

**ANALISIS PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM
MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN KERIPIK PISANG
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada UMKM Keripik Pisang Jl. Pagar Alam Gang PU Kelurahan
Segala Mider, Kota Bandar Lampung)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Mendapatkan Geelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

Sandi Kurniawan

1351010194

Jurusan : Ekonomi Syariah

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

2018 M/ 1439 H

ABSTRAK

UMKM merupakan salah satu unsur yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena sejarah mengatakan pada saat terjadi krisis dunia hanya UMKM yang tetap berdiri dengan kokoh dan tidak mengalami guncangan sedikitpun bahkan setelah terjadinya krisis UMKM tetap mengalami peningkatan. UMKM dapat dikatakan sebagai usaha yang produktif untuk dikembangkan guna mendukung perkembangan ekonomi Indonesia karena UMKM merupakan solusi dari penanggulangan kemiskinan. Akan tetapi selama ini permasalahan yang sering timbul di dalam UMKM adalah rendahnya sumber daya modal dan juga rendahnya kualitas sumber daya manusia. Pengembangan SDM merupakan salah satu kunci sukses dan terpenting bagi perkembangan dan daya tahan perusahaan. Dalam kurun waktu terakhir perkembangan UMKM keripik pisang di Kota Bandar Lampung mengalami kenaikan. Akan tetapi menurut penelitian yang pernah dilakukan di Provinsi Lampung terdapat beberapa kendala dalam pengembangan UMKM Provinsi Lampung salah satunya adalah rendahnya kualitas pengembangan SDM. Hal ini juga terjadi pada UMKM keripik pisang yang ada di Kota Bandar Lampung terlebih lagi ada beberapa pengusaha keripik pisang yang mengalami penurunan usaha dan berdampak pada omset penjualan.

Rumusan Masalah adalah (1) Bagaimana pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh UMKM keripik pisang dalam meningkatkan omset penjualannya, (2) Bagaimana pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh UMKM keripik pisang menurut perspektif Ekonomi Islam. Tujuan Penelitian adalah (1) Untuk mengetahui pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh UMKM keripik pisang dalam meningkatkan omset penjualannya. (2) Untuk mengetahui pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh UMKM keripik pisang menurut perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini dikategorikan penelitian lapangan (*fieldresearch*) yaitu penelitian yang dilakukan di kancah atau medan yang sebenarnya, berdasarkan data-data yang diperoleh oleh Peneliti baik data primer maupun data sekunder. Untuk memperoleh data dan informasi yang tepat, metode pengumpulan data yang dilakukan meliputi wawancara, Observasi, dan Dokumentasi dengan mengambil keseluruhan populasi serta Sampel UMKM yang berjumlah 32 outlet.

Berdasarkan Pengembangan SDM yang dilakukan oleh seluruh UMKM keripik pisang dalam meningkatkan omset penjualan dan berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam dinilai kurang baik. Hal ini karena dari 32 UMKM secara keseluruhan hampir tidak ada yang memperhatikan pengembangan sumber daya manusia mulai dari pengembangan pengetahuan karyawan, keterampilan karyawan, keahlian karyawan, dan wawasan karyawan kurang diperhatikan. Hanya 2 UMKM yang memperhatikan pengetahuan dan keterampilan karyawan karena mereka melakukan pelatihan khusus terutama dalam bidang marketing yaitu *e-commerce*, meningkatkan pelayanan dan mengutamakan branding.

Kata kunci : *pengembangan sumber daya manusia, omset penjualan, ekonomi islam*



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin Sukarame I Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN KERIPIK PISANG PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada UMKM Keripik Pisang Jln. Pagar Alam Gg. PU Kelurahan Segala Mider, Kota Bandar Lampung)**

Nama Mahasiswa : **Sandi Kurniawan**

NPM : **1351010194**

Jurusan : **Ekonomi Syari'ah**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Bandar Lampung, 30 Juli 2018

Pembimbing I

Ahmad Habibi, S.E., M.E
NIP. 197905142003121003

Pembimbing II

A. Zuliansyah, S.Si., M.M
NIP. 198302222009121003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah

Madnasir, S.E., M.S.I
NIP. 197504242002121001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

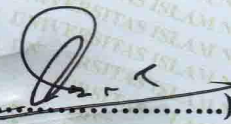
Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin Sukarame I Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul ANALISIS PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN KERIPIK PISANG PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada UMKM Keripik Pisang Jln. Pagar Alam Gg. PU Kelurahan Segala Mider, Kota Bandar Lampung), disusun oleh: Sandi Kurniawan, NPM: 1351010194, program studi: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/tanggal: 6 Agustus 2018

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : H. Supaijo, S.H., M.H

(.....)

Sekretaris Sidang : Yusuf Bachtiar, M.E.I

(.....)

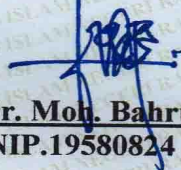
Penguji I : Budimansyah, M.Kom.I

(.....)

Penguji II : Ahmad Habibi, S.E., M.E

(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag.
NIP.19580824 198903 1 003

MOTTO

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ۝ ۱۰۵

Artinya: Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. (Q.S. At-Taubah:105)¹



¹ Departemen Agama, *Alqur'an Terjemah*, (Semarang : Thoha Putra, 1989), h.723.

PERSEMBAHAN

Teriring do'a dan rasa syukur kehadiran Allah SWT, penulis mempersembahkan Skripsi ini sebagai tanda bukti cinta dan kasih sayang yang tulus kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Paksi Marga dan ibu Agustinadengan pengorbanan dan doa restunya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sampai perguruan tinggi.
2. Kakak-kakak dan adik tercinta, kakak Perempuan Selviana, kakak perempuan Febriyanti S.P., kakak perempuan Farina S.Pd. dan Adik perempuan Fajar Manda Sari yang selalu memberi dukungan kepada penulis.
3. Keluarga besarku yang selalu memberikan motivasi serta sabar dalam menanti keberhasilanku.
4. Teman-temanku di Ekonomi Syariah kelas E, Aula Nurul Ma'rifah S.E., M. Agus Hermawan S.E., Sofyan eka sandi S.E., Najib setiawan .S.E., Rizky kurniawan redho S.E., Dwi crismanto S.E., Dewi Tradena S.E., Tubagus Agil S.E., Khuzain Rahman S.E., Rini Astika Sugiono S.E., Anggun Tri Wahyuni S.E., Eka Susiatun S.E., Zahrotussaniyah S.E., Riska Delanza Zailudin, S.E. dan yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberi masukan dan dukungannya.
5. Dosen Pembimbing Bapak Ahmad Habibi, S.E., M.E.selaku Dosen Pembimbing I dan bapak A. Zuliansyah, S.Si., M.M selaku Dosen Pembimbing II.

6. Almamater UIN Raden Intan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bandar Lampung yang kucintai.



RIWAYAT HIDUP

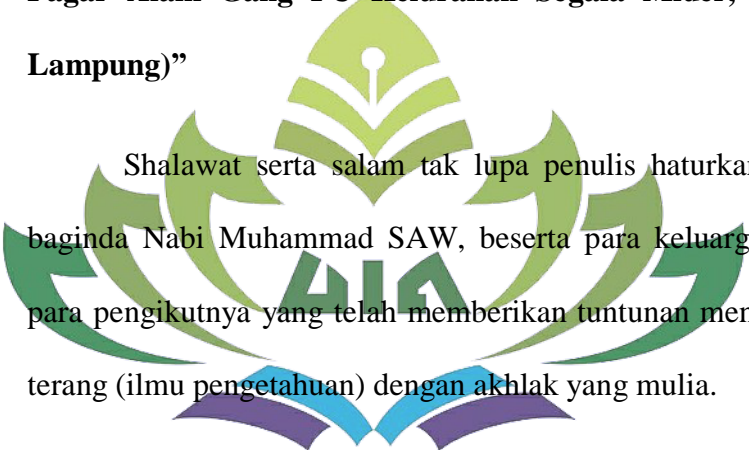
Sandi Kurniawan, Lahir di Bandar Lampung, pada tanggal 10 April 1995, anak keempat dari lima bersaudara, pasangan Bapak Paksi Marga dan Ibu Agustina.

