

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
VOLUME PENJUALAN PADA INDUSTRI KECIL USAHA
GENTENG

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memenuhi Gelar S.AB (S1) Pada Program Studi
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram



OLEH :

SARMAN SANAPSI

218120001

KONSENTRASI ENTREPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

2022

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME
PENJUALAN PADA INDUSTRI KECIL USAHA GENTENG

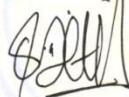
Oleh :

SARMAN SANAPSI
NIM:218120001

Untuk Memenuhi Ujian Skripsi
Pada Tanggal, Februari 2022

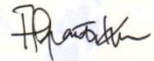
Menyetujui
Pembimbing

Pembimbing Utama,



(Dr. Siti Atika Rahmi, S.Sos., M.Si)
NIDN.0815118302

Pembimbing Pendamping,



(Alfian Eikman, S.Sos., MA)
NIDN.0803048303

Mengetahui:

Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis,



(Datu Herdina Manza, S.Sos., MM)

NIDN. 0828108404

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME
PENJUALAN PADA INDUSTRI KECIL USAHA GENTENG


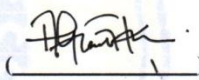

Oleh :

SARMAN SANAPSI
NIM: 218120001

SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada Tanggal : 05 Februari 2022
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim Penguji

- | | | |
|---|------|---|
| 1. <u>Dr. Siti Atika Rahmi, S.Sos., M.Si</u>
NIDN. 0815118302 | (PU) |  |
| 2. <u>Alfian Eikman, S.Sos., MA</u>
NIDN. 0803048303 | (PP) |  |
| 3. <u>Dr. H. Muhammad Ali, M.Si</u>
NIDN. 0811118601 | (PN) |  |

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan


Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : SARMAN SANAPSI

Nim : 218120001

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN PADA INDUSTRI KECIL USAHA GENTENG”** adalah asli hasil karya saya sendiri. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata didalam Naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (SARJANA) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa rekayasa dari pihak manapun.

Mataram, 24 Februari 2022


SARMAN SANAPSI
218120001



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SARMAN SANAPSI
NIM : 218120001
Tempat/Tgl Lahir : A. Puntuk. 05 Oktober 1999
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
No. Hp : 0813.5365.9291
Email : Sarmansanapsi38@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada industri kecil usaha gemteng

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 466

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 24 februari 2022
Penulis


SARMAN SANAPSI
NIM. 218120001

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT


Iskandar, S.Sos., M.A. pf
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai

v

v



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SARMAN SANAPSI
NIM : 218120001
Tempat/Tgl Lahir : A. Puntuk, 05 oktober 1999
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
No. Hp/Email : 0813 5365 9291 /sarmansanapsi38@gmail.com
Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume
Penjualan Pada Industri Kecil Usaha Genteng

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 24 Februari 2022
Penulis



SARMAN SANAPSI
NIM. 218120001

Mengetahui,
Kepala UPT Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Sarman Sanapsi, lahir di dusun Ai Puntuk desa Serading, Kecamatan Moyohilir, Kabupaten Sumbawa Besar, Provinsi Nusa Tenggara Barat pada tanggal 05 Oktober 1999 yang merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Penulis lahir dari pasangan suami istri bernama Bapak Arifin Husman dan Ibu Masnah.

Penulis menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SDN Ai Puntuk dan lulus pada tahun 2012, dan penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Pertama di SMPN 1 Lopok dan lulus pada tahun 2015, kemudian menempuh Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Lape dan lulus pada tahun 2018. Kemudian pada tahun yang sama diterima diperguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Mataram tahun 2018 pada Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan lulus pada Maret tahun 2022.

MOTTO HIDUP

PADA AKHIRNYA, INI SEMUA HANYALAH PERMULAAN
(Nadine Amizah)

SUKSES ADALAH SAAT PERSIAPAN DAN KESEMPATAN BERTEMU
(Bobby Unser)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur, Saya persembahkan Skripsi ini untuk kedua Orang

Tua saya, Saudara serta Keluarga saya dan juga Universitas tercinta

Universitas Muhammadiyah Mataram



UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

- 1) Bapak Dr.H. Arsyad Abd. Gani, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram dan jajarannya.
- 2) Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
- 3) Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis.
- 4) Ibu Dr. Siti Atika Rahmi, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dan terimakasih atas segala keikhlasan dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi.
- 5) Bapak Alfian Eikman, S.Sos., MA. selaku Dosen Pembimbing II, terimakasih atas segala keikhlasan dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi.
- 6) Kedua orang tua saya tercinta Bapak Arifin Husman dan Ibu Masnah serta Kakak saya tercinta Zulbiah S.Ak yang telah memberikan saya dukungan material serta dukungan moral dan do'a sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan harapan. Terimakasih sebesar-besarnya, tanpa kalian saya bukanlah apa-apa.
- 7) Keluarga besar saya tercinta yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu terimakasih atas segala doa dan dukungan sehingga proposal skripsi ini dapat saya selesaikan sesuai dengan harapan.

- 8) Terimakasih yang teramat dalam untuk orang yang selalu disampingku, Nila Sari yang selalu sabar membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
- 9) Semua keluarga besar saya tercinta yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu terimakasih atas segala doa dan dukungannya selama ini.
- 10) Rekan-rekan Mahasiswa Muhammadiyah Mataram dan semua pihak yang telah banyak memberikan semangat yang baik selama mengikuti perkuliahan maupun dalam penyusunan Skripsi.

Mataram, 24 Februari 2022

SARMAN SANAPSI
218120001



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk sehingga Skripsi yang Berjudul *“Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Industri Kecil Usaha Genteng”* dapat diselesaikan. Shalawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan pengikut-pengikutnya yang setia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang memungkinkan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, rasa terima kasih sedalam-dalamnya penulis haturkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd. Gani, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram dan jajarannya.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis.
4. Ibu Dr. Siti Atika Rahmi, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dan terimakasih atas segala keikhlasan dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi.
5. Bapak Alfian Eikman, S.Sos., MA. selaku Dosen Pembimbing II, terimakasih atas segala keikhlasan dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi.

6. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Arifin Husman dan Ibu Masnah serta Kakak saya tercinta Zulbiah S.Ak yang telah memberikan saya dukungan material serta dukungan moral dan do'a sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan harapan. Terimakasih sebesar-besarnya, tanpa kalian saya bukanlah apa-apa.
7. Rekan-rekan Mahasiswa Muhammadiyah Mataram dan semua pihak yang telah banyak memberikan semangat yang baik selama mengikuti perkuliahan maupun dalam penyusunan Skripsi.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal itu tidak lain disebabkan karena keterbatasan kemampuan, waktu dan dana yang dimiliki. Untuk itu kiranya pada pembaca dapat memberikan masukan dan saransaran guna melengkapi tulisan ini.

Mataram, 24 Februari 2022

Sarman Sanapsi
218120001

ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN PADA INDUSTRI KECIL USAHA GENTENG

Sarman Sanapsi¹, Siti Atika Rahmi², Alfian Eikman³
Mahasiswa¹, Pembimbing Utama², Pembimbing Pendamping³
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram

ABSTRAK

Pembangunan pada sektor industri Indonesia tidak hanya dititikberatkan pada sektor industri besar saja namun juga pada sektor kecil dan kerajinan rumah tangga. (Erose perwitasagi putra, 2010). Dalam penelitian ini peneliti berfokus untuk meneliti industri genteng pada salah satu usaha genteng di Dusun Kalitemu, Desa Kalianyar Kecamatan Terara, Kabupaten Lombok Timur. Dalam kegiatannya usaha genteng Amit Kalitemu ini terdapat beberapa faktor -faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan. Faktor-faktor tersebut tentunya akan berdampak pada jumlah penjualan serta berakibat pada laba/ruginya perusahaan. Apabila usaha merugi maka perusahaan harus memikirkan cara untuk bertahan. Tidak jarang banyak perusahaan yang tidak mampu bertahan dan melakukan persaingan usaha sehingga jumlah penjualan menurun yang berakibat perusahaan merugi dan gulung tikar. Dalam kegiatan usaha genteng Amitkalitemu terdapat faktor-faktor yang bisa mempengaruhi volume penjualan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara, serta triangulasi data. Data dalam penelitian ini didapatkan melalui data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang didapat berupa hasil wawancara langsung oleh peneliti kepada narasumber sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dinas terkait, yang selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan tehnik analisis data berupa reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan indikator harga, produk, promosi saluran distribusi serta mutu dan kualitas yang diterapkan oleh usaha genteng Amitkalitemu dapat mempengaruhi peningkatan penjualan atau volume penjualan pada usaha tersebut. Akan tetapi indikator yang paling berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan pada usaha genteng Amitkalitemu yaitu pada indikator harga dan mutu yang telah diterapkan oleh usaha Amitkalitemu. Selain itu kelemahan usaha genteng Amitkalitemu yaitu tidak terdaftar pada Dinas Perindustrian dan Dinas Koperasi manapun untuk mengetahui data penjualan pertahunnya, dikarenakan begitu rumit proses pendaftaran dan persyaratan yang harus diurus lama sehingga usaha ini murni turun-temurun tanpa ada keterkaitan pada Dinas manapun.

Kata Kunci: Volume Penjualan, Industri Kecil Usaha Genteng

**AN ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE VOLUME OF SALES IN
SMALL TILE BUSINESS INDUSTRY**

Sarman Sanapsi¹, Siti Atika Rahmi², Alfian Eikman³
Student¹, Principal Advisor², Companion Advisor³
Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences
Muhammadiyah University of Mataram

ABSTRACT

Indonesia's industrial development is focused not just on huge industries, but also on small businesses and home crafts (Erose Perwitasagi Putra, 2010). The researchers concentrated their efforts in this study on one of the tile enterprises in Dusun Kalitemu, Kalianyar Village, Terara District, East Lombok Regency. There are various elements that can influence sales volume in Dusun Kalitemu's tile business. These elements will almost likely influence the amount of sales and, as a result, the company's profit or loss. If the company loses money, it must devise strategies to stay afloat. Frequently, many businesses are unable to survive and compete in the marketplace, resulting in a decline in sales, which leads to the company losing money and eventually going out of business. Researchers employed observation, documentation, and interviews, as well as data triangulation, to acquire data for this study. Primary and secondary data were used to compile the information for this study. Primary data were gathered through direct interviews with informants by researchers, whilst secondary data were obtained from associated agencies and evaluated utilizing data analysis procedures such as data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The study's findings reveal that price, product, distribution channel promotion, as well as the quality and quality implemented by Dusun Kalitemu's tile business, can all influence an increase in sales or sales volume. However, the price and quality indicators used by the Dusun Kalitemu's tile firm have the greatest influence on the increase in sales volume. Furthermore, the tile business of Dusun Kalitemu has a weakness in that it is not registered with any Industry and Cooperative Service to obtain annual sales data because the registration process is so complicated and the requirements must be met over a long period of time, resulting in this business being purely hereditary with no connection to any service.

Keywords: *Sales Volume, Small Tile Business Industry*

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM

KEPALA
UPT PSB
MUHAMMADIYAH MATARAM



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PLAGIASI.....	v
SURAT PUBLIKASI	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO HIDUP.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
UCAPAN TERIMAKASIH.....	x
KATA PENGANTAR.....	xii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACK.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Pengertian Penjualan.....	19
2.3 Konsep Penjualan.....	20
2.4 Teori Industri.....	20
2.4.1 Jenis-jenis Industri	21
2.5 Volume Penjualan	21

2.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	22
2.7 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.3 Sumber Data.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5 Penentuan Informan	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Profil Objek Penelitian.....	33
4.1.1 Sejarah Berdirinya Usaha Genteng Amitkalitemu.....	33
4.1.2 Struktur Usaha Genteng Amitkalitemu.....	35
4.2 Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Industri Kecil Usaha Genteng Amitkalitemu.....	37
4.3 Pembahasan.....	50
BAB V PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Dan Pendapatan Pertahun Dari Tahun 2019-2021	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 4.1 Pengusaha Genteng Di Dusun Kalitemu, Desa Kalianyar Kabupaten Lombok Timur	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 3.1 Teknik pengumpulan data	30
Gambar 4.1 Usaha Genteng Amitkalitemu	34
Gambar 4.2 Struktur usaha genteng Amitkalitemu.....	36



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan industri merupakan kegiatan untuk meningkatkan kesejahteraan dalam rangka meningkatkan taraf hidup dan taraf hidup yang lebih tinggi. Industrialisasi juga tidak terlepas dari upaya peningkatan produktivitas tenaga kerja manusia sekaligus berupaya memperluas ruang lingkup kegiatan manusia.

