PERAN USAHA KECIL MENENGAH DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT (STUDI KASUS PENGEMBANGAN INDUSTRI KRIPIK DI DESA SALAMBUE)

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Oleh

AMINUL SUKRI NASUTION
NIM. 16 402 00195

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN)
PADANGSIDIMPUAN

2022

PERAN USAHA KECIL MENENGAH DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT (STUDI KASUS PENGEMBANGAN INDUSTRI KRIPIK DI DESA SALAMBUE)

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Oleh

AMINUL SUKRI NASUTION
NIM: 16 402 00195

PEMBIMBING I

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIP.19760324 200604 2 002

PEMBIMBING II

Nurul Izzah, S.E., M.Si
NIP.19900122 201801 2 001

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2022

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 SihitangPadangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : LampiranSkripsi
a.n. **AMINUL SUKRI NASUTION**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 16 Februari 2022
KepadaYth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi **a.n AMINUL SUKRI NASUTION** yang berjudul **"Peran Usaha Kecil Menengah dalam Meningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pengembangan Kripik di Desa Salambue)"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIP.19760324 200604 2 002

PEMBIMBING II

Nurul Izzah, S.E., M.Si
NIP.19900122 201801 2 001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AMINUL SUKRI NASUTION

NIM : 16 402 00195

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

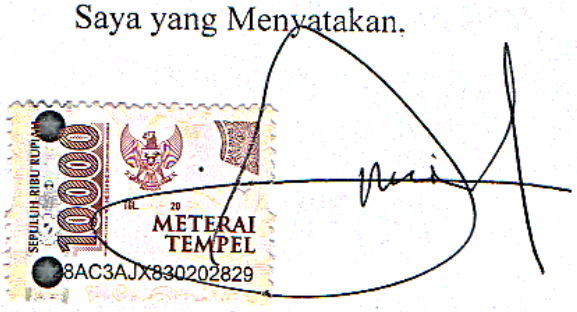
Judul Skripsi : Peran Usaha Kecil Menengah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi kasus Pengembangan Industri Kripik di Desa Salambue)

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 18 Februari 2022

Saya yang Menyatakan.



AMINUL SUKRI NASUTION
NIM. 16 402 00195

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : AMINUL SUKRI NASUTION

NIM : 16 402 00195

Jurusan : Ekonomi Syariah

Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Hak bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Eksklusive Royalty-free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Peran Usaha Kecil Menengah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pengembangan Industri Kripik di Desa Salambue)**".

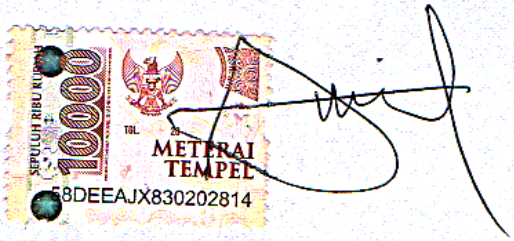
Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola tugas akhir Saya selama tetap mencamrumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya

Dibuatdi: Padangsidimpuan

Padatanggal: 18 Februari 2022

Yang menyatakan,



AMINUL SUKRI NASUTION
NIM. 16 402 00195

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA	:	**AMINUL SUKRI NASUTION**
NIM	:	**16 402 00195**
FAKULTAS/PROGRAM STUDI	:	**Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah MB-1**
JUDUL SKRIPSI	:	**Peran Usaha Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pengembangan Industri Kripik di Desa Salambue)**

Ketua

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si.
NIP. 19790525 200604 1 004

Sekretaris

Ihdi Aini, M.E.
NIP. 19891225 201903 2 010

Anggota

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si.
NIP. 19790525 200604 1 004

Ihdi Aini, M.E.
NIP. 19891225 201903 2 010

H. Ali Hardana, M.Si.
NIDN. 2013018301

Arti Damisa, M.E.I.
NIDN. 2020128902

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di	**: Padangsidimpuan**
Hari/Tanggal	**: Selasa, 05 April 2022**
Pukul	**: 08.30 – 12.30 WIB**
Hasil/Nilai	**: Lulus/70 (B)**
Indeks Prestasi Kumulatif	**: 3,53**
Predikat	**: Pujian**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H.TengkuRizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **PERAN USAHA KECIL MENENGAH DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT (STUDI KASUS PENGEMBANGAN INDUSTRI KRIPIK DI DESA SALAMBUE)**

NAMA : **AMINUL SUKRI NASUTION**
NIM : **16 402 00195**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 5 April 2022
Dekan,

Dr. Darwis Harahap, S.HI.,M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

NAMA : **Aminul Sukri Nasution**
NIM : **16 402 00195**
Judul Skripsi : **Peran Usaha Kecil Menengah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pengembangan Industri Kripik di Desa Salambue).**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup agar menjadi sejahtera, masyarakat yang mempunyai kemampuan dan jeli melihat potensi diri serta mampu mengidentifikasi lingkungan, dapat menemukan peluang dan membuka peluang usaha bagi masyarakat. Usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup itu diantaranya melakukan usaha mikro kecil menengah.

Teori-teori yang dipakai dalam penelitian ini berkaitan dengan peranan. peran adalah tempat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok sosial. Peranan merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Seseorang dikatakan menjalankan peranan apabila orang tersebut telah melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan obsevasi, wawancara dan dokumentasi. Dari data yang diperoleh kemudian disajikan berdasarkan analisis. Tehnik analisis yang dilakukan adalah analisis deskriptif kualitatif, yang terdiri atas tiga alur kegiatan yang berlangsung secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Adapun tujuan penilitian ini ialah untuk mengetahui peran usaha kecil menegah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Salambue dan untuk mngetahui apa saja langkah-langkah yang dilakukan pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatannya.

Hasil penelitian ini menunjukkan dengan adanya usaha kecil menengah tersebut memiliki peran yang sangat penting bagi kesejahteraan masyarakat dengan membuka lapangan kerja dan menambah pendapatan masyarakat sekitar sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti pangan, maupun kebutuhan lainnya seperti tempat tinggal, dan kebutuhan akan pendidikan anak-anak mereka.

Kata Kunci : Peran, Pengembangan Usaha, Kesejahteraan Masyarakat

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **"Peran Usaha Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pengembangan Industri Kripik Di Desa Salambue)".** Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya dihari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor IAIN Padangsidimpuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr.

Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan, Dr. Hj. Ibu Replita M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Ibu Rini, M,Si dan Bapak/Ibu. Dosen serta pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I dan Ibu Nurul Izzah, M.Si selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
6. Teristimewa untuk keluarga tercinta Ayah Pahruddin Nasution dan Ibunda Rosida Harahap, saudara/i ku abang dan kakak, serta keluarga besarku yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk sahabat peneliti Juliansyah Silitonga, Armanda Pratama Tanjung, Yuyun Setianingsih, Siti Annisa Pane, Danil Siregar, Tilam Ria Harahap, yang

selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan karya ini, serta kwan-kawan Ekonomi Syariah (Manajemen Bisnis1). Semoga kita semua sukses dalam meraih mimpi ataupun cita-cita.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi penelitian ini sejak awal sampai selesainya skripsi ini.

Disini peneliti mengucapkan rasa Syukur kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin Ya rabbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidimpuan, Pebruari 2022

Peneliti

Aminul Sukri Nasution
Nim. 16 402 00195

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. **Konsonan**

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	**NamaHuruf Latin**	**Huruf Latin**	**Nama**
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan hadits-hadits
د	Dal	D	De
ذ	żal	ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R.	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	ṣad	ṣ	Es dan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	.‘.	komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Hadits-hadits	H	Hadits-hadits
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Yang	Ye

2. **Vokal**

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**
ـَ	*Fatḥah*	A	A
ـِ	*Kasrah*	I	I
ـُ وْ	*Dommah*	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	**Nama**	**Gabungan**	**Nama**
.....يْ	*fatḥah dan ya*	Ai	a dan i
..... وْ	*fatḥah dan wau*	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

HarkatdanHuruf	Nama	HurufdanTanda	Nama
ا.....َ.....ى	*fatḥahdanalifatauya*	ā	a dan garis atas
...ِ...ى	*Kasrahdanya*	ī	i dan garis di bawah
...ُ...و	*ḍommahdanwau*	ū	u dan garis di atas

3. ***Ta Marbutah***

Transliterasiuntuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fatḥah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasenya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. ***Syaddah (Tsaydid)***

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalan system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. ***Hamzah***

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. **Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il, isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. **Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tesebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. ***Tajwid***

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin.* Cetekan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
ABSTRAK i
KATA PENGANTAR ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN v
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Fokus Masalah 5
C. Batasan Masalah 5
D. Rumusan Masalah 6
E. Tujuan Penelitian 6
F. Manfaat Penelitian 7
BAB II LANDASAN TEORI
A. Kerangka Teori 8
1. Pengertian Peran 8
2. Fungsi Peran 9
3. Cakupan peran 9
4. Pengertian Kesejahteraan Masyarakat 10
5. Usaha Mikro Kecil dan Menengah 14
6. Ciri-Ciri Usaha Kecil Menegah 17
7. Kekuatan Usaha Kecil dan Menengah 18
8. Kelemahan Usaha Kecil dan menengah 19
9. Manfaat Usaha Kecil Menegah 20
10. Pengertian Industri 22
11. Jenis-Jenis Industri 23
12. Pengembangan Usaha Secara Umum 27
13. Konsep Strategi Pemasaran 29
14. Lingkungan Internal Perusahaan 40
15. Lingkungan eksternal Perusahaan 43
B. Penelitian Terdahulu 46

BAB III METODE PENELITIAN
A. Lokasi dan Waktu Penelitian 51
B. Jenis Penelitian 51
C. Subjek Penelitian 51

D. Sumber Data 51
E. Teknik Pengumpulan Data 52
F. Teknik Analisis Data 53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Desa Salambue..... 55
B. Langkah-Langkah yang Dilakukan Pelaku Usaha Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Pendapatannya 65
C. Peran Usaha Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Salambue..... 66

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan..... 69
B. Saran 69

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I. I Rata-rata Pendapatan 4
Tabel II. I Penelitian Terdahulu 46
Tabel III. 1 Jumlah Penduduk Kecamatan padangsidimpuan Tenggara Menurut Desa/Kelurahan Tahun 2022 57
Tabel III. 2 Batas Wilayah Desa Salambue 58
Tabel III. 3 Jumlah Penduduk Desa Salambue Tahun 2022 59
Tabel III. 4 Keadaan Penduduk Desa Salambue Berdasarkan Tingkat Usia 59
Tabel III. 5 Mata Pencaharian Penduduk Desa Salambue 61
Tabel III. 6 Keadaan Penduduk Desa Salambue Berdasarkan Tingkat Pendidikan 64
Tabel III. 7 Struktur Organisasi Desa Salambue 65

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ditengah dinamika ekonomi global yang terus-menerus berubah Indonesia mengalami krisis ekonomi. Hal ini juga mempengaruhi kondisi pasar yang tidak menentu, harga bahan baku tidak relatif stabil. Dengan daya beli masyarakat yang cenderung nai turun tidak menyurutkan usaha kecil menengah (industri) yang ada untuk tetap bertahan, walaupun kebanyakan dari industri ini banyak yang menutup usaha dan mengalami kendala seperti sumber daya yang tidak memadai dan keterbatasan modal.

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah ataupun barang setengah jadi menjadi barang yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Hasil industri tidak hanya berupa barang tetapi juga dalam bentuk jasa menurut Undang-Undag No, 3 Tahun 2014 tentang perindustrian.[1]

Usaha kecil menengah (UKM) di Indonesia memiliki peran yang sangat penting terutama dalam hal penciptaan kesempatan kerja. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa jumlah angkatan kerja di Indonesia sangat melimpah mengikuti jumlah penduduk yang besar sehingga perusahaan-perusahaan besar tidak sanggup menyerap semua pencari kerja dan ketidak sanggupan perusahaan besar dalam menciptakan kesempatan kerja disebabkan karena memang pada umumnya kelompok usaha tersebut relatif

[1]Riski Ananda, "Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik di Kelurahan Kubu Gadang)," *JPM FISIP* 3 No.2 Fakulas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (2016), https://media.neliti.com. hlm. 6.

padat modal, sedangkan usaha kecil menengah (UKM) reltif padat karya. Selain itu, pada umumnya perusahaan besar membutuhkan pekerja dengan pendidikan formal yang tinggi dan pengalaman kerja yang cukup, sedangkan usaha kecil menengah (UKM) khususnya usaha kecil, sebahagian pekerjanya berpendidikan rendah.

Pengaruh usaha kecil menengah (UKM) ditengah-tengah masyarakat sangatlah besar, terutama dalam memberdayakan masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan. Minimal individu dari masyarakat dapat memenuhi kebutuhan pribadinya dan jauh dari kemiskinan.[2]

Keberadaan UKM hendaknya diharpkan dapat memberi kontribusi yang cukup baik terhadap kesejahteraan masyarakat khususnya dalam upaya penanggulangan masalah-masalah yang sering dihadapi seperti tingginya tingkat kemiskinan, besarnya jumlah pengangguran. Peranan UKM di Indonesia yang dikaitkan oleh pemerintah hendaknya harus dapat menguragi tingkat pengengguran yang semakin bertambah dari tiap tahun, menanggulangi kemiskinan dengan membantu masyarakat yang kurang mampu dan pemerataan pendapatan yang dapat memperbaiki kehidupan masyarakat yang memiliki keterbatasan khususnya dalam keuangan.[3]

Industri di pedesaan dikenal sebagai tambahan sumber pendapatan keluarga dan juga sebagai penunjang kegiatan pertanian yang merupakan mata pencaharian pokok sebahagian besar masyarakat pedesaan. Karena

[2]http://repository.radenintan.ac.id/2396/3/BAB_1-5_Selesai.pdf.

