pengalaman tenaga kerja Bapak/Ibu dalam mengelola tempe ini	Berdasarkan pengalaman saya selama proses pembuatan tempe jangan sampai terkena minyak atau sabun dalam membuat tempe tersebut (SA).
15	Karyawan(YA)	Menurut bapak/Ibu bagaimana kesanggupan seorang tenaga kerja dalam menyelesaikan tugas dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu perusahaan tempe ini	Suatu perusahaan tempe melakukan pekerjaan dapat di selesaikan dengan tepat waktu itu membutuhkan tenaga kerja tambahan gunanya untuk mengejar target untuk pelanggan yang membutuhkan (YA)
16	Karyawan(LK)	Berapa kg kacang kedelai yang dibutuhkan tenaga kerja perusahaan tempe dalam 1 bulan	kebutuhan kacang kedelai selama 1 bulan itu tidak menentu. Tergantung banyak atau tidaknya proses produksi yang dilakukan (LK).



17	Karyawan(MK)	Dalam tenaga kerja Strategi apa yang anda gunakan untuk mengatasi kenaikan harga bahan baku	saya menaikkan harga jual produk tempe. Selain itu, dalam bulan-bulan tertentu saya mengurangi kuantitas produksi tempe tersebut (MK).
18	Karyawan(MT)	Dalam tenaga kerja Apakah harga jual yang anda tetapkan bersifat konstan hingga akhir tahun	tidak, saya melakukan perubahan harga beberapa kali. Hal ini saya lakukan untuk mencegah perusahaan mengalami kerugian yang cukup besar (MT).
19	Karyawan(MA)	Bapak/ibu bagaimana pengalaman tenaga kerja Bapak/Ibu dalam mengelola tempe ini	Saya jadi tahu cara pembuatan makanan sehat ini sebagai generasi muda saya berharap bisa ikut mengembangkan tempe agar masyarakat tahu dan khususnya untuk pemuda pemuda sekitar (MA).
20	Karyawan(RP)	Dalam tenaga kerja strategi apa yang bapak gunakan untuk bertahan dalam usaha tempe	Secara umum jauh lebih mudah untuk mempertahankan pelanggan, strategi ini mengharuskan saya untuk mempertahankan perusahaan tempe ini (RP).
21	Karyawan(FA)	Dalam tenaga kerja apakah yang menjadi daya tarik pada produk tempe ini	Melakukan dengan cara yang baik buat pelanggan yang betah membeli tempe kita gunaya untuk si pelanggan bisa lebih amant (FA).
22	Karyawan(SJ)	Ada beberapa proses yang harus dilalui tenaga kerja dalam pemasaran tempe	Di awali dari pabrik tempe, kemudian tempe di ambil oleh pedagang besar, kemudian pedagang besar mengirim ke tempat warung bisa juga pedagang kecil (SJ).
23	Karyawan(SP)	Bapak/ibu apakah jumlah tenaga kerja mempengaruhi dalam penambah usaha tempe ini	Tidak dikarenakan dapat membantu dalam menjalankan pengelolaan perusahaan tempe ini (SP).
24	Karyawan(FZ)	Bapak/ibu bagaimana pengalaman tenaga kerja Bapak/Ibu dalam mengelola tempe ini	Berdasarkan pengalaman saya selama proses pembuatan tempe jangan sampai tangan kita terkena

			sabun atau minyak dalam membuat tempe tersebut (FZ).
25	Karyawan(RD)	Bapak/ibu Berapa jumlah tenaga kerja perusahaan tempe bapak	Di perkirakan sebanyak 3-4 orang itu tergantung dari perusahaan tempe ini (RD)
26	Karyawan(HT)	Bapak/ibu Berapa gaji setiap tenaga kerja setiap bulan	Dalam setiap gaji yang saya dapatkan belum menentukan buat saya di karenakan kadang ada lebih hasil gaji yang saya dapat kadang turun gaji yang saya dapatkan (HT).
27	Karyawan(RB)	Bapak/ibu apakah tenaga kerja yang digunakan produksi tempe ini berasal dari keluarga itu sendiri atau bukan dari keluarga	Kalau dalam soal ini terkadang kita membutuhkan Tenaga dari masyarakat yang membutuhkan contohnya orang-orang menganggur (RB).
28	Karyawan(MG)	Dalam tenaga kerja Apakah harga jual yang anda tetapkan bersifat konstan hingga akhir tahun	Hal ini kita tidak bisa menebak saya melakukan perubahan harga beberapa kali. Hal ini saya lakukan untuk mencegah perusahaan mengalami kerugian yang cukup besar (MG).
29	Karyawan(DD)	Berapa kg kacang kedelai yang dibutuhkan tenaga kerja perusahaan tempe dalam 1 bulan	kebutuhan kacang kedelai selama 1 bulan itu tidak menentu. Tergantung banyak atau tidaknya proses produksi yang dilakukan setiap perusahaan tempe yang saya jalankan (DD).