Industri kecil Indonesia merupakan industri yang digunakan untuk memenuhi permintaan. Industri kecil berkembang seiring dengan peningkatan dan perubahan kebutuhan manusia yang terus menerus. Perkembangan industri kecil telah membentuk pola pengembangan industri yang terpusat di 33 provinsi, khususnya industri kecil kerajinan dan rumah tangga kecil pedesaan. Bimbingan dan konsultasi pengembangan industri kecil ditujukan untuk melibatkan pemerintah untuk membantu menyebarkan kewirausahaan dan industri kepada masyarakat. Pemerintah dapat menumbuhkan kewirausahaan dan meningkatkan kegiatan industri melalui sosialisasi terkait industri dan memperkenalkan kewirausahaan kepada masyarakat.

Pembangunan pada sektor industri Indonesia tidak hanya dititikberatkan pada sektor industri besar saja namun juga pada sektor kecil dan kerajinan rumah tangga. (Erose perwitasagi putra, 2010). Perkembangan sektor industri juga diupayakan untuk mengembangkan potensi yang dimiliki oleh daerah masing-masing melalui pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya

lainya secara maksimal. Salah satu contohnya adalah pembangunan sektor industri di daerah pedesaan yang bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan industri kecil di daerah pedesaan (Erose, 2010:19). Industri kecil memiliki peranan yang sangat penting bagi kegiatan ekonomi nasional, misalnya penciptaan kesempatan kerja, meningkatkan nilai tambah, mempercepat distribusi pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi dan menjaga stabilitas nasional Djami Bakce (dalam jurnal kajian politik dan masalah pembangunan 2008 : 233-266)

Provinsi NTB merupakan daerah dengan pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan memiliki industri manufaktur dengan skala usaha industri kecil menengah yang cukup besar. Permintaan hasil industri manufaktur yang terus bertambah didorong oleh pertumbuhan penduduk, peningkatan pendapatan, kegiatan ekonomi dan migrasi dari wilayah lain ke wilayah Provinsi NTB (*urbanization economies*). Kontribusi industri pengolahan terhadap perekonomian Provinsi NTB sebesar 4,80 persen dengan laju pertumbuhan pada tahun 2016 sebesar 5,32 persen. Pertumbuhan PDRB dari tahun ke tahun dari sektor industri yang terus meningkat ini menunjukkan bahwa sektor industri di Provinsi NTB sangat berpotensi untuk terus dikembangkan. Sedangkan untuk lapangan usaha yang mencatatkan laju pertumbuhan terbesar adalah industri makanan dan minuman yaitu sebesar 9,98 persen, kemudian diikuti oleh industri kayu, barang dari kayu dan gabus dan barang anyaman dari bambu, rotan dan sejenisnya, dan industri furnitur yaitu sebesar 6,90

persen dan 6,15 persen (BPS, 2016). Aktivitas industri yang ada di Provinsi NTB pada umumnya merupakan industri kecil menengah.

Sektor industri kecil menengah Provinsi NTB mengalami perkembangan setiap tahunnya baik dalam jumlah perusahaan (unit usaha), tenaga kerja, nilai investasi dan nilai produksi pada industri tersebut. Dalam perkembangannya, pertumbuhan sektor industri kecil menengah di Provinsi NTB mengalami ketimpangan secara wilayah atau ketimpangan spasial. Hal ini dapat dipahami, karena aktivitas ekonomi di suatu wilayah akan sangat dipengaruhi oleh kondisi geografis dari wilayah tersebut.

Industri kecil di pedesaan dikenal sebagai tambahan sumber pendapatan keluarga dan juga sebagai penunjang kegiatan pertanian yang merupakan mata pencaharian pokok sebagian besar masyarakat pedesaan. Industri pedesaan mempunyai arti penting dalam usaha mengurangi tingkat kemiskinan di pedesaan atau dengan kata lain diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat pedesaan. Salah satu sektor yang diharapkan dapat menciptakan kesempatan kerja adalah sektor industri kecil dan menengah, karena pada sektor ini teknologi yang digunakan dalam proses produksi adalah teknologi padat karya, sehingga dengan adanya teknologi padat karya diharapkan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak.

Keunggulan paling besar Kabupaten Lombok Timur dibandingkan kabupaten lain yaitu pada level regional NTB yaitu pada kategori industri (bapeda.lomboktimurkab.go.id). Salah satu dari industri kecil yang ada di masyarakat yakni industri kecil pengrajin genteng. Pertumbuhan usaha

industri kecil perlu semakin dipacu dan tetap mendapatkan edukasi dari pemerintah. Tidak saja upaya peningkatan SDM para perajin, namun pemasaran hasil kerajinan juga harus menjadi prioritas utama, sehingga para perajin bisa terus memproduksi kerajinannya. Salah satu usaha kerajinan masyarakat yang diusahakan secara turun-temurun yakni kerajinan genteng di Dusun Kalitemu Desa Kalianyar Kec.Terara Lombok Timur.

Genteng adalah salah satu unsur bangunan yang berfungsi sebagai penutup atap agar bangunan tidak terkena air hujan, panas matahari, angin, dan lainnya. (A Zacoeb, dalam Jurnal Teknik Sipil, 2013:81-87). Kerajinan genteng ini bila dilihat dari hasil produksinya cukup berkualitas tidak kalah mutu dengan produksi genteng serupa yang sudah lebih dulu maju dan populer. Industri kecil genteng di Kalitemu Desa Kalianyar Kec.Terara Lombok Timur, merupakan tulang punggung perekonomian penduduk yang ada diwilayah tersebut dan sekitarnya.

Dalam penelitian ini peneliti berfokus untuk meneliti pada salah satu usaha genteng yang berlokasi di Dusun Kalitemu, Desa Kalianyar Kecamatan Terara, Kabupaten Lombok Timur. Wilayah Kalitemu dari dulu sudah terkenal dengan para pengusaha genteng salah satunya Usaha genteng Amitkalitemu merupakan sebuah usaha rumahan yang berdiri sejak tahun 1997 yang bergerak di bidang Usaha Genteng yang dimiliki oleh Lalu Abdul Hamit.

