

**STRATEGI BERSAING DALAM UPAYA PENINGKATAN  
KINERJA DAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. TOYANG  
PRIMA PRAYA, LOMBOK TENGAH**



**OLEH:**

**BAIQ RISNA ZABIDAYUNINGSIH**

**NIM 180501177**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM  
MATARAM  
2022**

**STRATEGI BERSAING DALAM UPAYA PENINGKATAN  
KINERJA DAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. TOYANG  
PRIMA PRAYA, LOMBOK TENGAH**

**SKRIPSI**

**diajukan kepada Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram  
untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi**



**OLEH:**

**BAIQ RISNA ZABIDAYUNINGSIH**

**NIM 180501177**

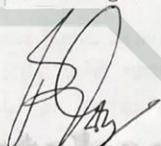
**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM  
MATARAM  
2022**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh : Baiq Risna Zabidayuningsih, NIM : 180501177 dengan judul “Strategi Bersaing dalam Upaya Peningkatan Kinerja dan Volume Penjualan pada UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah” telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

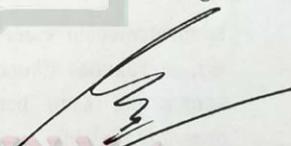
Disetujui pada tanggal : 14 April 2022

Pembimbing I,



H. Bahrur Rosyid, M.M.  
NIP. 197810212009121002

Pembimbing II,



Kharisma Rindang Sejati, M.E  
NIP. 199306012019032014

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 14 April 2022

Hal : Ujian Skripsi

**Yang Terhormat**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**Di Mataram**

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama Mahasiswa/I : Baiq Risna Zabidayuningsih

NIM : 180501177

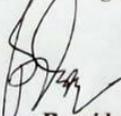
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Strategi Bersaing dalam Upaya  
Peningkatan Kinerja dan Volume  
Penjualan Pada UD. Toyang Prima Praya,  
Lombok Tengah.

telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

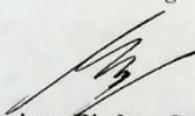
*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

**Pembimbing I,**



**H. Bahrur Rosvid, M.M.**  
NIP. 197810212009121002

**Pembimbing II,**



**Kharisma Rindang Sejati, M.E.**  
NIP. 199306012019032014

## PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi oleh: Baiq Risna Zabidayuningsih, NIM: 180501177 dengan judul “Strategi Bersaing dalam Upaya Peningkatan Kinerja dan Volume Penjualan Pada UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah” telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram tanggal 13 Mei 2022 dan telah dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

### DEWAN PENGUJI

**H. Bahrur Rosyid, M.M**  
(Ketua Sidang/Pemb. I)

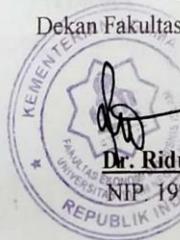
**Kharisma Rindang Sejati, M.E**  
(Sekretaris Sidang/Pemb. II)

**Dr. Khairul Hamim, M.A**  
(Penguji I)

**Syukriati, S.Pd, M. Hum**  
(Penguji II)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.**  
NIP. 197111102002121001

## MOTTO

*“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”*

(Q.S Al-Baqarah: 286)

*“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu...”*

(Ali Bin Abi Thalib)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

## HALAMAN PERSEMBAHAN

“ Kupersembahkan Skripsi ini untuk kedua orangtua saya tercinta, kakak-kakak saya, dan teman-teman atas doa dan dukungan semangat yang kalian berikan, sehingga saya bisa sampai ketitik ini.”



Perpustakaan UIN Mataram

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan Alam Baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat-sahabat dan para pengikutnya yang setia mengikuti beliau hingga akhir zaman.

Skripsi ini penulis susun guna melengkapi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna dan tidak menutup kemungkinan penulis membutuhkan begitu banyak saran dan kritikan yang sifatnya membangun yang nantinya dapat membantu penulis untuk Menyusun karya ini lebih dengan lebih sempurna lagi di waktu yang akan datang. Dengan selesainya bimbingan ini tidak lepas dari bimbingan dari banyak pihak yang telah dengan sabar membimbing peneliti. Terimakasih ini peneliti sampaikan pada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Masnun Tahir selaku Rektor UIN Mataram.
2. Bapak Dr. Ridwan Mas'ud, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram.
3. Ibuk Dr. Zulfawati, M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram.
4. Bapak H. Bahrur Rosyid, M.M dan Ibuk Kharisma Rindang Sejati, M.E selaku pembimbing I dan II yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan.
5. Mas Rayman Gunawan, Mba Aluh Cindy dan para pekerja di UD. Toyang Prima Praya, penulis sampaikan terimakasih atas waktunya.
6. Almamaterku tercinta UIN Mataram.
7. Kepada Kedua Orangtua Mamak dan Abah terimakasih atas doa, kasih sayang dan dukungan sampai saat ini.

8. Kepada Kakak Ika, kakak Inong dan kakak zil dan Kakak-kakak Iparku terimakasih atas doa, dukungan dan motivasi yang kalian berikan kepadaku.
9. Kepada Muh Efendi sebagai Suport System kedua setelah orangtuaku, terimakasih atas semangat dan doanya.
10. Kepada Sahabatku Ndut, Aul, Tuti, Boncel, Bocil, Opin, Kosma, Bucin, terimakasih atas dukungannya.

Penulis menyadari, bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka saran dan kritikan yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan selanjutnya. Dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak dan juga semoga Allah SWT meridhoinya Aamiin.

Mataram, 14 April 2022



**Baiq Risna Zabidayuningsih**

Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN DEWAN PENGUJI</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian .....	5
E. Kajian Pustaka .....	7
F. Kerangka Teori .....	13
1. Strategi Bersaing .....	13
2. Kinerja Perusahaan .....	16
3. Volume Penjualan .....	22
4. Pemasaran .....	26
5. Pengembangan Usaha .....	26
G. Metode Penelitian .....	28
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	28

2. Teknik Pengumpulan Data .....	29
3. Sumber dan Jenis Data .....	31
4. Analisis Data .....	33
H. Sistematika Penulisan .....	34
<b>BAB II HASIL TEMUAN DAN PAPARAN DATA .....</b>	<b>36</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	36
1. Sejarah UD Toyang Prima Praya .....	36
2. Lokasi UD Toyang Prima .....	37
3. Tujuan didirikan .....	37
4. Struktur Organisasi .....	38
B. Temuan Hasil Penelitian .....	38
1. Strategi Peningkatan Kinerja pada UD Toyang Prima Praya Ditinjau dari Segi Kualitas Pekerjaan, Pengetahuan dan Kerjasama .....	38
2. Strategi Peningkatan Volume Penjualan pada UD Toyang Prima Praya .....	46
3. Strategi Bersaing untuk Pengembangan Usaha UD Toyang Prima Praya .....	50
<b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
A. Strategi Peningkatan Kinerja pada UD Toyang Prima Praya Ditinjau dari Segi Kualitas Pengerjaan, Pengetahuan dan Kerjasama .....	54
B. Strategi Pengembangan Usaha dalam Peningkatan Volume Penjualan pada UD Toyang Prima Praya .....	56
a. Strategi Peningkatan Volume Penjualan pada UD Toyang Prima Praya .....	56
b. Strategi Bersaing untuk Pengembangan UD Toyang Prima Praya .....	60
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

# **STRATEGI BERSAING DALAM UPAYA PENINGKATAN KINERJA DAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. TOYANG PRIMA PRAYA, LOMBOK TENGAH**

**Baiq Risna Zabidayuningsih**

**NIM. 180501177**

## **ABSTRAK**

UD Toyang Prima Praya merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang jasa percetakan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi yang digunakan UD Toyang Prima dalam meningkatkan kinerja dan volume penjualan dan untuk mengetahui strategi bersaing untuk mengembangkan usaha. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kualitatif Deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknis Analisis data menggunakan Triangulasi dan Analisi secara Induktif. Sumber data di peroleh dari data primer berupa tanggapan informan, yaitu pengurus, pengelola, karyawan dan pembeli. Data sekunder dari dokumentasi volume penjualan UD. Toyang Prima.

Dari hasil penelitian di lapangan terkait fokus penelitian adalah strategi yang digunakan UD. Toyang Prima dalam meningkatkan kinerja karyawan ditinjau dari segi kualitas pekerjaan, yaitu rekrutmen karyawan dengan memenuhi syarat menjadi karyawan dan mengadakan pelatihan untuk karyawan. Kemudian untuk strategi peningkatan kinerja dari segi pengetahuan, yaitu memberikan pengetahuan kepada karyawan dan strategi peningkatan dari segi kerjasama dengan komunikasi yang baik dan lancar serta pembagian pekerjaan. Untuk peningkatan volume penjualan, UD. Toyang Prima menggunakan strategi harga, strategi promosi dan strategi produk. Dalam strategi bersaing untuk mengembangkan usahanya, UD. Toyang Prima menyediakan produk yang berkualitas, harga terjangkau atau normal dan pengelolaan keuangan yang baik.

***Kata Kunci: Strategi Bersaing, Kinerja, Volume Penjualan***

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan dunia usaha terlihat dengan makin bertambahnya persaingan antar perusahaan tersebut. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan produk berkualitas dengan harga yang bersaing dalam suatu pemasaran.<sup>1</sup> Setiap usaha diinginkan pada kondisi yang tidak menentu, karena usaha yang berjalan harus mampu menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama. Jika usaha tersebut tidak dapat mengimbangi persaingan, maka usaha tersebut akan terancam bangkrut dan kehilangan pelanggan. Persaingan akan tercapai apabila didukung dengan strategi yang tepat.

Dalam persaingan usaha diperlukan peningkatan kinerja, agar sumber daya manusia, bahan baku serta teknologi yang digunakan tidak kalah dengan pesaing. Tujuan dari meningkatkan kinerja pada dunia usaha adalah sebagai alat evaluasi untuk perbaikan atas pekerjaan yang kurang sesuai dan memberikan kebebasan para pekerja dalam mengekspresikan kemampuan supaya menambah nilai bagi usaha. Kinerja yang maksimal berpengaruh pada jumlah penjualan, karena memberikan daya tarik bagi konsumen. Setiap usaha memiliki tujuan dan sasaran penjualan, semakin lama usaha berdiri sasaran yang ditetapkan semakin meningkat begitu juga dengan jumlah pesaing.

UD. Toyang Prima Praya yaitu usaha yang bergerak di bidang percetakan (Printing). Percetakan yang berupa pembuatan undangan, baliho, spanduk dan lain-lain. UD. Toyang Prima memiliki keunggulan tersendiri, jika dibandingkan dengan percetakan lain disekitar lokasi. Strategi bersaing yang dilakukan UD. Toyang Prima Praya yaitu menggunakan strategi penetapan harga, strategi produk, pelayanan dalam meningkatkan kinerja untuk dapat mempertahankan keunggulan bersaing ditengah munculnya persaingan perusahaan yang semakin ketat.

---

<sup>1</sup> Alma Buchari, "*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*", Bandung: Alfabeta, 2004.

Dilihat dari jangka waktu usaha berdiri, UD. Toyang Prima Praya tergolong usaha yang masih bisa bertahan sampai saat ini. UD. Toyang Prima Praya berdiri tahun 2000, untuk saat sekarang UD. Toyang Prima Praya terus berkembang dengan memunculkan ide-ide atau strategi untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dari segi pemasaran UD. Toyang Prima berkerja sama dengan Sekolah-sekolah dan Kantor-kantor besar salah satunya seperti Kantor Bupati Lombok Tengah.

Kegiatan kerja di UD. Toyang Prima Praya dimulai dari jam 08:30-17:00 sudah termasuk jam istirahat. Jumlah pekerja di UD. Toyang Prima Praya 2 sampai 5 orang tergantung besarnya proyek, ada juga siswa magang dari sekolah lain. Mengenai gaji karyawan sebesar 35.000-45.000 per-hari dan untuk masalah lembur juga ada tambahan, misalnya pemasangan spanduk atau baliho proyek-proyek besar di jalanan dan untuk karyawan tetap juga diberikan motor dinas untuk pulang pergi.

Dalam suatu kinerja yang baik diperlukan juga manajemen kepemimpinan dan pengelolaan yang baik. Semakin lama usaha berdiri jumlah pesaing akan terus bertambah dan mengeluarkan ide baru yang menyebabkan usaha harus mempergunakan cara persaingan yang tepat.

Penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu. Perbedaan dapat dilihat dari segi objek yang diteliti. Objek penelitian ini adalah strategi bersaing UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah. Perbedaan lainnya, yaitu fokus penelitian dan metode penelitian. Penelitian ini hanya berfokus pada strategi bersaing UD. Toyang Prima Praya untuk mengembangkan usaha, strategi yang diterapkan dalam peningkatan kinerja dan volume penjualan.

Dengan semakin banyak usaha percetakan yang bermunculan yang diketahui ada 15 UD percetakan di Praya, menjadikan pemilik usaha harus menjaga kelangsungan usahanya. Permintaan dalam hal percetakan membuat usaha ini memiliki peluang yang besar. Setiap usaha yang dijalankan pasti ada pesaing. Pesaing adalah pihak yang berhubungan erat dengan kinerja, jika hasil kerja buruk yang dirugikan adalah tempat usaha. Volume penjualan juga berpengaruh terhadap persaingan usaha, jika usaha terus melakukan produksi tanpa ada penjualan otomatis pekerja dan pendapatan menurun. Dengan

demikian, diperlukan strategi bersaing yang tepat agar tetap bisa menjaga kesetiaan konsumen pada produk dan usaha tetap terjaga.

Dengan demikian, setelah mengamati persoalan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **“Strategi Bersaing dalam Upaya Meningkatkan Kinerja dan Volume Penjualan pada UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah”**. Serta diharapkan bermanfaat untuk menjaga perkembangan dan pencapaian usaha.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang telah dipaparkan peneliti maka dapat dirumuskan permasalahannya, yaitu:

1. Bagaimana Strategi yang dilakukan UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah dalam meningkatkan kinerja karyawan ditinjau dari segi kualitas pekerjaan, pengetahuan serta kerja sama?
2. Bagaimana Strategi Bersaing pengembangan usaha yang dilakukan UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah dalam meningkatkan volume penjualan?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi yang dilakukn UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah dalam meningkatkan kinerja karyawan ditinjau dari segi kualitas pekerjaan, pengetahuan serta kerja sama.
- b. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang dilakukan UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah dalam meningkatkan volume penjualan.

### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Manfaat Teoritis**

Diharapkan dapat menambah wawasan tentang strategi persaingan usaha dan referensi bacaan tentang strategi yang berhubungan dengan kinerja dan penjualan.

**b. Manfaat Secara Praktis**

**1. Manfaat Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kemampuan berfikir dalam strategi peningkatan kinerja dan volume penjualan dalam suatu usaha.

**2. Manfaat Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram**

Penelitian ini diharapkan menambah referensi dan sebagai bahan kajian Mahasiswa lain dalam meneliti Strategi dalam meningkatkan kinerja dan volume penjualan dalam suatu usaha.