Penulis mempunyai riwayat pendidikan pada :

1. Taman Kanak-kanak Arrusydah 1 kel. Sidodadi kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung tahun 2000;
2. Sekolah MIN 1 Tanjung Karang, Jl.Teuku Umar / Gajah No.2 kel. Sidodadi Kec. Kedaton Kota Bandar Lampung , tahun 2001 dan selesai 2007;
3. Sekolah MTS 1Tanjung Karang, Jl. KH Ahmad Dahlan, Pahoman , Kota Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2010;
4. SMK Negeri 4 Bandar Lampung, Jl. Hos Cokroaminoto No.102, Enggal, Kota Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2013;
5. Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syari'ah pada Tahun 2013 dan selesai pada tahun 2018.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur yang tak terhingga kepada Yang Maha Agung, Penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan segala karunia dan nikmat-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Analisis Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Omset Penjualan Keripik Pisang Perspektif Ekonomi Islam (studi pada UMKM Keripik Pisang Jl. Pagar Alam Gang PU Kelurahan Segala Mider, Kota Bandar Lampung)”**



Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada sang baginda Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang telah memberikan tuntunan menuju jalan yang terang (ilmu pengetahuan) dengan akhlak yang mulia.

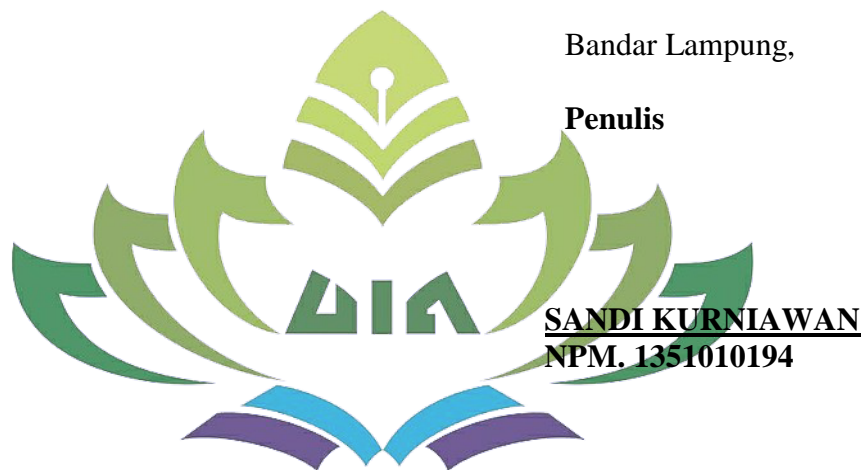
Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata (S1) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) dalam Ilmu Syariah. Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, taklupa penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Moh. Bahrudin, M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

2. Bapak Madnasir SE.,M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak A. Zuliansyah, S.Si., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan perhatian, bimbingan, arahan dan masukan yang berarti selama proses penulisan skripsi ini.
4. Bapak Ibu dosen, para staff dan karyawan UIN Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan motivasi serta memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Pimpinan dan Karyawan Perpustakaan, baik perpustakaan Pusat maupun perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu memberikan informasi tentang referensi dan lain-lain selama penulis kuliah dan dalam penyusunan skripsi.
6. Para Pengusaha UMKM Keripik Pisang sebagai tempat penelitian yang telah membantu memberikan data dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa yang telah ikut membantu proses penyelesaian skripsi ini. Semoga amal baik mereka akan memperoleh pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya akan adanya kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran penulis harapkan.

Akhirnya, dengan mengharap Ridho Allah SWT diharapkan betapapun kecilnya karya tulis (skripsi) ini, semoga dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan umumnya berguna bagi bangsa dan agama. Amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih teramat sangat jauh dari kata sempurna, akan tetapi berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat serta keilmuan yang terkait dengan Ekonomi Islam.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	3
C. Latar Belakang Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	10
F. Metode Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Manajemen Sumber Daya Manusia	18
1. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia	18
2. Peran Manajemen Sumber Daya Manusia	21
3. Tujuan-Tujuan Dari Manajemen Sumber Daya Manusia.....	23
4. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia.....	25
B. Manajemen Sumber Daya Insani Ekonomi Islam.....	28
1. Pengertian Manajemen Sumber Daya Insani Dalam Ekonomi Islam.....	28
2. Tujuan Sumber Daya Insani	30
C. Pengembangan Sumber Daya Manusia.....	37
1. Pengertian Pengembangan Sumber Daya Manusia.....	37
2. Konsep Pengembangan Sumber Daya Manusia	39
3. Metode Pengembangan Sumber Daa Manusia	43
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Sumber Daya Manusia.....	46
5. Pengembangan Sumber Daya Insani.....	51
6. Manfaat Pendidikan Dan Pelatihan Sumber Daya Insani	54
D. Omset Penjualan.....	55
1. Pengertian Omset Penjualan	55

2. Indikator Omset Penjualan.....	56
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan (Omset Penjualan).....	59
4. Faktor-Faktor Penurunan Omset Penjualan	60
E. Oprasional Variabel	64
BAB III LAPORAN HASIL PENLITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	66
1. Sejarah Kota Bandar Lampung	66
2. Letak Strategis Kota Bandar Lampung Dalam Perekonomian ...	67
3. Visi Kota Bandar Lampung	70
4. Misi Kota Bandar Lampung Dalam Perekonomian Daerah	72
5. Produk Unggulan Kota Bandar Lampung.....	74
6. Sebaran Jumlah Industri Kecil Menengah Di Kota Bandar Lampung	76
B. Profil UMKM Jalan Pagar Alam Kota Bandar Lampung.....	77
C. Hasil Wawancara	83
BAB IV ANALISIS DATA	
A. Pengembangan Sumber Daya Manusia Yang Dilakukan UMKM Keripik Pisang Dalam Meningkatkan Omset Penjualan	88
B. Pengembangan Sumber Daya Manusia yang Dilakukan UMKM Keripik Pisang Menurut Perspektif Ekonomi Islam	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	107
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna mendapatkan gambaran jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka perlu adanya uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dengan tujuan skripsi ini. Dengan penegasan tersebut, diharapkan tidak akan terjadi kesalah pahaman terhadap pemakaian judul dari beberapa istilah yang digunakan, disamping itu langkah ini merupakan proses permasalahan yang akan dibahas.

Adapun skripsi ini berjudul : **“Analisis Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Omset Penjualan Keripik Pisang Perspektif Ekonomi Islam (studi pada UMKM Keripik Pisang Jl. Pagar Alam Gang PU Kelurahan Segala Mider, Kota Bandar Lampung)”**

Untuk itu perlu di uraikan pengertian dari istilah-istilah judul tersebut sebagai berikut:

1. Analisis

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya).¹

¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Cet IV)* (Jakarta: Gramedia Pusaka Utama, 2011), h.58.

2. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

Pengembangan artinya proses, cara, perbuatan mengembangkan.² Sedangkan pengembangan sumber daya manusia menurut Yun Iswanto adalah suatu usaha untuk meningkatkan kinerja dengan menanamkan pengetahuan, merubah sikap dan meningkatkan keahlian.³

3. Omset Penjualan

Omset adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama masa jual.⁴ Penjualan menurut Sutanto dalam Fitria Ningsih (2004:38) penjualan adalah suatu usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang telah dihasilkan kepada mereka yang memerlukan dengan uang menurut harga yang ditentukan atas keputusan bersama. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan omset penjualan adalah banyaknya barang yang diterima pembeli dengan jumlah uang yang diserahkan kepada penjual sesuai dengan kesepakatan bersama.

4. Keripik Pisang

Keripik pisang merupakan salah satu panganan hasil olahan pisang. Produk ini berbentuk irisan tipis dari buah pisang yang digoreng dengan minyak sehingga menjadi produk dengan kadar air yang rendah. Produk ini dibuat dari semua jenis pisang khususnya pisang yang mempunyai nilai

²Departemen Pendidikan Nasional, *Op. Cit.* h.538.