Wilayah Dusun Kalitemu Desa Kalianyar terdapat 15 pelaku usaha yang memproduksi usaha genteng, disetiap pelaku usaha masing-masing memproduksi genteng yang berbeda, mulai dari jenis genteng yang berbeda,

jumlah produksi setiap harinya, serta dari segi harga. Produksi genteng dari tanah liat di kalitemu hampir setiap hari dilakukan karena banyaknya permintaan dari para konsumen, Usaha Amitkalitemu setiap harinya memproduksi 300/1000 genteng, namun pada saat ini terjadi bencana Covid-19 yang berdampak besar terhadap usaha UMKM salah satunya Usaha genteng Amitkalitemu, Hal ini dapat dilihat dari tabel volume penjualan dan pendapatan penjualan:

Tabel 1.1 Volume Penjualan Dan Pendapatan Pertahun Dari Tahun 2019-2021

No	Tahun	Volume Penjualan	Pendapatan Penjualan
1	2019	13.000 genteng	Rp.26.000.000
2	2020	8.000 genteng	Rp. 16,800,000
3	2021	5.000 genteng	Rp. 10.000.000

Sumber: Data Hasil Wawancara Dengan Pemilik Usaha Genteng Amit Kalitemu

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan dan pendapatan yang dihasilkan dari tahun 2019-2021 mengalami perbedaan yang drastis dari tahun 2019 volume penjualan mencapai 13.000 genteng dengan pendapatan Rp.26.000.000/tahun, sedangkan 2020 sampai 2021 mengalami penurunan karena pandemi covid-19.

Proses produksi yang dilakukan di pabrik genteng Amitkalitemu masih menggunakan peralatan sederhana dan dikerjakan dengan tangan. Semua pekerjaan dilakukan oleh pemilik sendiri, dengan bantuan beberapa orang

yang bertanggung jawab untuk penggilingan bahan baku, pencetakan genteng, pengeringan dan pembakaran serta pengiriman genteng ke konsumen. Produk yang dihasilkan oleh usaha genteng Amitkalitemu adalah genteng pejaten dan genteng wuwung.

Volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume unit suatu produk, (Rangkuti, Dalam penelitian Rahmi (2018;207). Volume penjualan adalah ukuran naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam satuan, kilogram, ton, atau liter. Untuk mendukung pertumbuhan perusahaan tidak terlihat. Keberhasilan industri kecil atau suatu perusahaan yang dikelola oleh para wiraswasta atau pengusaha kecil tentunya ditandai dengan tinggi rendahnya volume penjualan produksi. Untuk mewujudkan industri kecil yang tangguh dan dapat diharapkan sebagai tulang punggung ekonomi daerah, khususnya di usaha genteng Amit kalitemu ini, maka perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan genteng. Mengingat bahwa usaha genteng merupakan usaha yang paling dominan dan menguntungkan di Dusun Kalitemu Desa Kalianyar Kec.Terara Kabupaten Lombok Timur. Semakin tinggi volume penjualan maka semakin tinggi pula keuntungan perusahaan. Keuntungan dari penjualan dapat menjaga kestabilan perusahaan. Menyadari hal tersebut maka peneliti ingin melakukan penelitian tentang: ***“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN PADA INDUSTRI KECIL USAHA GENTENG***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan dan telah dikaji, maka rumusan masalah yang diambil dari penelitian ini yaitu apa saja faktor–faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada industri kecil usaha genteng Di Dusun Kalitemu, Desa Kalianyar Kec.Terara Lombok Timur ?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor–faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada industri kecil usaha genteng di Dusun Kalitemu, Desa Kalianyar Kec.Terara Lombok Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat berguna antara lain untuk:

1. Dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pengusaha genteng di Dusun Kalitemu Desa Kalianyar Kec.Terara Kabupaten Lombok Timur, agar masalah yang dihadapi dapat teratasi terutama dalam hal meningkatkan volume penjualan.
2. Dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi mahasiswa, dosen untuk penelitian selanjutnya.
3. Memberikan sumbangan pemikiran dan pertimbangan kepada pemerintah khususnya pemerintah daerah Kabupaten Lombok Timur terutama di Desa Kalianyar Kec.Terara dalam menentukan kebijakan-kebijakan, terutama yang berkaitan dengan industri genteng.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini terdapat penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam menyusun skripsi di antaranya :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun dan Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	Ithika Sari dan Arief Rifa'i H. 2014 Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan sepeda motor yamaha jupiter z pada pt. Alfa scorpi pekanbaru	Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian Survey Deskriptif dengan metode Kuantitatif. Dengan penelitian ini peneliti akan menarik sejumlah sampel dari populasi penelitian. Tujuan penggunaan tipe ini adalah untuk mengetahui secara jelas dan konkret tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z.	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil suatu simpulan yaitu: 1. Pada penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, tidak memuaskan konsumen karena penetapan harga pada Yamaha Jupiter Z masih tinggi dengan subsidi harga yang masih rendah 2. Dalam menjalankan usahanya PT. Alfa Scorpi mendapatkan persaingan dari perusahaan lain sejenis yang juga memasarkan

			<p>produk yang sejenis khususnya sepeda motor Yamaha Jupiter Z dan ditambah dengan munculnya produk-produk baru yang lebih bagus dengan harganya yang cukup terjangkau dan juga menggugah selera konsumen, membuat sepeda motor Yamaha Jupiter Z kurang diminati oleh konsumen terutama oleh kaum perempuan yang lebih menyukai sepeda motor scuter matic yang lebih praktis dalam pemakaiannya.</p> <p>3. Pada kebijakan sistem penjualan yang ditetapkan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, baik secara tunai maupun secara kredit, konsumen mengharapkan terutama dalam harga penjualan kredit perusahaan bisa lebih meringankan harga penjualan kredit yang lebih</p>
--	--	--	--