**D. Ruang Lingkup dan Setting penelitian**

**1. Ruang Lingkup Penelitian**

Pada ruang lingkup penelitian ini, peneliti akan membatasi pembahasannya agar pembahasannya tidak melebar atau keluar dari konteks pembahasan dikarenakan peneliti dalam melakukan penelitian masih adanya keterbatasan baik dari aspek ilmu pengetahuan dan waktu. Oleh karena itu, dirasakan perlu untuk membatasi ruang lingkup dari penelitian, sehingga masalah pokok dalam penelitian ini adalah mengenai strategi bersaing dalam mengembangkan usaha dan strategi yang dilakukan dalam meningkatkan kinerja dan volume penjualan UD. Toyang, Prima Praya, Lombok Tengah.

**2. Setting Penelitian**

Penelitian akan dilaksanakan langsung di UD. Toyang Prima yang terletak di Jl. Diponegoro No.57, Kecamatan. Praya, Kabupaten. Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat. Alasan pemilihan lokasi ini, karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mendeskripsikan strategi bersaing dalam upaya peningkatan kinerja dan volume penjualan pada UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah. selain itu, lokasi strategis, mudah dijangkau konsumen dan tata letak yang menarik mampu memikat konsumen

untuk melakukan percetakan di UD. Toyang Prima Praya. Lokasi ini juga dekat dengan rumah warga, apotik, toko dan rumah makan dan lain sebagainya.

## E. Kajian Pustaka

Merupakan suatu penelusuran terhadap studi atau karya studi terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti, dimana fungsinya supaya terhindar dari duplikasi, plagiasi, repetisi serta menjamin keaslian dan keabsahan penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan hasil penelusuran sejauh yang peneliti lakukan, terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu yang tampak mirip dengan penelitian yang akan dilakukan. Hasil penelitian yang dimaksud adalah:

1. Prasetyo Hadi Atmoko yang berjudul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta”, *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol. 1, No. 2, Tahun 2018.<sup>2</sup>

Dalam penelitian ini, ditarik kesimpulan bahwasannya strategi S-O, S T, W-O dan W-T yang diterapkan untuk meningkatkan volume penjualan di Canvinton Hotel Yogyakarta dengan menambah fasilitas hotel berupa Meeting room dan Malioboro *sky lounge dan Bar*. Menambah dan mempromosikan produk makanan dan minuman sesuai dengan selera dan kebutuhan pengunjung, mengembangkan fasilitas untuk pendidikan berupa *table manner dan cooking class*, inovasi produk untuk acara khusus keluarga.

Terkait hal ini persamaan dengan penelitian ini, yaitu dari metode penelitian menggunakan kualitatif dan membahas tentang volume penjualan, sedangkan untuk perbedaannya, yaitu strategi pemasaran dengan cara analisis SWOT dan lokasi penelitian.

---

<sup>2</sup> Prasetyo Hadi Atmoko, “Strategi Pemasarn Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta, *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*”, Vol. 1, No. 2, 2018.

2. Siti Mukarromah yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko BajuSenamGrosir.com” Tahun 2018.<sup>3</sup>

Dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan, bahwa salah satu kunci sukses dalam mempertahankan dan mengembangkan sayap bisnis, Toko Baju Senam Grosir bertumpu pada pemasaran. Pemasaran merupakan faktor penting dalam meningkatkan penjualan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi bauran pemasaran (produk, harga, distribusi dan promosi) tidak mempunyai peran yang sama dalam meningkatkan volume penjualan. Sedangkan promosi tidak berpengaruh besar dalam meningkatkan volume penjualan dibuktikan dengan meningkatnya volume penjualan sebesar 11% pada bulan Desember 2017 sampai bulan Juli 2018.

Terkait hal ini persamaan dengan penelitian ini adalah dari metode penelitian, yaitu menggunakan metode kualitatif, sedangkan untuk perbedaannya dari segi objek penelitian.

3. Roikhanan Kudus Nur Istikomah, “Strategi Bersaing dalam Meningkatkan kinerja pada CV. Karya Alam Abadi (KAA)”, Skripsi Jurusan Ekonomi syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, Tahun 2019.<sup>4</sup>

Dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan, bahwa CV. Karya Alam Abadi menerangkan strategi bersaing, yaitu menggunakan strategi penetapan harga, strategi produk, pelayanan dalam meningkatkan kinerja untuk dapat mempertahankan keunggulan bersaing di tengah munculnya persaingan perusahaan yang semakin ketat.

Terkait hal ini persamaan dari penelitian ini, yaitu dari metode penelitian menggunakan metode kualitatif dan membahas tentang

---

<sup>3</sup> Siti Mukarromah, *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko BajuSenam Grosir.com*, Skripsi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, 2018

<sup>4</sup> Roikhanan Kudus Nur Istikomah, “*Strategi Bersaing dalam Meningkatkan Kinerja pada CV Karya Alam Abadi (KAA)*”, Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, 2019.

strategi bersaing dalam meningkatkan kinerja, sedangkan perbedaannya yaitu dari lokasi penelitian.

4. Iqbal Fauzi, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, 2018.<sup>5</sup>

Dalam penelitian ini, kesimpulannya adalah strategi pengembangan yang dilakukan oleh pengusaha kerajinan genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Banyumas, yaitu meningkatkan pasar yang lebih luas, menjaga kualitas produk, memberikan pelatihan kepada pekerja, meningkatkan kualitas layanan pelanggan dan menetapkan harga.

Terkait hal ini persamaan dari penelitian ini adalah metode penelitian, yaitu menggunakan metode kualitatif, sedangkan perbedaannya yaitu dari lokasi penelitian.

5. Septi Budi Utami, “Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Industri Tahu Desa Limbangan, Kutasari, Purbalingga)”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, 2016.<sup>6</sup>

Dalam penelitian ini, kesimpulannya adalah Strategi Pengusaha Tahu Desa Limbangan Untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha, adalah bahwa strategi-strategi yang dilakukan oleh Pengusaha tahu Desa Limbangan untuk menghadapi persaingan antar pengusaha meliputi: harga: menetapkan harga yang seimbang, produk: berhubungan dengan ukuran serta teknologi yang digunakan, pelayanan: memberikan jasa pesan antar untu pelanggan, tempat: pemilihan tempat yang strategis,

---

<sup>5</sup> Iqbal Fauzi, “*Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)*”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, 2018.

<sup>6</sup> Septi Budi Utami, “*Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Industri Tahu desa Limbangan, Kutasari, Purbalingga)*”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, 2016.

waktu: pemilihan antara pasar pagi dan pasar siang, dan strategi yang telah dilakukan oleh pengusaha tahu Desa Limbangan untuk menghadapi persaingan antar pengusaha telah sesuai dengan nilai-nilai dalam etika bisnis Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan penetapan harga yang tidak melebihi batas kewajaran, sikap tolong menolong antar pengusaha, menjual produk dengan kualitas terbaik, sehingga tidak merugikan pelanggan.

6. Reka Eka Prianti yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Arafa, Surabaya.” Tahun 2021.

Dalam penelitian ini, pentingnya kualitas produk dan promosi dalam mempengaruhi volume penjualan suatu produk di dalam strategi pemasaran terdapat strategi promosi yang berperan penting pada perusahaan. Strategi promosi bertujuan agar produknya dikenal masyarakat. Beberapa bentuk promosi yang dilakukan yakni melalui media sosial instagram dan whatsapp serta sering mengikuti pameran, bazar dan event-event untuk memperkenalkan pada masyarakat mengenai produknya.

Persamaan dalam penelitian ini adalah metode penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Selain itu, perbedaannya dari segi objek yang diteliti, objek penelitian ini adalah strategi bersaing UD. Toyang Prima Praya. Perbedaan lainnya juga pada fokus penelitian, yaitu Eka (2021) berfokus pada Strategi Pemasaran, sedangkan untuk penelitian ini berfokus pada strategi bersaing UD. Toyang Prima Praya untuk pengembangan usaha, strategi yang diterapkan dalam peningkatan kinerja dan volume penjualan.<sup>7</sup>

7. Darwin Tanujaya, “Analisa Strategi Bersaing pada Perusahaan Distribusi Meubel UD. Budi Luhur Kediri, Jawa Timur”, Jurnal AGORA, 2015, Vol.3, No.2, h. 323-331.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> I Gusti Nyoman Alit Brahma Putra, *Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan pada UD. Kacang Sari di Desa Tamblang*, Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 2017, Vol.9, No.2, h. 397-406

<sup>8</sup> Darwin Tanujaya, *Analisa Strategi Bersaing pada Perusahaan Distribusi Meubel UD. Budi Luhur Kediri, Jawa Timur*, Jurnal AGORA, 2015, Vol.3, No.2, h. 323-331

Hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi yang diterapkan UD. Budi Luhur, yaitu strategi kepemimpinan dengan biaya yang rendah. Agar mampu menggunakan keunggulan untuk menjual barang kepada konsumen, perusahaan melakukan penghematan biaya serta administrasi. Dengan demikian, laba yang didapat jauh lebih tinggi. Untuk mendapatkan strategi yang tepat dan mempertahankan perusahaan dari pesaing, UD. Budi Luhur menggunakan analisis dari dalam dan luar lingkungan perusahaan. Jenis penelitian menggunakan penelitian kualitatif.

Persamaan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian yang sama, yaitu menggunakan penelitian kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan fokus penelitian.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Strategi Bersaing**

Menurut David Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai dengan tepat.<sup>9</sup> Esensi strategi bersaing dapat digambarkan sebagai sebuah proses bagaimana perusahaan membangun dan mengembangkan berbagai sumber daya strategiknya yang memiliki potensi untuk menghasilkan keunggulan bersaing. Strategi bersaing harus diletakkan pada upaya mencari, mendapatkan, mengembangkan dan mempertahankan sumber daya strategis.<sup>10</sup>

Strategi bersaing menurut Porter adalah bagaimana membuat rencana dan mengembangkan usaha untuk dapat bersaing, apa tujuan dibentuk usaha serta keputusan apa yang perlu diambil untuk mencapai sasaran.<sup>11</sup> Strategi bersaing sangat penting

---

<sup>9</sup> David, *“Manajemen Strategi Konsep”*, (Jakarta : Selemba Empat, 2004), h.14.

<sup>10</sup> Farkhan Oxyopida, Sabihaini, & Surpiko Hapsoro Darpito, *“Kualitas Strategi Bersaing Memediasi Pengalaman, Pengetahuan, dan Adaptabilitas Lingkungan terhadap Kinerja”*, Jurnal Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Vol.18, No.2, Juli 2020

<sup>11</sup> Ronal Wantrianthos, et. all, *Kewirausahaan dan Strategi Bisnis*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020, h. 124

dilakukan supaya usaha tetap dapat menghadapi persaingan dan tantangan pada masa mendatang serta dapat beroperasi dengan baik agar mendapatkan keuntungan bagi usaha tersebut.

Menurut Porter ada dua alasan mendasar dalam menentukan strategi bersaing perusahaan. Pertama, daya tarik industri yang ditunjukkan oleh profitabilitas industri dalam jangka panjang. Kedua, analisis berbagai faktor yang menentukan posisi perusahaan dalam persaingan industri.<sup>12</sup> Dalam menentukan strategi bersaing perlu mengamati beragam faktor yang berkaitan dengan usaha serta kekuatan yang dimiliki untuk menghasilkan laba.

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong, terdapat lima tujuan pelaksanaan strategi bersaing, yaitu:<sup>13</sup>

**a. Membentuk suatu Positioning yang tepat**

Perusahaan berusaha memperlihatkan citra tersendiri mengenai perusahaan tersebut kepada konsumen.

**b. Mempertahankan Konsumen yang Setia**

Aset untuk perusahaan kedepan adalah pelanggan setia, apabila dijalankan dengan baik memberikan pemasukan seumur hidup bagi perusahaan.

**c. Mendapatkan Pasar Baru**

Perusahaan akan berusaha menambah konsumen lebih luas dengan strategi bersaing masing-masing perusahaan.

**d. Menciptakan Kinerja Bisnis yang Efektif**

Agar perusahaan dapat dikelola dengan lancar, perusahaan harus menciptakan kinerja yang ampuh dengan cara mengetahui kebutuhan konsumen, pelayanan dan teknologi yang digunakan.

---

<sup>12</sup> Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, Jakarta: PT Gelora Askara Pratama, 2012, h.41

<sup>13</sup> Rahayu Puji Suci, *Kajian Teoritis tentang Strategi Bisnis dan Kinerja Berbasis Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan dan Manajemen*, Malang: CV IRDH, 2017, h. 94-95

### **e. Memaksimalkan Penjualan**

Cara memaksimalkan laba tergantung dengan efektivitas strategi bersaing, selain itu tergantung pada sistem yang ada di perusahaan.

Perlombaan dikalangan pesaing guna mendapatkan posisi dengan taktik seperti persaingan harga, promosi dan memberikan hadiah. Strategi bersaing yang lancar dapat dilakukan oleh pengusaha dengan cara:<sup>14</sup>

#### **a. Mengenali Pesaing**

Kenali pesaing dari sudut pandang industri, Harus memahami pola persaingan antar pemain agar menjadi pemain yang berhasil dalam industri tersebut. Selanjutnya dari sudut pandang pasar, dengan memantau pesaing yang mencoba memuaskan konsumen yang sama.

#### **b. Mengenali Strategi Bersaing**

Pesaing dikelompokan dalam beberapa jenis dengan menjalankan strategi yang berbeda. Yang dimaksud dengan kelompok strategi adalah strategi yang dirancang perusahaan dalam satu industri yang sama. Di sini pengusaha hanya perlu memahami mutu, sifat, kualitas tenaga penjual, promosi yang digunakan pesaing, informasi pemasaran pesaing serta strategi keuangan yang diterapkan pesaing.

#### **c. Menilai Kekuatan dan Kelemahan Pesaing**

Untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing, pengusaha dapat mempelajari data sekunder serta dapat pula dari pengalaman pribadi atau penelitian pemasaran. Banyak pembisnis yang memakai penetapan tolak ukur, yaitu membandingkan produk usaha dengan produk pesaing untuk memperbaiki mutu dan kinerja.

---

<sup>14</sup> Michael Porter, *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, Jakarta: Erlangga, 2001, h. 35

## 2. Kinerja Perusahaan

Suatu perusahaan jika ingin maju atau berkembang, maka dituntut untuk memiliki pegawai yang berkualitas. Pegawai yang berkualitas adalah pegawai yang kinerjanya dapat memenuhi target yang ditetapkan oleh perusahaan, untuk memperoleh pegawai yang memiliki kinerja baik maka diperlukan penerapan kinerja.