[3]Ade Muhammad Alimul Basar, "Peranan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Cibeureum Kabupaten Kuningan," *Skripsi Fakultas IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, 2015. hlm. 4.

peran-peran industri pedesaan yang demikian, maka pengembangan industri pedesaan juga mempunyai arti penting dalam usaha untuk mengurangi tingkat kemiskinan pedesaan atau dengan kata lain diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat pedesaan khususnya masyarakat di desa Salambue.[4]

Industri biasanya dijalankan oleh ibu rumah tangga dan beberapa tenaga kerja dalam industri tersebut. Masyarakat di desa Salambue berjumlah 786 kepala keluarga.[5] Sebahagian masyarakat yang ada di desa Salambue melakukan usaha kecil menengah untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Industri kripik yang ada di desa Salambue berjumlah 13 industri.

Berdasarkan pengamatan peneliti dari beberapa masyarakat di desa Salambue pendapatan yang mereka peroleh bergantung pada hasil karet dan bertani, Rata-rata pendapatan masyarakat di desa Salambue perbulan tidak tetap. Hal ini dikarenakan dengan bergantungnya pada cuaca yang mempengaruhi hasil dari pendapatan masyarakat.[6] Sedangkan upah minimum kota (UMK) padangsidimpuan untuk tahun 2021 Rp. 2.676.200. berdasarkan surat keputusan Gubernur Provinsi Sumatera Utara nomor: 188.44/736/KPTS/2019.[7] Maka dari itu, dengan adanya beberapa usaha kecil

---

[4]Siska Aryani shofi, "Peran Industri Kecil Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Konveksi Jilbab di Desa Pendosawalan Kecamatan. Kalinyamatan Kab. Jepara)," *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2019. hlm, 1-2.

[5]Hasil Wawancara Dengan Sekretaris Desa Salambue, pada tanggal 2 Januari 2021 pukul 09:30.WIB.

[6]Hasil Wawancara Dengan Pelaku Usaha Kecil Menengah Kebawah (UKM), pada tanggal 2 Januari 2021 pukul 14.30 WIB.

[7]https://sumut.antaranews.com/berita/271067/tahun-2021-umk-kota-padangsidimpuan-rp2-juta-lebih, diakses pada tanggal 2 Januari 2021 pukul 17:30. WIB.

menengah (UKM) ataupun usaha industri rumahan di desa Salambue diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa Salambue.

Di desa Salambue terdapat beberapa usaha kecil menengah (UKM) ataupun industri kecil yang saat ini sedang mulai berkembang, tetapi dari semua industri (UKM) yang berkembang adalah industri kripik. Pendapatan pelaku Usaha kecil menengah (UKM) kripik mengalami pendapatan yang tidak tetap setiap bulannya, ditambah lagi dengan adanya pandemi Covid-19 sehingga membuat pendapatan pelaku industri (UKM) menurun. Hal ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Rata-rata Pendapatan Masyarakat di Desa Salambue

Rata-rata Pendapatan Sebelum Melakukan Usaha	Rata-rata Pendapatan Setelah Melakukan Usaha	Rata-rata Pendapatan Setelah Pandemi Covid-19
2008-2009	2010-2018	2019-2021
Rp. 1.500.000/bulan	Rp. 2.500.000/bulan	Rp. 1.800.000/bulan

Sumber hasil wawancara dengan pelaku usaha[8]

Dari tabel I diatas menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan masyarakat desa Salambue sebelum melakukan usaha kecil menengah (UKM) pada tahun 2008 Rp. 1.500.000/bulan. Setelah melakukan usaha kecil menengah (UKM) rata-rata pendapatan menjadi Rp. 2.500.000/bulan, akan tetapi pendapatan pelaku usaha kecil menegah (UKM) menurun ditahun 2019 sampai tahun 2021 menjadi Rp. 1.800.000/bulan, hal ini dikarenakan adanya pandemi Covid-19.

[8]Hasil Wawancara Dengan Bapak Rahmat Hidayat Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM), pada tanggal 14 Maret 2022 pukul 14.30.WIB.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul tentang **"Peran Usaha Kecil Menengah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pengembangan Industri Kripik di Desa Salambue)".**

B. Fokus Masalah

Fokus masalah dalam penelitian digunakan untuk memudahkan peneliti dalam proses penelitian dengan memfokuskan ruang lingkup penelitian menjadi lebih spesifik. Berdasarkan latar belakang maka peneliti memberikan batasan masalah dalam penelitian ini yaitu hanya berfokus pada seputaran peran usaha kecil menengah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarkat.

C. Batasan Istilah

Batasan istilah dalam penelitian bertujuan agar menghindari kesalah fahaman dalam penulisan, maka peneliti memberikan batasan-batasan istilah dengan kata kunci yang berkaitan dengan penelitian ini :

1. Peran adalah sesuatu yang diharapkan dimiliki oleh yang memiliki kedudukan dalam masyarakat. Peranan ialah begian proses cara atau perbuatan memahami perilaku yang diharapkan dan dikaitkan dengan kedudukan seseorang. Peranan (*role*), merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan (*status*). Artinya seseorang telah menjalankan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka orang tersebut telah melaksanakan seseuatu peran.
2. Kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan dasar yang tercermin dari rumah yang layak, tercukupinya kebutuhan sandang

dan pangan, biaya pendidikan dan kesehatan yang murah dan berkualitas atau kondisi dimana setiap individu mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batas anggaran tertentu dan kondisi dimana tercukupinya kebutuhan jasmani dan rohani.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah, identifikasi masalah. Maka dapat disusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana peran usaha kecil menengah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa salambue?
2. Bagaimana langkah-langkah yang dilakukan pelaku usaha kecil menengah dalam meningkatkan pendapatannya?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat ditetapkan bahwa tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui peran usaha kecil menengah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa salambue.
2. Untuk mengetahui apa saja langka-langkah yang dilakukan pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatannya.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

   Penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan sebagai tujuan dan aplikasi teoritis, menambahkan pengetahuan penulis dibidang perekonomian dan aplikasi lainnya dalam kehidupan sehari-hari.

2. Bagi Akademik

   Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan acuan dan referensi bagi peneliti yang berkeinginan untuk melakukan penelitian pada masa yang akan datang dan untuk pembaca lainnya, penelitan ini dapat menjadi dasar dan pedoman bacaan bagi penelitian-penelitian lebih lanjut.

3. Bagi Peneliti Lainnya

   Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dan dapat digunakan oleh peneliti dan khalayak umum sebagai bahan referensi serta dapat digunakan oleh peneliti sebagai bahan acuan untuk peelitian selanjutnya.

4. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan menjadi masukan bagi perusahaan ataupun produsen.

5. Bagi Perusahaan/Produsen

   Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan menjadi masukan bagi perusahaan ataupun produsen.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Pengertian Peran

Peran adalah sesuatu yang diharapkan dimiliki oleh yang memiliki kedudukan dalam masyarakat. Peranan adalah bagian proses cara atau perbuatan yang memahami perilaku yang diharapkan dan dikaitkan dengan kedudukan seseorang. Peranan (*Role*), merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan (status). Artinya seseorang telah menjalankan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka orang tersebut telah melaksanakan sesuatu peran.

Keduanya tidak dapat dipisahkan karena satu dengan yang lain saling tergantung, artinya tidak ada peran tanpa status dan tidak ada status tanpa peran. Sebagaimana kedudukan, maka setiap orang mempunyai macam-macam peran yang berasal dari pola pergaulan hidupnya.

Hal tersebut berarti bahwa peran tersebut menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan masyarakat kepadanya. Peran sangat penting karena sangat bisa mengatur perikelakuan seseorang, disamping itu peran menyebabkan seseorang dapat meramalkan perbuatan orang lain pada batas-batas

tertentu, sehingga seseorang dapat menyesuaikan perilakunya sendiri dengan perilaku orang-orang sekelompoknya[9].

2. Fungsi Peran

Narkowodan suyanto mengatakan fungsi peran dalam masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Memberi arah pada proses sosialisai
2. Pewaris tradisi, kepercayaan, nilai, norma dan pengetahuan
3. Dapat mempersatukan kelompok atau masyarakat
4. Menghidupkan sistem pengendalian kontrol dan dapat melestarikan kehidupan masyarakat[10].

3. Cakupan Peran

Menurut Soerjon Soekanto bahwa peran itu mencakup tiga hal :

1. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan.
2. Peranan adalah suatu konsep perihal apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perikelakuan individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat[11].

---

[9]Siti Susana, *Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kecamatan Merbau),* Skripsi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Tahun 2012, hlm. 34-35.

[10] http://eprints.walisongo.ac.id/6443/3/BAB%2011.pdf, diakses pada tanggal 9 Januari 2021 Pukul 15.54. WIB.

4. Pengertian Kesejahteraan Masyarakat

Sejahtera, menurut kamus besar bahasa Indonesia, merujuk pada situasi yang aman sentosa, dan makmur. Aman berarti bebas dari bahaya dan gangguan. Hidup yang aman menandakan suatu kehidupan yang terbebas dari segala kesukaran dan bencana. Sehingga, hidup yang sentosa adalah hidup dalam suasana aman, damai dan tidak ada kekacauan. Dalam arti yang lebih luas kesejahteraan adalah terbebasnya seseorang dari jeratan kemiskinan, kebodohan dan rasa takut sehingga dia memperoleh kehidupan yang aman dan tenteram secara lahiriah dan batiniah.

Kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan dasar yang tercermin dari rumah yang layak, tercukupinya kebutuhan sandang dan pangan, biaya pendidikan dan kesehatan yang murah dan berkualitas atau kondisi dimana setiap individu mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batas anggaran tertentu dan kondisi dimana tercukupinya kebutuhan jasmani dan rohani.[12]

kesejahteraan merupakan titik ukur bagi suatu masyarakat telah berada pada kondisi sejahtera. Kesejahteraan merupakan persamaan hidup yang setingkat lebih tinggi dari kehidupan sebelumnya. Perasaan senang, tidak kurang suatu apapun dalam batas yang mungkin dicapainya, ia

---

[11] Siti Susana, *Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kecamatan Merbau),* Skripsi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Tahun 2012, hlm. 35.

[12] Dahliana Sukmasari, "Konsep Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Al-Qur'an," *Fakultas Ushuludin dan Studi Agama, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi, Indonesia* 3 No.1 (2020), http://at-tibyan.fusa.uinjambi.ac.id/index.php/ATB/article/download/15/14/. hlm. 6-7.

terlepas dari kemiskinan serta bahaya yang mengancam adalah ciri-ciri orang yang sejahtera.

Kesejahteraan adalah *standart living,* dan *quality of life.* Undang-undang No. 11 tentang kesejahteraan masyarakat, Kesejahteraan masyarakat diartikan kondisi telah terpenuhinya kebutuhan material, spiritual dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Berdasarkan Undang-undang tersebut dapat diketahui bahwa tingkat kesejahteraan dapat diukur dan dinilai berdasarkan atas kemampuan dari seorang individu atau kelompok didalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan baik material maupun spiritualnya.[13]

a. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat

Kondisi ekonomi dalam suatu keluarga dapat mempengaruhi tingkat kesejahteraan dalam bermasyarakat. Adapun indikator-indikator yang mempengaruhi faktor kesejahteraan masyarakat ialah sebagai berikut:

Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) kesejahteraan adalah suatu keadaan dimana semua kebutuhan jasmania dan rohaniah rumah tangga tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan tingkat hidup. Dan untuk Mengukur tingkat kesejahteraan manusia, badan pusat statistik memiliki beberapa indikator antara lain :

[13]Kadeni Ninik Srijani, "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.," *STKIP PGRI Blitar, Universitas PGRI Madiun* 8 No.2 (t.t.),https://www.researchgate.net/publication/346114032_Peran_UMKM_Usaha_Mikro_Kecil_Menengah_Dalam_Meningkatkan_Kesejahteraan_Masyarakat. hlm. 196.

1. Pendapatan, Pendapatan atau penghasilan adalah indikator yang dapat menunjukkankesejahteraan masyarakat. Pendapatan yang dimaksud adalah penerimaan total kas yang diperoleh seseorang atau rumah tangga selama periode waktu tertentu (satu tahun). Pendapatan terdiri dari pengahsilan tenaga kerja, penghasilan atas milik seperti sewa, bunga, serta tunjangan dari pemerintah.
2. Perumahan dan pemukiman, keberadaan rumah sebagai tempat untuk bermukim menjadi kebutuhan dasar manusia, selain itu juga berfungsi yang sangat strategi perannya sebagai pusat pendidikan keluarga untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang akan datang. Selain itu, keberadaan rumah juga merupakan bagian dari kesehatan masyarakat, dimana rumah yang sehat dan nyaman adalah rumah yang mampu menunjang kondisi kesehatan tiap penghuninya.
3. Pendidikan, pendidikan merupakan hak asasi manusia dan hak setiap warga negara untuk dapat mengembangkan potensi dirinya melalui proses belajar. Setiap warga negara Indonesia berhak memperoleh pendidikan yang berkualitas sesuai dengan minat dan bakat yang dimiliki dengan tidak memandang perbedaan status ekonomi, sosial, suku, etnis, agama dan lokasi geografis.
4. Kesehatan, kesehatan merupakan salah satu ukuran kesejahteraan masyarakat yang sekaligus menjadi indikator dari berhasilnya program pembangunan. Masyarakat yang sakit akan sulit

memperjuangkan kesejahteraan bagi dirinya, sehingga berbagai upaya pembanguan dibidang kesehatan diharapkan dapat menjangkau semua lapisan masyarakat dan tidak ada diskriminatif dalam pelaksanaanya. Kesehatan menjadi indikator kesejahteraan dapat dilihat melalui mampu atau tidaknya masyarakat menjalani pengobatan dilayanan kesehatan serta mampu untuk membiayai secara penuh obat yang dibutuhkan.[14]

b. Kesejahteraan Dalam Pandangan Islam

Islam datang sebagai agama yang terakhir yang bertujuan untuk mengantarkan pemeluknya menuju kepada kebahagiaan hidup yang hakiki, oleh karena itu islam sangat memperhatikan kebahagiaan manusia baik itu kebahagiaan dunia maupun akhirat, dengan kata lain islam (dengan segala aturannya) sangat mengharapkan ummat manusia untuk memperoleh kesejahteraan materi maupun spiritual.