			<p>terjangkau lagi oleh konsumen karena ini berpengaruh terhadap tingkat penjualan karena tidak semua konsumen mampu membeli sepeda motor secara tunai.</p> <p>Dari segi selera konsumen sepeda motor Yamaha Jupiter Z ini masih belum begitu sesuai dengan selera konsumen. Konsumen tidak puas dengan segi kualitas, ketahanan, desainnya dan juga bahan bakar yang digunakan.</p>
2	<p>Ayu Agustina dan Siti Sunrowiyati 2016 Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Genteng UD Super Blitar</p>	<p>Metode Kualitatif Volume Penjualan(Y) Volume penjualan adalah keseluruhan yang telah dihasilkan oleh UD Super Blitar dari aktivitas penjualan produk. Jika perusahaan menghasilkan jumlah penjualan yang semakin besar, maka kemungkinan laba yang yang diperoleh juga akan semakin besar. 2. Kualitas Produk (X1) Kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau barang yang memiliki nilai guna bagi konsumen dan sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar agar menarik</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil suatu simpulan yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan, semakin tinggi kualitas yang ada dalam produk maka besar kemungkinan konsumen akan membeli produk tersebut bahkan itu bisa

		<p>perhatian, penggunaan, atau konsumsi memuaskan suatu keinginan dan kebutuhan. (Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga guna Meningkatkan Volume...) Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN) Vol. 1 No. 1 (2016) hlm. 104-114</p> <p>3. Harga (X2) Harga merupakan tolak ukur yang digunakan oleh UD Super Blitar untuk memberikan nilai pada produk tersebut</p>	<p>membentuk rasa loyalitas konsumen terhadap produk tersebut sehingga membuat volume penjualan pada UD Super Blitar mengalami peningkatan.</p> <p>2. Harga berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan, harga yang dapat dijangkau konsumen akan menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk dan hal itu akan mengakibatkan peningkatan volume penjualan pada UD Super Blitar.</p> <p>3. Kualitas produk dan harga bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan, semakin baiknya kualitas produk perusahaan akan meningkatkan harga dan harga pada akhirnya akan meningkatkan volume penjualan, maka untuk itu perusahaan harus</p>
--	--	---	---

			berupaya untuk meningkatkan kualitas produk dan memperhatikan keterjangkauan harga dalam rangka meningkatkan volume penjualan pada UD Super Blitar.
3	Dwi Fiftianingrum 2021 Strategi pemasaran dalam meningkatkan Volume penjualan. (Studi kasus pada usaha genteng hasil karya desa baruharjo, kecamatan durenan, kabupaten trenggalek)	Pendekatan dalam penelitian ini bersifat kualitatif yaitu pengumpulan suatu data dilakukan secara langsung terkait suatu fenomena yang terjadi di lokasi penelitian. Pendekatan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berkaitan dengan penilaian subjektif terhadap sikap, pendapat serta perilaku.	Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dalam pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha genteng Hasil Karya sebagai berikut: Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan usaha genteng Hasil Karya yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran 4P yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi. Strategi bauran produk yang diterapkan yaitu menawarkan produk dengan jenis yang beragam, memperhatikan kualitas produk serta memberikan pelayanan terkait produk. Strategi bauran harga yang diterapkan yaitu

			<p>dengan menetapkan harga yang didasarkan pada biaya produksi, harga pesaing, harga geografis serta potongan harga. Strategi bauran tempat yang diterapkan yaitu lokasi pemasaran strategi serta melalui saluran distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Strategi bauran promosi yang diterapkan yaitu melalui mulut ke mulut serta memanfaatkan media sosial.</p> <p>1. Terdapat faktor-faktor yang menjadi penghambat dan faktor pendukung strategi pemasaran pada usaha genteng Hasil Karya. Faktor penghambat yang mempengaruhi strategi pemasaran yaitu faktor produksi, faktor pesaing, serta faktor harga. Faktor produksi disebabkan oleh musim penghujan, faktor pesaing disebabkan oleh banyaknya usaha serupa, faktor harga disebabkan oleh harga yang</p>
--	--	--	---

			<p>naik turun. Faktor pendukung yang mempengaruhi strategi pemasaran yaitu faktor pelanggan, faktor pemasok, faktor produk, faktor lokasi (tempat) serta faktor promosi. Faktor pelanggan yaitu banyaknya pembeli tetap, faktor pemasok yaitu kerja sama dengan pengusaha lain, faktor produk yaitu jenis produk yang beragam, faktor tempat yaitu lokasi yang strategis serta faktor promosi yaitu memanfaatkan media online dan komunikasi mulut ke mulut antar pelanggan.</p>
4	<p>Mhd. Yamin Sirega dan Winita 2017 faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan <i>sparepart</i> pada pt. calispo multi utama medan</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Untuk memperoleh data yang akurat yang dapat dipercaya kebenarannya dan relevan masalah yang diteliti, maka pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kuesioner 2. Studi Dokumentasi 3. Observasi 	<p>Berdasarkan analisis hasil penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan <i>sparepart</i> pada PT. Calispo Multi Utama dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada

			<p>promosi melalui variabel periklanan dan penjualan perseorangan secara parsial dan simultan terhadap variabel volume penjualan sparepart.</p> <p>2. Dari hasil penelitian diketahui bahwa faktor yang berpengaruh terhadap volume penjualan sparepart adalah variabel periklanan.</p> <p>3. Hasil dari koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa variabel periklanan dan penjualan perseorangan mempunyai hubungan sebesar 64.8% terhadap volume penjualan, sedangkan sisanya sebesar 35.2% berasal dari variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.</p>
5	Irfan Zevi 2018, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses	Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan metode kualitatif. Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan menggali atau membangun satu proposi atau menjelaskan makna dibalik realita. Peneliti berpijak dari realita atau peristiwa yang berlangsung di lapangan.	1. Dalam melakukan strategi pemasaran PT. Proderma Sukses Mandiri menerapkan segmentasi, targetting dan positioning dengan benar dan

	Mandiri	<p>Dalam metode penelitian kualitatif akan menggunakan prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa deskriptif dari ucapan atau tulisan dan perilaku objek itu sendiri. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada data yang berupa kata atau gambar dan tidak menekankan pada angka, selain itu penelitian ini lebih menekankan pada proses dari produk atau outcom</p>	<p>tepat. Lalu Proderma menggunakan Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) 7P yang terdiri dari strategi produk (<i>product</i>), strategi harga (<i>price</i>), strategi penentuan lokasi (<i>place</i>), strategi promosi (<i>promotion</i>), strategi manusia (<i>people</i>), strategi sarana fisik (<i>physical evidence</i>), dan proses (<i>process</i>).</p> <p>2. Berdasarkan analisis internal dan eksternal perusahaan beserta diagram Cartesius dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama dari PT. Proderma Sukses Mandiri adalah strategi Growth. Yang mana PT. Proderma Sukses Mandiri dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar masyarakat terus percaya pada produk Proderma. Lalu memperdalam jalinan dengan mitra guna menciptakan hubungan yang</p>
--	---------	--	--