Kinerja dalam bahasa Inggris disebut juga dengan *Job performance* yang merupakan tingkat keberhasilan pegawai dalam menyelesaikan pekerjaannya. Pengertian kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.<sup>15</sup>

Menurut Fattah, kinerja yaitu ungkapan kemampuan yang didasari oleh pengetahuan, keterampilan dan motivasi dalam menghasilkan sesuatu.<sup>16</sup> Kinerja merupakan hasil dari potensi yang dimiliki seseorang. Kinerja penting karena berhubungan dengan produktivitas usaha dalam menjaga kelangsungan usahanya. Dasar dibutuhkan penilaian kinerja dikembalikan kepada sasaran dan alasan sebuah usaha berdiri, misalnya organisasi swasta dibentuk dengan tujuan mencapai keuntungan maksimal dan barang produksi. Ukuran kinerja beragam seperti seberapa banyak jumlah barang yang mampu diproduksi dan seberapa banyak menghasilkan keuntungan.

Penilaian kinerja yaitu serangkaian proses yang membandingkan kinerja pegawai dengan ukuran standar yang telah dibuat oleh perusahaan. Adapun tujuan penilaian kinerja bagi sebuah organisasi, yaitu sebagai berikut:<sup>17</sup>

- a. Manajer perlu melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan pada masa lalu yang digunakan untuk membuat keputusan di bidang sumber daya manusia di masa yang akan datang.

---

<sup>15</sup> Dea Nurayya, "Pengaruh kepemimpinan, kompensasi", Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP, 2019.

<sup>16</sup> Dedi Rianto Rahadi, *Manajemen Kinerja Sumber Daya Manusia*, Malang: Tunggal Mandiri Publishing, 2010, h.3

<sup>17</sup> Masram dan Mu'ah, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015, h. 117

- b. Manajer memerlukan alat untuk membantu karyawan memperbaiki kualitas kinerja, merencanakan pekerjaan, perkembangan karir dan memperkuat hubungan manajer dengan karyawan.

Perlu diketahui bahwa untuk mencapai tingkat produksi yang tinggi yang digunakan untuk mempersiapkan kesuksesan, kinerja bawahan harus dikelola dengan maksimal. Disamping itu juga dibutuhkan pemimpin yang handal dalam bidang tersebut untuk memperbaiki kinerja pegawai. Dalam meningkatkan kinerja diperlukan informasi yang akurat mengenai segala hal berhubungan dengan karyawan. Oleh sebab itu, hal umum yang dinilai pada karyawan bidang produksi sebagai berikut:<sup>18</sup>

**a. Kualitas (*quality*)**

Karyawan handal pada bidang masing-masing. Setiap pekerjaan yang dijalankan sesuai keinginan pimpinan serta jumlah kerusakan dan kesalahan sedikit. Sikap karyawan kepada pimpinan dan sesama mencerminkan sikap saling menguntungkan dan saling menghargai.

**b. Pengetahuan Pekerjaan (*knowledge of job*)**

Mengetahui tingkat pendidikan, pelajaran yang dikuasai, kecakapan seseorang, seberapa kenal karyawan dengan organisasi, pimpinan, rekan kerja dan penguasaan tugas. Ini semua bertujuan menempatkan karyawan pada bidang yang tepat agar pengetahuan yang dimiliki dapat diterapkan demi kemajuan perusahaan.

**c. Kerja Sama (*cooperation*)**

Saling mendukung dan membantu diantara rekan kerja. Mengukur aktivitas yang dilakukan karyawan dalam menyelesaikan tugas dan mempertanggungjawabkan hasil pekerjaan dengan jujur, tanpa menimbulkan masalah.

---

<sup>18</sup> Fajar Nur'aini DF, *Panduan Praktis Evaluasi Kinerja Karyawan*, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2012, h. 38-39

#### **d. Hubungan Industrial**

Hubungan industrial adalah hubungan antar semua pihak yang terkait proses produksi suatu barang atau jasa perusahaan. Dalam hubungan industrial ini terdapat tiga pihak yang terlibat, yaitu pengusaha, pekerja dan pemerintah.

#### **e. Keamanan (*safety*)**

Mengetahui seberapa pentingantisipasi pada mesin yang berbahaya seperti pemakaian helm kerja dan sarung tangan. Menyediakan p3k, obat pribadi dan pelayanan kesehatan. Dengan demikian, kecelakaan kerja dapat diminimalkan karena kesadaran seluruh pihak perusahaan.

Untuk menilai mutu kinerja karyawan, dapat diukur dengan sejumlah aspek, yaitu sebagai berikut:<sup>19</sup>

- a. Perencanaan dalam bekerja dapat diamati dengan melihat:
  1. Kemampuan menyesuaikan dengan perkembangan iptek
  2. Kemampuan komunikasi antar sesama maupun pimpinan
  3. Kemampuan menyiapkan bahan dan alat kerja
  4. Kemampuan menyiapkan catatan kerja dengan jelas
- b. Proses pelaksanaan pekerjaan yang diamati dari:
  1. Kemampuan yang dimiliki
  2. Penguasaan pekerjaan
  3. Ketepatan waktu
  4. Kemampuan menyelesaikan masalah
- c. Sikap dalam melaksanakan tugas yang dapat di lihat dari:
  1. Kedisiplinan
  2. Minat terhadap pekerjaan
  3. Sikap kehati-hatian dalam menjalankan tugas
  4. Sikap toleran dalam berbeda pendapat
- d. Kemampuan dalam melaksanakan tugas memiliki standar kinerja yang dapat diamati dari:
  1. Persiapan rencana

---

<sup>19</sup> Muhammad Busro, *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2018, h.98-100

2. Pendidikan
3. Pengelolaan program kerja
4. Kemampuan dan pelayanan yang baik

Dalam menciptakan kinerja yang baik, perusahaan harus mengembangkan sumber daya manusia yang dimana mempunyai dua dimensi tujuan, yaitu dimensi individual mengacu pada sesuatu yang dicapai seorang pegawai, sedangkan dimensi organisasional mengacu pada apa yang dicapai organisasi sebagai hasil dari rencana pengembangan sumber daya manusia.

Menurut Sastradipoera, pengembangan sumber daya manusia mencakup baik pendidikan yang meningkatkan pengetahuan umum dan pemahaman lingkungan maupun pelatihan yang menambah keterampilan dalam menjalankan tugas yang spesifik. Tujuan pelatihan dan pengembangan, yaitu sebagai berikut:<sup>20</sup>

- a. Memperbarui keahlian karyawan sesuai kemajuan teknologi
- b. Memperbaiki kinerja
- c. Membantu memecahkan permasalahan perusahaan
- d. Mengurangi waktu belajar bagi karyawan baru

Dalam kinerja karyawan, diperlukan Analisis pekerjaan berupa informasi tertulis mengenai pekerjaan apa saja yang harus dilakukan agar tujuan tercapai. Tujuan diadakannya analisis pekerjaan adalah memberikan informasi tentang aktivitas pekerjaan, standar pekerjaan, persyaratan personalia, perilaku manusia dan alat yang digunakan. Analisis pekerjaan juga berguna bagi:

**a. Seleksi dan Perekrutan**

Memberikan informasi tentang uraian pekerjaan dan syarat untuk melaksanakan pekerjaan. Seleksi karyawan bertujuan mendapatkan karyawan yang berkualitas, jujur dan disiplin, memenuhi syarat serta terampil dan tanggungjawab.

---

<sup>20</sup> *Ibid*, hal. 110-111

## **b. Kompensasi**

Memberikan pemahaman tentang latar belakang pendidikan dan usia agar dapat menentukan gaji.

## **c. Penempatan**

Menempatkan calon karyawan yang diterima pada pekerjaan atau keahlian di bidang masing-masing. Dengan penempatan yang tepat diharapkan gairah kerja, mental kerja dan prestasi kerja agar mencapai hasil yang optimal dan kreativitas dapat berkembang.

## **3. Volume Penjualan**

Menurut Basu Swastha DH (2004) Penjualan adalah intraksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama. Tujuan penjualan merupakan kemampuan perusahaan dalam menjual produk dalam menentukan keberhasilan.<sup>21</sup>

Menurut Schiffan, Volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupee).<sup>22</sup> Dengan aktivitas penjualan sebuah usaha mendapatkan keuntungan. Semakin tinggi volume penjualan semakin banyak barang laku terjual serta kebalikannya. Oleh karena itu, penting setiap usaha untuk menerapkan cara guna meningkatkan penjualan serta kegiatan promosi agar usaha tetap berkembang.

Ada beberapa cara yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan menurut Kolter, antara lain:<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Donatus Klau Bria dan Dwi Gemina, "Pengaruh Harga Jual Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Dragon Produk Indonesia Caringin Kabupaten Bogor", Jurnal Visionida, Vol.3, No.1, 2017, h.30.

<sup>22</sup> Leon g Sccifman dan LL Kanuk, *Perilaku Konsumen, Indeks*, hlm.58

<sup>23</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas*, Jakarta: Erlangga, 2008, h. 72

**a. Mengadakan analisa pasar**

Perusahaan perlu menganalisa pasar sebelum melaksanakan kegiatan produksi yang bertujuan untuk mengetahui produk apa yang dibutuhkan atau diperlukan oleh konsumen.

**b. Menentukan calon konsumen yang potensial**

Sebelum melakukan aktivitas penjualan perlu adanya penentuan calon konsumen agar produk yang diproduksi sesuai dengan kebutuhan konsumen.

**c. Mengadakan diskon atau potongan harga**

Salah satu teknik dalam promosi adalah diskon atau potongan harga. Kebanyakan masyarakat sangat tertarik dengan adanya diskon atau potongan harga pada produk. Adanya diskon atau potongan harga akan menarik minat konsumen untuk membeli produk.

Terdapat beberapa indikator dari volume penjualan menurut Basu Swastha, yaitu sebagai berikut:

**a. Mencapai volume penjualan**

Perusahaan harus memiliki tujuan yang ingin dicapai yang dinyatakan dengan volume sebagai hasil dari penjualan. Perusahaan perlu melakukan berbagai strategi seperti strategi pemasaran atau strategi promosi untuk mencapai tujuan tersebut. Kemampuan perusahaan dalam menjual produk menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, sebaliknya apabila perusahaan tidak mampu melakukan penjualan, maka perusahaan akan mengalami kerugian.

**b. Mendapatkan laba tertentu**

Setiap kegiatan penanaman modal selalu bertujuan agar dana yang mereka miliki dapat berkembang dengan baik. Dengan demikian, perusahaan harus memiliki riwayat yang baik termasuk mampu mendapatkan laba yang tinggi sehingga banyak investor yang melakukan investasi diperusahaan dan menambah modal produksi.

**c. Menunjang pertumbuhan perusahaan**

Strategi suatu perusahaan menjual produknya akan menyebabkan tingginya volume penjualan dan laba yang

diperoleh semakin tinggi juga, sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

Kegiatan penjualan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dapat meningkatkan aktivitas penjualan. Dengan demikian, perlu dicermati faktor apa saja yang mempengaruhi penjualan. Menurut Swastha dan Irawan, kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:<sup>24</sup>

**a. Kondisi pasar**

Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu diantaranya jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, keinginan atau kebutuhan dan frekuensi pembelian.

**b. Modal**

Modal merupakan dana kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target penjualan yang dirancang, seperti dalam menyediakan stok barang dan melakukan kegiatan penjualan memerlukan alat transportasi, usaha promosi dan tempat untuk menjual.

**c. Kondisi dan kemampuan penjual**

Transaksi jual beli melibatkan dua pihak, yaitu penjual jadi pihak pertama dan pembeli pihak kedua. Penjual harus bisa meyakinkan pembeli yang bertujuan agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk itu penjual harus mempelajari beberapa masalah penting, diantaranya:

1. Harga produk
2. Jenis dan karakteristik produk yang ditawarkan
3. Syarat penjualan seperti pembayaran, pelayanan, pengantaran, garansi dan sebagainya.

---

<sup>24</sup> Rina Rachmawati, "Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Peningkatan Penjualan (*Sebuah Kajian Bisnis Restoran*)", Jurnal Kompensasi Teknik, Vol.2 No.2, 2011, h.148

#### 4. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu cara atau metode dalam masyarakat yang bertujuan memberikan dan menciptakan fasilitas, penyesuaian produksi dengan tanggapan konsumen.<sup>25</sup>

Pemasaran (*Marketing*) merupakan suatu teknik kegiatan sosial, budaya, politik dan ekonomi.<sup>26</sup> Istilah lain menjelaskan, bahwa pemasaran adalah suatu metode dimana individu dan kelompok mencapai apa yang mereka butuhkan melalui proses penciptaan, penawaran dan pertukaran produk serta pelayanan kepada konsumen. Di dalam pemasaran ada namanya bauran pemasaran seperti produk, harga, distribusi, promosi, pelayanan.

Pemasaran mempunyai peran penting dalam meningkatkan kegunaan barang yang sewaktu waktu akan berguna dan diperlukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pemenuhan kebutuhan yang meningkat akan mendorong perusahaan untuk produksi besar-besaran yang didukung oleh pemasaran dan kinerja untuk mencapai volume penjualan yang meningkat.

#### 5. Pengembangan Usaha

Ada beberapa definisi pengembangan usaha menurut para ahli yang dijelaskan oleh Freddy, salah satunya menurut Allan Affuah, pengembangan usaha adalah sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan berbagai sumber daya menjadi barang yang diinginkan konsumen.<sup>27</sup> Disimpulkan bahwa pengembangan usaha merupakan kegiatan usaha yang menyediakan kebutuhan konsumen.

Berikut unsur pengembangan usaha dibagi menjadi dua, yaitu:<sup>28</sup>

##### a. Unsur yang berasal dari pihak internal

1. Niat pengusaha dalam mengembangkan usaha menjadi lebih besar.

---

<sup>25</sup> TK, “*Manajemen Pemasaran*”, Pusat Survei Geologo, 1983, h.95.

<sup>26</sup> Freddy Rangkuti, “*Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*”, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006, h.48.

<sup>27</sup> Fredy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001, h. 10

<sup>28</sup> Ibid, hal. 12

2. Mengetahui teknik memproduksi barang seperti jumlah barang yang harus diproduksi, cara mengembangkan produk dan lain sebagainya.
3. Membuat anggaran yang bertujuan mengetahui seberapa besar pemasukan dan pengeluaran. Manajemen keuangan adalah tindakan yang diambil dalam rangka menjaga keuangan perusahaan. Manajemen keuangan bukan hanya masalah pencatatan akuntansi akan tetapi pemeliharaan kendaraan atau alat produksi juga termasuk dalam manajemen keuangan.
4. Harga dan Kualitas adalah salah satu strategi yang paling umum dan banyak ditemui, strategi ini digunakan untuk menghasilkan produk dan jasa berkualitas baik dengan harga yang sesuai.