#### 4.3.2. Pembahasan

Analisis Penambahan Omset Dan Tenaga Kerja Pada UMKM Usaha Tempe Di Kota Solok Dalam Mewujudkan usaha tempe. Pada bab ini penulis akan menguraikan secara deskriptif dari hasil wawancara penulis dengan informan di lapangan:



## **1. Penambahan omset**

### **1. Pengumpulan Pendapatan**

Merupakan penghasilan yang timbul dari pelaksanaan aktivitas entitas yang normal dan dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti penjualan, penghasilan jasa, dan lain-lain.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa hasil kerja pembahasan di atas pelaksanaan pengumpulan pendapatan di dalam suatu perusahaan tempe sangatlah penting dan sudah terjalankan dengan baik. Dengan pengumpulan pendapatan dapat mengambil tindakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keterampilan dan mengembangkan penambahan omset, sesuai dengan potensi dan keterampilan tersebut dan mampu memanfaatkan dan menciptakan situasi kerja aman dan nyaman sesama pekerja.

## **2. Tenaga kerja**

### **1. Jumlah tenaga kerja**

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa pembahasan tentang pembahasan dalam penelitian ini mengenai tanggung jawab adalah kesanggupan seorang tenaga kerja dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaan yang diserahkan kepadanya dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu serta berani memikul resiko atas keputusan yang diambilnya atau tindakan yang dilakukannya.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap data-data penilaian guna mengungkap dan menjawab pertanyaan penelitian tentang Analisis Penambahan Omset Dan Tenaga Kerja Pada UMKM Usaha Tempe Di Kota Solok Dalam Mewujudkan pengusaha tempe dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Penambahan Omset Dan Tenaga Kerja Pada UMKM Usaha Tempe di Kota Solok. Dengan pengumpulan pendapatan dapat mengambil tindakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keterampilan dan mengembangkan penambahan omset, sesuai dengan potensi dan keterampilan tersebut dan mampu memanfaatkan dan menciptakan situasi kerja aman dan nyaman sesama pekerja di Kota Solok.
2. Berdasarkan Tenaga Kerja Usaha Tempe di Kota Solok sudah melakukan tanggung jawab dengan baik dalam tugas dan pekerjaan yang diserahkan kepadanya dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu serta berani memikul resiko atas keputusan yang diambilnya atau tindakan yang dilakukannya.

#### **5.2 Saran.**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disimpulkan dalam penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa rekomendasi kepada perusahaan tempe di Kota Solok dalam suatu penambahan omset dan tenaga kerja sebagai berikut:

## DAFTAR PUSTAKA

- Angela A. 2018. “Analisis Potensi Umkm Tahu Dan Tempe Terhadap Peningkatan Pendapatan Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam(Studi pada UMKM Bapak Marzuki di Desa Pekalongan).”
- Anissa, Adriana. 2017. “Pengaruh Stres Kerja dan Konflik Peran terhadap Kinerja Karyawan PDAM WAY Rilau Bandar Lampung.”
- Arum, W. P.2017. 2017. “Evaluasi Kelayakan Usaha Dan Nilai Tambah Agroindustri Tempe (Studi Kasus Pada Agroindustri Tempe Di Pekon Podomoro Dan Kelurahan Pringsewu Selatan, Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu). Skripsi . Universitas Lampung. Bandar Lampung.”
- Ekonomi, Fakultas, dan Universitas Diponegoro. 2011. “Analisis perbedaan omzet penjualan berdasarkan jenis hajatan dan waktu.”
- Habibi, Muhammad, dan Rivo Nugroho. 2019. “Pelatihan Desain Grafis Untuk Memperoleh Kesempatan Kerja Di Upt Pelatihan Kerja Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Untuk Semua* 3:17–26.
- Hermawan, Taufik. 2013. “Pengaruh Pembagian Kerja dan Wewenang Karyawan Terhadap Prestasi Kerja Pada Stasiun Meteorologi Hang Nadim Batam.” *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 1(2):155–60.
- Muslikhah, Siti, Choirul Anam, Jurusan Teknologi, Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, dan Modifikasi Atmosfer. 2013. “Penyimpanan Tempe dengan Metode Modifikasi Atmosfer (Modified Atmosphere) untuk Mempertahankan Kualitas dan Daya Simpan.” *Teknosains Pangan* 2(3):60.
- Nadirah, Tami, Deni Lubis, dan Alla Asmara. 2019. “Pembiayaan Mudharabah Dan Dampaknya Terhadap Omset Usaha Mikro Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah El-Umma.” *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* 4(1):29.

- Nuraulian, Nanda. 2017. "Analisi Pengaruh Pertumbuhan Perhotelan Dan Pariwisata Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja." *UIN Raden Intan Lampung, Doctoral dissertation.*
- Penggunaan, Efisiensi, Faktor Produksi, Usahatani Cabai, Kecamatan Sumowono, dan Kabupaten Semarang. 2013. "Economics Development Analysis Journal." 2(4):446–55.
- Pentiana, Destia, dan Rini Puspo. 2018. "Preperensi Kepentingan Pelaku Usaha UKM Tahu Tempe di Kota Bandar Lampung Preparation of the Interests of Tempe Tofu Businessmen in Bandar Lampung City." 2016–19.
- Prastowo, Andi. 2011. "Metode Penelitian Kualitatif." Hal. 208–20 in *Metode Penelitian Kualitatif.*
- Septiani, Keyko Asri. 2016. "Pengaruh Konflik Peran Ganda dan Dukungan Sosial terhadap Stres Kerja pada Wanita."
- Wulandari, Elsa. 2016. "Pengaruh Sistem Pengendalian Intern dan Kompensasi terhadap Perilaku Etis Karyawan pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Syariah Palembang."