			<p>baik serta membuat promosi yang menarik untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia mengenai pentingnya menjaga kesehatan kulit. Berdasarkan matrik SWOT maka dapat disimpulkan beberapa pengembangan melalui pertumbuhan faktor internal dan eksternal perusahaan yang dapat bermanfaat bagi kemajuan PT. Proderma Sukses Mandiri.</p> <p>3. Berdasarkan analisis tentang pemasaran syariah, Perusahaan telah memenuhi karakter dan paradigma pemasaran syariah. PT. Proderma sudah memenangkan mind share, market share dan heart share. Meskipun dari sisi variabel produk pada marketing mixnya, produk PT. Proderma sedang dalam pengurusan sertifikat halal dari MUI. Tetapi dalam sisi</p>
--	--	--	--

			kegiatan proses pemasarannya perusahaan jujur dengan apa yang ditawarkan dan tidak berlebihan.
Pembeda Penelitian Ini Dengan Penelitian Terdahulu	Perbedaan penelitian ini dengan Penelitian terdahulu yaitu dari judul penelitian yang berbeda dan metode penelitian yang di gunakan. Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Selain metode penelitian yang berbeda adapun lokasi penelitian terdahulu dengan penelitian ini juga berbeda serta fokus dan hasil penelitiannya pun berbeda.		

Sumber :Dipetakan Dari Jurnal Dan Skripsi 2014 Dan 2021

2.2 Pengertian Penjualan

Penjualan adalah suatu kegiatan yang mengakibatkan keluarnya barang dari suatu perusahaan sehingga perusahaan tersebut menerima uang dari pelanggan, Rudianto (2009:104). Penjualan untuk perusahaan jasa adalah jasa yang dijual oleh perusahaan. Bagi perusahaan dagang, barang yang dijual oleh perusahaan. Dalam istilah perusahaan manufaktur, penjualan adalah barang yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan. Jual adalah kegiatan yang dilakukan oleh penjual untuk menjual barang atau jasa dengan harapan mendapatkan keuntungan dari transaksi tersebut.

Penjualan adalah proses dimana pembeli dan penjual bertukar barang atau jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah upaya manusia untuk mengkomunikasikan barang yang diinginkan yang telah diproduksi kepada yang diidentifikasi untuk tujuan bersama, yaitu Basu Swastha (2014) dalam penelitian Irwan Sahaja.

2.3 Konsep Penjualan

Konsep penjualan berorientasi manajemen, dengan asumsi membeli atau tidak produk perusahaan berdasarkan upaya nyata yang dilakukan konsumen untuk membangkitkan atau mendorong minat konsumen terhadap produk (Danang Sunyoto (2013: 29)). Pandangan konsep penjualan ini memiliki implikasi sebagai berikut:

1. Konsumen umumnya cenderung tidak membeli produk yang tidak penting.
2. Konsumen dapat didorong untuk membeli lebih banyak melalui berbagai alat promosi atau bisnis.
3. Tantangan bagi organisasi adalah memiliki departemen yang sangat berorientasi pada penjualan sebagai kunci untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

2.4 Teori Industri

Industri adalah bagian dari proses produksi, yang tidak mengekstrak bahan langsung dari alam, tetapi mengolahnya menjadi komoditas yang bernilai bagi masyarakat (Bintarto, 1987).

Industri adalah usaha untuk menghasilkan barang jadi dari bahan mentah atau bahan mentah melalui proses produksi budidaya masal, guna memperoleh produk yang bermutu tinggi dengan harga yang serendah-rendahnya (I Made Sandi, 1985: 148).

2.4.1 Jenis-jenis Industri

Industri di Indonesia dapat digolongkan dalam beberapa kelompok. Berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan, industri dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu (Tambunan, 1993:83):

1. Industri rumah tangga jumlah pekerjanya 1-4 orang
2. Industri kecil jumlah pekerjanya 5-19 orang
3. Industri menengah jumlah pekerjanya 20-99 orang
4. Industri besar jumlah pekerjanya 100 orang atau lebih

2.5 Volume Penjualan

Pada setiap perusahaan tujuan yang hendak dicapai adalah memaksimalkan profit di samping perusahaan ingin tetap berkembang. Realisasi dari tujuan ini adalah melalui volume penjualan Swastha (dalam Azaz-azaz marketing 2007:17). Volume penjualan adalah tingkat yang penjualan diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupiah). Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan.

Volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk Freddy Rangkuti (dalam penelitian Ericson Damanik 2009). Dalam kegiatan pemasaran kenaikan volume penjualan merupakan ukuran efisiensi, meskipun tidak setiap kenaikan volume penjualan diikuti dengan kenaikan laba. Jadi dapat diartikan bahwa volume penjualan adalah jumlah dari kegiatan penjualan suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dalam suatu ukuran waktu tertentu.

2.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Menurut Kotler, buku Hakim Simanjuntak (Manajemen Pemasaran 2013), faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah:

1) Harga jual

Harga jual adalah apa yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi jasa dan produk dengan membayar sejumlah uang yang menjadi patokan bagi Swastha dan Irawan 2005. Menurut Harini (2008) penetapan harga memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1) Tujuan penetapan harga suatu produk adalah untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh pendapatan dan untuk memperoleh tujuan investasi dengan persentase keuntungan yang telah ditentukan. telah ditentukan. diproduksi oleh perusahaan. Untuk menjaga kestabilan harga suatu produk
- 2) Penetapan harga harus dilakukan untuk mencegah persaingan dari perusahaan lain dengan produk yang hampir identik.
- 3) Penetapan harga dilakukan oleh perusahaan untuk membawa produk ke pasar sehingga dapat dipertahankan di pasar.
- 4) Perusahaan menetapkan harga untuk menentukan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan agar perusahaan tetap dapat memproduksi barang untuk dijual.

Faktor harga jual sangat penting dan mempengaruhi penjualan barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah konsumen sasaran memiliki akses ke barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan.

2) Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, digunakan, dimiliki, atau dikonsumsi, dan hampir semuanya, termasuk produksi, adalah asli dan dapat dilihat sehingga datanya memenuhi keinginan atau kebutuhan dari pengertian tersebut. yang dapat dan dapat Anda sentuh. , Dan merasa. Variasinya cukup banyak karena produknya asli, M Tohar (2000). Secara garis besar jenis produk dapat dibedakan menjadi dua jenis.

1) Produk konsumsi (consumer products)

Barang konsumsi adalah barang yang digunakan oleh pengguna akhir atau rumah tangga dengan maksud untuk tidak diperdagangkan atau dijual kembali.

2) Produk industri (business product)

Produk industri merupakan produk yang banyak digunakan dalam program pengembangan pemasaran. Produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, tergantung pada tingkat kebutuhan konsumen.

3) Biaya promosi

Pengertian promosi menurut Kotler dan Armstrong (2010), “Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it”, artinya promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan

membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Biaya promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan.

Hal-hal yang biasanya menggunakan biaya promosi menurut Wibowo (2014)

- 1) Biaya periklanan di media elektronik, media cetak dan atau media lainnya.
- 2) Biaya pameran produk.
- 3) Biaya pengenalan produk baru.
- 4) Biaya sponsorship yang berkaitan dengan promosi produk.

Biaya promosi secara langsung dapat mempengaruhi jumlah penjualan yang diterima perusahaan. Semakin tinggi biaya iklan yang dikeluarkan perusahaan, maka semakin tinggi pula volume penjualan yang diterima perusahaan.

4) Saluran distribusi

Saluran distribusi yaitu sekelompok perusahaan atau individu yang memiliki produk atau membantu perusahaan mentransfer kepemilikan produk atau layanan saat berpindah dari produsen ke konsumen. Kotler (1991; 279). Saluran distribusi dapat kategorikan menjadi beberapa macam (Swastha 2014):

- 1) Produsen - konsumen

Yaitu bentuk saluran distribusi terpendek dan paling sederhana karena produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau langsung ke rumah konsumen (door to door) tanpa perantara.

2) Produsen Konsumen ritel

Produsen hanya grosir ke grosir, tidak menjual ke pengecer, grosir melayani pembeliannya ke grosir, dan pengecer hanya melayani pembelian ke konsumen. .

3) Produsen, grosir, pengecer, konsumen

Saluran distribusi ini sering digunakan oleh produsen dan disebut saluran distribusi tradisional, dimana produsen hanya melayani grosir ke grosir, bukan pengecer.

4) Produsen-agen-pengecer-konsumen

Di sini, produsen memilih agen sebagai distributor. Dia melakukan kegiatan perdagangan grosir di saluran distribusi terutama menargetkan saluran distribusi pengecer besar.

5) Produsen-agen-pedagang besar-pengecer-konsumen

Dalam saluran distribusi, produsen sering menjadi perantara distributor untuk mendistribusikan barang ke pedagang grosir, yang sering menjual ke toko yang lebih kecil. Distributor yang terdapat dalam saluran distribusi ini khususnya adalah distributor.

5) Mutu atau Kualitas

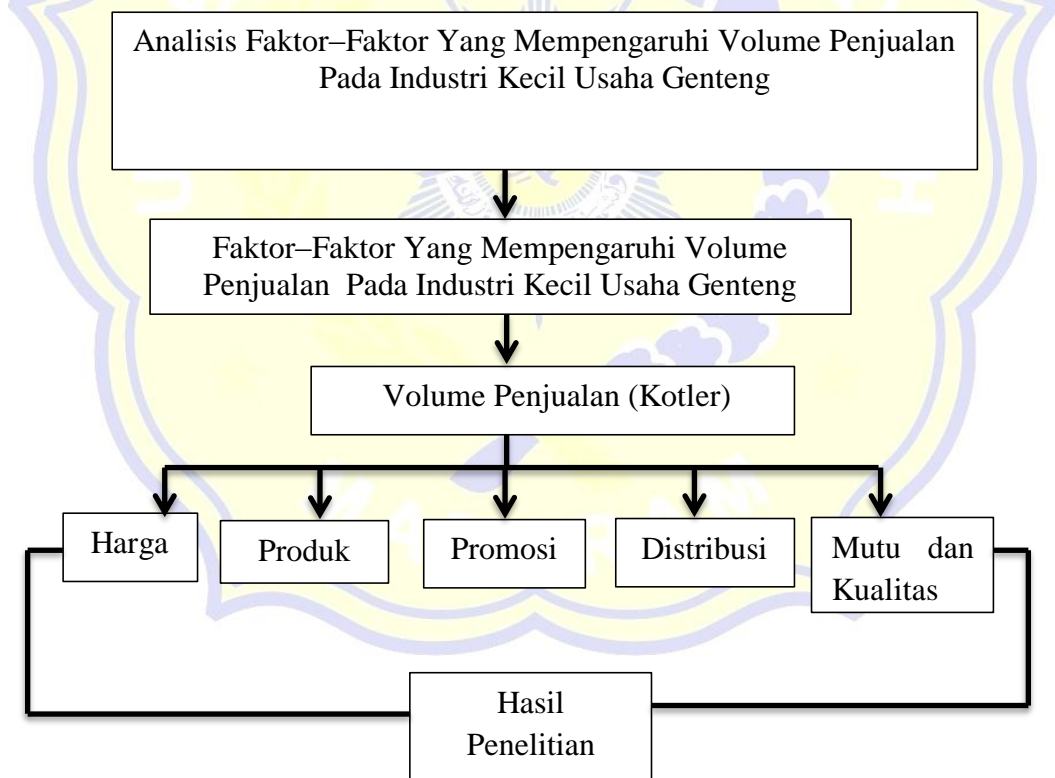
Menurut Supriyono (2002; 377), kualitas adalah tingkat baik buruknya, dan kualitas juga dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan. Oleh karena

itu, kualitas adalah ukuran relatif dari kebaikan operasional. Produk berkualitas tinggi memenuhi harapan pelanggan kami. Mutu Produk adalah salah satu faktor yg mempengaruhi volume penjualan. Dengan kualitas yang baik, konsumen tetap loyal terhadap produk perusahaan, dan jika kualitas produk yang ditawarkan kurang baik maka konsumen beralih ke produk lain.