**b. Unsur yang berasal dari pihak eksternal**

1. Mendapatkan dana dari luar usaha
2. Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha
3. Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik
4. Unsur strategi yang paling umum ditemui yaitu harga dan kualitas.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Metode penelitian bertujuan untuk mendapatkan data yang valid dengan cara ilmiah. Metode penelitian adalah suatu proses yang sangat dibutuhkan dalam suatu penelitian, dimulai dari penentuan hingga tiba penelitian itu dilaksanakan. Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata atau pertanyaan verbal, bukan dalam bentuk angka.<sup>29</sup> Metode ini digunakan sebagai cara menggambarkan atau mendeskripsikan kejadian di lapangan. Metode kualitatif sangat sesuai digunakan pada penelitian ini

---

<sup>29</sup> Neong Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta, Rakesarasin, 1996, h.2

karena data atau informasi diperoleh langsung dari orang yang bersangkutan, yaitu pemilik UD. Toyang Prima dan para pekerja.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Dimana pendekatan deskriptif memanfaatkan informasi dari informan untuk dijabarkan secara rinci dalam bentuk laporan. Selain itu, penelitian ini bertujuan menganalisis kejadian atau fenomena persaingan usaha yang dihadapi UD. Toyang Prima serta mendeskripsikan strategi usaha UD. Toyang Prima terkait kinerja ditinjau dari segi kualitas pekerjaan, pengetahuan dan kerja sama. Pendekatan ini juga bertujuan mengurai strategi peningkatan volume penjualan UD. Toyang Prima.

Jadi dari penjelasan di atas, metode deskriptif adalah pendekatan yang berdasarkan pada penjelasan dari data-data yang didapatkan dari lokasi dan aktifitas penelitian, sehingga peneliti hanya akan menggunakan perilaku dari orang-orang yang akan diteliti dilokasi penelitian.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian. Metode atau teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai pelengkap.

### **a. Observasi (Pengamatan)**

Secara etimologi, observasi berasal dari bahasa latin yang artinya melihat dan memperhatikan. Pengertian observasi adalah pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung.<sup>30</sup> Yang memiliki tujuan, yaitu untuk memperoleh informasi yang terkait dengan fenomena peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi disekitar lingkungan.

---

<sup>30</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode...*, hlm. 53

Dalam melakukan pengumpulan data peneliti memilih observasi dikarenakan peneliti dapat mengetahui secara langsung perilaku, cara kerja serta aktivitas dilokasi. Dalam teknik observasi ini peneliti menggunakan teknik observasi non-partisipan, karena dalam hal ini peneliti datang ditempat kegiatan orang yang akan diamati tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Sifat peneliti adalah sebagai pengamat independen.

#### **b. Wawancara**

Pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan dengan cara bercakap-cakap dan bertatap muka langsung.<sup>31</sup> Wawancara ini digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden dengan cara bercakap-cakap satu sama lain untuk mendapatkan informasi yang diinginkan peneliti. Wawancara dibagi menjadi tiga yaitu wawancara berstruktur, semi struktur dan tidak berstruktur. Pemakaian jenis wawancara sangat tergantung kepada beberapa hal yaitu: karakteristik keadaan subjek penelitian (informan), tempat penelitian, waktu penelitian, aktivitas/peristiwa yang terjadi, dan situasi sosial yang tercipta.<sup>32</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur, karena dalam pengumpulan data atau informasi secara langsung dengan panduan dan bebas menanyakan kepada informan, yaitu dengan pengurus, pengelola serta karyawan di UD. Toyang Praya, Lombok Tengah.

#### **c. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen dengan menggunakan bukti yang

---

<sup>31</sup> Afifudin dan Beni, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2009), h.31

<sup>32</sup> Wayan Suwendra, *Metodelogi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*, (Bali : Nilacakra, 2018), h. 55-56

akurat dari pencatatan informasi khusus dari karangan atau tulisan, wasiat, buku undang-undang dan sebagainya.<sup>33</sup>

Teknik dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, agenda, foto dan lain-lain.<sup>34</sup> Dalam penelitian ini bukti dokumentasi dijabarkan dengan dokumentasi kegiatan UD. Toyang Prima Praya, Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Volume Penjualan UD. Toyang Prima Praya.

### **3. Sumber dan Jenis Data**

#### **a. Sumber Data**

Sumber data dari penelitian ini adalah sebagai berikut:<sup>35</sup>

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang didapatkan peneliti dari hasil wawancara dan observasi langsung kepada informan (pihak-pihak terkait), atau dengan kata lain yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah pemilik usaha dan para karyawan atau pekerja UD Toyang Prima Praya. Data diperoleh dengan mengadakan sesi pertanyaan terkait dengan permasalahan. Informan bebas menjawab pertanyaan dengan pengetahuan dan pengalaman.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data pendukung dari data primer dalam upaya-upaya menjawab pertanyaan yang terkait dengan rumusan masalah, peneliti juga berusaha data atau informasi serta dokumentasi yang relevan.

Dari kedua data tersebut bertujuan memberikan jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian. Data tersebut juga menggambarkan keadaan tentang UD. Toyang Prima sebagai objek penelitian. Kedua data tersebut sesuai dengan penelitian, yaitu strategi bersaing

---

<sup>33</sup> Van Hoeve, *Ensiklopedia Indonesia*, (Jakarta: Ichtiar Baru Jilid 7), h.849

<sup>34</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratikum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h.274

<sup>35</sup> Ikbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: GhaliaIndonesia, 2002, h. 82

UD. Toyang Prima untuk pengembangan usaha, peningkatan kinerja dan peningkatan volume penjualan.

## **b. Jenis Data**

### **1. Data Kualitatif**

Data kualitatif adalah data yang berupa kata-kata atau pertanyaan-pertanyaan verbal, akan tetapi bukan berupa angka, nantinya data kualitatif yang akan diperoleh akan menggunakan teknik pengumpulan data seperti analisis dokumen, wawancara dan observasi.<sup>36</sup>

### **2. Data Kuantitatif**

Data kuantitatif adalah data yang secara langsung bisa diukur dan dihitung, berbentuk penjelasan dengan bilangan atau angka. Data tersebut nantinya bisa berupa angka-angka yang dapat dihitung seperti jumlah produksi dan jumlah orang yang terlibat dari usaha printing UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah.<sup>37</sup>

## **4. Analisis Data**

Analisis data adalah suatu analisis yang kritis dalam sebuah kualitatif. Analisis digunakan untuk mengetahui atau memahami hubungan dan konsep dalam data, sehingga dapat dikembangkan dan dievaluasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga proses yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman,<sup>38</sup> analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang secara bersamaan, yaitu reduksi data atau peringkasan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **a) Triangulasi**

Teknik yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data yang digunakan untuk pengecekan atau pembanding terhadap

---

<sup>36</sup> Neong Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rakesarasin, 1996, h.2

<sup>37</sup> Sugiyono, "*Statistik Untuk Pendidikan*", Bandung: Alfabeta, 2010, h.15

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012, h.337.

data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui triangulasi sumber.<sup>39</sup>

Penelitian di UD. Toyang Prima melalui kegiatan wawancara dengan sumber data adalah pemilik usaha, pekerja, pembeli. Masing-masing dari pihak terkait akan memberikan pandangan mereka yang kemudian bisa digunakan untuk mencocokkan antara satu pandangan orang dengan pandangan orang lain.

#### **b) Analisis Data secara Induktif**

Penelitian dimulai dari fakta empiris dan tidak mulai dari deduksi pada teori. Peneliti akan terjun ke lapangan, menganalisis, mempelajari dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ditemukan di lapangan.

Peneliti akan menemukan makna dari data tersebut yang nantinya akan menjadi hasil dari penelitian ini. Analisis data secara induktif tidak mengenal teorisasi, karena teori bukan hal yang penting untuk dilakukan sebaliknya data adalah segalanya untuk memulai penelitian.<sup>40</sup>

### **H. Sistematika Penelitian**

Dalam melakukan penelitian yang baik, perlu ditampilkan sistematika pembahasannya, sehingga susunan bab ke bab dalam suatu bagian khusus memudahkan pembaca mengetahui jelas isi dari penelitian tersebut.

Adapun secara garis besar, ulasan skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu sebagai berikut:

- a. BAB I Pendahuluan : di dalam bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup dan Setting Penelitian, Telaah Pustaka, Kerangka Teori, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penelitian.
- b. BAB II Paparan Data dan Temuan : di dalam bab ini berisi tentang gambaran umum dari UD. Toyang Prima Praya, Strategi bersaing

---

<sup>39</sup> Sugiyono, *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011, h.330

<sup>40</sup> Burhan Bungin, *“Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya”*, Jakarta: Kencana, 2006, h.27

dalam mengembangkan usaha dan strategi yang digunakan dalam meningkatkan kinerja dan volume penjualan yang dilakukan UD Toyang Prima Praya, Lombok Tengah.

- c. BAB III Pembahasan : di dalam bab ini membahas lebih detail terkait dengan analisis strategi yang digunakan UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah dalam peningkatan kinerja dan volume penjualan dan strategi bersaing untuk mengembangkan usaha.
- d. BAB IV Penutup : di dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan.



Perpustakaan UIN Mataram

## BAB II

### PAPARAN DATA DAN TEMUAN

#### A. Deskripsi Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Pendirian UD. Toyang Prima

UD. Toyang Prima merupakan usaha yang bergerak dibidang percetakan yang berlokasi di Jl. Diponegoro No.57, Kecamatan Praya, Kabupaten Lombok Tengah yang berdiri pada 13 April 2000 sampai sekarang. Usaha ini didirikan untuk mengambil peluang usaha yang ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen khususnya jasa percetakan. Pengurus perusahaan sepenuhnya dipimpin oleh Rayman Gunawan dan dibantu pengelolaan oleh Aluh Cindy.

Berawal dari memulai usahanya dalam bidang percetakan, yaitu jasa stempel lalu semakin lama mengembangkan jasa spanduk, fotocopy, ATK, brosur dan sampai saat ini menangani proyek-proyek besar, misalnya cetak proyek besar dalam bentuk banyak. Beberapa tahun berjalan semakin banyaknya permintaan pasar yang semakin ramai terhadap jasa cetak dan itu semua tak luput dengan strategi promosi yang digunakan, seperti dalam bentuk promo atau potongan harga, bekerja sama dengan Kantor-kantor serta Sekolah-sekolah dan melalui akun media sosial, yaitu Instagram. Dengan hadirnya peluang usaha ini diharapkan mampu bermanfaat dan menjadikan perusahaan dapat berinovasi terhadap peralatan, produk, SDM serta manajemen yang dijalankan.<sup>41</sup>

##### 2. Lokasi UD. Toyang Prima Praya

Lokasi UD. Toyang Prima terletak di Jalan Diponegoro, Kecamatan Praya, Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat, Kode Pos 83511. Lokasi UD. Toyang Prima sangat strategis karena berada di seberang Jalan Raya yang lokasi ini sangat ramai dilalui masyarakat yang hendak pergi ke kantor,

---

<sup>41</sup> Aluh Cindy, *Wawancara*, Praya, 7 Maret 2022

pasar maupun sekolah. Selain itu, lokasi UD. Toyang Prima terdapat apotik, warung makan maupun tongkrongan yang membuat lokasi ini terlihat orang.<sup>42</sup>

### **3. Tujuan berdirinya UD. Toyang Prima Praya**

- a. Menciptakan peluang pekerjaan baru
- b. Menjadi yang unggul dan mampu bersaing dalam bidangnya
- c. Menyediakan jasa percetakan pembuatan undangan, spanduk, baliho dan lain sebagainya

### **4. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi adalah kerangka menentukan pekerjaan dan tanggung jawab setiap orang dalam suatu usaha. Dengan itu, hasil pekerjaan berjalan dengan baik dan lancar sesuai bidangnya masing-masing. Struktur organisasi UD. Toyang Prima Praya masih sederhana, berikut struktur organisasi sebagai berikut.

1. Pengurus/pemilik, berhak meminta laporan mengenai perkembangan perusahaan dan kebijakan-kebijakan yang diterapkan. Pengurus UD. Toyang Prima Praya dipimpin oleh Mas Rayman Gunawan.
2. Pengelola, memberikan laporan hasil perkembangan perusahaan dan kebijakan-kebijakan perusahaan yang diterapkan kepada pengurus sekaligus membantu pengelolaan keuangan. Pengelolaan dipimpin oleh Mba Aluh Cindy.
3. Karyawan, yang bertanggung jawab dalam hal pelayanan, produksi, desain, pemotongan maupun pemasangan dalam jasa percetakan.

## **B. Temuan Hasil Penelitian**

### **1. Strategi Peningkatan Kinerja pada UD. Toyang Prima Praya Ditinjau dari Segi Kualitas Pekerjaan, Pengetahuan dan Kerjasama**

---

<sup>42</sup> Observasi, UD. Toyang Prima Praya

Dapat dilihat bahwa, perbaikan kinerja memberikan dampak baik bagi usaha salah satunya adalah menambah konsumen baru. UD. Toyang Prima melakukan penetapan perbaikan kinerja untuk membantu perkembangan usahanya. Jumlah karyawan UD. Toyang Prima ada 2-5 orang dan ada juga siswa yang magang. Mas Rayman Gunawan selaku pengurus UD. Toyang Prima memberikan keterangan mengenai strategi peningkatan kinerja karyawan sebagai berikut:

**a. Strategi Peningkatan Kinerja dari Segi Kualitas Pekerjaan**

**1. Memenuhi syarat menjadi karyawan**

Dalam meningkatkan kinerja, hal yang penting adalah terpenuhinya syarat dalam bekerja. Untuk bergabung menjadi team UD. Toyang Prima karyawan harus siap dengan berbagai syarat yang dibuat. Mba Aluh Cindy selaku pengelola memberikan ulasannya mengenai syarat bekerja di UD. Toyang Prima Praya.

“Untuk syarat utama pertama itu pinter desain, tapi kalo belum bisa nanti bisa belajar dulu selama 1 bulan baru bisa jadi karyawan tetap, untuk minimal pendidikan tidak ada yang penting ada niat kerja untuk laki-laki maupun perempuan”.<sup>43</sup>

Berikut ulasan dari Mas Rayman Gunawan selaku pengurus untuk memperjelas tanggapan ini mengenai syarat bekerja.

“Kebanyakan yang kerja disini lulusan SMA, syaratnya cukup rajin, berkeinginan kuat dan disiplin. Pekerjaan disini itu tidak berat tapi butuh ketelatenan dan kehati-hatian karena disini kita

---

<sup>43</sup> Aluh Cindy, *Wawancara*, Praya, 6 Maret 2022

menggunakan mesin yang hasil spanduknya harus sesuai keinginan konsumen”.<sup>44</sup>

Tanggapan juga diberikan salah satu karyawan UD. Toyang Prima Yusril mengenai syarat bekerja.

“Saya melamar disini dengan pendidikan terakhir SMA dengan keterampilan yang saya punya belum cukup baik tapi disini disuruh belajar 1 bulan untuk dapat menjadi karyawan tetap, dengan syarat harus jujur, rajin, telaten dan disiplin”.<sup>45</sup>

Dari tanggapan di atas disimpulkan, bahwa UD. Toyang Prima membutuhkan karyawan laki-laki ataupun perempuan yang jujur, rajin, disiplin dan pekerja keras, dengan minimal pendidikan apapun yang penting ada niat kerja, sehingga perkerjaan berjalan lancar dan selesai dengan baik.