Menurut imam Al-Ghazali kegiatan ekonomi sudah menjadi bagian darin kewjiban sosial masyarakat yang telah ditetapkan oleh Allah Swt, jika hal itu tidak dipenuhi, maka kehidupan dunia akan rusak dan kehidupan ummat manusia akan binasa. Selain itu, Al-ghazali juga merumuskan tiga alasan mengapa seseorang harus melakukan aktivitas ekonomi, yaitu:

1. Untuk memenuhi kebutuhan hidup masing-masing.
2. Untuk menciptakan kesejahteraan bagi dirinya dan keluarganya.

[14]Ninik Srijani. hlm 197.

3. Untuk membantu orang lain yang sedang membutuhkan.[15]

Mewujudkan masyarakat yang sejahtera baik dalam segi material maupun spritual merupakan cita-cita al-qur'an juga merupakan misi utama yang diemban Nabi Muhammad SAW untuk mewujudkannya.[16] Adapun ayat mengenai kesejahteraan sosial terdapat pada suroh An-Nahl ayat 97 :

مَنْ عَمِلَ صَٰلِحًا مِّن ذَكَرٍ أَوْ أُنثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهُۥ حَيَوٰةً طَيِّبَةً ۖ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا۟ يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

Artinya : Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam Keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan Sesungguhnya akan Kami beri Balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.[17]

Ibnu katsir menyatakan tafsir ayat di atas bahwa yang dimaksud dengan *hayatan toyyiban* adalah ketentraman jiwa, hidup dengan sejahtera maksudnya kehidupan yang makmur, sehat dan baik. Sedangkan rezeki yang halal ialah segala rezeki yang didapatkan dari cara-cara yang diperbolehkan dalam islam.

5. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Pada Bab I Pasal 1 Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha mikro, Kecil, dan menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah ialah:

[15]Amirus Sodiq, "Konsep Kesejahteraan Dalam Islam," *STAIN Kudus* 3 No. 2 (2015), https://e-journal.unai.ac.id/JESTT/article/download/3357/2400. hlm. 388-389.

[16]Ayi Erma Azizah, "Konsep Al-qur'an Tentang Kesejahteraan Sosial (Studi Tafsir Tematik)," *Fakultas Ushuluddin, Dakwah dan Adab IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten*, 2016. hlm. 51.

[17] Departemen Agama, Al-qur'an dan Terjemahan (Bandung: Diponegoro, 2005). hlm. 278.

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

Berdasarkan defenisi di atas maka pada intinya usaha mikro, kcil dan menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil dan menengah.[18]

[18]feni anggara, "Pengembangan Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (umkm) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (studi kasus pada kelompok usaha 'emping jagung' di kelurahan pandawangi kecamatan bimbing, kota malang)," *jurnal administrasi publik (jap)* 1 no.6 (t.t.), https://media.neliti.com/media/publications/75851-id-pengembangan-usaha-mikro-kecil-dan-menen.pdf .hlm. 1287-1288.

Usaha kecil menengah masuk dalam pengelompokan jenis usaha yang meliputi industri dan perdagangan. Pengertian tentang usaha kecil menegah (UKM) tidak selalu sama, tergantung konsep yang digunakan negara iu. Mengenai pengertian usaha kecil ternyata sangat bervariasi, disatu negara dan negara lainnya. Dalam defenisi tersebut mencakup sedikitnya dua aspek yaitu aspek penyerapan tenaga kerja dan aspek pengelompokan perusahaan.[19]

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2014 yaitu :

1. Industri kecil yaitu industri dengan nilai investasi paling banyk Rp. 500.000.000 (Lima Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha industri dan jumlah tenaga kerja 5-19 orang.
2. Industri menengah yaitu industri dengan nilai investasi lebih besar dari Rp. 500.000.000 (Lima Ratus Juta Rupiah) atau paling banyak Rp. 10.000.000.000 (Sepuluh Miliar Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan jumlah tenaga kerja 20-100 orang.[20]

Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008tentang usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), disebutkan bahwa "usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria sebagai berikut : memiliki aset

[19]Muh Chusnul Saifudin, "Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam," *Stai Diponegoro Tulungagung*07No.2(2019),http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/atTujjar/article//download/3901/2894.

[20]Riski Ananda, "Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik di Kelurahan Kubu Gadang)," *JPM FISIP* 3 No.2 (2016), https://media.neliti.com. hlm. 4.

maksimal sebesar 50 juta dan omzet penjualan sebesar 300 juta pertahun. Sementara itu, usaha kecil adalah usaha ekonomi kecil produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut : aset sebesar 50 juta sampai dengan 500 juta dan omzet sebesar 300 juta sampai dengan 2.5 miliar.

Sedangkan pengertian usaha menengah adalah "usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan memenuhi kriteria sebagai berikut: aset sebesar 500 juta sampai dengan 10 miliar dan omzet sebesar2,5 miliar sampai dengan 50 miliar.[21]

6. Ciri-ciri Usaha kecil dan Menengah

1. Umumnya dikelola pemilik sendiri
2. Struktur organisai sederhana
3. Pemilik mengenal setiap individu karyawan
4. Kurang keahlian

[21]Delima Sari Lubis, "Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam Pemberdayaan UMKM Melalui Lembaga Keuangan Syariah Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Kota Padangsidimpuan," *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PAdangsidimpuan* 2 No.2 (2016). hlm.137.

5. Sulitnya memperoleh modal jangka panjang

7. Kekuatan Usaha Kecil dan Menengah

1. Kebebasan bertindak

Perubahan merupakan ciri khas dunia usaha saat ini. Selalu ada produk-produk baru, mesin-mesin yang lebih modren dan teknologi baru. Pemilik perusahaan kecil dan menengah berada dalam suatu kedudukan untuk dapat bertindak dengan cepat guna memenuhi tuntutan yang selalu berubah-ubah. Ini sangat penting untuk memenuhi tuntutan pasar yang relatif kecil. Perusahaan kecil dan menengah dapat memenuhi pesanan dengan tenggang waktu yang sangat pendek.

2. Peyesuaian Dengan Kebutuhan Setempat

Pada umumnya para pemilik perusahaan kecil dan menengah adalah penduduk yang berdiam lama dalam masyarakat yang mereka layani. Karena itu mereka berada dalam posisi yang baik untuk menilai kebutuhan-kebutuhan setempat. Wirausaha lokal mempunyai hubungan yang erat dengan para pelanggan dan karyawan dan dapat melayani kebutuhan dan keinginan wilayah setempat.

3. Berperan Serta Dalam Kegiatan

Perusahaan kecil dan menengah memberikan kesempatan kepada pemilik untuk berperan serta dalam manajemen. Seringkali jasa seorang karyawan yang berprestasi dan berdedikasi dapat

dipertahankan dengan memberikan kesempatan kepadanya untuk menjadi bagian jadi pemilik perusahaan.

8. Kelemahan Usaha Kecil dan Menengah

1. Kurangnya Spesialisasi

   Dunia usaha saat ini sangat bersifat spesialisasi. Seorang pemilik tidak mempunyai keterampilan untuk semua bidang manajemen. Ia bertanggungjawab terhadap SDM, pembelian, keuangan, administrasi dan opersional sehari-hari. Ini menyebabkan kekurangan pengelolaan secara menyeluruh. Seorang pemilik tunggal cenderung untuk melakukan sesuatu secara berlebihan dan bidang yang dikuasai dan mengabakerupukbidang yang lemah.

2. Lemahnya Mencari Karyawan Terampil

   Perusahaan kecil dan menengah mungkin dapat memberikan gaji yang tinggi, tetapi tidak dapat memberi jaminan lain, seperti perusahaan besar. Perusahaan kecil dan menengah tidak mempunyai program pengembangan karyawan dan promosi jabatan yang sangat terbatas. Hal ini menyebabkan kerugian bagi perusahaan untuk merekrut karyawan yang mempunyai kualifikasi yang baik.

3. Sulitnya Peningkatan Modal yang Dibutuhkan

   Karena pemiliknya satu orang atau beberapa orang yang menyediakan modal, maka modal tersebut sangat terbatas. Tidak seperti perusahaan besar, seorang pedagang kecil yang berdiri sendiri

tidak dapat mengumpulkan jumlah besar. Arus uang tunai mungkin cukup untuk operasional sehari-hari.[22]

4. Keterbatasan Teknologi

Berbeda dengan Negara-negara maju, Ukm di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi tradisonal dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya jumlah produksi dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat serta kesanggupan bagi ukm di Indonesia untuk bersaing di pasar global.[23]

9. Manfaat Usaha Kecil Menengah

Usaha kecil dan menengah atau UKM merupakan suatu yang dibentuk dan diselenggarakan oleh masyarakat, yang bukan berasal dari kalangan atas atau orang kaya. Pada umumnya, terbentuknya usaha ini berdasarkan ide satu orang atau beberapa orang dalam suatu organisasi masyarakat. Meskipun usaha kecil dan menengah ini memiliki skala kecil, keberadaan usaha ini ditengah masyarakat memiliki manfaat yang besar baik bagi masyarakat namun juga sebagai salah satu pendorong manfaat pembangunan ekonomi negara. Adapun manfaat dari usaha kecil menengah antara lain:

[22]Bastian Bustami dkk, *Mari Membangun Usaha Mandiri Pedoman Praktis Bagi UKM* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007). hlm. 4-5.

[23]https://bisnisblognih.blogspot.com/2015/05/pengertian-manfaat-kekurangan -bisnis-UKM.html?m=1. diakses pada Tanggal 11 Juli 2021.

1. Tersedianya Lapangan pekerjaan

   Salah satu manfaat usaha bagi msyarakat dengan usaha kecil dan menengah ini dapat membuka kesempatan kerja yang lebih luas pada masyarakat. Dengan adanya usaha ini, dapat mengurangi jumlah pengangguran ditengah masyarakat. Apalagi usaha ini tidak memerlukan spesifikasi pendidikan yang tinggi. Sehingga masyaraktat dengan pendidikan rendah bahkan tidak mengayam pendidikan pun dapat melakukan usaha, asal memiliki keterampilan dan sudah terlatih.

2. Solusi Usaha Untuk Masyarakat Kecil

   Manfaat membuka usaha kecil dan menengah ini adalah sebagai salah satu solusi perekonomian masyarakat menengah kebawah, yang memiliki latar belakang pendidikan kurang walaupun faktanya ada pelaku usaha ini yang memiliki pendidikan tinggi. Masyarakat dapat memulai usaha ini sesuai dengan kemampuannya tanpa ada persyaratan khusus.

3. Meningkatkan Ekonomi Negara

   Usaha kecil dan menengah di tengah masyarakat keberadaannya semakin marak, karena mudah untuk dimulai dan pelaksanaannya yang fleksibel. manfaat usaha kecil dan menengah secara langsung adalah mengangkat perekonomian masyarakat menengah ke bawah. Usaha ini memiliki manfaat yang lebih besar

yaitu secara tidak langsung dapat mendukung pertumbuhan ekonomi negara.[24]

10. Pengertian Industri

Menurut Sadono Sukirno ,industri mempunyai dua pengertian yaitu pengertian secara umum dimana industri diartikan sebagai perusahaan yang menjalankan operasi dibidang kegiatan ekonomi yang tergolong kedalam sektor sekunder. Sedangkan yang selanjutnya adalah pengertian dalam teori ekonomi, dimana industri diartikan sebagai kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang yang sama dalam suatu pasar. Industri itu juga dibagi tiga yaitu industri primer, sekunder dan tersier.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2014 kriteria, yaitu:

1. Industri kecil yaitu industri dengan nilai investasi paling banyak Rp. 500.000.000-, (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha industri rumah tangga: jumlah karyawan/tenaga kerja antara 1-4 orang, industri kecil: jumlah karyawan/tenaga kerja antara 5-19 orang.
2. Industri menengah yaitu industri dengan nilai investasi lebih besar dari Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) atau paling banyak

[24]https://manfaat.co.id/manfaat-usaha-kecil. di akses pada Tanggal 12 juli 2021 pukul 22.59.

10.000.000.000,- (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan jumlah pegawai 20-100 orang.[25]

11. Jenis-jenis Industri

Berdasarkan SK Menteri Perindustrian No.19/M/I/1986 bahwa:

1. Industrikimia dasar contohnya seperti industri semen, obat-obatan, kertas, pupuk, dan sebagainya.
2. Perusahaan mesin dan besi dasar, sekiranya semacam perusahaan kapal terbang, sepeda motor, kain dan sebagainya.
3. Perusahaanmini misalnya semacam perusahaan roti, tungku petro, hidangan kecil, es, minyak goreng dan sebagainya.

Berdasarkan jumlah pegawai:

1. Industrirumah tangga, ialah industri yang besaran buruh / pekerja berjumlah sekitar 1-4 orang.
2. Industri kecil adalah industri yang jumlah karyawan/ tenaga kerja berjumlah antara 5-19 orang.
3. Industri sedang atau industri menengah adalah industri yang jumlah karyawan/tenaga kerja berjumlah antara 20-99 orang.
4. Industri besar adalah industri yang jumlah karyawan / tenaga kerja berjumlah antara 100 orang atau lebih.

Berdasarkan pemilihan lokasi:

1. Industri yang berorientasi atau menitik beratkan pada pasar (*market oriented industry*) adalah industri yang didirikan sesuai dengan

[25]Ananda, "Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik di Kelurahan Kubu Gadang)." hlm. 4.

lokasi potensi target konsumen. Industri jenis ini akan mendekati kantong kantong dimana konsumen potensial berada. Semakin dekat kepasar akan semakin menjadi lebih baik.

2. Industriyang berorientasi atau menitik beratkan pada tenaga kerja / labor (*man power oriented industry*) adalah industri yang berada pada lokasi dipusat pemukiman penduduk karena bisanya jenis industri tersebut membutuhkan banyak pekerja / pegawai untuk lebih efektif dan efisien.
3. Industri yang berorientasi atau menitik beratkan pada bahan baku (*supply oriented industry*) adalah jenis industri yang mendekati lokasi dimana bahan baku tersebut berada untuk memangkas atau memotong biaya transportasi yang besar.