2.7 Kerangka Pemikiran Penelitian

Untuk mempermudah penelitian ini maka penulis membuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1: Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang berupa studi dokumen/ teks studi dokumen atau teks merupakan kajian yang menitik beratkan pada analisis bahan tertulis berdasarkan konteksnya. sehingga peneliti harus berusaha menemukan teori tersebut. Hasilnya bukan berupa angka, melainkan kata kata atau kalimat yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, dan perilaku yang dapat diamati serta bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dan menelaah masalah penelitiannya (Mulyana, 2007:5) Penelitian kualitatif digunakan untuk melihat berbagai fenomena sosial. Hasilnya tidak berupa angka seperti kuantitatif, melainkan kumpulan kalimat, kata yang akan diuji kebenarannya. Sehingga diperlukan ketelitian dan akurasi yang tepat karena kualitatif membutuhkan pengamatan dilapangan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Dusun Kalitemu Desa Kalianyar Kecamatan Terara Kabupaten Lombok Timur. Subjek dalam penelitian ini adalah Masyarakat Dusun Kalitemu Desa Kalianyar Kecamatan Terara Kabupaten Lombok Timur, yang menjadi pusat pembuatan Genteng. Objek penelitian ini adalah analisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada industri kecil usaha genteng di

Dusun Kalitemu Desa Sukadan Kecamatan Terara Kabupaten Lombok Timur.

Penelitian ini akan dilakukan pada awal sampai akhir bulan desember 2021.

3.3 Sumber Data

Sumber data merupakan subjek data tersebut diperoleh. Ada dua jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat baik yang dilakukan secara wawancara, observasi, dan alat lainnya (Subagyo, 1997:87). Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada responden yang dianggap mengetahui bagaimana komunikasi. Selain dengan wawancara, peneliti melakukan pengamatan langsung dilapangan, hal ini dilakukan memperkuat data yang diperoleh melalui wawancara.

2. Data Skunder

Data skunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data sekunder yang dimaksud untuk mendukung data primer, karena diperlukan keterkaitan dengan teori teori yang relevan, dalam hal ini peneliti memanfaatkan buku-buku, internet atau sumber data lain yang akan menunjang dari apa yang akan diteliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Burhan bungin mengemukakan bahwa Metode pengumpulan data adalah bagian instrument pengumpulan data yang menentukan berhasil atau

tidak suatu penelitian. Dalam hal ini diperlukan adanya teknik pengambilan data yang dapat digunakan secara cepat dan tepat sesuai dengan masalah yang diselidiki dan tujuan penelitian, maka penulis menggunakan beberapa metode yang dapat mempermudah penelitian ini, antara lain:

1) Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan (Subagyo, 1997:63). Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan langsung ke lapangan dengan melihat, mengamati faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada industri kecil usaha genteng di Dusun Kalitemu Kabupaten Lombok Timur pada masa dan peneliti mengikuti setiap pelaksanaan kegiatan dan acara-acara yang dilakukan oleh masyarakat Dusun Kalitemu, Kecamatan Terara, Kabupaten Lombok Timur

2) Wawancara

Wawancara yaitu suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden (Subagyo, 1997:39). Dalam penelitian ini wawancara menjadi teknik yang utama yang menggali informasi tentang Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini melibatkan beberapa masyarakat Dusun Kalitemu untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan data yang lebih relevan.

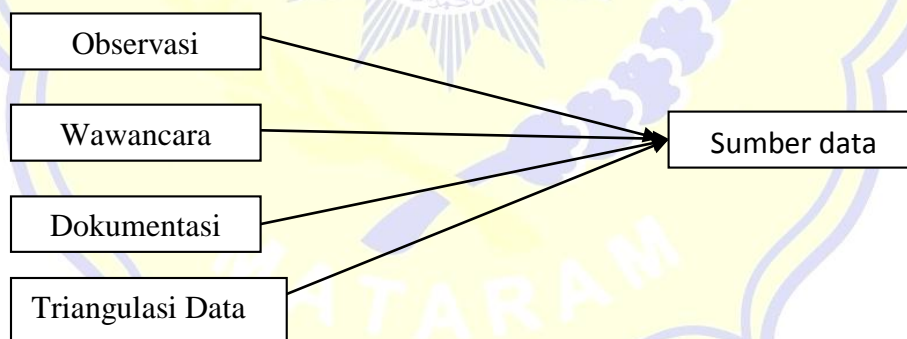
3) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data dokumentasi berbentuk photo, catatan data berbentuk tulisan Sebagian besar data yang ada di Dusun Kalitemu Kabupaten Lombok Timur. Sifat utama dari data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti (Burhan Bungin: 2011).

4) Triangulasi Data

Triangulasi data yaitu menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

Gambar 3.1 Teknik pengumpulan data



3.5 Penentuan Informan

Informan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling, yaitu pengambilan sampel dengan bantuan key informan inilah akan berkembang sesuai

petunjuknya (Subagyo, 1997:31). Narasumber dipilih sesuai dengan latar belakang yang dianggap mengetahui tentang Peran Usaha kecil menengah UKM

Pada penelitian ini akan berpedoman pada syarat-syarat yang harus dipenuhi didalam penelitian ini adapun informan dalam bentuk informan yakni pihak-pihak yang terkait dalam proses penelitian adapun informan-informan tersebut yakni:

- 1) Pemerintah Desa Kalianyar.
- 2) Pelaku Industri Usaha Genteng Dusun Kalitemu.
- 3) Konsumen.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif yaitu upaya menggola data dengan mengumpulkan data, Metode yang digunakan adalah deskriptif yaitu metode dalam mengolah data-data yang telah dikumpulkan dengan menganalisisnya sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan dengan analisa data kualitatif berupa reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan (Lexy Moleong:1990) :

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan dikumpulkan kemudian direduksi untuk memilah data pokok yang penting yaitu yang berkaitan dengan fokus tema penelitian. Kemudian data tersebut disusun secara sistematis agar mudah untuk difahami sehingga pemahaman ini akan membantu menjawab pertanyaan baru berkaitan dengan tema penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan data yang telah mengalami proses reduksi yang langkah selanjutnya adalah melakukan penyajian data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, maupun diagram. Tujuan penyajian data disini adalah untuk mempermudah dalam memahami hal yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan hal-hal yang telah difahami tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan didasarkan atas rumusan masalah yang difokuskan lebih spesifik dan yang telah ditetapkan sebelumnya. Hasil analisis merupakan jawaban dari persoalan penelitian yang telah ditetapkan.