## **2. Mengadakan praktek lapangan atau pelatihan**

Pelatihan sangat penting bagi perkembangan dan perbaikan kinerja karyawan. Strategi pelatihan yang diterapkan UD. Toyang Prima bertujuan untuk mengembangkan keahlian karyawan khususnya bisa di semua bidang percetakan serta mengurangi kesalahan dalam bekerja. Mas Rayman Gunawan memberikan ulasannya.

“Pelatihan pasti ada, pelatihannya sebulan. Pelatihannya langsung dengan saya. Pelatihan langsung saat ada konsumen yang memesan pembuatan spanduk, brosur ataupun mendesain. Disini pentingnya itu harus dipraktikkan langsung jadi lama-lama pasti bisa”.<sup>46</sup>

Yusril memberikan tanggapan juga mengenai pelatihan.

---

<sup>44</sup> Rayman Gunawan, *Wawancara*, Praya, 7 Maret 2022

<sup>45</sup> Yusril, *Wawancara*, Praya, 8 Maret 2022

<sup>46</sup> Rayman Gunawan, *Wawancara*, Praya, 7 Maret 2022

“Disini saya melakukan pelatihan dulu sebelum menjadi karyawan tetap. Diarahkan langsung oleh pengurus atau pengelola seperti cara mendesain, kegunaan mesin pada pembuatan spanduk, cara memotong spanduk dan pemasangan spanduk”.<sup>47</sup>

Dari tanggapan di atas disimpulkan, bahwa UD. Toyang Prima Praya dalam menerapkan strategi pelatihan diajarkan langsung oleh owner dan pengelola yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja karyawan baik saat di toko atau di proyek seperti pelatihan pembuatan desain, mesin spanduk sampai pemasangan.

## **b. Strategi peningkatan kinerja ditinjau dari segi pengetahuan**

### **1. Pemberian pengetahuan**

Bukan hanya keterampilan saja, pengetahuan juga perlu karena pengetahuan adalah cara untuk membantu menyelesaikan pekerjaan. Pengetahuan tidak hanya berguna untuk karyawan atau usaha melainkan berguna itu orang lain seperti pembeli yang kebingungan dalam informasi tentang percetakan, sehingga akan dapat memperlancar usaha tersebut. Berikut ulasan dari Mas Rayman Gunawan.

“Kalo soal pengetahuan juga ada misalnya ada konsumen yang belum punya desain nah kita arahkan juga ke karyawan seperti pembuatan desain dalam bentuk pembuatan spanduk, cetak foto, brosur, serta pemasangannya”.<sup>48</sup>

Mengenai pengetahuan karyawan, ulasan juga disampaikan dari salah satu pembeli, yaitu Pak Fendi.

---

<sup>47</sup> Yusril, *Wawancara*, Praya, 8 Maret 2022

<sup>48</sup> Rayman Gunawan, *Wawancara*, Praya, 7 Maret 2022

“Nah kebetulan saya mau cetak foto dan spanduk tapi saya mau diedit langsung disini, kebetulan memberikan penjelasan sesuai dengan yang saya mau. Pelayanannya ramah, sopan dan menjelaskan sepengetahuan karyawan, jadi kita sebagai konsumen puas dan senang”.<sup>49</sup>

Dari penjelasan di atas disimpulkan, bahwa pengetahuan sangat penting bagi kinerja karyawan dan karyawan UD. Toyang Prima memiliki pengetahuan di jasa percetakan yang diarahkan dan diajarkan langsung oleh owner dan pengelola. Dalam pengetahuan yang diberikan kemudian langsung dipraktikan. Hal itu terbukti dari ulasan yang disampaikan salah satu pembeli yang puas dengan hasil dan kualitas spanduk dan foto yang dicetak jadi konsumen tidak kebingungan dalam hal yang mereka butuhkan.

## **2. Strategi peningkatan kinerja ditinjau dari segi kerjasama**

### **1. Pembagian Pekerjaan**

Untuk mempercepat penyelesaian pekerjaan dan menghasilkan jasa cetak yang sesuai dengan keahlian para pekerja, maka strategi yang diperlukan adalah membagi pekerjaan. Mas Rayman Gunawan memberikan jawaban mengenai pembagian pekerjaan.

“Mengenai pembagian pekerjaan saya utamakan bisa semua (sama rata), karena pasti ada aja karyawan yang berhalangan masuk karena sakit atau acara keluarga lainnya”.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup> Pak Fendi, *Wawancara*, Praya, 9 Maret 2022

<sup>50</sup> Rayman Gunawan, *Wawancara*, Praya, 7 Maret 2022

Selanjutnya Yusril memberikan tanggapan mengenai pembagian pekerjaan.

“Kalau disini dikerjakan sama saja saling kerjasama. Ada yang bagian mendesain, ada di mesin, memotong, sehingga semuanya selesai cepat”.<sup>51</sup>

Dari penjelasan di atas, bahwa semua karyawan UD. Toyang Prima dibagi secara merata dalam pembagian pekerjaan sesuai bidangnya masing-masing, seperti ada dibagian mendesain, mesin, memotong serta pemasangan.

## **2. Komunikasi yang baik dan lancar**

Menjalin komunikasi yang baik dan lancar merupakan hal yang penting juga dalam kegiatan usaha. Selain itu, keakraban kedua belah pihak selama bekerja dapat menciptakan perbaikan kinerja. Terkait dengan hubungan yang terjalin antara karyawan dengan owner, berikut penjelasan dari Mas Rayman Gunawan.

“Hubungan komunikasi berjalan baik bahwakan kalo ada kesalahan selalu tanggap langsung dan dijelaskan agar tidak terjadi kesalahan lagi. Owner dan karyawan sudah kayak saudara”.<sup>52</sup>

Yusril memberikan tanggapan juga sebagai karyawan UD. Toyang Prima.

“Hubungan saya dengan atasan terjalin baik, seperti teman sendiri, walaupun kita sebagai karyawan ada kesalahan dalam percetakan

---

<sup>51</sup> Yusril, *Wawancara*, Praya, 8 Maret 2022

<sup>52</sup> Rayman Gunawan, *Wawancara*, Praya, 7 Maret 2022

langsung diarahkan guna untuk perbaikan UD. Toyang Prima kedepannya”.<sup>53</sup>

Setiap usaha mempunyai strategi pelayanan yang bertujuan agar konsumen merasa nyaman dan kembali untuk berlangganan. Mengenai strategi pelayanan guna menarik konsumen, berikut penjelasan dari Mba Aluh Cindy pengelola UD. Toyang Prima.

“Untuk pelayanan yang diutamakan keramahan, cepat dan siap melayani dan membantu kebutuhan pembeli”.<sup>54</sup>

Pak Fendi sebagai pembeli memberikan tanggapan juga.

“Kalau saya kesana untuk pelayanannya sudah baik karena karyawan langsung melayani apa yang saya inginkan”.<sup>55</sup>

Dari tanggapan di atas disimpulkan, bahwa standar pelayanan sudah diterapkan dengan baik, seperti ramah, tidak jutek, langsung melayani dan membantu kebutuhan pembeli serta telaten.

Dalam pengelolaan usaha yang baik, dihasilkan produk yang berkualitas yang diperoleh dari hasil kerja. Dari dulu sampai sekarang kualitas percetakan diutamakan. Berikut penjelasan dari Mba Aluh Cindy sebagai pengelola.

“Untuk kualitas cetak diutamakan dan harus dijaga agar konsumen puas. Pembeli biasanya akan memberikan masukan untuk desain yang akan dibuat spanduk. Oleh

---

<sup>53</sup> Yusril, *Wawancara*, Praya, 8 Maret 2022

<sup>54</sup> Aluh Cindy, *Wawancara*, Praya, 6 Maret 2022

<sup>55</sup> Pak Fendi, *Wawancara*, Praya, 9 Maret 2022

sebab itu, pembuatan spanduk sesuai dengan keinginan pembeli”.<sup>56</sup>

Mas Rayman Gunawan memberikan penjelasan yang serupa.

“Untuk kualitas pasti ada ya, kualitas juga untuk menarik konsumen, jika kualitas bagus pasti konsumen akan terus berlangganan”.<sup>57</sup>

Dari penjelasan di atas, disimpulkan kualitas percetakan UD. Toyang Prima masih dijaga dengan baik supaya konsumen merasa puas dan tidak kecewa. Setiap ada masukan dari konsumen UD. Toyang Prima menerima dan berusaha memperbaiki dan menjaga kualitas.

### **3. Strategi Peningkatan Volume Penjualan pada UD. Toyang Prima**

Kegiatan penjualan dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Sebagaimana yang dilakukan UD. Toyang Prima Praya dengan penggunaan strategi yang tepat ternyata mampu menjaga kesetiaan konsumen. Strategi penjualan UD. Toyang Prima Praya, yaitu sebagai berikut:

#### **a. Strategi harga**

Harga menjadi salah satu cara terjadinya pembelian atau tidak. Apalagi menurut masyarakat harga selisih sedikit saja akan menjadi perbandingan untuk pindah ke jasa yang lain. Hal ini dijelaskan langsung oleh Mba Aluh Cindy sebagai pengelola.

“Untuk harga khususnya pembuatan spanduk per-meternya 20.000-25.000 karena sekarang ada

---

<sup>56</sup> Aluh Cindy, *Wawancara*, Praya, 6 Maret 2022

<sup>57</sup> Rayman Gunawan, *Wawancara*, Praya, 7 Maret 2022

kenaikan dibahan jadi kisaran 25.000 per-meter. Harga untuk percetakan lain bermacam-macam tergantung mau cetak apa”.<sup>58</sup>

Pak Fendi sebagai pembeli memberikan tanggapannya.

“Saya pernah membandingkan di tempat lain, harganya termasuk murah karena tergantung kita mau cetak apa”.<sup>59</sup>

Dari tanggapan di atas, disimpulkan untuk harga UD. Toyang Prima Praya dalam pembuatan spanduk mematok harga 25.000 per meter. Dan untuk cetak yang lain tergantung misalnya proyek besar mencetak dalam jumlah besar dan banyak, maka itu ada hitungan murah dengan kata lain bisa harga bisa disesuaikan dengan yang dicetak.

#### **b. Strategi produk**

Produk merupakan salah satu daya tarik pada usaha tersebut seperti pada usaha yang dijalankan UD. Toyang Prima Praya dibidang jasa percetakan spanduk, baliho, brosur dan lain sebagainya. Berikut penjelasan yang diberikan Mas Rayman Gunawan.

“Yang menjadi strategi penjualan kami adalah menjaga kualitas percetakan. Dengan cara memeriksa kebutuhan pada mesin seperti tinta warna, spanduknya atau memeriksa apakah ada kerusakan pada mesin atau kekurangan bahan. Ini bertujuan agar kualitas produk tetap terjaga”.<sup>60</sup>

Dari paparan di atas diketahui, bahwa UD. Toyang Prima Praya menggunakan strategi produk untuk meningkatkan jumlah penjualan, seperti menjaga kualitas

---

<sup>58</sup> Aluh Cindy, *Wawancara*, Praya, 6 Maret 2022

<sup>59</sup> Pak Fendi, *Wawancara*, Praya, 9 Maret 2022

<sup>60</sup> Rayman Gunawan, *Wawancara*, Praya, 7 Maret 2022

percetakan, memeriksa dan menyediakan bahan pada mesin percetakan.

### **c. Strategi promosi**

Untuk menambah jumlah penjualan, setiap usaha memiliki strategi promo yang dilakukan. Begitu juga dengan UD. Toyang Prima memiliki strategi promosi tersendiri, yaitu yang diungkapkan oleh Mba Aluh Cindy sebagai pengelola.

“Untuk strategi promosi yang digunakan, kami mengadakan promo atau potongan harga, mengadakan promosi juga ke kantor-kantor dan juga melalui akun media sosial, yaitu Instagram”.<sup>61</sup>

Dari pernyataan di atas disimpulkan, bahwa UD. Toyang Prima memiliki strategi promosi tersendiri, seperti mengadakan promo atau potongan harga, mengunjungi kantor-kantor untuk bekerja sama dan mengadakan promosi di media sosial, yaitu Instagram.

Perkembangan usaha dilihat dari kenaikan volume penjualan. Semakin bertambah penjualan, maka akan semakin dikenal dengan kegiatan promosi yang berhasil. Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 4 Januari 2022 dari pimpinan UD. Toyang Prima Praya, bahwa volume penjualan di UD. Toyang Prima Praya cukup meningkat setiap bulannya. Disini kita bisa lihat yang menjadi faktor peningkatan volume penjualan adalah strategi promosi yang tepat, harga, kualitas, pelayanan dan bekerja sama dengan kantor-kantor besar. Hal tersebut dapat dilihat pada halaman lampiran.

Disimpulkan bahwa kegiatan penjualan yang dilakukan UD. Toyang Prima mengalami peningkatan yang cukup baik. Sejak didirikan sampai sekarang mengalami peningkatan secara bertahap baik dari segi produk yang dihasilkan, selain itu didukung dengan lokasi yang strategis, pelayanan, kualitas, pengelolaan cukup baik.

---

<sup>61</sup> Aluh Cindy, *Wawancara*, Praya, 6 Maret 2022

#### **4. Strategi Bersaing untuk Pengembangan UD. Toyang Prima Praya**

Setiap usaha pasti memiliki pesaing seperti dari usaha yang serupa. Begitu pula dengan UD. Toyang Prima Praya yang juga mempunyai pesaing, diterapkan strategi bersaing membantu UD. Toyang Prima Praya dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Berikut pemaparan dari Mas Rayman Gunawan selaku pengurus.

“Kalo soal pesaing pasti ada, untuk itu saya semaksimal mungkin untuk menghadapi persaingan itu dan tetap bertahan ditengah berkembangnya usaha percetakan yang lain”.<sup>62</sup>

Lalu Mba Aluh Cindy sebagai pengelola menjelaskan juga.

“Setiap kita memulai usaha itu pasti ada pesaing, namun UD. Toyang Prima tetap menjalankan usahanya dan Alhamdulillah ada aja konsumen yang lebih mempercayakan percetakan di kami dan kami juga menjalankan usaha dengan baik dan bersaing secara sehat”.<sup>63</sup>

Dari penjelasan di atas, disimpulkan UD. Toyang Prima Praya mempunyai pesaing di jasa percetakan yang sama. Tetapi UD. Toyang Prima Praya bisa mengatasi dengan persaingan yang sehat, sehingga usaha ini tetap berjalan.

Cara setiap usaha menghadapi pesaing adalah memiliki strategi bersaing yang dijalankan sebagai upaya mendapat keuntungan dan menguasai konsumen di pasar penjualan. Berikut strategi bersaing diterapkan UD. Toyang Prima Praya.

##### **a. Mempersiapkan Produk yang berkualitas**

Mempertahankan kualitas produk perlu dilakukan.

Ini yang menyebabkan konsumen akan merasa puas

---

<sup>62</sup> Rayman Gunawan, *Wawancara*, Praya, 7 Maret 2022

<sup>63</sup> Aluh Cindy, *Wawancara*, Praya, 6 Maret 2022

dengan kualitas yang dihasilkan. Berikut paparan Mas Rayman Gunawan mengenai strategi bersaing.