³ Yun Iswanto, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2010), h.525.

⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Op.Cit.*h. 578.

ekonomi yang rendah. Keripik pisang merupakan salah satu panganan hasil olahan pisang. Produk ini berbentuk irisan tipis dari buah pisang yang digoreng dengan minyak sehingga menjadi produk dengan kadar air yang rendah. Produk ini dibuat dari semua jenis pisang khususnya pisang yang mempunyai nilai ekonomi yang rendah dan dimanfaatkan sebagai buah pencuci mulut seperti buah pisang raja nangka dan pisang kepok.

5. Perspektif Ekonomi Islam

Perspektif Ekonomi Islam adalah suatu sudut pandang atau asumsi menurut kacamata Islam atau prinsip Islam dimana Islam merupakan suatu sistem hidup, suatu pedoman hidup (*way of life*) yang mencakup seluruh sisi kehidupan manusia.⁵

Dari penjelasan diatas, maka yang dimaksud dari skripsi ini adalah menganalisis bentuk pengembangan sumber daya manusia yang di lakukan UMKM keripik pisang dalam meningkatkan omset penjualannya dan melihat apakah dalam menjalankan usahanya sudah menggunakan prinsip Islam, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian lapangan.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan memilih judul “Analisis Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Omset Penjualan Keripik Pisang Perspektif Ekonomi Islam (studi pada UMKM Keripik Pisang Jl. Pagar Alam Gang PU Kelurahan Segala Mider, Kota Bandar Lampung) “ yaitu sebagai berikut :

⁵ Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam: Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 2.

1. Alasan Objektif

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Keripik Pisang Jl. Pagar Alam Gang PU Kelurahan Segala Mider Kota Bandar Lampung merupakan Sentra Keripik Pisang yang didalamnya sudah berdiri 32 UMKM keripik pisang. Dalam mempertahankan persaingan di sentra keripik pisang masing-masing pemilik usaha keripik mempertahankan kualitas sumber daya manusianya karena pengembangan sumber daya manusia adalah dimensi kompetitif yang penting bagi perusahaan. Perusahaan yang menjadikannya sebagai alat strategi akan mempunyai keunggulan bersaing terhadap kompetitornya dalam menguasai pasar, karena tidak semua perusahaan mampu mencapai superioritas kualitas. Dalam mencapai produk yang berkualitas, perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan kualitas pekerjaannya dengan mengadakan pelatihan.

2. Alasan Subjektif

Berdasarkan aspek yang penulis bahas, skripsi ini sesuai berdasarkan jurusan yang penulis tempuh yaitu Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang merupakan suatu kajian keilmuan yang berkaitan dengan Pembangunan dan Pertumbuhan Ekonomi dengan melihat keadaan lapangan secara langsung yang disesuaikan dengan teori-teori yang ada. Selain itu, penulis optimis penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan waktu yang direncanakan mengingat tersedianya sumber dari literatur yang

dibutuhkan baik tersedia di perpustakaan maupun sumber lainnya seperti jurnal, artikel, dan data yang diperlukan.

C. Latar belakang Masalah

UMKM merupakan salah satu unsur yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena sejarah mengatakan pada saat terjadi krisis dunia hanya UMKM yang tetap berdiri dengan kokoh dan tidak mengalami guncangan sedikitpun bahkan setelah terjadinya krisis UMKM tetap mengalami peningkatan. UMKM dapat dikatakan sebagai usaha yang produktif untuk dikembangkan guna mendukung perkembangan ekonomi Indonesia karena UMKM merupakan solusi dari penanggulangan kemiskinan. UMKM mampu menyerap tenaga kerja lebih banyak yang pada akhirnya akan berimbas pada kesejahteraan para pekerja dan mengurangi pengangguran.

Menurut data dari BPS Indonesia UMKM telah banyak memberikan kontribusi terhadap PDB Nasional. Perkembangan UMKM dapat dilihat pada tahun 2009 jumlah UMKM mencapai 52.764.750 unit dan untuk tahun 2010 UMKM mengalami kenaikan menjadi 54.114.821 unit pada tahun 2011 UMKM mencapai 55.206.444 unit mengalami kenaikan lagi dibanding tahun sebelumnya. Sampai pada tahun 2013 UMKM mencapai 57.895.721 unit. Itu artinya UMKM dari tahun 2009-2013 selalu mengalami kenaikan.⁶

Selain itu kontribusi sektor UMKM terhadap produk domestik regional bruto meningkat dari 57,84 % menjadi 60,34 % dan dalam 5 tahun terakhir

⁶Depkop.go.id

serapan tenaga kerja pada sektor ini juga meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% pada periode yang sama.⁷ Akan tetapi selama ini permasalahan yang sering timbul di dalam UMKM adalah rendahnya sumber daya modal dan juga rendahnya kualitas sumber daya manusia dalam pengembangan UMKM. Untuk masalah sumber daya modal pemerintah telah memberikan solusi yaitu dengan adanya bantuan yang dilakukan oleh lembaga keuangan berupa penyaluran kredit UMKMd dan juga bantuan KUR (Kredit Usaha Rakyat). Sedangkan untuk kualitas SDM diperlukan adanya hal penting yang dilakukan yaitu melakukan pengembangan SDM.

Pengembangan SDM merupakan salah satu kunci sukses dan terpenting bagi perkembangan dan daya tahan perusahaan. SDM atau karyawan disuatu lembaga sangat penting peranannya dalam mencapai keberhasilan suatu perusahaan.⁸ Analog dengan uraian secara mikro maka fasilitas yang canggih dan lengkap belum merupakan jaminan akan keberhasilan suatu usaha, tanpa diimbangi kualitas dari karyawan yang akan memanfaatkan fasilitas tersebut. Hal ini dapat kita lihat misalnya perusahaan-perusahaan asing yang hanya memperkerjakan beberapa orang saja, hasilnya lebih baik dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan nasional yang karyawannya lebih banyak dengan fasilitas yang lengkap. Dengan adanya pengembangan SDM maka karyawan akan didorong belajar berkembang untuk meningkatkan mutu SDM melalui Pendidikan, Latihan dan Pembinaan. Pengembangan Karyawan dirasa semakin penting manfaatnya karena tuntutan

⁷ Kementerian Perindustrian Republik Indonesia

⁸ Soekidjo Notoatmodjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 7.

pekerjaan atau jabatan, sebagai akibat kemajuan teknologi dan semakin ketatnya persaingan diantara perusahaan sejenis. Setiap personil perusahaan dituntut kerja efektif dan efisien agar kualitas dan kuantitas pekerjaannya menjadi lebih baik sehingga daya saing perusahaan semakin besar.

Dipihak lain, suatu perusahaan di tengah-tengah masyarakat sudah tentu mempunyai visi, misi, dan tujuannya masing-masing. Untuk mencapai visi, misi, dan tujuan ini maka direncanakan kegiatan atau program-program, dan selanjutnya untuk pelaksanaan, monitoring dan evaluasi kegiatan-kegiatan tersebut diperlukan tenaga yang profesional atau berkualitas baik, hal ini sesuai dengan Alqur'an surat Az-Zumar ayat 17-18 :

وَالَّذِينَ اجْتَنَبُوا الطُّغُوتَ أَنْ يَعْبُدُوهَا وَأَنَابُوا إِلَى اللَّهِ لَهُمُ الْبُشْرَىٰ
فَبَشِّرْ عِبَادِ ۖ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَٰئِكَ
الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ ۖ وَأُولَٰئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ ۗ

Artinya: dan orang-orang yang menjauhi Thaghut (yaitu) tidak menyembah-nya dan kembali kepada Allah, bagi mereka berita gembira sebab itu sampaikanlah berita itu kepada hamba-hamba-Ku yang mendengarkan Perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. mereka Itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka Itulah orang-orang yang mempunyai akal.(Q.S.Az-Zumar ayat 17-18).⁹

Seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi mengharuskan setiap pelaku usaha untuk melakukan perkembangan bisnis dengan berbagai macam persaingan disegala bidang, begitu juga dengan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Perkembangan ini ditandai dengan meningkatnya jumlah unit usaha yang bergerak diberbagai sektor.