Berdasarkan produktifitas perorangan:

1. Industri primer adalah industri yang barang-barang produksi nya bukan hasil olahan langsung atau tanpa diolah terlebih dahulu contohnya hasil produksi pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, dan sebagainya.
2. Industri sekunder industri sekunder adalah industri yang bahan mentah diolah sehingga menghasilkan barang-barang untuk diolah kembali. Misalnya adalah pemintalan benang sutra, komponen elektronik dan sebagainya.
3. Industri tersier adalah industri yang produk atau barangnya berupa layanan jasa. contoh ialah seperti telekomunikasi,

transportasi, perawatan kesehatan dan masih banyak lagi yang lainnya.[26]

Menurut BPS perusahaan atau usaha industri dapat dikelompokkan menjadi empat kategori berdasarkan pada banyaknya tenaga kerjayang digunakan dari perusahaan yang bersangkutan antara lain:

1. Industri kecil/kerajinan rumah tangga, yakni industri yang jumlah tenaga kerjanya 1-5 orang tenaga kerja.
2. Industri kecil, yakni industri yang jumlah tenaga kerjanya antara 5-19 orang tenaga kerja.
3. Industri sedang, yakni industri yang jumlah tenaga kerjanya antara 25-80 orang tenaga kerja.
4. Industri makro, yakni industri yang jumlah pegawainya kira-kira 110 / lewat.

Untuk mengetahui lebih lanjut pengertian industri kecil ini, maka untuk mengembangkan industri kecil semacam ini yang biasanya banyak dilakukan di wilayah pedesaan, maka minimal memerlukan 4 faktor produksi yang terpenting yaitu: faktor produksi modal, faktor produksi alam, tenaga kerja dan kemampuan untuk melakukan kegiatan usaha.[27]

---

[26]Siti Susana, "Peranan Home Industri dalam Meningkatkan Kesejahteraan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kec. Merbau)," *Skripsi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum*, 2012. hlm .27-29.

[27]Syahdan dkk, "Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) pada Usaha Kerupuk Terigu Terhadap Pendapatan Keluarga di Kecamtan Sakra Kabupaten Lombok Timur," *Jurnal*

Berbicara tentang industri tentunya tak lepas dari yang namanya proses Produksi. Produksi, distribusi, dan konsumsi merupakan satu rangkaian kegiatan ekonomi yang tidak bisa dipisahkan. Ketiganya memang saling mempengaruhi, namun harus diakui produksi merupakan titik pangkal dari kegiatan itu, tidak akan ada distribusi tanpa produksi.

Salah satu defenisi tentang produksi adalah aktivitas yang menciptakan manfaat di masa kini dan mendatang. Pada prinsipnya islam juga lebih menekankan berproduksi demi untuk memenuhi kebutuhan orang banyak, bukan hanya sekedar memenuhi segelintir orang yang memiliki uang, sehingga memiliki daya beli yang lebih banyak. Sebagai modal dasar berproduksi, Allah telah menyediakan bumi beserta isinya bagi manusia untuk diolah demi kemaslahatan bersama seluruh ummat manusia[28]. Hal ini terdapat pada suruh Al-baqarah ayat 22 yaitu:

Manajemen dan Ilmu Pendidkan No.1 (2019), https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/manazhim. hlm. 45-63.

[28]Mustafa Edwi Nasutio dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2007). hlm. 101-108.

ٱلَّذِى جَعَلَ لَكُمُ ٱلۡأَرۡضَ فِرَٰشًا وَٱلسَّمَآءَ بِنَآءً وَأَنزَلَ مِنَ ٱلسَّمَآءِ مَآءً

فَأَخۡرَجَ بِهِۦ مِنَ ٱلثَّمَرَٰتِ رِزۡقًا لَّكُمۡۖ فَلَا تَجۡعَلُواْ لِلَّهِ أَندَادًا وَأَنتُمۡ

تَعۡلَمُونَ ٢٢

Artinya: Dialah yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan Dia menurunkan air (hujan) dari langit, lalu Dia menghasilkan dengan hujan itu segala buah-buahan sebagai rezki untukmu; karena itu janganlah kamu Mengadakan sekutu-sekutu bagi AllahPadahal kamu mengetahui.[29]

Manusia adalah khalifah dimuka bumi. Islam memandang bahwa bumi beserta isinya merupakan amanah Allah agar dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Untuk mencapai suatu tujuan ini, Allah menurunkan petunjuk ataupun wahyu melalui para Rasulnya. Petunjuk tersebut mengenai segala sesuatu yang dibutuhkan manusia baik aqidah, akhlak, maupun syariah.

Begitupun di dalam berekonomi yang dilakukan dapat membawa maslahah baik untuk dirinya maupun orang lain. Suatu industri memiliki proses produksi yang di dalam ilmu ekonomi dapat

[29]Agama, *Al-qur'an dan Terjemahan*.

dijelaskan sebagai suatu kegiatan yang menciptakan manfaat baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akandatang.[30]

12. Pengembangan Usaha Secara Umum

Pengembangan usaha merupakan hal yang sangat penting diperhatikan untuk mengevaluasi suatu usaha sehingga dapat meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan pekerjaan/ jabatan melalui pendidikan dan latihan. Supaya kita dapat mengembangkan usaha ataupun suatu bisnis terlebih dahulu harus bisa mengembangkan diri dalam memulai usaha karena dengannya orang yang ingin untuk tumbuh, belajar, dan berkembang secara terus-menerus, karena keinginan untuk tumbuh dan berkembang merupakan dorongan internal yang mendorong seseorang untuk selalu belajar, selalu menambah pengetahuan, dan ingin lebih baik dari kondisi sebelumnya.[31]

Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perbuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Perusahaan dapat mengembangkan strategi yang efektif dengan evaluasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan hambatan

[30]Ella Novita Vioriska, "Peran Home Industry Terhadap Ekonomi Keluarga Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Home Industry Kerajinan Tapis dan Bordir 'Audy' di Desa Sumberrejo, Kec. Batanghari, Kab. Lampung Timur)," *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2019. hlm. 47.

[31]Sudarmanto, *Kinerja Dan Pengembangan Kompetensi SDM* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015). hlm. 91.

dari lingkungan, yang dikenal dengan analisis SWOT. Pada dasarnya adalah untuk memaksimalkan peluang dan meminimalkan hambatan dan lingkungan juga memaksimalkan keuntungan atas kekuatan organisasi dan meminimalkan kelemahan.[32]

Jadi pengembangan usaha merupakan suatu kegiatan perusahaan untuk pengembangan usaha kedepannya dengan mengarahkan seluruh tenaga, pikiran, dan modal yang dimiliki perusahaan untuk mencapai suatu harapan yang ingin dicapai.

13. Konsep Strategi Pemasaran

Strategi adalah cara dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran atau objective). Strategi harus mampu membuat semua bagian dari suatu organisasi yang luas menjadi satu,terpadu untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau perusahaan.[33]Menurut David, Hitt dan Barney dikutip dari jurnal Mochamad Ammar Faruq dan Indrianawati Usman berpendapat bahwa:

"Strategi merupakan sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang akan dicapai. Sedangkan menurut Hitt strategi merupakan suatu komitmen yang dirangkai secara terpadu dan terkoordinasi untuk meraih keunggulan kompetitif. Menurut Barney strategi dapat di artikan

[32]Tita Deitiana, *Manajemen Operasional Strategi dan Analisa Service dan Manufaktur* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011). hlm. 22.

[33]Abdul Rivai dan Darsono Prawironogoro, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015). hlm. 9.

bagaimana cara suatu perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif (*Competitive Advantages)"*.[34]

Pembuatan strategi berhubungan dengan bagaimana cara mencari target, bagaimana cara untuk bersaing dengan para kompetitor, bagaimana cara untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkepanjangan, dan bagaimana cara membuat visi strategis manajemen menjadi sebuah kenyataan bagi suatu perusahaan. Manajemen dapat diartikan sebagai proses memanfaatkan berbagai sumber daya yang tersedia untuk mencapai suatu tujuan. Manajemen juga dapat diartikan sebagai suatu sistem kekuasaan dalam suatu organisasi agar orang-orang menjalankan pekerjaan.[35]

Manajemen strategi adalah rangkaian dari dua kata yang terdiri dari kata "manajemen" dan "strategi". Murniati berpendapat bahwa manajemen strategi merupakan kegiatan yang harus diselesaikan oleh manajemen puncak bersama personil secara terus menerus, dan merupakan siklus yang mampu melahirkan keputusan untuk memenuhi relevansi kebutuhan organisasi dengan kebutuhan lingkungan. Dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah manajemen yang berhubungan dengan upaya memutuskan persoalan strategi, perencanaan, dan bagaimana strategi tersebut dapat dilaksanakan dalam wujud implementatif. Dari deskripsi tersebut jelaslah bahwa suatu

[34]Mochamad Ammar Faruq dkk, "Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya Dalam jurnal Manajemen Teori Dan Terapan" 7 No.3 (2014). hlm. 176.

[35]Edhy Sutanta, *Sistem Informasi Manajemen,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003). hlm. 17.

organisasi hendaknya mampu mengimplementasi konsep-konsep manajemen strategi dalam lingkungan pendidikdan pembelajaran. Karena pada hakekatnya manajemen strategi bertujuan agar suatu organisasi memiliki produktivitas yang tinggi sehingga tujuan organisasi tersebut tercapai secara efektif.[36]

Strategi merupakan keseluruhan konsep bagaimana suatu perusahaan mengatur dirinya sendiri dan mengatur semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil, dapat bersaing, dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham. Menurut Swasta yaitu suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha melalui perencanaan, penentuan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan dan memenuhi kebutuhan pembeli.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dapat memberikan arah dalam kaitannya dengan segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning* dan bauran pemasaran.Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari empat elemen yaitu produk, harga, promosi, tempat. Sementara itu menurut Hurriyati untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas dengan penambahan tiga unsur, yaitu orang, fasilitas dan proses sehingga menjadi 7elemen tersebut saling berhubungan satu sama lainnyadan

[36]Nurmasyitah dkk, "Implementasi Manajemen Stratejik Dalam Meningkatkan Kinerja Guru Pada Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Lhokseumawe Dalam Jurnal Administrasi Pendidikan Pascasarjana Universitas Syiah Kuala," Issn 2302-0156. hlm. 2.

dapat dikombinasi sesuai dengan lingkungan, baik didalam maupun diluar perusahaan agar dapat mencapai tujuan perusahaan.[37]

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Menurut WJ. Stanto dikutip dari jurnal Muhammad Isa mengatakan bahwa:"Pemasaran sebagai sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan (barang dan jasa), menentukan harga, mempromosikan, mendistribuskan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial".[38]

Berdasarkan defenisi tersebut terlihat bahwa kegiatan pemasaran dapat diringkas dalam empat kegiatan yang disebut dengan bauran pemasaran (*marketing mix),* yaitu:

a. Merencanakan barang dan jasa. Kegiatan merencanakan barang/jasa meliputi desain barang dan aspek-aspeknya (bentuk,warna, bungkus, label, rasa dan sebagainya).
b. Menetapkan harga barang dan jasa. Kegiatan ini meliputi prosedur penetapan harga, metode yang dipakai dalam penetapan harga, strategi harga, dan sebagainya.
c. Mempromosikan barang dan jasa. Kegiatan ini meliputi komunikasi dengan para calon pembeli melalui periklanan, publisitas, *personal selling* dengan tujuan meyakinkan para calon pembeli supaya membeli.

[37]Prasetyo Hadi Atmoko, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta Dalam Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality And Recreation" 1 No. 2 (2018). hlm. 85.

[38]Muhammad Isa, "Riset Pemasaran Dalam Mendukung Keberlanjutan Bisnis Bank Syariah Dalam Jurnal At-Tijaroh" 2 No. 2 (2016). hlm. 200-2001.

d. Mendistribusikan. Kegiatan ini meliputi pendistribusian fisik, yaitu semua kegiatan yang tercakup dalam pemindahan fisik barang dari produsen ke konsumen.

Para pengusaha yang kreatif akan selalu menciptakan kombinasi yang terbaik dari elemen 7 P yang menjadi komponen *marketing mix.* Mereka harus menciptakan dari masing-masing elemen P yang mana yang paling baik, dan mana yang paling banyak digunakan dalam strategi pemasarannya.Elemen 7 P ini terdiri dari 4 P tradisional dan 3 P lagi sebagai tambahan untuk pemasaran jasa. 4 P tradisional berlaku untuk pemasaran barang, rinciannya adalah sebagai berikut:[39]

a. *Product* (produk)

Produk berupa barang dapat dibedakan-bedakan atau diklasifikasikan menurut macamnya. Misalnya dapat dibedakan menjadi barang konsumsi, yaitu barang yang dibeli oleh konsumen akhir untuk dikonsumsi dan barang indrustri yaitu barang yang dibeli untuk diolah kembali.[40]

b. *Place* (tempat)

Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran distribusi merupakan rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam suatu proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi dapat

[39]Buchari Alma, *Kewirausahaan,* (Bandung: Alfabeta, 2011).hlm.202.

[40]Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis,* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997). hlm. 71.

diartikan sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih atau membantu dalam mengalihkan atas barang atau jasa tertentu selama barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen kepada konsumen.[41]

c. *Promotin* (promosi)

Promosi yaitu aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Menurut Kotler dan Tjiptono dikutip dari jurnal Dimas Hendika Wibowo, ZainulArifin, dan Sunartiq berpendapat bahwa:"Promosi yaitu kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk, dan mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut. Menurut Tjiptono tujuan melakukan promosi adalah sebagai menginformasikan, membujuk pelanggan sasaran dan mengingatkan".[42]

d. *Price* (harga)

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal pada

[41]Irham Fahmi, *Studi Kelayakan Bisnis Dan Kepustakaan Investasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014). hlm. 43.