“strategi bersaing yang digunakan adalah yang pastinya menjaga kualitas produk yang dihasilkan baik dari kesehatan mesinnya, bahannya dan lain sebagainya”.<sup>64</sup>

#### **b. Harga Terjangkau**

Harga yang terjangkau untuk semua kalangan adalah strategi UD. Toyang Prima dalam menarik pembeli, sehingga harga yang ditawarkan tidak melambung tinggi dari pesaing. Berikut dijelaskan oleh Mba Aluh Cindy.

“Mengenai strategi bersaing yang digunakan juga penetapan harga normal sesuai dengan apa yang dicetak, apalagi kalo ada proyek besar dengan pembelian yang banyak maka ada potongan harga juga”.<sup>65</sup>

Pak Fendi memberikan jawabannya.

“Kalau harga di UD. Toyang Prima dibilang tidak mahal dan terjangkau”.<sup>66</sup>

#### **c. Pengelolaan Keuangan yang Baik**

Pengelolaan penting agar dana yang masuk dan keluar bisa dipantau. Dalam pengelolaan keuangan UD. Toyang Prima Praya masih sederhana ditangani langsung oleh pengelolanya, yaitu Mba Aluh Cindy dan dibantu juga oleh Mas Rayman Gunawan. Berikut penjelasan Mba Aluh Cindy.

“Kalau modal dari pemilik langsung. Pengelolaan juga dari saya dan dibantu Mas Rayman Gunawan”.<sup>67</sup>

---

<sup>64</sup> Rayman Gunawan, *Wawancara*, Praya, 7 Maret 2022

<sup>65</sup> Aluh Cindy, *Wawancara*, Praya, 6 Maret 2022

<sup>66</sup> Pak Fendi, *Wawancara*, Praya, 9 Maret 2022

Setiap usaha yang sedang dijalankan mempunyai target untuk perkembangan usahanya kedepan. Begitu pula dengan UD. Toyang Prima Praya yang sudah berjalan 20 tahun ini mempunyai target untuk usaha kedepannya. Berikut yang disampaikan Mas Rayman Gunawan dan Mba Aluh Cindy mengena harapannya.

“Harapannya semakin berkembang, semua karyawan semakin kompak, makin bertambahnya konsumen tetap, semoga kedepannya juga bisa menjual bahan percetakan, karena bahan percetakan di praya gaada kita harus beli dulu di mataram. Awali dengan Bismillah dan Akhiri dengan Alhamdulillah”.<sup>68</sup>

Dalam menjalankan usaha pasti menemui kendala, baik kendala yang ringan maupun berat. Kendala juga bisa dari lingkungan sekitar maupun dari luar. Mengenai kendala Mba Aluh Cindy memberi penjelasan.

“kendala saat ini kerusakan mesin ya, karena kalo mesin rusak maka butuh waktu lama untuk selesai diperbaiki dan juga masalah pada bahan baku karena terkadang kita tidak bisa menebak kapan bahan akan habis”<sup>69</sup>

Perpustakaan UIN Mataram

---

<sup>67</sup> Aluh Cindy, *Wawancara*, Praya, 6 Maret 2022

<sup>68</sup> Aluh Cindy dan Rayman Gunawan, *Wawancara*, Praya, 9 Maret 2022

<sup>69</sup> Aluh Cindy, *Wawancara*, Praya, 25 Maret 2022

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Strategi Peningkatan Kinerja pada UD. Toyang Prima Praya Ditinjau dari Segi Kualitas Pekerjaan, Pengetahuan dan Kerjasama**

Perbaikan kinerja membawa dampak baik dalam suatu usaha, salah satunya adalah menambah konsumen baru. Dalam perbaikan kinerja yang dilakukan UD. Toyang Prima Praya dapat membantu berkembangnya usaha. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan, yaitu sebagai berikut:

##### **1. Strategi Peningkatan Kinerja dari Segi Kualitas Pekerjaan**

###### **a. Memenuhi Syarat Menjadi Karyawan**

Sebagaimana hasil penelitian pada bab sebelumnya, untuk dapat bekerja setiap calon harus memenuhi syarat yang dibuat. Penjelasan Mas Rayman Gunawan dan Mba Aluh Cindy bahwa karyawan yang bergabung menjadi team UD. Toyang Prima Praya adalah laki-laki dan wanita segala umur, pinter desain dan yang terpenting ada niat untuk kerja serta jujur, rajin, disiplin dan bertanggung jawab.

Dalam peningkatan kinerja diperlukan informasi yang berhubungan dengan karyawan, hal ini dijelaskan dalam teori aspek kinerja. Salah satu yang dinilai dari karyawan, yaitu keteguhan dan pengetahuan pekerjaan yang bertujuan untuk cara pengendalian diri karyawan, pelajaran yang dikuasai, tingkat pendidikan serta kecakapan karyawan. Oleh sebab itu, ketika karyawan mendapatkan tugas berat atau ringan bisa konsisten menyelesaikannya.<sup>70</sup>

Dalam penelitian Darwin Tanujaya tahun 2015, penelitian ini untuk mengetahui strategi bersaing pada perusahaan distribusi meubel UD. Budi Luhur, Kediri, Jawa Timur. Dalam

---

<sup>70</sup> Fajar Nur'aini DF, *Panduan Praktis Evaluasi Kinerja Karyawan*, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2021, h.38-39

proses rekrutmen karyawan di perusahaan ini standar pendidikan minimal SMA dan membuka lowongan terbuka tetapi hanya melalui karyawan yang bekerja di UD. Budi Luhur, kemudian dikabarkan ke saudara atau teman yang ingin bekerja dapat menemui pemiliknya langsung.<sup>71</sup>

#### **b. Mengadakan pelatihan**

Sering kita ketahui bahwa setiap perusahaan pasti mengadakan pelatihan untuk para karyawannya yang bertujuan untuk membantu perbaikan kinerja. UD. Toyang Prima Praya menggunakan strategi pelatihan yang berguna untuk menambah keterampilan, mengembangkan keahlian karyawan dan mengurangi kesalahan dalam bekerja. Pengurus dan pengelola UD. Toyang Prima Praya turun langsung untuk mengajarkan dan mengarahkan dalam pelatihan. Bentuk pelatihan yang diberikan UD Toyang Prima kepada karyawan adalah pelatihan yang dilakukan saat proyek berlangsung, seperti cara mendesain, saat pembuatan spanduk diberikan pengarahan tentang kegunaan pada mesin, pemotongan spanduk sampai dengan pemasangan spanduk.

Hal ini didukung dengan teori pengembangan sumber daya manusia, bahwa pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia diyakini dapat berkontribusi dalam mengatasi permasalahan seputar penurunan kinerja dan produktivitas tidak hanya pada tingkat individu, tetapi bisa saja terjadi dalam tingkat organisasi. Pelatihan adalah serangkaian aktivitas yang disusun secara terarah untuk meningkatkan keterampilan, pengalaman, keahlian, penambahan pengetahuan serta perubahan sikap seorang individu.<sup>72</sup>

Dalam penelitian Iqbal Fauzi tentang Strategi Pengembangan UMKM pada UD Genteng Pres, salah satu yang digunakan memberikan pelatihan kepada para pekerja yang berguna untuk meningkatkan kualitas para pekerja agar genteng yang dihasilkan akan lebih baik.

---

<sup>71</sup> Darwin Tanujaya, *Analisa...*, h.327

<sup>72</sup> Yohanes Arianto Budi Nugroho, *Pelatihan dan Pengembangan SDM: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019, h.3

## **2. Strategi peningkatan kinerja dari segi pengetahuan**

### **a. Pemberian pengetahuan**

Pengetahuan juga sangat penting dalam peningkatan kinerja, karena pengetahuan membantu untuk menyelesaikan pekerjaan. Bukan hanya untuk karyawan dan pengelola saja, pengetahuan juga bermanfaat untuk orang lain juga, seperti pembeli yang kebingungan dalam masalah percetakan, misalnya dalam desain spanduk, baliho dan lain sebagainya. Pengetahuan yang diberikan UD. Toyang Prima diberikan langsung oleh pengurus dan pengelola dalam bentuk pengetahuan langsung dipraktikkan yang berhubungan dengan percetakan serta pelayanan yang baik.

Menurut Suprihanto, pendidikan adalah suatu kegiatan untuk memperbaiki kemampuan karyawan dengan cara meningkatkan pengetahuan. Untuk mengembangkan sumber daya manusia terutama untuk mengembangkan kemampuan intelektual dan kepribadian manusia, yaitu dengan pelatihan dan pendidikan.

## **3. Strategi peningkatan kinerja dari segi kerjasama**

### **a. Pembagian pekerjaan**

Strategi yang tepat untuk mempercepat penyelesaian pekerjaan adalah dengan cara pembagian pekerjaan. Dalam pembagian karyawan UD Toyang Prima sama rata dengan menerapkan semua karyawan harus mengerti mengenai percetakan, seperti desain, proses pembuatan spanduk, baliho, brosur dan sebagainya serta pemotongan, alasannya karena setiap karyawan pasti ada yang berhalangan untuk masuk seperti izin sakit, acara keluarga. Oleh sebab itu, semua karyawan harus mengerti mengenai percetakan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Mas Rayman Gunawan dan Mba Aluh Cindy.

Dalam teori analisis pekerjaan mengatakan bahwa tujuannya, yaitu untuk mendefinisikan setiap pekerjaan dengan perilaku yang diperlukan. Analisis pekerjaan ini akan menghasilkan daftar uraian pekerjaan pernyataan tertulis mengenai kewajiban-kewajiban pekerja dan bisa mencakup

standar kualifikasi, yang merinci pendidikan dan pengalaman minimal yang diperlukan bagi seorang pekerja untuk melaksanakan kewajiban secara memuaskan.<sup>73</sup> Dengan penempatan yang tepat akan dihasilkan gairah kerja, mental kerja serta prestasi kerja akan mencapai hasil yang optimal, bahkan kreativitas dapat berkembang. Berikut rincian pembagian pekerjaan pada UD Toyang Prima, yaitu 1 orang: Desain, 2 orang: Mesin, 2 orang: Pemotongan dan Pemasangan spanduk.

**b. Komunikasi yang baik dan lancar**

Hal yang juga penting dalam kegiatan usaha adalah menjaga keakraban dengan komunikasi yang baik dan lancar dengan karyawan. Dengan komunikasi pekerjaan lebih cepat selesai karena dikerjakan dengan senang tanpa beban. Selain itu, dengan keakraban dan komunikasi dapat menciptakan perbaikan kinerja selama bekerja. Owner bersikap ramah, disiplin dan langsung mengarahkan karyawan jika terjadi kesalahan dalam percetakan, sehingga hubungan pemilik UD. Toyang Prima dengan karyawan berjalan baik dan karyawan merasa tanpa tekanan walaupun sedang bekerja.

Ini terkait dengan teori hubungan industrial, yaitu menjadi salah satu aspek dengan hubungan ketenagakerjaan. Hubungan industrial diartikan sebagai hubungan antar semua pihak yang terkait dalam proses produksi suatu barang dan jasa di suatu perusahaan. Hubungan industrial dapat diartikan juga sebagai kegiatan yang mendukung terciptanya hubungan harmonis antara pelaku bisnis, yaitu pemilik dan pekerja yang menciptakan kesejahteraan bersama.<sup>74</sup>

**B. Strategi Bersaing Pengembangan Usaha dalam Peningkatan Volume Penjualan pada UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah**

---

<sup>73</sup> Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019, h.81

<sup>74</sup> Dr. Luis Marnisah, M.M, *Hubungan Industrial dan Kompensasi (Teori dan Praktik)*, Yogyakarta: DEEPUBLISH (Grub CV Budi Utama), 2012, h.2

**a. Strategi Peningkatan Volume Penjualan pada UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah**

Setiap usaha mempunyai strategi dalam meningkatkan usahanya. Salah satunya dalam penjualan, setiap kegiatan penjualan dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Semakin banyak produk yang terjual, maka keuntungan akan semakin besar.

**1. Strategi Harga**

Harga merupakan komponen penting dari kegiatan penjualan karena ini menentukan keuntungan dan kelangsungan dari perusahaan. Harga juga menjadi pertimbangan terjadinya pembelian atau tidak, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Diketahui bahwa kebanyakan masyarakat melihat harga selisih sedikit saja menjadi perbandingan untuk pindah ke jasa lain. UD. Toyang Prima tidak akan tinggal diam, untuk penetapan harga salah satunya pembuatan spanduk mematok harga sekitar 25.000 per-meter dan untuk penyetakan lainnya tergantung, misalnya ada proyek besar mencetak dalam jumlah besar dan banyak, maka itu ada hitungan dan potongan harga murah dengan kata lain harga bisa disesuaikan dengan yang dicetak. Dibandingkan dengan harga jasa cetak lain, UD Toyang Prima terbilang murah dan terjangkau dengan mematok harga 25.000 permeter. Terbukti dari hasil wawancara dengan Pak Fendi sebagai pembeli memberikan jawabannya mengenai harga, beliau pernah membandingkan di tempat lain dan harga di UD Toyang Prima termasuk murah dan terjangkau. Ini membuktikan, bahwa harga dan kualitas adalah strategi usaha untuk meningkatkan penjualan.

Ini terkait dengan teori tentang bauran pemasaran. Menyesuaikan harga memiliki dampak besar pada keseluruhan strategi pemasaran serta sangat mempengaruhi penjualan dan permintaan produk. Harga selalu membentuk persepsi produk di mata konsumen. Selalu ingat bahwa harga rendah biasanya berarti barang di mata konsumen, karena membandingkan dengan pesaing. Saat penetapan harga sebuah produk, pemasar harus mempertimbangkan nilai yang ditawarkan produk. Ada tiga cara

strategi penetapan harga utama, yaitu harga penetrasi pasar, pasar menggelapkan harga dan harga normal atau terjangkau.<sup>75</sup>

Strategi penetapan harga, yaitu strategi diskon atau potongan harga terdiri atas diskon regular dan diskon isidental selain itu juga penetapan harga berbeda untuk promosi yang dijual kepada customer dan eksternal Toko Baju Senam Grosir.<sup>76</sup>

## 2. Strategi Produk

Strategi produk juga termasuk strategi yang digunakan UD. Toyang Prima dalam meningkatkan volume penjualan. Strategi yang digunakan dengan cara menjaga kualitas produk percetakan, seperti memeriksa kebutuhan pada mesin apakah mesinnya bekerja dengan bagus dan juga memeriksa pada bagian tinta warnanya dan memilih bahan yang baik. Hal ini bertujuan agar kualitas produk tetap terjaga.

Hal ini terkait dengan teori bauran pemasaran. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan, meliputi barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan. Jika produk dirancang dengan buruk, maka tidak akan menciptakan nilai yang berarti bagi konsumen.<sup>77</sup> Strategi dibagi menjadi strategi produk baru dan yang sudah ada. Strategi produk baru adalah barang atau jasa yang pada dasarnya berbeda dengan yang telah dipasarkan oleh pesaing.