⁹ Departemen Agama, *Alqur'an Terjemah*,(Semarang :Thohha Putra, 1989), h.578

Produk yang berkualitas yang dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Karena setiap konsumen pada umumnya akan memaksimalkan *utilitas* dalam mengkonsumsi produk, jelas bahwa produk-produk berkualitas tinggi pada tingkat harga yang kompetitif akan dipilih konsumen. Hal ini meningkatkan penjualan dari produk-produk itu yang berarti pula meningkatkan pangsa pasar (*market share*) sehingga akan meningkatkan pendapatan.¹⁰

Dengan meningkatnya omset penjualan itu berarti usaha yang dijalankan mengalami peningkatan dan akan mendorong tujuan perusahaan untuk memperoleh laba akan tercapai. Berbagai cara dilakukan oleh setiap perusahaan untuk meningkatkan omset Penjualannya diantaranya dengan melakukan inovasi produk, promosi, dengan rencana yang matang secara berkala, lebih fokus pada target potensial, melibatkan dunia internet, membuat paket penjualan, serta memberikan berbagai pelayanan terbaik untuk konsumen.

Provinsi Lampung tepatnya di Kota Bandar Lampung memiliki berbagai jenis bisnis yang termasuk dalam kategori Industri Pengolahan. Industri Pengolahan buah pisang menjadi keripik pisang adalah salah satu produksi rumahan yang di jadikan usaha, karena pisang kepok maupun pisang raja mudah di dapatkan di Provinsi Lampung.

Kota Bandar Lampung memiliki Sentra khusus Keripik Pisang yang terletak di Jl. Pagar Alam Gang PU Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung

¹⁰ Gaspersz, Vincent, *Total Quality Management*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2003), h.3.

sekaligus sebagai oleh-oleh Lampung bagi pendatang dari luar Lampung. Sentra keripik pisang yang ada di Gang PU merupakan Usaha Kecil yang sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Sentra keripik pisang ini merupakan komunitas dari pengusaha yang didalamnya sudah berdiri 32 UMKM keripik pisang yang didalamnya terdapat sumber daya manusia dan memiliki berbagai ciri khas mulai dari bentuk maupun rasa yang dimiliki oleh masing-masing pemilik usaha Keripik Pisang.

Dalam kurun waktu terakhir perkembangan UMKM keripik pisang di Kota Bandar Lampung mengalami kenaikan. Akan tetapi menurut penelitian yang pernah dilakukan di Provinsi Lampung terdapat beberapa kendala dalam pengembangan UMKM Provinsi Lampung salah satunya adalah rendahnya kualitas SDM dalam pengembangan UMKM yang ada di Provinsi Lampung. Hal ini juga terjadi pada UMKM keripik pisang yang ada di Kota Bandar Lampung terlebih lagi ada beberapa pengusaha keripik pisang yang mengalami penurunan usaha.

Oleh karena itu diperlukan adanya penelitian tentang pengembangan SDM dalam meningkatkan Omset penjualan keripik pisang dikarenakan permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM termasuk keripik pisang Bandar Lampung yaitu rendahnya kualitas SDM dalam perkembangan UMKM. Apabila kualitas SDM dalam UMKM rendah maka pengembangan usaha yang dilakukan oleh suatu usaha juga akan sulit dilakukan karena yang memegang peranan penting dalam menjalankan segala kegiatan usaha adalah sumber daya manusia dari usaha itu

sendiri. Pengembangan Sumber Daya Manusia diperlukan dalam suatu usaha karena melalui pengembangan tersebut karyawan didorong belajar berkembang untuk meningkatkan mutunya melalui pendidikan, latihan dan pembinaan yang pada akhirnya hal ini akan menguntungkan perusahaan. Apabila sumber dayanya bagus maka setiap karyawan akan bekerja secara efektif dan efisien.

D. Rumusan Masalah

Dari uraian yang penulis kemukakan dalam latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang menjadi bahasan dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Bagaimana pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh UMKM keripik pisang dalam meningkatkan omset penjualannya?
2. Bagaimana pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh UMKM keripik pisang menurut perspektif Ekonomi Islam?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh UMKM keripik pisang dalam meningkatkan omset penjualannya.
- b. Untuk mengetahui pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh UMKM keripik pisang menurut perspektif Ekonomi Islam.

2. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoritis hasil penelitian ini memberikan wawasan mengenai pengembangan yang di gunakan oleh UMKM Keripik Pisang dalam pengendalian kualitas sumber daya manusia (SDM) guna meningkatkan omset penjualan di Kota Bandar Lampung. Selain itu, dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan dalam khasanah ekonomi Islam khususnya dan menambah literatur mengenai hal tersebut bagi lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, lingkungan masyarakat Lampung maupun di luar Provinsi Lampung khususnya kepada pengusaha Keripik Pisang.
- b. Secara Praktis dapat bermanfaat bagi Masyarakat umum, bagi para pelaku ekonomi, dan akademisi terkait dengan pemahaman penerapan bisnis UMKM keripik pisang di Kota Bandar Lampung sehingga dapat dijadikan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan sumber daya manusia agar bisnis dapat berjalan lancar dan terus berkembang.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini, dikategorikan penelitian lapangan (*fieldresearch*) yaitu penelitian yang dilakukan di kancah atau medan

terjadinya gejala¹¹dengan mempelajari secara intensif latar belakangkasus terakhir, interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu unit sosial, individu, kelompok, dan lembaga masyarakat. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka yang menjadi fokus kajian adalah UMKM Keripik Pisang berdasarkan data-data yang diperoleh oleh Peneliti baik data primer maupun data sekunder.

Di dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam.¹² Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena sosial (tindakan manusia) di mana data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistik melainkan analisis data dilakukan secara induktif. Pendeskripsian penelitian tersebut berdasarkan UMKM Keripik Pisang Kota Bandar Lampung.

2. Sumber Data

Sumber data merupakan sumber dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

¹¹ M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), h.11.

¹² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 209.

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data primer dari wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap UMKM Keripik Pisang Kota Bandar Lampung.

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah diterbitkan atau digunakan oleh pihak lain. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder dari hasil dokumentasi, literatur dan *website* yang menunjang penelitian. Dengan dua macam sumber data di atas, proses dan hasil penelitian ini diharapkan dapat mengungkap dan menjelaskan bagaimana pengembangan sumber daya manusia UMKM Keripik Pisang dalam perspektif Ekonomi Islam.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang tepat dan akurat dalam penelitian lapangan (*field research*) yang termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif ini, metode pengumpulan data yang akan dilakukan meliputi:

a) Wawancara

Menurut Moleong dalam Haris Herdiansyah wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan

oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.

Dalam kegiatan wawancara ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik dan karyawan UMKM Keripik Pisang Kota Bandar Lampung. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (*semi structure interview*) artinya peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu, akan tetapi pelaksanaannya lebih bebas, dalam arti tidak menutup kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapatkan pendapat dan ide dari narasumber secara lebih luas.

b) Observasi

Menurut Herdiansyah, observasi ialah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Observasi yang peneliti lakukan adalah observasi non partisipatif, artinya peneliti mendatangi lokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas yang dilakukan oleh UMKM Keripik Pisang. Observasi dilakukan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan UMKM Keripik Pisang dengan mengamati kondisi perusahaan.

c) Dokumentasi

Dokumentasi dapat dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian, baik dari sumber dokumen yang dipublikasikan, jurnal ilmiah, Koran, majalah, *website*, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, dokumentasi didapatkan dari *website*, Badan Pusat Statistik (BPS), dan lembaga-lembaga lain atau sumber-sumber lain yang terkait dengan data yang menunjang dalam penelitian.

4. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam hal ini, populasi yang dimaksud dalam penelitian ialah keseluruhan outlet UMKM keripik pisang yaitu berjumlah 32 UMKM yang ada di Jl.Pagar Alam Gang PU Kelurahan Segala Mider Kota Bandar Lampung.

b) Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi, Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.¹³

Menurut Suharsini Ari Kunto sebagai pemikiran apabila subjeknya

¹³ Sugiyono, *Statika untuk penelitian Alfabeta*, (Bandung: Rineka Cipta, 2006), h.56.

kurang dari 100 maka baik diambil keseluruhan dari populasinya, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, jika subjeknya lebih dari 100 maka dapat di ambil antara 10-15%.¹⁴ Karena populasi dalam penelitian ini berjumlah kurang dari 100 atau sebanyak 32 outlet, maka sampel yang diambil adalah keseluruhan dari Populasi atau sebanyak 32 outlet untuk diteliti.

5. Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang mudah untuk dibaca dan dipresentasikan. Sementara itu, Menurut Iqbal Hasan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Dalam proses analisis data, peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan metode berpikir induktif. Penelitian Deskriptif kualitatif diuraikan dengan kata-kata menurut pendapat responden, apa adanya sesuai dengan pertanyaan penelitiannya, kemudian dianalisis pula dengan kata-kata apa yang melatar belakangi responden.

Analisis data dilakukan secara Induktif yakni peneliti terjun kelapangan, mempelajari, menganalisis, menafsirkan, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ada di lapangan. Berangkat dari fenomena dilapangan, maka selanjutnya dilakukan

¹⁴ Suharsini Ari Kunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, (Yogyakarta: Rineka Cipta 2010), h. 128.

analisis terhadap data dan fakta yang diperoleh lapangan tersebut untuk memperoleh kesimpulan dan pemecahan mengenai masalah yang ada dalam penelitian.¹⁵



¹⁵ Iqbal Hasan, Metodologi Research, (Yogyakarta: UGM Press, 2008),h. 43

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Sumber Daya Manusia

1. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia adalah proses untuk memperoleh, melatih, menilai, dan memberikan kompensasi pada karyawan, memperhatikan hubungan kerja, kesehatan, keamanan, dan masalah keadilan.¹⁶ Kebijakan dan praktik menentukan aspek manusia atau sumber daya manusia dalam posisi manajemen termasuk merekrut, menyaring, melatih, memberi penghargaan, penilaian dan memiliki kesamaan tujuan.

Manajemen sumber daya manusia adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa, dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok karyawan.¹⁷ Manajemen sumber daya manusia merupakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dari pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemberhentian karyawan, dengan maksud terwujudnya tujuan perusahaan, individu, karyawan, dan masyarakat.¹⁸

¹⁶G. Dessler, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : PT. Indeks, 2006), h. 203.

¹⁷ Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi III*, (Yogyakarta: STIE YKPN, 2004), h. 4.

¹⁸ Malayu Hasibuan, *Op. Cit*, h.11.

Beberapa ahli sepakat bahwa ada lima fungsi dasar yang dijalankan semua manajer dalam memajemen sumber daya manusia yaitu meliputi¹⁹:

- a) Perencanaan: Memperoleh jenis dan jumlah tenaga kerja sesuai dengan kebutuhan organisasi.
- b) Pengorganisasian: Memberikan setiap bawahan suatu tugas khusus, membangun departemen, mendegelasikan wewenang kepada bawahan, menetapkan saluran wewenang dan komunikasi, mengkoordinasikan kerja bawahan.
- c) Penstafan: Memutuskan tipe atau jenis orang yang akan dipekerjakan, merekrut calon karyawan, mengevaluasi kinerja, menyuluh karyawan, melatih dan mengembangkan karyawan.
- d) Pemimpinan: Membuat orang lain menyelesaikan pekerjaan, mempertahankan semangat kerja, memotivasi bawahan.
- e) Pengendalian: Menetapkan standar seperti kuota penjualan, standar mutu, atau tingkat produksi, melakukan pengecekan untuk melihat bagaimana perbandingan antara kinerja aktual dan mengambil tindakan perbaikan sesuai kebutuhan.

Manajemen sumber daya manusia merujuk kepada praktik dan kebijakan yang meliputi :

- a) Melakukan analisis jabatan (menetapkan sifat dari pekerjaan masing-masing karyawan).

¹⁹ Sondang P. Siagian , *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012),h. 158.

- b) Merencanakan kebutuhan tenaga kerja dan merekrut para calon pekerja.
- c) Menyeleksi para calon pekerja.
- d) Memberikan orientasi dan pelatihan bagi karyawan baru
- e) Menata olah upah dan gaji (cara mengkompensasi karyawan).
- f) Menyediakan insentif dan kesejahteraan.
- g) Menilai kinerja.
- h) Mengkomunikasikan (wawancara, penyuluhan, pendisiplinan).
- i) Pelatihan dan pengembangan.
- j) Membangun komitmen karyawan.
- k) Peluang yang adil dan tindakan afirmatif.
- l) Kesehatan dan keselamatan kerja karyawan.
- m) Keluhan dan hubungan (relasi) kerja tenaga kerja.²⁰

Berdasarkan pengertian diatas tampak jelas sumber daya manusia dipandang sebagai aset perusahaan yang diperhatikan penanganannya. Manajemen sumber daya manusia dalam hal ini berfungsi bukan hanya untuk mencapai tujuan perusahaan tetapi juga untuk pemenuhan kebutuhan karyawan dalam mengembangkan aktualisasi diri.²¹Manajemen sumber daya manusia menekankan perhatian pada masalah personalia pada tiap perusahaan, oleh karena itu setiap perusahaan harus berusaha meningkatkan segala fasilitas yang

²⁰*Ibid.* Sondang P. Siagian, h.159.

²¹ Faustino Cardoso Gomes, *Manjemen Sumber daya Manusia*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2003), h.3.

mendukung aktifitas para pekerjanya, sehingga umpan balik yang didapatkan oleh perusahaan adalah peningkatan produktivitas karyawan itu sendiri.

2. Peran Manajemen Sumber Daya Manusia

Setiap organisasi lazimnya memiliki bagian pengelolaan sumber daya manusia, tetapi apakah itu ditangani oleh seorang manajer sumber daya manusia atau tidak akan tergantung pada kepentingannya. Kebanyakan perusahaan besar mengangkat seorang wakil eksekutif yang khusus menangani pengelolaan sumber daya manusia untuk meningkatkan efektifitas perusahaan. Wakil eksekutif dan para pengelola sumber daya manusia lainnya melaksanakan tugas mengangkat, melatih, membayar, memotivasi, memelihara, dan pada akhirnya berpisah dengan para sumber daya manusia lainnya di perusahaan. Namun, banyak tugas-tugas ini dihilangkan karena sekarang ada perusahaan lain yang melaksanakan sebagian dari tugas-tugas tersebut.²²

Manajemen sumber daya manusia mengatur dan menetapkan program kepegawaian yang mencakup²³:

²² Wilson bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2012), h. 20.

²³Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi* (Jakarta PT. Bumi Aksara, 2012), h. 14.

- a) Menetapkan jumlah, kualitas, dan penempatan tenaga kerja yang efektif sesuai dengan kebutuhan perusahaan berdasarkan *job description, job specification, job requirement, dan job evaluation*.
- b) Menetapkan penarikan, seleksi, dan penempatan karyawan berdasarkan asas *the right man in the right place and the right man in the right job*.
- c) Menetapkan program kesejahteraan, pengembangan, promosi, dan pemberhentian.
- d) Meramalkan penawaran dan permintaan sumber daya manusia pada masa yang akan datang.
- e) Memperkirakan keadaan perekonomian pada umumnya dan perkembangan perusahaan pada khususnya.
- f) Melaksanakan pendidikan, latihan dan penilaian prestasi karyawan.
- g) Mengatur pensiun, pemberhentian dan pesangonnya.