[42]Dimas Hendika Wibowo dkk, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 29 No. 1. hlm. 60-61.

produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunyap roduk tersebut di pasar. Langkah-langkah yang perlu ditempuh dalam menetapkan harga yang tepat terhadap suatu produk adalah:

1. Menentukan tujuan penetapan harga
2. Memperkirakan permintaan, biaya, laba
3. Memilih stratgi harga untuk membantu menentukan harga dasar
4. Menyesuikan harga dasar dengan taktik penetapan harga

Besarnya harga yang harus dipsang tentu disesuakan dengan tujuan penentuan harga. Ada 3 strategi dasar dalam penetapan harga, yaitu:

1. *Skimming pricing*, yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi
2. *Penentration pricing*, yaitu dengan menetapkan harga yang serendah mungkindengan tujuan untuk menguasai pasar.
3. *Status quo pricing*, yaitu harga yang di tetapkan sesuai dengan harga pesaing.[43]

e. People (orang)

Terdapat empat kriteria peranan atau pengaruh dari aspek *people* yang mempengaruhi pelanggan, yaitu peran *Contractors people* disini berinteraksi langsung dengan konsumen dalam frekuensi yang cukup sering dan sangat mempengaruhi keputusan

[43]Kasmir Dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Prenadamedia Groub, 2016). hlm. 53-54.

konsumen untuk membeli. *Modifier people* tidak secara langsung mempengaruhi konsumen tetapi cukup sering berhubungan dengan konsumen, misalnya repsionis *Influencers people* yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan untuk membeli tetapi tidak secara langsung kontak dengan konsumen. *Isolated people* tidak secara langsung ikut serta dalam *marketing mix* dan juga tidak sering bertemu dengan konsumen. Misalnya karyawan bagian administrasi penjualan, SDM dan data *processing*.

f. *Process* (proses)

Membedakan proses dalam dua cara, yaitu *Complexity,* dalam hal ini berhubungan dengan langkah-langkah dan tahap dalam proses. *Divegernce,* berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah tahap proses. Obyek utama dari pemasaran adalah mengidentifikasikan kebutuhan dan keinginan pasar. Oleh karena itu jasa harus didesain untuk memenuhi keinginan tersebut. Desain jasa tersebut disampaikan. Proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran dikoordinasiksan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa diberikan kepada pelanggan. Dengan demikian, pemasar harus dilibatkan ketika desain proses jasa dibuat, karena pemasar juga sering terlibat dalam pengawasan kualitas jasa.

g. *Physical evidence* (Bukti Fisik)

Perusahaan melalui tenaga pemasarnya menggunakan tiga cara dalam mengelola bukti fisik yang strategis, yaitu sebagai berikut:

1. *An attention-creating medium.* Perusahaan jasa melakukan diferensiasi dengan pesaing dan membuat sarana fisik semenarik mungkin untuk menjaring pelanggan dari target pasarnya.
2. *As amessage-creating medium.* Menggunakan simbol atau isyarat untuk mengkomunikasikan secara intensif kepada audiens mengenai kekhususan kualitas dari produk jasa.
3. *As effect-creating medium.* Baju seragam yang berwarna, bercorak, suara dan desain untuk menciptakan sesuatu yang lain dari produk jasa yang ditawarkan.[44]

Strategi pemasaran merupakan pernyataan pokok mengenai dampak yang diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pada pasar sasaran tertentu. Pendekatan terinci untuk menerapkan strategi-strategi ini ditentukan lewat program-program pemasaran yang spesifik, seperti program periklanan, promosi penjulan, pengembangan produk, serta program penjualan dan distribusi. Untuk mngetahui strategi pemasaran mana yang dipilih dan memberikan manfaat yang besar, maka perusahaan pertama-tama

[44]Christian Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado," *Jurnal Emba* 1 No. 3 (2013). hlm. 73.

harus mengetahui terlebih dahulu jenis kebutuhan mana yang ingin dipengaruhinya.

Langkah-langkah utama dalam implementasi strategi pemasaran yang unggul dapat dikelompokkan dalam lima kegiatan utama yaitu:

1. Mengidentifikasi dan manajmen peluang-peluang pasar, identifikasi dan manajemen peluang pasar ditujukan untuk melakukan segmentasi pasar dan analisis lintas budaya, dalam upaya mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen yang kiranya dapat dilayani oleh perusahaan secara lebih memuaskan dibanding para pesaing. Adapun lima ancangan strategi dalam mengidentifikasi dan manajemeni peluang pasar sebagai berikut:
   a. Mencari peluang yang sudah ada, dalam arti mengidntifikasi pangsa pasar yang dilalakerupukatau dilayani secara buruk oleh pesaing.
   b. Peluang yang diciptakan, dengan jalan mencari dan membangun relung-relung pasar produk yang baru. hal ini dilakukan dengan memperbaiki produk, mengubah produk secara besear-besaran dan memperkenalkan produk.
   c. Mengembangkan kreatifitas produk dan pasar dalam arti melakukan penyempurnaan dan modifikasi produk untuk mengembangkan pasar.

d. menyesuaikan ataun mengubah selera pelanggan, dimana perusahaan hendaknya beusah memenuhi selera konsumen dan dan mengubah selera konsumen untuk mengkonsuksi produk-produk yang lebih memuaskan.
e. belajar dari pesaing untuk menciptakan peluang, yaitu dengan memahami pesaing, mengkaji kelemahan dan keterbatasan mrek untuk mengidentifikasi peluang-peluang baru.

2. Mengembangkan dan melaksanakan strategi memasuki pasar, untuk memasuki suatu pasar ada dua langkah yang sebaiknya dijalankan oleh perusahaan yaitu:
   a. Melaksanakan kegiatan riset pemasaran yang studi kelayakan pasar untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pasar sasaran yang ingin dimasuki. kegiatan riset pemasaran dan studi kelayakan pasar merupakan kegiatan-kegiatan sebelum memasuki pasar.
   b. Mengembangkan dan melaksanakan strategi dan taktik pemasaran yang spesifik ini memadukan unsur-unsur marketing mix yang meliputi: strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, strategi promosi.
3. Mengembangkan dan melaksanakan strategi penerobosan pasar. Strategi penerobosan pasar dapat dilakukan dengan dua jalan yaitu:
   a. strategi pengembangan produk.

b. strategi pengembangan pasar.

4. Mengembangkan dan melaksanakan strategi mempertahankan pangsa pasar.
5. Mengelola bauran pemasaran.

Kelima langkah tersebut harus dilakukan dengan cermat melalui pertimbangan yang matang, terutama menghadapi pendatang baru atau pesaing-pesaing yang memiliki keunggulan pada aspek-aspek teknis dan manajemen.[45]

14. Lingkungan Internal Perusahaan

Analisis lingkungan adalah pengamatan, penelitian dan penyelidikan yang mendalam dan menyeluruh mengenai lingkungan dimana perusahaan dan organisasi berada, organisasi sebagai kumpulan orang-orang yang tidak dapat terlepas dari lingkungan. Karena pada dasarnya organisasi itu merupakan bagian dari lingkungan dan masyarakat.

Untuk menghasilkan peluang-peluang lingkungan yang optimal, perusahaan haruslah mendasarkan strateginya pada pertimbangan yang cermat mengenai kekuatan dan kelemahannya. Oleh karena itu, didalam analisis internal adalah pengertian mengenai pemikiran yang sejalan antara kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan internal yaitu:[46]

---

[45]Amirullah Se., M.M, *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja,* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015). hlm. 156-160.

[46]Amirullah, *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja,* (Jakarta: Mitra Wacana Media,). hlm. 53-56.

1. Aspek Pemasaran

Perencanaan Strategi harus memperlihatkan dengan baik bagaimana perusahaan memiliki keunggulan strategi dalam faktor pemasaran, secara strategis perusahaan harus berusaha lebih kuat dalam pemasarannya dibandingkan dengan pesaingnya.

Dengan begitu perushaan harus mampu bersaing dengan melibatkan pendekatan harga yang lebih rendah untuk produk sejenis, lebih dengan promosi dan distribusi yang lebih luas, dengan begitu para konsumen mampu meningkatkan pembeliannya dengan produk yang berkulitas sehingga pemahaman yang baik terhadap kebutuhan pasar sebagai pencipta barang atau jasa pada waktunya dapat menciptakan keunggulan. Maka analisis kekuatan internal pemasaran diharapkan mampu menangkap peluang lingkungan dan meminimalkan ancaman yang mungkin timbul dalam persaingan.

2. Aspek Produksi dan Operasi

Dengan peralatan yang lebih canggih dan tepat guna, perusahaan akan lebih mudah menemukan kekuatan internalnnya dalam faktor produksi, ditambah lagi dengan sistem operasi yang efisien dan efektif. Kegiatan yang berkaitan dengan pengubahan masukan menjadi produktif akhir seperti permesinan, pengemasan, pemeliharaan dan fasilitas operasi lainnya merupakan sumber yang harus dipahami untuk menemukan kekuatan internal perusahaan. Oleh karena itu, faktor produksi dan operasi diharapkan mampu

untuk menciptakankeunggulan bersaing dimulai perencanaan memproduksi dan mengendalikannya.

3. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia perusahaan dapat menciptakan keunggulan bersaing, karena sumber daya manusia sangat dominan dalam sebuah menambah kemampuan dan kekuatan perusahaan. Dalam sumber daya manusia tidak luput dari kata sebuah organisasi atau tim pekerja dalam kekuatan bersaing dengan perusahaan lainnya, maka dalam sumber daya manusia tim pekerja ini harus mampu dalam sehari-hari bergelut dengan aktifitas operasional perusahaan dan menjalankan tugas-tugas keseharian, berdasarkan apa yang telah ditetapkan oleh pemilik perusahaan.

Maka keunggulan dalam faktor internal ini akan memungkinkan perusahaan lebih mudah memformulasi beberapa strategi yang dapat dijadikan kekuatan keunggulan dengan tidak tergantung kepada besar kecilnya jumlah sumber daya manusia. Kelemahan dalam faktor ini dapat menimbulkan keputusan untuk tidak melakukan strategi yang ekspansif, karena ketidakmampuan untuk melaksanakannya secara efektif.[47]

Tujuan dari analisis lingkungan internal bagi perusahaan adalah untuk mendapatkan informasi mengenai sumberdaya, kerja rutin, dan proses kerja, untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan

[47]Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016). hlm. 51-57.

perusahaan dari sumber daya tertentu dan kemampuan tertentu. Tidak adanya analisis internal berarti tidak informasi strategi yang diperoleh. Informasi akhir yang diperoleh dari analisis internal yaitu digunakan sebagai pengambilan keputusan.[48]

15. Lingkungan Eksternal Perusahaan

Lingkungan eksternal perusahaan adalah faktor-faktor yang merupakan kekuatan yang berada diluar organisasi, dimana organisasi tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap kehidupan suatu bisnis. Perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini secara tidak langsung akan mempengaruhi kinerja intuisi atau organisasi dalam suatu hubungan yang timbal balik.[49] Lingkungan eksternal memiliki dua faktor yaitu peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Therat*) adalah merupakan adalah merupakan perusahaan atau organisasi yang tidak sulit dikendalikan.

Opportunity adalah menyajikan peluang sukses bagi perusahaan atau organisasi yang berasal dari luar, *Market Growth* dan *Market Share*. Sedangkan *threat* adalah merupakan ancaman yang dari luar perusahaan atau organisasi yang berpotensi mengganggu kelangsungan hidup perusahaan atau organisasi, misalnya regulasi pemerintah,

[48]Senja Nilasari, *Manajemen Strategi Itu Gampang,* (Jakarta: Dunia Cerdas, 2014). hlm. 70-71.

[49]Vahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu). .hlm. 110

pesaing potensial dan pendatang baru. Dalam lingkungan eksternal ada beberapa faktor yang masuk dalam perusahaan yaitu:[50]

1. Aspek Ekonomi

   Situasi dan kondisi masyarakat perekonomian pada sekarang dan yang akan datang dapat saja selalu berubah-ubah, karena sngat mempengaruhi keberhasilan dan strategi perusahaan atau organisasi.

   Faktor yang spesifik itu dapat membantu atau menghambat usaha mencapai tujuan perusahaan atau organisasi dan menyebabkan keberhasilan strategi dan kegagalan strategi. Misalnya, krisis sering menyebabkan pengangguran, penyebab turunnya omset perusahaan. Jika kebijakan keuangan diperketat maka kebutuhan dana investasi menjadi mahal atau tidak tersedia maka perekonomian tidak bisa stabil disebakan banyaknya pengangguran yang terjadi sehingga pelaku bisinis tidak mampu menahan ancaman yang terjadi didalam perusahaan.[51]

2. Pesaing

   Pesaing adalah organisasi bisnis lain yang menjalankan bisnis yang sama dengan organisasi yang kita jalankan karena bisnis yang dijalankan sama, maka pesaing merupakan tantangan sekaligus ancaman yang dihadapi organisasi dalam meraih pelanggan.

   Bila pelanggan tidak lagi tertarik untuk memenuhi kebutuhannya melalui organisasi bisnis, maka hal yang menjadi

.[50]*Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*. hlm. 63-68.
[51]Nilasari, *Manajemen Strategi Itu Gampang*. hlm.63.

ancaman bagi perusahaan bisnis yang dijalankan. Jika kenyataan tersebut berlangsung secara lama, maka perusahaan bisnis akan terancam bubar dikarenkan tidak bisa bertahan dan menjalankan fungsi bisnisnya. Semakin banyak penjual, maka semakin banyak pilihan pembeli, untuk itu perusahaan perlu memahami bagaimana menetapkan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen.[52]

3. Pelanggan

Para pelanggan atau konsumen adalah meraka yang secara aktif memanfaatkan, menggunakan dan mengajukan permintaan atas barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dapat dikatakan bahwa para pelanggan merupakan salah satu pokok utama yang kuat mengapa sebuah perusahaan berdiri dan beroperasi.