Dalam penelitian Alfi Lutfia, dalam pembuatan produk tersebut selalu mengutamakan kualitas produk. Percetakan undangan yang diproduksi oleh fresco memiliki berbagai tipe, contohnya undangan *hardcover* dan *softcover*. Untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan kualitas produk *fresco* mendatangi langsung produsen kertas yang ada di jogja dan Surabaya untuk

---

<sup>75</sup> Tengku Firlis Musfar, S.E, M.M, *Manajemen Pemasaran (Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran)*, Bandung: Media Sains Indonesia, 2020, h.13-14

<sup>76</sup> Siti Mukarromah, *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko BajuSenam Grosir.com*, Skripsi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, 2018

<sup>77</sup> Sisca. dkk, *Pemasaran Dasar dan Konsep*, Yayasan Kita Menulis, 2021, h.73-

memilih bahan baku yang diinginkan, sehingga kualitas tidak dapat diragukan lagi.<sup>78</sup>

### 3. Strategi Promosi

Promosi merupakan hal yang sangat penting, karena dapat meningkatkan *brand recognition* dan penjualan. UD. Toyang Prima mempunyai strategi promosi tersendiri. Strategi promosi yang digunakan, yaitu mengadakan promo atau potongan harga, mengunjungi kantor-kantor untuk bekerja sama dan mengadakan promosi disalah satu media sosial, yaitu instagram. Dalam hal ini strategi promosi melalui media sosial instagram kurang efektif, karena setiap masyarakat jarang bisa menggunakan media sosial instagram, sebagian besar masyarakat tau keberadaan percetakan UD Toyang Prima ini karena adanya informasi dari pihak lain dan lokasinya berada disebelah jalan raya yang sangat ramai dilewati oleh masyarakat yang membuat lokasi ini terlihat orang dan sampai saat ini strategi promosi yang digunakan, yaitu diskon atau potongan harga serta mengunjungi kantor-kantor untuk bekerjasama.

Ini terkait dengan teori bauran pemasaran. Promo perlu dilakukan semenarik mungkin agar dapat perhatian penuh dari masyarakat. Promosi terdiri dari berbagai elemen, yaitu periklanan, promosi penjualan dalam bentuk diskon atau potongan harga, publisitas dan penjualan langsung. Dari elemen promosi ini memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk mengenalkan dan menginformasikan produk dengan tujuan meningkatkan penjualan.<sup>79</sup>

Dalam penelitian Reka Eka, strategi promosi yang dilakukan oleh UMKM Arafah Surabaya bertujuan agar produknya dikenal masyarakat. Adapun ada beberapa bentuk promosi yang dilakukan UMKM Arafah Surabaya, yakni melalui platform media sosial, seperti instagram dan whatsapp serta sering mengikuti

---

<sup>78</sup> Alfi Lutfia, *Strategi Pemasaran Fresco Wedding dalam Usaha Jasa Percetakan Undangan Pernikahan pada Masa Pandemi Covid-19*, Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo, Tahun 2021

<sup>79</sup> Tengku, *Manajemen Pemasaran...*, h.17

pameran, bazar dan event-event yang berpotensi besar untuk memperkenalkan pada masyarakat mengenai produknya.

## **b. Strategi Bersaing untuk Pengembangan UD. Toyang Prima Praya**

### **1. Mempersiapkan produk berkualitas**

Setiap usaha yang dijalankan harus bisa mempertahankan kualitas yang dihasilkan karena itu salah satu cara usaha tersebut semakin berkembang. Dengan menghasilkan produk berkualitas, maka konsumen akan merasa puas dengan hasil produk tersebut. Dari hasil wawancara dari Mas Rayman Gunawan, di UD. Toyang Prima dengan selalu mengecek kesehatan mesin cetak serta bahan-bahannya agar kualitas tetap terjaga dan siap diterima oleh konsumen.

Ini terkait dengan teori pengembangan usaha. Disini perusahaan harus menyusun strategi untuk mengembangkan usahanya . strategi penegmbangan merupakan teknik untuk menentukan kerangka bisnis perusahaan, industri, atau bisnis yang memberikan panduan bagi kegiatan koordinasinya untuk beradaptasi dan memengaruhi lingkungannya.<sup>80</sup> strategi yang banyak ditemui adalah harga dan kualitas. Kualitas produk membuat suatu produk dapat bersaing dengan yang lain untuk menjadi pilihan di hati konsumen. Dalam strategi ini digunakan untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik dan harga yang sesuai.

Dalam menyediakan kualitas produk yang baik dengan cara kualitas *high*, *middle* dan *low*, merek yang disukai konsumen, kemasan yang menarik dan pelabelan produk.<sup>81</sup>

### **2. Harga Terjangkau**

Harga merupakan salah satu hal yang penting juga dalam strategi pengembangan usaha. Untuk harga UD Toyang Prima menerapkan perhitungan skala perimbangan yang artinya biaya

---

<sup>80</sup> Nasfi. dkk, *Strategi Pengembangan Bisnis (Teori dan Implementasi)*, Tahta Media Grub, 2021, h. 130

<sup>81</sup> Siti Mukarromah, *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Baju Senam Grosir.com*, Skripsi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, 2018

yang ditentukan masih dalam jangkauan harga umum dalam menarik konsumen, sehingga harga yang ditawarkan tidak melambung tinggi dari pesaing. Hasil wawancara dengan mba Aluh Cindy sebagai pengelola, strategi bersaing yang digunakan adalah penetapan harga yang terjangkau, terutama ada yang mencetak proyek besar atau dalam jumlah banyak maka ada potongan harga yang diberikan.

Ini terkait dengan teori pemasaran, yaitu penetapan harga yang kompetitif. Harga adalah biaya yang dikeluarkan konsumen untuk dapat dimanfaatkan produk yang mereka beli, setiap konsumen akan membandingkan harga dengan harga produk lain yang sejenis.

Dalam penelitian Alfi Lutfia, strategi pengembangan yang digunakan oleh fresco dalam percetakan undangan, yaitu penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk cetakan agar mampu bersaing dengan produk sejenis.

### **3. Pengelolaan keuangan yang baik**

Pengelolaan juga penting agar pemasukan dan pengeluaran bisa dipantau oleh pimpinan perusahaan. Dalam pengelolaan keuangan, UD. Toyang Prima masih sederhana yang dipantau langsung oleh pengelola mba Aluh dan dibantu pengurus Mas Rayman. Wawancara dengan mba Aluh mengatakan bahwa modal dan pengelolaan dilakukan sendiri.

Ini terkait dengan teori manajemen keuangan. Manajemen keuangan adalah manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan, yaitu bagaimana mendapatkan dana dan bagaimana menggunakan dana. Pengetahuan tentang manajemen keuangan tidak hanya penting bagi pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan keuangan tetapi juga penting bagi pihak-pihak lain yang tugas dan kegiatannya secara tidak langsung dengan masalah keuangan, seperti pemasaran, produksi dan sumber daya manusia.<sup>82</sup> Manajemen keuangan bukan hanya tentang akuntansi melainkan pemeliharaan, misalnya pada

---

<sup>82</sup> I Made Sudana, *Manajemen keuangan Teori dan Praktek*, Airlangga Universitas

kendaraan termasuk ke manajemen keuangan. Apabila kendaraan tersebut tidak diberikan bahan bakar oli yang bagus dan tidak *diservice*, maka kendaraan tersebut tidak akan beroperasi secara baik.

#### **4. Kendala UD. Toyang Prima Praya**

Setiap usaha yang berjalan pasti mempunyai kendala dari didirikan tahun 2000 sampai sekarang. Kendala bisa saja dari lingkungan sekitar ataupun dari luar. Dari hasil wawancara dengan Mba Aluh Cindy mengenai kendala yang dihadapi UD Toyang Prima adalah pada masalah kerusakan mesin, biasanya kerusakan mesin disebabkan, karena mesin itu sendiri dan juga pemakaian. Oleh karena itu, perlu setiap saat untuk merawat mesin, jangan biarkan mesin itu kotor, sering-sering untuk membersihkan mesin agar kualitas yang didapatkan juga maksimal. Kendala yang juga dialami, yaitu pada masalah bahan baku karena kadang tidak bisa ditebak kapan bahan akan habis, hal ini juga berdampak pada pemesan.

Menurut Porter, kekuatan dalam persaingan ada lima, yaitu persaingan antar perusahaan dalam industri, ancaman dari pendatang baru, pemasok, daya tawar pembeli serta ancaman dari produk substitusi.<sup>83</sup>

Perpustakaan UIN Mataram

---

<sup>83</sup> Wantrianthos et, all., *Kewirausahaan dan...*, hal.130

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisa dari penelitian ini, maka terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan, yaitu sebagai berikut:

1. UD. Toyang Prima dalam strategi meningkatkan kinerja karyawan ditinjau dari segi kualitas pekerjaan, yaitu menggunakan memenuhi syarat menjadi karyawan dan mengadakan pelatihan untuk karyawan. Strategi meningkatkan kinerja dari segi pengetahuan dengan cara memberikan pengetahuan secara bertahap dan merata. Untuk strategi peningkatan kinerja dari segi kerjasama meliputi pembagian pekerjaan, komunikasi yang baik dan lancar.
2. Peningkatan volume penjualan yang dialami oleh UD. Toyang Prima tidak lepas dari strategi yang digunakan, strategi peningkatan volume penjualan yang digunakan UD. Toyang Prima diantaranya strategi harga, strategi produk dan strategi promosi.
3. Strategi yang dilakukan UD. Toyang Prima Praya berhasil dijalankan. Dibuktikan dari UD. Toyang Prima dapat mengembangkan usahanya dari tahun 2000 sampai sekarang. Strategi yang dijalankan, yaitu menyediakan produk berkualitas, mematok harga terjangkau dan pengelolaan keuangan yang baik. Strategi bersaing UD. Toyang Prima tentunya memiliki kendala, yaitu adanya mesin yang tiba tiba mati dan itupun harus menunggu cukup lama untuk diperbaiki.

#### **B. Saran**

##### **1. Bagi pelaku usaha**

Untuk UD. Toyang Prima kedepannya semoga dapat mengembangkan usahanya lebih besar lagi, bisa menambah jumlah dan jenis percetakan agar dapat lebih menarik banyak konsumen.

## **2. Bagi Akademik**

Dari hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan bisa dijadikan bahan informasi mengenai strategi bersaing, kinerja dan volume penjualan.

## **3. Peneliti selanjutnya**

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengambil informasi dan memberikan gambaran dari pembahasan dari penelitian ini.



**Perpustakaan UIN Mataram**

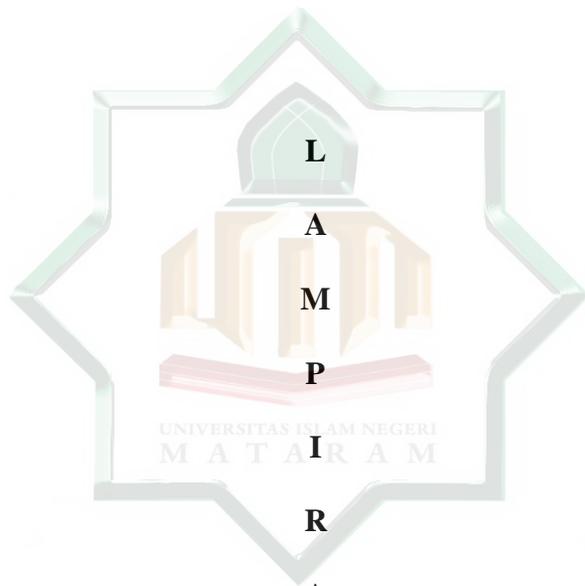
## DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin dan Beni, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2009), h.31.
- Alfi Lutfia, *Strategi Pemasaran Fresco Wedding dalam Usaha Jasa Percetakan Undangan Pernikahan pada Masa Pandemi Covid-19*, Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponogoro, Tahun 2021
- Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2004
- Burhan Bungin, *“Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya”*, Jakarta: Kencana, 2006, h.27
- Darwin Tanujaya, *Analisa Strategi Bersaing pada Perusahaan Distribusi Meubel UD. Budi Luhur Kediri, Jawa Timur*, Jurnal AGORA, 2015, Vol.3, No.2, h. 323-331
- David, *“Manajemen Strategi Konsep”*, (Jakarta : Selemba Empat, 2004), h.14
- Dea Nurayya, *Pengaruh kepemimpinan, kompensasi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP, 2019
- Dedi Rianto Rahadi, *Manajemen Kinerja Sumber Daya Manusia*, Malang: Tunggal Mandiri Publishing, 2010, h.3
- Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019, h.81
- Donatus Klau Bria dan Dwi Gemina, *Pengaruh Harga Jual Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Dragon Produk Indonesia Caringin Kabupaten Bogor*, Jurnal Visionida, Vol.3, No.1, 2017, h.30

- Dr. Luis Marnisah, M.M, *Hubungan Industrial dan Kompensasi (Teori dan Praktik)*, Yogyakarta: DEEPUBLISH (Grub CV Budi Utama), 2012, h.2
- Fajar Nur'aini DF, *Panduan Praktis Evaluasi Kinerja Karyawan*, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2012, h. 38-39
- Farkhan Oxyopida, Sabihaini, & Surpiko Hapsoro Darpito, “*Kualitas Strategi Bersaing Memediasi Pengalaman, Pengetahuan, dan Adaptabilitas Lingkungan terhadap Kineja*”, *Jurnal Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta*, Vol.18, No.2, 2020
- Freddy Rangkuti, “*Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*”, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006, h.48
- Ikbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: GhaliaIndonesia, 2002, h. 82
- Iqbal Fauzi, “*Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)*”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, 2018
- Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, Jakarta: PT Gelora Askara Pratama, 2012, h.41
- Leon g Sccifman dan LL Kanuk, *Perilaku Konsumen, Indeks*, hlm.58
- Masram dan Mu'ah, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015, h. 117
- Michael Porter, *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industry dan Pesaing*, Jakarta : Erlangga, 2001, h.35
- Muhammad Busro, *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2018, h.98-100

- Nasfi. dkk, *Strategi Pengembangan Bisnis (Teori dan Implementasi)*, Tahta Media Grub, 2021, h. 130
- Neong Muhajir, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, Yogyakarta: Rakesarasin, 1996, h.2
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas*, Jakarta: Erlangga, 2008, h.72
- Prasetyo Hadi Atmoko, *Strategi Pemasarn Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta, Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol. 1, No. 2, 2018.
- Rahayu Puji Suci, *Kajian Teoritis tentang Strategi Bisnis dan Kinerja Berbasiskan Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan dan Manajemen*, Malang: CV IRDH, 2017, h. 94-95
- Rina Rachmawati, “*Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Bisnis Restoran)*”, *Jurnal Kompensasi Teknik*, Vol.2 No.2, 2011, h.148
- Rita Indah Mustikowati dan Irma Tysari, *Orientasi Kewirausahaan, Inovasi dan Strategi Bisnis untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi pada UKM Sentra, Kabupaten Malang)*, *Jurnal MODERNISASI*, 2014, Vol.10, No.1, h. 23-34
- Roikhanan Kudus Nur Istikomah, “*Strategi Bersaing dalam Meningkatkan Kinerja pada CV Karya Alam Abadi (KAA)*”, Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, 2019
- Ronal Wantrianthos, et. all, *Kewirausahaan dan Strategi Bisnis*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020, h. 124
- Septi Budi Utami, “*Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Industri Tahu desa Limbangan, Kutasari, Purbalingga)*”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, 2016