Secara umum, manajer sumber daya manusia bertanggung jawab atas tugas-tugas khusus sumber daya manusia, walaupun sebagian hilang karena dikerjakan oleh pihak lain. Manajer sumber daya manusia adalah individu yang bertindak sebagai pelaksana tugas-tugas sumber daya manusia dan bekerja sama dengan para manajer lain dalam menangani masalah-masalah sumber daya manusia. Pada kebanyakan perusahaan-perusahaan besar, pengelolaan sumber daya manusia ditangani oleh seorang manajer atau eksekutif sumber daya manusia. Secara khusus, manajer sumber daya manusia bertanggung jawab untuk mengkoordinasi

pengelolaan sumber daya manusia dan bekerja sama dengan manajer lain untuk mencapai tujuan organisasi secara keseluruhan.²⁴ Dalam perusahaan besar ada keterkaitan tanggung jawab antar manajer lini dengan profesional sumber daya manusia. Para manajer lini meminta bantuan kepada unit sumber daya manusia dalam pengelolaan sumber daya manusia.

3. Tujuan-tujuan dari Manajemen Sumber Daya Manusia

Tujuan dan manajemen sumber daya manusia tidak hanya diperlukan untuk memberikan gambaran tujuan dari manajemen puncak, tetapi juga merupakan penyeimbang tantangan-tantangan yang dihadapi oleh organisasi yang meliputi fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia, masyarakat, dan karyawan yang dipengaruhi oleh tantangan-tantangan tersebut. Kegagalan dalam menetapkan tujuan dapat membahayakan kinerja perusahaan, tingkat laba, dan bahkan kelangsungan hidup organisasi. Tujuan-tujuan manajemen sumber daya manusia terdiri dari empat tujuan yaitu²⁵:

a) Tujuan Organisasi

Ditujukan untuk dapat mengenali keberadaan manajemen sumber daya manusia dalam memberikan kontribusi pada pencapaian efektivitas organisasi. Walaupun secara formal suatu departemen sumber daya manusia diciptakan untuk dapat membantu para manajer,

²⁴ Malayu S. P Hasibuan, *Op.Cit.* h 21.

²⁵ Herman Sofyandi, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 11-13.

namun demikian para manajer tetap bertanggung jawab terhadap kinerja karyawannya. Keberadaan departemen sumber daya manusia adalah untuk membantu para manajer dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi. Departemen sumber daya manusia membantu para manajer dalam menangani hal-hal yang berhubungan dengan sumber daya manusia.

b) Tujuan Fungsional

Ditujukan untuk mempertahankan kontribusi departemen pada tingkat yang sesuai dengan kebutuhan organisasi. Sumber daya manusia menjadi tidak berharga jika manajemen sumber daya manusia memiliki kriteria yang lebih rendah dari tingkat kebutuhan organisasi.

c) Tujuan Sosial

Ditujukan untuk secara etis dan sosial merespon terhadap kebutuhan-kebutuhan dan tantangan-tantangan masyarakat melalui tindakan meminimalisasi dampak negatif terhadap organisasi. Kegagalan organisasi dalam menggunakan sumber dayanya bagi keuntungan masyarakat dapat menyebabkan hambatan-hambatan.

d) Tujuan Personal

Ditujukan untuk membantu karyawan dalam pencapaian tujuannya, minimal tujuan-tujuan yang dapat mempertinggi kontribusi individual terhadap organisasi. Tujuan personal karyawan harus dipertimbangkan jika para karyawan harus dipertahankan,

dipensiunkan, atau dimotivasi. Jika tujuan personal tidak dipertimbangkan, kinerja dan kepuasan karyawan dapat menurun dan karyawan dapat meninggalkan organisasi.

4. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

a) Perencanaan

Perencanaan adalah merencanakan tenaga kerja secara efektif serta efisien agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam membantu terwujudnya tujuan. Perencanaan dilakukan dengan menetapkan program kepegawaian. Program kepegawaian meliputi pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, kedisiplinan, dan pemberhentian karyawan. Program kepegawaian yang baik akan membantu tercapainya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

b) Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah kegiatan untuk mengorganisasi semua karyawan dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, delegasi wewenang, integrasi, dan koordinasi dalam bagan organisasi. Organisasi hanya merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dengan organisasi yang baik akan membantu terwujudnya tujuan secara efektif.²⁶

²⁶*Ibid*, Herman Sofyandi, h. 14

c) Pengarahan

Pengarahan adalah kegiatan mengarahkan semua karyawan, agar mau bekerja sama dan berkerja efektif serta efisien dalam membantu tercapainya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Pengarahan dilakukan pimpinan dengan menugaskan bawahan agar mengerjakan semua tugasnya dengan baik.

d) Pengendalian

Pengendalian adalah kegiatan mengendalikan semua karyawan agar mentaati peraturan-peraturan perusahaan dan bekerja sesuai dengan rencana. Apabila terdapat penyimpangan atau kesalahan, diadakan tindakan perbaikan dan penyempurnaan rencana. Pengendalian karyawan meliputi kehadiran, kedisiplinan, perilaku, kerjasama, pelaksanaan pekerjaan, dan menjaga situasi lingkungan pekerjaan.

e) Pengadaan

Pengadaan adalah proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Pengadaan yang baik akan membantu terwujudnya tujuan.²⁷

f) Pengembangan

Pengembangan adalah proses peningkatan keterampilan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan melalui pendidikan dan

²⁷*Ibid*, Herman Sofyandi, h. 16

pelatihan. Pendidikan dan pelatihan yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan pekerjaan masa kini dan masa depan.

g) Kompensasi

Kompensasi adalah pemberian balas jasa langsung dan tidak langsung, uang atau barang kepada karyawan sebagai imbalan jasa yang diberikan kepada perusahaan. Prinsip kompensasi adalah adil dan layak. Adil diartikan sesuai dengan prestasi kerjanya, layak diartikan dapat memenuhi kebutuhan primernya serta berpedoman pada batas upah minimum pemerintah dan berdasarkan internal dan eksternal konsistensi.

h) Pengintegrasian

Pengintegrasian adalah kegiatan untuk mempersatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan, agar tercipta kerjasama yang serasi dan saling menguntungkan. Perusahaan memperoleh laba, karyawan dapat memenuhi kebutuhan dari hasil pekerjaannya. Pengintegrasian merupakan hal yang penting dan sulit dalam MSDM, karena mempersatukan dua kepentingan yang bertolak belakang.

i) Pemeliharaan

Pemeliharaan adalah kegiatan untuk memelihara atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan loyalitas karyawan, agar mereka tetap mau bekerja sama sampai pensiun. Pemeliharaan yang baik dilakukan dengan program kesejahteraan yang berdasarkan

kebutuhan sebagian besar karyawan serta berpedoman kepada internal dan eksternal konsistensi.

j) Kedisiplinan

Kedisiplinan merupakan fungsi MSDM yang terpenting dan kunci terwujudnya tujuan karena tanpa disiplin yang baik sulit terwujud tujuan yang maksimal. Kedisiplinan adalah keinginan dan kesadaran untuk mentaati peraturan-peraturan perusahaan dan norma-norma sosial.

k) Pemberhentian

Pemberhentian adalah putusya hubungan kerja seseorang dari suatu perusahaan. Pemberhentian ini disebabkan oleh keinginan karyawan, keinginan perusahaan, kontrak kerja terakhir, pensiun, dan sebab-sebab lain. Pelepasan ini diatur oleh undang-undang nomor 12 tahun 1964.²⁸

B. Manajemen Sumber Daya Insani Dalam Ekonomi Islam

1. Pengertian Manajemen Sumber Daya Insani Dalam Ekonomi Islam

Manajemen Sumber Daya Insani (MSDI) merupakan bidang dari manajemen umum, dimana manajemen umum sebagai proses meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian. Proses ini terdapat dalam fungsi/bidang produksi, pemasaran, keuangan, maupun kepegawaian. Karena sumber daya insani (SDI) dianggap semakin penting perannya dalam pencapaian tujuan perusahaan, maka berbagai pengalaman

²⁸*Ibid*, Herman Sofyandi, h. 18

dan hasil penelitian dalam bidang SDI dikumpulkan secara sistematis dalam apa yang disebut manajemen sumber daya insani, dimana istilah “manajemen” mempunyai arti sebagai kumpulan pengetahuan tentang bagaimana seharusnya me-manage (mengelola) sumber daya manusia.²⁹

Dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan, permasalahan yang dihadapi manajemen bukan hanya terletak pada bahan mentah, alat-alat bekerja, mesin-mesin produksi, uang dan lingkungan kerja saja, tetapi juga menyangkut karyawan (sumber daya manusia) yang mengelola faktor-faktor produksi lainnya tersebut. Namun, perlu diingat bahwa sumber daya manusia sendiri sebagai faktor produksi, seperti halnya faktor produksi lainnya merupakan masukan (input) yang diolah oleh perusahaan dan menghasilkan keluaran (output).³⁰ Karyawan baru yang belum mempunyai keterampilan dan keahlian dilatih (diolah) sehingga menjadi karyawan yang terampil dan ahli. Apabila dia diolah lebih lanjut dengan diberikan pengalaman dan motivasi, dia akan menjadi karyawan yang matang. Pengolahan sumber daya insani inilah yang disebut dengan manajemen SDI.