Pelanggan perusahaan dapat berupa suatu lembaga, dalam situasi persaingan yang ketat, melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelangganlah yang menjadi sumber daya manusianya didalam sebuah perusahaan sehingga mampu menjaga kelangsungan hidupnya, berkembang dan mendapatkan keuntungan.[53]

4. Pemasok

Pemasok adalah pihak yang tertarik langsung dalam kegiatan bisnis dari sebuah perusahaan yang bekerja sama dan berhubungan anatara perusahaan dan pemasoknya sangat penting untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan-perusahaan selalu

[52]Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Depok: Rajawali Pers, 2012).hlm.169.
[53]Hani Handoko, *Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2009).hlm. 64.

bergantung pada pemasok untuk memperoleh dukungan finansail layanan, bahan baku, peralatan dan lainnya.

Ketergantungan ini tidak saja dilihat dari sisi bahan bakunya, tetapi juga dilihat dari segi harga yang ditawarkan. Jika harga yang ditawarkan mahal maka pelanggan akan berpaling dari perusahaan tersebut dikarenakan harga yang ditawarkan pemasok mahal sehingga pelanggan lari dan mencari perusahaan yang dapat dijangkau hargnya maka kekuatan pemasok yang tidak dapat dibawa kedalam kerjasama dan hubungan yang baik dengan perusahaan akan membawa ancaman bagi perusahaan.

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai landasan dan acuan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, maka penelitian ini menggunakan acuan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh :

Tabel II.I

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sri Sugianti (skripsi) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Eknomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi 2019.	Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Mensejahterakan Karyawan di Pusat Oleh-Oleh Mak Denok Desa Serdang Jaya Kabupaten Tanjung Jabung Barat	Hasil penelitia menunjukkan dengan adanya umkm tersebut memiliki peran yang sangat penting bagi kesejahteraan masyarakat dengan membuka lapangan kerja dan menambah penadatan

			masyarakat sekitar sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti sandang, pangan maupun pendidikan.
2.	Erwansyah (skripsi) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2018.	Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Pangan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM di Kecamatan Balik Bukit, Lampung Barat).	Hasil penelitian usaha mikro kecil menengah yang berada di kecamatn balik bukit sudah berperan cukup baik, terlihat dari hasil penelitian diketahui dari 31 atau sebesar 77,5% orang responden mengalami peningkatan dalam hal kepemilikan rumah dan dalam kesehatan sebanyak 37 responden atau 92,5%. meskipun dalam hal pendapatan masih dikatan rendah, dengan adanya UMKM sektor pangan memiliki peran yang sudah baik dalam mensejahterakan masyarakat dan menambah pendapatan masyarakat sekitar sehingga dapat mencukupi

			kebutuhan sehari-hari seperti pangan maupun kebutuhan lainnya.
3.	Sri Nurmayanti (skripsi) Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Makassar 2021.	Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Rumah Makan Bonena)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya UMKM di makassar masyarakat yang dulunya tidak memiliki pekerjaan seperti yang memiliki pendidikan rendah menjadi memiliki pekerjaan sehingga dapat membuat masyarakat mencukupi kebutuhan sehari-hari seperti pangan dan lainnya.
4.	Ade Muhammad Alimul Basar (skripsi) Jurusan Muamalah dan Perbankan Islam, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Nurjati 2015.	Peranan Usaha Kecil Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Cibeureum Kabupaten Kuningan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM memberikan pengaruh positif terhadap kesejhteraan masyarakat, hal ini dilihat dari 90% rumah masyarakat sudah tembok dan sudah memiliki kenderaan.
5.	Nana Meliana Ning Tias (skripsi) Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial	Peran Usaha Mikro Kecil Menengah	Hasil penelitian menunjukkan dengan adanya

	dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram 2021.	(UMKM) Tahu dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Abian Tubuh (Studi Kasus Di Kelurahan Abian Tubuh Kecamatan Sundubaya Kota Mataram)	UMKM di kota mataram memberikan peran yaitu membuka lowongan pekerjaan untuk masyarakat, mengurangi angka kemiskinan dan menambah devisa atau kekayaan negara.

Adapun mengenai perbedaan dan persamaan mengenai judul penelitian terdahulu di atas adalah sebagai berikut:

1. Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian Sri Suganti ialah penelitian melakukan penelitian di kabupaten tanjung janbung barat dengan judul Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Mensejahterakan Karyawan di Pusat Oleh-Oleh Mak Denok Desa Serdang Jaya Kabupaten Tanjung Jabung Barat, sedangkan peneliti melakukan penelitian di kota Padangsidimpuan tenggara di desa Salambue dengan judul Peran Usaha Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pengembangan Industri Kripik Di Desa Salambue). Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang peran usaha kecil menengah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
2. Perbedaan penelitian Erwansyah dengan penellitian ini yaitu lokasi penelitian yang dimana penelitian Erwansyah meneliti di kecamatan balik

bukit lampung barat, Sedangkan Penelitian ini membahas di UKM desa Salambue. Persamaanya yaitu sama-sama membahas UMKM.

3. Perbedaan penelitin Sri Nurmayanti yaitu membahas tentang kesejahteraan masyarakat pada rumah makan bonena Makassar. Sedangkan penelitian ini membahas tentang kesejahteraan masyarakat di Desa Salambue. Adapun persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang kesejahteraan.
4. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Ade Muhammad Alimul Basar ialah peneliti ini melakukan penelitian di kecamatan Cibeureum kabupaten kuningan sedangkan peneliti sendiri melakukan penelitian di kecamatan Padangsidimpuan Tenggara Kota Padangsidimpuan Desa Salambue. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang kesejahteraan masyarakat.
5. Perbedaan ini pada penelitian terdahulu oleh Nana Meliana Ning Tias ialah peneliti meneliti dari universitas muhammadiya mataram tahun 2021, sedangkan penelti dari institut agama islam negeri padangsidimpuan tahun 2021. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang kesejahteraan masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah di Desa Salambue Kota Padangsidimpuan Tenggara. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2021 sampai April 2022.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan penelitian Kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

C. Subjek Penelitian

Secara sederhana, sebuah populasi adalah kumpulan dari seluruh unsur atau elemen atau unit pengamatan (*Observation unit*) yang akan diteliti.[54] Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kecil menengah yang ada pada di Desa Salambue dan para pekerja dari usaha yang dijalankan.

D. Sumber Data

Data adalah catatan keterangan sesuai bukti kebenaran, bahan-bahan yang dipakai sebagai dukungan penelitian.[55] Sumber yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari

[54]Abuzar Asra dkk, *Metode Penelitian Survei* (Bogor: In Media, 2016). hlm. 70

[55]Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodelogi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: Maliki Pers, 2011). hlm. 153

kepustakaan. Selain data sekunder, penelitian ini juga menggunakan data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya yang diperoleh melalui wawancara dan pengamatan oleh peneliti.[56]

E. Teknik Pengumpulan data

Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dari penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data. Wawancara juga merupakan teknik yang dapat digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam serta dapt digunakan dalam dumlah responden yang terbatas. Untuk mendaptkan data yang mendalam, maka seorang peneliti harus meyakini bahwa responden yang akan diwawancarai adalah informasi yang dapat dipercaya, mengerti pertanyaan yang dimaksud peneliti dan paling tahu hal yang ditanyakan kepadanya.[57]

2. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Hal ini dimaksudkan

[56]Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung: Citra Pustaka Media, 2006).hlm.110

[57]Tondy Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis: Teori dan Praktek* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).hlm.39

untuk memperoleh gambaran tentang hal-hal yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.[58]

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebagian karyawan akan dipoto sebagai bukti bahwa peneliti benar-benar melakukan kegiatan penelitian. Dokumen atau dokumentasi merupakan suatu catatan peristiwa yang berupa tulisan, gambar, karya-karya monumental dari seseorang.

F. Teknik Analisis Data

Teknik Pengolahan data Penelitian ini dilakukan dalam bentuk kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpresentasikan objek sesuai dengan apa adanya dan sering disebut dengan penelitian non-eksperimen. Maka proses atau teknik pengolahan data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dalam bentuk deskriptif karena peneliti tidak melakukan manipulasi data penelitian. Dan tujuan penelitian ini adalah menggambarkan secara sistematik fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tetap.[59]

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti

[58]Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2016).hlm.203
[59]Subagyo.hlm.63

untuk melakukan pengumpulan data dan selanjutnya mencarinya bila diperlukan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Desa Salambue

Pada awalnya, sekolompok masyarakat Batang Natal merantau ke salah satu desa yang ada di Angkola yaitu desa Salambue, namun dikala itu belum dinamai sebagai Salambue. Mereka berasal dari marga Nasution, Lubis dan marga Siregar, kemudian mereka membentuk sekolompok adat yang terdiri dari *Mora*, *Kahanggi* dan *Anakboru*. Dimana, Nasution sebagai Mora, Lubis sebagai Kahanggi, dan Siregar sebagai Anak boru, sehingga sampai sekarang mayoritas masyarakat bermarga Nasution dan Lubis yang paling banyak di desa Salambue.

Setelah mereka membentuk adat tersebut, lalu mereka sepakat untuk mengusulkan kepada Raja Pijorkoling agar memberikan perumahan atau tempat tinggal kepada mereka. Dengan kerendahan hati, dan hubungan yang harmonis antara masyarakat dengan Raja Pijorkoling, maka Raja Pijorkoling mengkabulkan keinginan masyarakat dengan memberikan tempat tinggal atau "*huta*", serta persawahan demi kesejahteraan masyarakat yang letaknya di pinggir sungai atau di bawah lereng gunung sebagi tempat tinggal pertama.

Namun, karena sekolompok masyarakat tersebut berkeinginan untuk bersosialisasi yang baik dengan masyarakat lain, dan disatu sisi mereka takut banjir, maka mereka mengusulkan lagi kepada Raja Pijorkoling agar mereka pindah dari tempat tersebut. Raja Pijorkoling pun mengabulkan keinginan tersebut dan memberkerupuk"*huta*" kepada masyarakat di Desa Salambue

yang sekarang ini tepatnya 7 kilometer dari pusat kota Padangsidimpuan sebagai tempat tinggal yang kedua. Jadi, Salambue ini dua kali pindah. Dinamakan Salambue, karena pada masa itu, mayoritas pekerjaan masyarakat bersawah. Jadi, pada suatu waktu padi yang ditanam oleh masyarakat sudah berbuah banyak. Kalau padi yang berbuah atau sudah matang otomatis padinya itu merunduk sementara kalau dalam bahasa daerahnya padi yang sudah merunduk dinamakan "*bue*", karena padi itu sudah berbuah maka orang-orang pun beramai-ramai mengunjungi sawah tersebut dan mengucapkan selamat. Sementara "salam" artinya selamat. Maka desa tersebut dinamakan desa Salambue berawal dari ucapan selamat masyarakat atas padi yang ditanam oleh masyarakat sudah menguning (siap untuk dipanen).

1. Letak Geografis Desa Salambue

Desa Salambue terletak di Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara di bawah naungan Pemerintah Kota Padangsidimpuan. Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara memiliki luas wilayah 244 Hektar, dengan lahan pertanian dan perkebunan ± 145 Hektar. Dengan luas wilayah tersebut, kecamatan Padangsidimpuan Tenggara memiliki 18 desa/kelurahan. Jumlah penduduk pada masing-masing desa/kelurahan terbilang cukup banyak, hal ini bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Jumlah Penduduk Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara Menurut Desa/Kelurahan Tahun 2022

No	Nama Desa/Kelurahan	Jumlah	Persentase
1	Sihitang	5127	14,34%
2	Pijorkoling	7673	21,46%
3	Palopat pijorkoling	3585	10,03%
4	Salambue	2955	8,26%
5	Purbatua Pijorkoling	412	1,15%
6	Sigulang	1114	3,11%
7	Manunggang Julu	1589	4,4%
8	Goti	1843	5,15%
9	Manegen	1253	3,50%
10	Huta Koje	1376	3,84%
11	Huta Limbong	378	1,06%
12	Huta Padang	433	1,21%
13	Perkebunan Pijorkoling	601	1,68%
14	Labuhan Labo	1502	4,20%
15	Huta Lombang	849	3,37%
16	Manunggang Jae	2388	6,67%
17	Labuhan Rasoki	2358	6,60%
18	Tarutung Baru	316	0,80%
	Jumlah	**35752**	100%

Sumber: Data Kependudukan Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Tahun 2022.

Wilayah Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara memiliki potensi alam yang sangat besar, khususnya di bidang pertanian dan perkebunan.seperti tanaman padi (persawahan), tanaman karet, dan tanaman sawit.Sehingga mayoritas penduduk kecamatan padangsidimpuan Tenggara adalah bermatapencaharian sebagai petani. Daerah yang memiliki potensi alam persawahan adalah Desa Sihitang, Desa Pijorkoling, Desa Palopat Pijorkoling, Desa Salambue, Desa Purbatua, Desa Sigulang, Desa Manunggang Julu, Desa Goti, Desa Manegen, Desa Huta Koje, Desa Huta Limbong, dan Desa Huta Padang. Adapun daerah yang mempunyai

potensi alam perkebunan adalah Desa Perkebunan Pijorkoling, Desa Labuhan Labo, Desa Huta Lombang, Desa Manunggang Jae, Desa Labuhan Rasoki, dan Desa Tarutung Baru. Jika dilihat dari potensi alamnya jumlah potensi persawahan sangat banyak bila dibandingkan dengan potensi alam perkebunan, meskipun perbedaan yang tidak begitu signifikan yaitu persawahan sebanyak 12 (dua belas) sedangkan perkebunan sebanyak 6 (enam) desa. Untuk lebih mengenal desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara berikut ini letak geografis desa Salambue beserta batas-batasnya:

Tabel 4.2
Data Batas Wilayah Jumlah Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara 2022

Batas	Desa/Kelurahan	Kecamatan
Sebelah Utara	Purbatua Pijorkoling	PSP Tenggara
Sebelah Selatan	Desa Palopat	PSP Tenggara
Sebelah Timur	Desa eks. Perkebunan Pijorkoling	PSP Tenggara
Sebelah Barat	Kabupaten Tapanuli Selatan	PSP Tenggara

Sumber: Data Batas Wilayah Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Tahun 2022

2. Keadaan Penduduk dan Mata Pencaharian

a. Keadaan Penduduk

Penduduk desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara berjumlah 2.955 jiwa, yang terdiri dari 789 Kepala Keluarga.Terdiri dari 1.493 laki-laki dan perempuan 1.462 perempuan.[60] Untuk lebih jelasnya berikut ini adalah keadaan penduduk berdasarkan tingkat usia.