- Sisca. dkk, *Pemasaran Dasar dan Konsep*, Yayasan Kita Menulis, 2021, h.73-74
- Siti Mukarromah, *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko BajuSenam Grosir.com*, Skripsi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, 2018
- Sugiyono, "*Statistik untuk Pendidikan*", Bandung: Alfabeta, 2010, h.15
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012, h.337
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratikum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h.274
- Tengku Firli Musfar, S.E, M.M, *Manajemen Pemasaran (Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran)*, Bandung: Media Sains Indonesia, 2020, h.13-14
- TK, "*Manajemen Pemasaran*", Pusat Survei Geologo, 1983, h.95
- Van Hoeve, *Ensiklopedia Indonesia*, (Jakarta: Ichtiar Baru Jilid 7), h.849
- Wayan Suwendra, *Metodelogi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*, (Bali : Nilacakra, 2018), h.55-56
- Yohanes Arianto Budi Nugroho, *Pelatihan dan Pengembangan SDM: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019, h.3



Perpustakaan UIN Mataram

N

## **PEDOMAN WAWANCARA**

1. Sejarah pendirian UD Toyang Prima Praya?
2. Ada berapa karyawan tetap atau magang di UD Toyang Prima Praya?
3. Strategi yang digunakan UD Toyang Prima dalam meningkatkan kinerja?
4. Apa saja syarat bekerja di UD Toyang Prima Praya?
5. Bentuk pelatihan yang digunakan untuk para karyawan UD Toyang Prima Praya?
6. Bentuk pengetahuan yang diberikan seperti apa?
7. Dalam pembagian pekerjaan, bagaimana cara UD Toyang Prima membaginya?
8. bagaimana cara menghasilkan atau memproduksi produk khususnya dalam percetakan yang berkualitas?
9. Strategi yang digunakan UD Toyang Prima Praya dalam meningkatkan Volume penjualan?
10. Cara untuk mempertahankan kualitas produk seperti apa?
11. Strategi promosi yang digunakan UD Toyang Prima?
12. Strategi penetapan harga yang digunakan kisaran berapa?
13. Apa saja kendala dalam usahanya?
14. Strategi bersaing yang digunakan UD Toyang Prima Praya untuk mengembangkan usahanya?
15. Bagaimana cara pengelolaan keuangan? Bagaimana cara menghitung gaji karyawan?
16. Harapan untuk UD Toyang Prima Praya kedepannya?

**DOKUMENTASI KEGIATAN UD. TOYANG PRIMA PRAYA**



**Ket: Proses Pembuatan Spanduk**



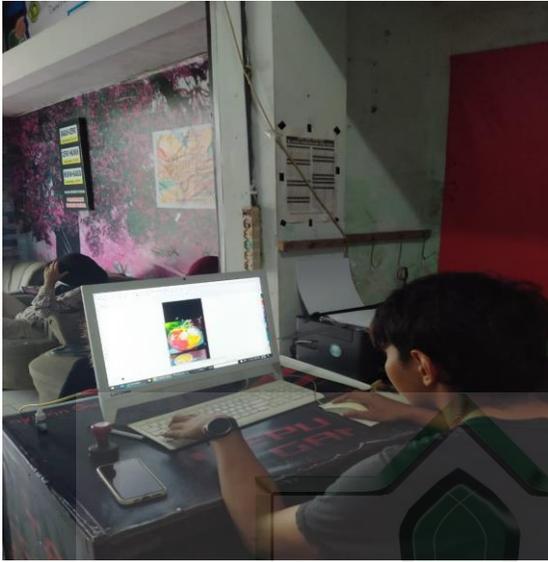
**Ket: Proses Pemotongan Spanduk/Baliho**



**Ket: Proses Pembuatan Buku Wirid 9**



**Ket: Proses Pembuatan Stempel**



**Ket: Proses Desain Spanduk**



**Ket: Lokasi UD. Toyang Prima Praya**



**Ket: Foto Bersama Pengurus dan Pengelola UD. Toyang Prima Praya (Mas Rayman Gunawan dan Mba Aluh Cindy)**



**Ket: Kepemilikan Akun Instagram UD. Toyang Prima Praya**

## SURAT IZIN MELAKSANAKAN PENELITIAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0370) 621298-623809 Fax. (0370) 625337 Jempong Mataram  
website : <http://febl.uinmataram.ac.id>, email : [febl@uinmataram.ac.id](mailto:febl@uinmataram.ac.id)

Nomor : 415 /Un.12/FEBI/PP.00.9/03/2022  
Lamp : 1 (satu) Gabung  
Hal : Permohonan Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth,  
UD. Toyang Prima Praya, Lombok Tengah  
Di  
Tempat

Assalamu'alaikum wr wb.

Dengan hormat, kami mohon diberikan izin meneliti di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Baiq Risna Zabidayuningsih  
NIM : 180501177  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : STRATEGI BERSAING DALAM UPAYA PENINGKATAN KINERJA DAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. TOYANG PRIMA PRAYA, LOMBOK TENGAH

Berkeinginan dengan itu, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data dan bantuan seperlunya agar kegiatan penelitian mahasiswayang bersangkutan dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Data hasil penelitian tersebut diperlukan untuk menyusun skripsi.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr wb.

Mataram, 10 Maret 2022

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bid. Akademik dan  
Kelembagaan



Baiq E. Badriati

NIP. 197802052008012019

# SURAT KETERANGAN PLAGIASI



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM  
UPT PERPUSTAKAAN

Jl. Pendidikan No. 35 Tlp. (0370) 621298-625337-634490 Fax. (0370) 625337

## SURAT KETERANGAN

No. :710/ Un.12/Perpustakaan/04/2022

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Baiq Risna Zabidayuningsih

Nim : 180501177

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : FEBI

Telah melakukan pengecekan tingkat similiarity dengan menggunakan software Turnitin plagiarism checker. Hasil pengecekan menunjukkan tingkat similitar 14% Skripsi yang bersangkutan dinyatakan layak untuk **diuji**.

Demikian surat keterangan untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Mataram, 08 April 2022

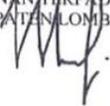
Kepala UPT Perpustakaan



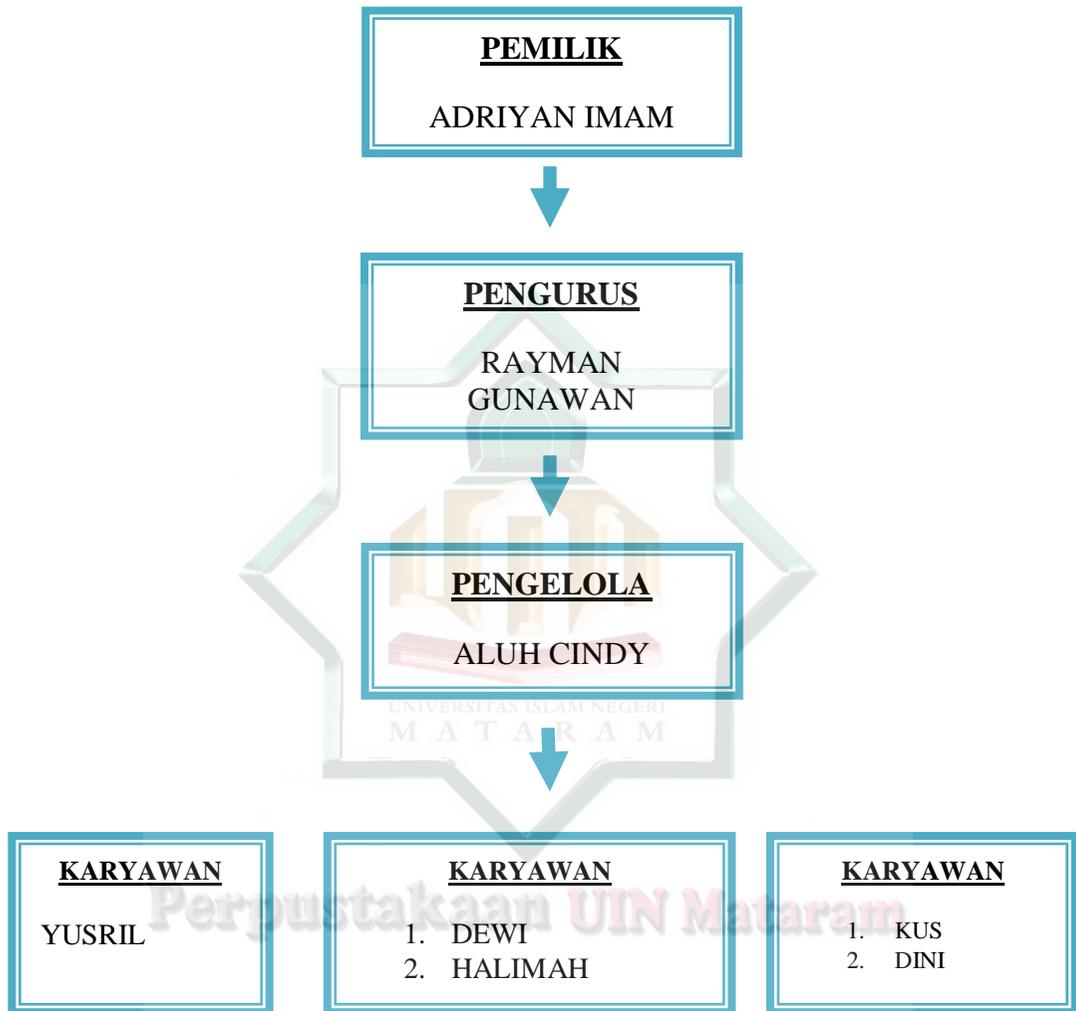
Nuraeni, S.IPI

NIP. 197706182005012003

# SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN (SIUP)

	<b>PEMERINTAH KABUPATEN LOMBOK TENGAH</b> <b>DINAS PENANAMAN MODAL DAN</b> <b>PELAYANAN TERPADU SATU PINTU</b> Jalan Basuki Rahmat Nomor 2A Telpon (0370) 653648 Email dpmpstploteng@gmail.com, Praya 83511	
<b>SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN</b> Nomor : 0017/SIUP-UB/III/2021/DPMPSTSP		
NAMA PERUSAHAAN	UD. TOYANG PRIMA	
NAMA PENANGGUNG JAWAB DAN JABATAN	ADRIYAN IMAM	
ALAMAT PERUSAHAAN	JL. DIPONEGORO NO. 57 KEL/DESA PRAYA KECAMATAN PRAYA KABUPATEN LOMBOK TENGAH PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT	
NO. TELP	-	
KEKAYAAN BERSIH PERUSAHAAN (TIDAK TERMASUK TANAH DAN BANGUNAN) KELEMBAGAAN	Rp500.000.000,00 ( lima ratus juta rupiah )	
BARANG / JASA DAGANGAN UTAMA	PENGECER 1 PERDAGANGAN ECERAN KHUSUS ALAT TULIS DAN HASIL PENCETAKAN DAN PENERBITAN DI TOKO 2 PERDAGANGAN ECERAN KHUSUS BAHAN KIMIA, BARANG FARMASI, ALAT KEDOKTERAN, PARFUM DAN KOSMETIK DI TOKO 3 PERDAGANGAN ECERAN KHUSUS FURNITUR, PERALATAN LISTRIK RUMAH TANGGA, PERALATAN PENERANGAN DAN PERALATAN RUMAH TANGGA LAINNYA DI TOKO 4 PERDAGANGAN ECERAN KHUSUS ALAT TULIS DAN HASIL PENCETAKAN DAN PENERBITAN DI TOKO	
KEGIATAN USAHA (KBLI)	1 PERDAGANGAN ECERAN ALAT TULIS MENULIS DAN GAMBAR (47611) 2 PERDAGANGAN ECERAN ALAT LABORATORIUM, FARMASI DAN KESEHATAN (47726) 3 PERDAGANGAN ECERAN PERALATAN LISTRIK RUMAH TANGGA, PERALATAN PENERANGAN DAN PERLENGKAPAN (47592) 4 PERDAGANGAN ECERAN HASIL PENCETAKAN DAN PENERBITAN (47612)	
IZIN INI BERLAKU UNTUK MELAKUKAN KEGIATAN USAHA PERDAGANGAN DI SELURUH WILAYAH REPUBLIK INDONESIA SELAMA PERUSAHAAN MASIH MENJALANKAN USAHANYA.		
	Dikeluarkan di Praya Pada tanggal, 22 Maret 2021 KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN LOMBOK TENGAH  <b>Drs. H. MUHAMAD</b> NIP. 19651231 198903 1 209	
<b>BEBAS BIAYA</b>		

## STRUKTUR ORGANISASI UD. TOYANG PRIMA PRAYA



Sumber: Data Dokumentasi UD. Toyang Prima Praya

**Keterangan:**

**Jumlah Karyawan UD. Toyang Prima Praya, yaitu 5 orang, sebagai berikut:**

**Desain: 1 orang**

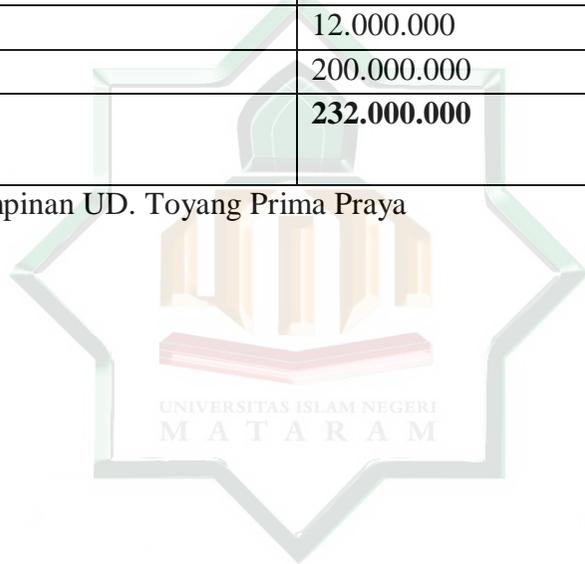
**Mesin: 2 orang**

**Pemotongan dan pemasangan: 2 orang**

**Tabel I**  
**Volume Penjualan UD. Toyang Prima Praya**  
**Perbulan September-Desember 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Volume Penjualan (Juta)</b>
September	10.000.000
Oktober	10.000.000
November	12.000.000
Desember	200.000.000
<b>Jumlah</b>	<b>232.000.000</b>

Sumber: Pimpinan UD. Toyang Prima Praya



Perpustakaan UIN Mataram