Makin besar suatu perusahaan dan makin banyak karyawan yang bekerja di dalamnya, makin besar kemungkinan timbulnya permasalahan didalamnya, makin besar kemungkinan timbulnya permasalahan manusiawinya. Banyak permasalahan manusiawi ini tergantung pada

²⁹ Prof.Dr. Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Human capital Management (Manajemen Sumber Daya Insani)*, (Jakarta: Rajawali Pers,2014) h. 3.

³⁰ Asri Laksmi Riani , *Manajemen Sumber Daya manusia Masa Kini*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013) h. 46.

kemajemukan masyarakat di mana para karyawan itu berasal. Makin maju suatu masyarakat makin banyak permasalahan. Makin tinggi kesadaran karyawan akan hak-haknya makin banyak permasalahan. Makin beragam nilai yang dianut para karyawannya makin banyak permasalahannya.

Disadari bahwa SDI merupakan masalah perusahaan yang paling penting, karena melalui SDI yang menyebabkan sumber daya yang lain dalam perusahaan atau perusahaan dapat berfungsi / dijalankan atau dilaksanakan. Di samping itu, SDI dapat menciptakan efisiensi, efektifitas dan produktivitas perusahaan. Melalui SDI yang efektif mengharuskan manajer atau pimpinan untuk menemukan cara terbaik dalam mendayagunakan orang-orang yang ada dalam lingkungan perusahaannya agar tujuan-tujuan yang diinginkan dapat di capai.

2. Tujuan Sumber Daya Insani

Dengan memahami fungsi manajemen, maka akan memudahkan pula untuk memahami fungsi manajemen SDI dan selanjutnya akan memudahkan dalam mengidentifikasi tujuan manajemen SDI. Tujuan yang hendak diklarifikasikan adalah manfaat apa yang akan diperoleh dengan penerapan manajemen SDI dalam suatu perusahaan. Tujuan manajemen SDI ialah meningkatkan kontribusi produktif orang-orang yang ada dalam perusahaan melalui sejumlah cara yang bertanggung jawab secara strategis, etis dan sosial.

Tujuan ini menuntun studi dan praktik manajemen SDI yang umumnya juga dikenal sebagai manajemen personalia. Studi manajemen

menguraikan upaya-upaya terkait SDI kalangan manajer operasional dan memperlihatkan bagaimana pada profesional personalia memberikan andil atas upaya-upaya ini. SDI memengaruhi keberhasilan setiap perusahaan atau organisasi. Meningkatkan andil manusia sangat penting sehingga seluruh perusahaan membentuk Departemen SDI.³¹

Dikatakan penting karena departemen SDI tidak mengontrol banyak faktor yang membentuk andil SDI misalnya : modal, bahan baku, dan prosedur. Departemen ini tidak memutuskan masalah strategi atau perlakuan supervisor terhadap karyawan, meskipun departemen tersebut jelas-jelas memengaruhi keduanya. Manajemen SDI mendorong para manajer dan tiap karyawan untuk melaksanakan strategi-strategi yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Untuk mendukung para pimpinan yang mengoperasikan departemen-departemen atau unit-unit organisasi dalam perusahaan, manajemen SDI harus memiliki sasaran.

a) Sasaran Sumber Daya Insani

Kalangan manajer dan departemen SDI berusaha untuk mencapai tujuan mereka dengan memenuhi sasaran-sasarannya. Sasaran merupakan titik puncak tindakan-tindakan apa yang dievaluasi. Terkadang sasaran dipikirkan secara seksama dan diekspresikan dalam bentuk tulisan. Sering kali sasaran tidak

³¹ Jusmaliani ,*Pengelolaan Sumber Daya Insani*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2011) h.39.

dinyatakan secara formal. Melalui kedua cara ini, sasaran membimbing fungsi praktik SDI.³²

Sasaran SDI tidak hanya perlu merefleksikan keinginan manajemen senior, tetapi juga harus menetralisasi berbagai tantangan dari organisasi, fungsi SDI, masyarakat dan orang-orang yang dipengaruhi. Kegagalan untuk berbuat seperti itu bisa merugikan kinerja, keuntungan dan bahkan eksistensi perusahaan. Tantangan ini menegaskan empat sasaran yang relatif umum bagi manajemen SDI dan membentuk sebuah kerangka yang merupakan masalah yang sering ditemui dalam perusahaan.³³

b) Sasaran perusahaan.

Untuk mengenali bahwa manajemen SDI dalam rangka memberikan kontribusi atas efektifitas perusahaan. Manajemen SDI bukan merupakan tujuan (hasil), tetapi manajemen SDI hanya merupakan cara untuk membantu pimpinan yang menyangkut masalah SDI perusahaan. Sasaran perusahaan antara lain : perencanaan SDI, seleksi pelatihan, pengembangan, pengangkatan, penempatan penilaian, hubungan pekerja.

c) Sasaran Fungsional

Untuk memepertahankan kontribusi departemen SDI pada level yang cocok bagi berbagai kebutuhan perusahaan, terkadang sumber daya dihabiskan tatkala manajemen SDI, kurang atau lebih canggih

³² Ibid, Jusmaliani, h.41.

³³ Ibid, Jusmaliani, h. 46.

dibandingkan dengan kebutuhan-kebutuhan perusahaan. Sasaran fungsional antara lain meliputi : pengangkatan, penempatan dan penilaian.

d) Sasaran sosial

Untuk berdaya tanggap secara etis maupun sosial terhadap berbagai kebutuhan dan tuntutan masyarakat sambil terus meminimalkan dampak negatif atas tuntutan tersebut terhadap perusahaan. Kegagalan perusahaan dalam menggunakan sumber daya mereka bagi kepentingan masyarakat yang tidak melalui cara-cara yang etis bisa menimbulkan sejumlah kendala. Sasaran sosial antara lain meliputi : keuntungan perusahaan, pemenuhan tuntutan hukum, dan hubungan manajemen dengan serikat pekerja.

e) Sasaran pribadi karyawan.

Untuk membantu para karyawan mencapai tujuan-tujuan pribadi mereka, setidaknya sejauh tujuan-tujuan tersebut dapat meningkatkan kontribusi individu atas perusahaan. Sasaran pribadi karyawan harus mampu ditemukan bila mereka ingin dipertahankan, dan dimotivasi. Sasaran pribadi karyawan antara lain meliputi : pelatihan dan pengembangan, penilaian, penempatan, kompensasi dan penegasan.

f) Aktivitas Sumber Daya Insani

Untuk mencapai tujuan dan sarannya, departemen SDI membantu para pimpinan memperoleh, mengembangkan,

memanfaatkan, mengevaluasi, dan mempertahankan, jumlah dan jenis hak karyawan. Bila sasaran-sasaran ini dipenuhi, maka tujuan manajemen SDI dicapai melalui, orang-orang yang memberikan andil atas strategi perusahaan dan tujuan efektivitas dan efisiensi menyeluruh. Karena alasan-alasan ini, para eksekutif SDI memainkan peran yang semakin penting dalam memediasi perusahaan-perusahaan lokal maupun global.

g) Tangung jawab atas aktivitas MSDI.