[60]Data kependudukan Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Tahun 2020.

Tabel 4.3
Jumlah Penduduk Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara Tahun 2022

No	Tingkat Usia	Jumlah	Persentase
1	≥ 17	1954	66,13%
2	≤ 17	1001	33,87%
	Jumlah	**2955**	**100%**

Sumber: Data Kependudukan Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Tahun 2022.

Dari tabel dapat dilihat bahwa jumlah tingkat usia ≥ 17 tahun (tingkat usia yang lebih dari 17 tahun atau sama dengan 17 tahun) lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan tingkat usia ≤ 17 tahun (tingkat usia di bawah 17 tahun).

Adapun tingkat usia ≥ 17 laki-laki berjumlah 974 orang dan perempuan berjumlah 98 orang jadi totalnya 1954 orang dan jumlah usia ≤ 17 laki-laki berjumlah 519 jiwa dan perempuan berjumlah 482 orang jadi totalnya 1001. Usia ≥ 17 dan ≤ 17 lebih banyak laki-laki daripada perempuan dengan selisih laki-laki sebanyak 455 jiwa sedangkan perempuan sebanyak 384 jiwa dan selisih keduanya sebanyak 953 jiwa.

Tabel 4.4
Keadaan Penduduk Desa Salambue
Berdasarkan Tingkat Usia

No	Tingkat Usia	Jumlah Jiwa	Persentase
1	0-4	134	4,53%
2	5-9	351	11,87%
3	10-14	331	11,20%
4	15-19	309	10,45%
5	20-24	284	9,61%
6	25-29	311	10,52%
7	30-34	266	9,00%

8	35-39	266	9,00%
9	40-44	157	5,31%
10	45-49	147	4,97%
11	50-54	136	4,60%
12	55-59	120	4,06%
13	60-64	77	2,60%
14	65-69	43	1,45%
15	70 ke atas[61]	63	2,13%
	Jumlah	**2995**	**10%**

Sumber: Data kependudukan Desa Salambue Kecamatan PadangsidimpuanTenggara, Tahun 2022.

Dari tabel tersebut bahwa penduduk Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara berjumlah 2995 jiwa. Dalam hal tingkat usianya berbeda-beda, jumlah tingkat usia paling muda, paruh baya dan tua. Usia muda mulai usia 0-34 tahun sebanyak 1986 jiwa, paruh baya mulai usia 35-54 tahun sebanyak 666 jiwa dan usia tua mulai 55-70 ke atas sebanyak 303 jiwa. Usia muda lebih banyak daripada paruh baya dan tua, adapaun paruh baya lebih banyak dibanding usia tua.

b. Mata Pencaharian

Bila ditinjau dari mata pencaharian penduduk desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara terdiri dari Petani, Buruh tani, Pegawai Negeri Sipil (PNS), Pengrajin industri rumah tangga, Pedagang keliling, Montir, Pembantu rumah tangga, TNI, POLRI, Pengusaha, Dukun, Jasa pengobatan alternatif, Dosen, Karyawan, Sopir, Tukang becak. Untuk lebih jelasnya sebagaimana yang terdaftar pada tabel berikut:

[61]Data kependudukan desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Tahun 2020.

Tabel 4.5
Mata Pencaharian Penduduk Desa Salambue

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Petani	454	32, 33%
2	Buruh Tani	391	27, 84%
3	PNS	88	6, 26%
4	Pengrajin Industri Rumah Tangga	10	0, 71%
5	Pedagang Keliling	38	2, 70
6	Montir	13	0, 92%
7	Pembantu Rumah Tangga	10	0, 71%
8	TNI	6	0, 42%
9	POLRI	2	0, 14%
10	Pensiun	6	0, 42%
11	Pengusaha Kecil	300	21, 36%
12	Dukun	3	0, 21%
13	Jasa Pengobatan Alternatif	1	0, 07%
14	Dosen Swasta	1	0, 07%
15	Pengusaha Besar	1	0, 07%
16	Karyawan Swasta	31	7, 21%
17	Sopir	20	1, 42%
18	Tukang Becak	11	0, 78%
19	Tukang Batu	5	0, 35%
20	Tukang Kayu	10	0, 71%
21	Tukang Pangkas	1	0, 07%
	Jumlah	**1404**	**100%**

Sumber: Data Mata Pencaharian Penduduk Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Tahun 2022

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa kondisi pekerjaan masyarakat lebih banyak sebagai petani karena mengingat masyarakat tersebut sudah turun temurun sebagai petani.Jadi, dalam hal ini masyarakat desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara dikatakan sebagai petani yang jumlahnya 454 jiwa yaitu 32, 33%.Sebagaimana kebiasaan-kebiasaan di desa-desa lain pada umumnya mengadakan perkumpulan, desa Salambue juga memiliki perkumpulan *wirid yasin* kaum ibu-ibu.

Desa Salambue juga mengadakan *marpege-pege* dengan bentuk mengumpulkan uang dan dalam pelaksanaannya diadakan bila seorang laki-laki yang masih lajang ingin menikah dan pelaksanaannya di rumah laki-laki yang lajang ini. *Toleransi* juga sama dengan *marpege-pege* hanya saja perbedaannya kalau *marpege-pege* uang yang sudah terkumpul diberikan sebelum laki-laki lajang tersebut menikah (membawa istri ke rumahnya), sedangkan *toleransi* berupa santunan yang diberikan kepada salah satu anggota keluarganya yang meninggal berupa uang dan juga beras.

Dalam hal "toleransi" ada dua kelompok yaitu *STM* (Serikat Tolong Menolong) yaitu memberikan uang atau sumbangan pada salah satu anggota keluarga yang mengalami musibah seperti meninggal dengan aturan dewasa Rp. 5000, anak-anak Rp. 3000. Adapun *Darmawajib* hampir sama dengan *STM*, hanya saja kalau *dermawajib* sangat sedikit yang bergabung (mengikuti persatuan tersebut). Yang menjadi perbedaannya adalah *STM* lebih banyak mendapatkan sumbangan daripada *Dermawajib*.[62]

3. Agama dan Pendidikan

a. Agama

Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara mulai Lorong I, II, dan III semua penduduknya beragama Islam.

[62]Data kependudukan Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Tahun 2020.

b. Pendidikan

Pendidikan pada umumnya selalu berintikan dengan bimbingan. Sebab, pendidikan bertujuan agar anak didik menjadi kreatif, produktif, dan mandiri. Maksudnya adalah pendidikan berupaya untuk mengembangkan individu anak. Segala aspek diri anak didik harus dikembangkan baik intelektual, moral, sosial, kognitif dan emosional.[63]

Sejalan dengan hal tersebut, masyarakat desa Salambue juga menyadari betapa pentingnya pendidikan. Para orangtua menyekolahkan anak-anaknya ke lembaga pendidikan formal (sekolah atau madrasah). Desa Salambue memiliki bangunan sekolah yang terdiri dari 4 buah antara lain sebagai berikut:

1) Bangunan Sekolah Paud yang dinamakan sebagai Paud Zahra.
2) Bangunan Sekolah Dasar (SD) yaitu SD Negeri Salambue 200501.
3) Bangunan Sekolah Dasar (SD) yaitu SD Negeri Salambue 2005012.
4) Bangunan Sekolah Madrasah Diniah Awaliyah (MDA) yaitu MDA Ittihadulfalah Salambue.

Berikut ini keadaan penduduk desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara dalam hal pendidikan sebagai berikut:

[63]Sofyan S Willis, *Konseling Individual Teori dan Praktek* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 5.

Tabel 4.6
Keadaan Penduduk Desa Salambue Berdasarkan Tingkat Pendidikan[64]

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	Tidak/ Belum Sekolah	550	18, 61%
2	Tidak Tamat SD/ Sederajat	493	16, 68%
3	Tamat SD/ Sederajat	770	26, 05%
4	SLTP/ Sederajat	484	16, 37%
5	SLTA/ Sederajat	539	18, 24%
6	Diploma I/ II	40	0, 64%
7	Diploma III	45	1, 52%
8	Diploma IV/ Strata I	53	1, 79%
9	Strata II	5	0, 03%
	Jumlah	**2995**	**100%**

Sumber: Data kependudukan Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Tahun 2022.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa tingkat pendidikan masyarakat desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara adalah Tamat SD/ Sederajat yaitu 26, 05%.Alasan dari pendidikan rendah dikarenakan faktor ekonomi keluarga dan kekurangan biaya.

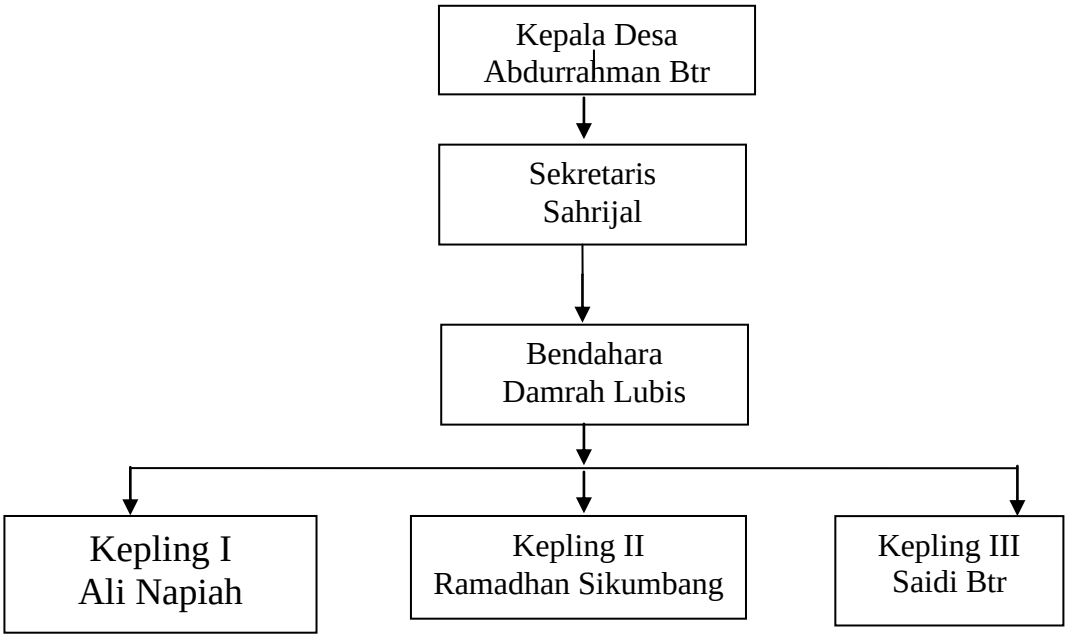
4. Struktur Organisasi Desa Salambue

Struktur organisasi merupakan suatu rangka kerja sama dari berbagai bagian menurut pola yang dalam struktur organisasi terdapat rangka yang menunjukkan segenap tugas pekerjaan untuk mencapai tujuan organisasi, hubungan antara fungsi-fungsi, serta wewenang tanggung jawab tiap anggota organisasi.[65]

Berikut ini susunan organisasi pemerintahan Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara;

[64]Data kependudukan Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Tahun 2020.
[65]Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung Alfabeta CV. Maret 2015), hlm. 117.

Gambar 4.7
Struktur Organisasi Desa SalambueKecamatan PadangsidimpuanTenggara



Struktur Organisasi Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara yang dipimpin oleh Kepala Desa yang bernama Abdurrahman Btr, S.pd, kemudian sekretaris yang diduduki oleh Sahrijal, kemudian bendahara yang diduduki oleh Damrah Lubis. Setelah itu terdapat kepala lingkungan I yang dipimpin oleh Ali Napiah, kemudian kepala lingkungan II yang dipimpin oleh Ramadhan Sikumbang, kemudian kepala lingkungan III yang dipimpin oleh Saidi Btr.

B. Langkah-Langkah yang Dilakukan Pelaku Usaha Menengah Dalam Meningkatkan Pendapatannya.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan pelaku usaha menengah dalam meningkatkan pendapatannya adalah sebagai berikut:

1. Memperbanyak modal
2. Menjamin Kualitas Produk
3. Membuat banyak stok barang
4. Memperbanyak karyawan
5. Keahlian yang dimiliki oleh pemilik usaha
6. Memiliki cita rasa yang khas
7. Membuat desain yang menarik
8. Menjual secara online dan offline

Dari paparan tersebut diatas jelas diketahui bahwa adapun langkah-langkah yang dilakukan pelaku usaha kecil menengah dalam meningkatkan pendapatannya dengan memperbanyak modal, menjamin kualitas produk, membuat stok barang, memperbanyak karyawan, keahlian yang dimiliki oleh pelaku usaha, Memiliki cita rasa yang khas,membuat desain yang menarik, dan menjual secara online dan offline.

Dengan demikian usaha kecil menengah ini harus mempunyai modal karena tanpa modal tidak bisa melakukan usaha begitu juga dengan sesudah adanya modal pasti menyediakan barang atau stok yang banyak, tentunya denga adanya stok barang yang banyak karyawan pun harus banyak dan penjualan seara online dan offline pasti bagus.

C. Peran Usaha Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Salambue.

Kesejahteraan merupakan titik ukur bagi suatu masyarakat telah berada pada kondisi sejahtera. Kesejahteraan dapat diartikan persamaan hidup yang setingkat lebih dari kehidupan. Seseorang akan merasa hidupnya

sejahtera apabila ia merasa senang, tidak kurang suatu apapun dalam batas yang mungkin dicapainya, ia terlepas dari kemiskinan serta bahaya yang mengancam[66].

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kesejahteraan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat sehingga terpenuhi kehidupan dasar dan menjadikan kehidupan yang lebih baik dari sebelumnya. Apabila usaha mereka lebih baik maka kondisi keuangan mereka akan meningkat dengan bagus.

Keberadaan usaha kecil menengah di desa Salambue bisa membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar terutama dalam hal peningkatan pendapatan baik itu harian atau bulanan, dengan adanya usaha kecil menengah ini dapat mengurangi tingkat pengangguran terutama bagi masyarakat yang tidak mempunyai pendidikaanbegitu juga dengan ibu rumah tangga dapat mengisi waktunya sesudah siap bekerja mengurus rumahnya, ada juga petani yang menunggu waktu panen tiba.

Dari hasil wawancara dan observasi, dalam kategori sejahtera belum memberikan pengaruh, namun pada kenyataannya terdapat indikator dalam kategori tersebut pengaruh atau dampak positif dari sebelum responden bekerja maupun setelah bekerja di kegiatan usaha kecil menengah secara keseluruhan. Adapun peran usaha kecil menengah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa Salambue dapat dijelaskan sebagai berikut:

[66]Medriansyah, (*Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam,Jurnal Ekonomi* 2017), hlm.32.

1. Meningkatkan Kesejahteran Masyarakat

Kesejahteraan merupakan suatu hal yang bersipat subjektif, sehingga setiap keluarga atau individu didalamnya memiliki pedoman, tujuan dan cara hidup yang berbeda akan memberikan nilai yang berbeda tentang faktor-faktor yang menenentukan tingkat kesejahteran adalah sebagai berikut :

a. Meningkatkan Pendapatan

penghasilan yang didapat responden dari pelaku industri bervariasi disetiap industri mulai dari gaji Rp. 25.000-35.000

b. Membuka Lapangan Kerja

Masyarakat di desa Salambue pada umumnya bermata pencaharian sebagai petani yang hanya mendapatkan pendapatan dari hasil panen yang terkadang tidak mencukupi untuk kebutuhan sehari-hari, dengan adanya kegiatan usaha seperti ini mereka mendapatkan hasil tambahan yang dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari yang mana jika mengharapkan penghasilan dari hasil panen yang tidak dapat ditaksiratau diperkirakan hasilnya. Namun dengan adanya usaha kecil menengah ini bisa membantu keuangan yang jelas sembari mengisi waktu yang luang diantara menunggu hasil tani.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dalam mengamati usaha kecil menengah dalam bidang kerupuk permasalahan yang ada pada usaha pengolahan kerupuk di desa Salambue Kecamatan Padangsdimpuan Tenggara maka dapat disimpulkan bahwa strategi peningkatan yang diterapkan oleh para pengusaha kerupuk Salambue adalah melakukan penjualan kerupuk langsung kepada konsumen serta melakukan penjualan kerupuk melalui agen (distributor).

Hasil penelitian ini menunjukkan dengan adanya usaha kecil menengah tersebut memiliki peran yang sangat penting bagi kesejahteraan masyarakat dengan membuka lapangan kerja dan menambah pendapatan masyarakat sekitar sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti pangan, maupun kebutuhan lainnya seperti tempat tinggal, dan kebutuhan akan pendidikan anak-anak mereka.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya supaya memperbanyak responden serta mendalami fokus pada teknologi guna untuk mendpatkan hasil penelitian yaitu penawaran teknologi tepat guna yang cocok untuk pihak-pihak pengelola UMKM khususnya pada UMKM kerupuk.

2. Pihak pengusaha kerupuk harus memperbaiki kualitas para pekerja agar lebih inovatif dalam menciptakan inovasi produk serta mulai memanfaatkan teknlogi agar produk kerupuk tidak kalah saing dipasaran.
3. Pemerintah seharusnya lebih berperan dalam membantu pengusaha-pengusaha kecil di lingkungan Desa khususnya pengusaha kerupuk di Desa Salambue baik dalam proses produksinya maupun pengadaan sarana dan prasarana produksi kerupuk agar usahanya dapat meningkat dan pendapatan dapat bertambah, serta mengembangkan usaha yang lebih besar lagi sehingga masyarakat setempat memiliki pekerjaan sampingan dan dapat mensejahterakan masyarakat khususnya di Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara.

DAFTAR PUSTAKA

A. Karim, Adiwarman, Ekonomi Mikro Islam, Depok: Rajawali Pers, 2012.

Agama, Departemen, Al-qur'an dan Terjemahan, Bandung: Diponegoro, 2005.

Alma, Buchari, Kewirausahaan, Bandung: Alfabeta, 2011.

Amirullah, Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015

Ammar, Mochamad Faruq dkk, "Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya Dalam jurnal Manajemen Teori Dan Terapan" 7 No.3. 2014.

Ananda, Riski, "Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik di Kelurahan Kubu Gadang)," JPM FISIP 3 No.2 (2016), https://media.neliti.com.

Ananda, Riski, "Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik di Kelurahan Kubu Gadang)," JPM FISIP 3 No.2 (2016), https://media.neliti.com.

Anggara, Feni, "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha 'Emping Jagung' Di Kelurahan Pandawangi Kecamatan Bimbing, Kota Malang)," Jurnal Administrasi Publik (Jap) 1 No.6 (T.T.), Https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/75851-Id-Pengembangan-Usaha mikro-Kecil-Dan-Menen.Pdf.

Aryani, Siska Shofi, "Peran Industri Kecil Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Konveksi Jilbab di Desa Pendosawalan Kecamatan. Kalinyamatan Kab. Jepara)," Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019.

Asnawi, Nur dan Masyhuri, Metodelogi Riset Manajemen Pemasaran, Malang: Maliki Pers, 2011.

Asra, Abuzar dkk, Metode Penelitian Survei, Bogor: In Media, 2016.

Bustami, Bastian dkk, Mari Membangun Usaha Mandiri Pedoman Praktis Bagi UKM (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007).

Chusnul, Muh Saifudin, "Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam," Stai Diponegoro Tulungagung 07 No.2 (2019), http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/atTujjar/article//download/3901/2894.

Data Kependudukan Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Tahun 2020.

Deitiana, Tita, Manajemen Operasional Strategi dan Analisa Service dan Manufaktur, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.

Dkk, Nurmasyitah, "Implementasi Manajemen Stratejik Dalam Meningkatkan Kinerja Guru Pada Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Lhokseumawe Dalam Jurnal Administrasi PendidkerupukPascasarjana Universitas Syiah Kuala," Issn 2302-0156.

Dkk, Syahdan, "Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) pada Usaha Kerupuk Terigu Terhadap Pendapatan Keluarga di Kecamtan Sakra Kabupaten Lombok Timur," Jurnal Manajemen dan Ilmu Pendidkan No.1 (2019), https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/manazhim.

Edwi, Mustafa Nasution dkk, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, Jakarta: Kencana, 2007.

Erma, Ayi Azizah, "Konsep Al-qur'an Tentang Kesejahteraan Sosial (Studi Tafsir Tematik)," Fakultas Ushuluddin, Dakwah dan Adab IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2016.

Fahmi, Irham, Studi Kelayakan Bisnis Dan Kepustakaan Investasi, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014.

Hadi, Prasetyo Atmoko, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta Dalam Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality And Recreation" 1 No. 2. 2018.

Handoko Hani, Manajemen, Yogyakarta: BPFE, 2009.

Hasil Wawancara Dengan Bapak Rahmat Hidayat Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM), pada tanggal 14 Maret 2022 pukul 14.30.WIB.

Hasil Wawancara Dengan Pelaku Usaha Kecil Menengah Kebawah (UKM), pada tanggal 2 Januari 2021 pukul 14.30 WIB.

Hasil Wawancara Dengan Sekretaris Desa Salambue, pada tanggal 2 Januari 2021 pukul 09:30.WIB

Hendika, Dimas Wibowo dkk, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo)," Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 29 No. 1.

http://eprints.walisongo.ac.id/6443/3/BAB%2011.pdf, diakses pada tanggal 9 Januari 2021 Pukul 15.54. WIB.

http://repository.radenintan.ac.id/2396/3/BAB_1-5_Selesai.pdf.

https://bisnisblognih.blogspot.com/2015/05/pengertianmanfaatkekurangan-bisnisUKM.html?m=1. diakses pada Tanggal 11 juli 2021.

https://manfaat.co.id/manfaat-usaha-kecil. di akses pada Tanggal 12 juli 2021 pukul 22.59

https://sumut.antaranews.com/berita/271067/tahun2021umkkotapadangsidimpuan-rp2-juta-lebih, diakses pada tanggal 2 Januari 2021 pukul 17:30. WIB.

Isa, Muhammad, "Riset Pemasaran Dalam Mendukung Keberlanjutan Bisnis Bank Syariah Dalam Jurnal At-Tijaroh" 2 No. 2. 2016.

Jakfar, Kasmir Dan, Studi Kelayakan Bisnis, Jakarta: Prenadamedia Groub, 2016.

Kholil, Syukur, Metodologi Penelitian Komunikasi, Bandung: Citra Pustaka Media, 2006.

Manap, Abdul, Revolusi Manajemen Pemasaran, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.

Medriansyah, (Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam, Jurnal Ekonomi 2017.

Muhammad, Ade Alimul Basar, “Peranan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Cibeureum Kabupaten Kuningan,” Skripsi Fakultas IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2015.

Nilasari, Senja, Manajemen Strategi Itu Gampang, Jakarta: Dunia Cerdas, 2014.

Ninik, Kadeni Srijani, “Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.,” STKIP PGRI Blitar, UniversitasPGRIMadiun8No.2(t.t.),https://www.researchgate.net/publication/346114032_Peran_UMKM_Usaha_Mikro_Kecil_Menengah_Dalam_Meningkatkan_Kesejahteraan_Masyarakat.

Novita, Ella Vioriska, “Peran Home Industry Terhadap Ekonomi Keluarga Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Home Industry Kerajinan Tapis dan Bordir ‘Audy’ di Desa Sumberrejo, Kec. Batanghari, Kab. Lampung Timur),” Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Purhantara, Vahyu, Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Rivai, Abdul dan Darsono Prawironogoro, Manajemen Strategi (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.

S Willis, Sofyan, Konseling Individual Teori dan Praktek, Bandung: Alfabeta, 2007

Sari, Delima Lubis, “Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam Pemberdayaan UMKM Melalui Lembaga Keuangan Syariah Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Kota Padangsidimpuan,” Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PAdangsidimpuan 2 No.2 (2016).

Selang, Christian, “Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado,” Jurnal Emba 1 No. 3. 2013.

Sodiq, Amirus, “Konsep Kesejahteraan Dalam Islam,” STAIN Kudus 3 No.2(2015),https://ejournal.unai.ac.id/JESTT/article/download/3357/2400.hlm.388-389.

Sudarmanto, Kinerja Dan Pengembangan Kompetensi SDM, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.

Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta, 2016.

Sukmasari, Dahliana, "Konsep Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Al-Qur'an," Fakultas Ushuludin dan Studi Agama, UIN Sulthan Thaha Saifuddin,Jambi,Indonesia3No.1(2020),http://attibyan.fusa.uinjambi.ac.id/index.php/ATB/article/download/15/14/.

Susana, Siti, Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kecamatan Merbau), Skripsi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Tahun 2012.

Sutanta, Edhy, Sistem Informasi Manajemen, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003.

Umar, Husein, Studi Kelayakan Bisnis, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.

Wijaya, Tondy, Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis: Teori dan Praktek, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama	: Aminul Sukri Nasution
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Tempat, Tgl Lahir	: Salambue, 12 Pebruari 1998
Kewarganegaraan	: Indonesia
Agama	: Islam
Anak Ke	: 6 dari 6 bersaudara
Alamat Lengkap	: Jln. H. T. Rizal Nurdin. Desa Salambue
Telepon/Hp	: 081262063002

Orang Tua

Nama Orang Tua

Ayah	: Pahruddin Nasution
Ibu	: Rosida Harahap
Pekerjaan Orang Tua	:
Ayah	: Supir
Ibu	: Ibu Rumah Tangga

Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2004-2010	: SD Negeri 200501 Padangsidimpuan
Tahun 2010-2013	: MTS Swasta Al-hasanah Padangsidimpuan
Tahun 2013-2016	: SMK Swasta Panca Dharma Padangsidimpuan
Tahun 2016	: Program Sarjana (S1) Ekonomi Syariah IAIN Padangsidimpuan

Identitas Responden

NO	Nama	Jenis Kelamin	Umur
1	Rismawati	P	45
2	Masjidah Harahap	P	59
3	Rahmad Hidayat Nasution	L	31
4	Suryani Lubis	P	42
5	Zakiyah Hannum	P	48
6	Efrida yanti Lubis	P	33
7	Sepriadi Nasution	L	37
8	Hotnida	P	39
9	Arna Nasution	P	42
10	Nur Golom	P	65
11	Upung	L	43
12	Iskandar Muda Nasution	L	33
13	Enni Hasanah	P	41

DAFTAR WAWANCARA :

1. Sejak tahun berapa bapak/ibu memulai usaha kripik ini?
2. Apakah alasan bapak/ibu memilih untuk menjalankan usaha kripik ini?
3. Berapakah modal awal dalam membuka usaha ini dan berasal dari manakah modal awal tersebut?
4. Berapakah jumlah pekerja yang dimiliki oleh bapak/ibu?
5. Apakah bapak/ibu memiliki pembukuan keuangan?
6. Apa yang membuat usaha bapak/ibu bertahan sampai sekarang?
7. Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan pinjaman dari bank?

TINGKAT KESEJAHTERAAN

1. Sudah berapa lamakah ibu/bapak bekerja pada umkm kripik ini?
2. Berapakah usia bapak/ibu?
3. Bekerja sebagai apakah ibu/bapak dalam umkm kripik ini?
4. Berapakah upah yang ibu/bapak terima perhari dalam bekerja pada umkm ini?
5. Apakah selama menjadi pekerja dalam umkm kripik ini dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan pokok bapak/ibu?
6. Apakah selama menjadi pekerja pada umkm kripik ini ekonomi bapak/ibu meningkat?