Tanggung jawab atas aktivitas manajemen SDI berada dipundak masing-masing manajer. Bila manajer di seluruh perusahaan tidak menerima tanggung jawab ini, maka aktivitas SDI bisa jadi hanya dilakukan sebagian atau bahkan tidak sama sekali. Ketika kalangan manajer mendapati bahwa pekerjaan SDI benar-benar merusak tugas atau kewajiban lain mereka dan bahwa pekerjaan bisa dilimpahkan kembali ke para karyawan lain atau pada departemen khusus yang menangani persoalan-persoalan SDI.

Proses pengarahan orang-orang lain untuk saling berbagi pekerjaan ini dikenal sebagai delegasi. Delegasi tidak mengurangi tanggung jawab manajer, aktivitas ini hanya memerankan manajer saling berbagi tanggung jawab dengan pihak lain yang juga bertanggung jawab.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan akhir yang ingin dicapai manajemen SDI pada dasarnya adalah³⁴:

- 1) Peningkatan efisiensi
- 2) Peningkatan efektivitas
- 3) Peningkatan produktivitas
- 4) Rendahnya tingkat perpindahan pegawai
- 5) Rendahnya tingkat absensi
- 6) Tingginya kepuasan kerja karyawan
- 7) Tinggi kualitas pelayanan
- 8) Rendahnya komplain dari pelanggan
- 9) Meningkatnya bisnis perusahaan.

Kewajiban manusia bekerja dan meningkatkan produktivitas kerja. Dalam Alqur'an Surat At-Taubah Ayat 105 :

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya : Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.(QS.At-Taubah:105)³⁵

Ayat di atas menginformasikan tentang arti penting dari penilaian

Allah penilaian Rasulnya, dan penilaian orang mukmin terhadap prestasi

(kerja) seseorang. Semua prestasi itu pada saatnya nanti di akhirat, akan

³⁴Umar Husein, *Riset SDM dalam Organisasi Edisi Revisi*, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka, 2004), h. 11.

³⁵Ibid, Departemen Agama, h.763.

diinformasikan dan diperlihatkan secara transparan apa adanya, baik yang tersembunyi maupun yang tampak. Singkatnya, setiap yang dikerjakan anak manusia, dipastikan akan diberitakan atau dilaporkan apa adanya.³⁶

Allah dan Rasul-Nya pasti akan melihat (menyaksikan) prestasi kalian, bahkan Allah akan memberikan pembalasan atas amal perbuatanmu itu dalam bentuk kekayaan, kemampuan, kemuliaan, keleluasaan, dan keutamaan rezeki yang tiada tara. Demikian pula Rasulullah dan Oorang-orang beriman lainnya, akan menyaksikan prestasi kerja kalian semua sehingga mereka akan memberikan hak-hak kalian di dunia ini. Adapun di akhirat kelak, hal-hal yang gaib, yang Maha mengetahui hal-hal yang bersifat Rahasia dan samar sekalipun, serta Dzat yang juga Maha mengetahui hal-hal yang tampak dan hadir(ada), dan Allah dipastikan akan memberikan balasan terhadap amal perbuatan kalian semua, baik yang berhubungan dengan prestasi kerja duniawai (bermotifkan ekonomi) maupun berhubungan dengan nilai-nilai ukhrawi. Singkatnya, jika kerjanya baik maka itu akan mendapatkan imbalan yang baik dan sebaliknya, manakala perbuatannya buruk, maka akan mendapatkan imbalan yang buruk pula.³⁷

Orang-orang produktif ini dikatakan memiliki produktivitas kerja tinggi tidak saja diukur dar kuantitas (jumlah) hasil yang dicapai seseorang tapi juga oleh mutu (kualitas) pekerjaan yang semakin baik.

³⁶ Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2013), h.61.

³⁷ *Ibid*, Muhammad Amin Suma, h. 65

Maka baik mutu pekerjaan, maka akan makin tinggi produktivitas kerjanya. Oleh sebab itu dalam Islam, amal seseorang tidak dilihat dari segi jumlahnya, tetapi lebih penting mutu tersebut. Islam mengajarkan umatnya untuk mengisi hidupnya dengan bekerja dan tidak membiarkan waktunya terbuang percuma.

C. Pengembangan Sumber Daya Manusia

1. Pengertian Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumber daya manusia merupakan suatu proses untuk meningkatkan kualitas pegawai agar menguasai pengetahuan, keterampilan, keahlian, dan wawasan yang sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.³⁸

Pengembangan sumber daya manusia secara makro adalah suatu proses peningkatan kualitas atau kemampuan manusia dalam rangka mencapai suatu tujuan pembangunan bangsa.³⁹

Pengembangan sumber daya manusia (*humanresource development*) adalah proses untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam membantu tercapainya tujuan organisasi.⁴⁰

Kemampuan sumber daya manusia dalam perusahaan dapat ditingkatkan melalui program-program pelatihan dan pendidikan. Pelatihan karyawan akan dilakukan bagi karyawan yang dinilai kurang

³⁸Nurul Ulfatin, Teguh Triwiyanto, *Manajemen Sumber Daya Manusia Bidang Pendidikan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 138.

³⁹Soekidjo Notoatmodjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*(Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 2.

⁴⁰Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2012), h. 200.

terampil dalam mengerjakan pekerjaannya. Pengembangan sumber daya manusia membutuhkan biaya yang relatif besar. Tidak sedikit biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan pelatihan dan pendidikan karyawan.

Kebanyakan perusahaan rela mengorbankan sejumlah dana untuk kepentingan pengembangan dengan harapan memperoleh hasil kerja maksimal. Harapan ini dapat terwujud pada tingkat produktivitas yang lebih baik, tingkat *turnover* dan absensi karyawan yang lebih rendah.

Program-program pengembangan sumber daya manusia akan memberi manfaat kepada organisasi dan pada karyawan itu sendiri. Perusahaan akan memperoleh manfaat berupa peningkatan produktivitas, stabilitas, dan fleksibilitas untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan yang selalu berubah. Bagi karyawan itu sendiri, dapat meningkatkan keterampilan atau pengetahuan akan pekerjaannya.⁴¹

Pengembangan sumber daya manusia merupakan dasar bagi seseorang untuk menduduki suatu jabatan yang lebih tinggi di perusahaan (promosi) atau dipindahtugaskan ke pekerjaan lain (mutasi). Oleh karena itu, pengembangan merupakan suatu kebutuhan bahkan sesuatu yang diharapkan oleh setiap orang dalam perusahaan karena sumber daya manusia paling berperan dalam mewujudkan tujuan perusahaan.⁴²

Analisis yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuannya, para manajer membentuk strategi organisasi yang lebih luas, dan membentuk sistem yang tepat agar dapat mengembangkan para

⁴¹ *Ibid*, Wilson Bangun, h.211.

⁴² Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi* (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2012), h. 15.

karyawannya. Pengembangan sumber daya manusia harus dikaitkan dengan perencanaan strategis, karena perusahaan harus mengembangkan bakat-bakat yang dimiliki karyawannya sesuai dengan persyaratan pekerjaan. Para manajer perusahaan akan berhasil menjalankan tugasnya dalam mengembangkan sumber daya manusianya, bila melaksanakannya secara sistematis.⁴³

2. Konsep Pengembangan Sumber Daya Manusia

a) Konsep Pengembangan Sumber Daya Manusia (Makro)

Pembangunan suatu bangsa memerlukan dua aset utama atau “daya” yang disebut sumber daya (*resources*), yakni sumber daya alam (*natural resources*), dan sumber daya manusia (*human resources*).⁴⁴ Kedua sumber daya tersebut sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu pembangunan. Tetapi apabila dipertanyakan sumber daya mana yang lebih penting diantara kedua sumber daya tersebut, maka jelas sumber daya manusia yang lebih penting.

Hal ini dapat kita amati dari kemajuan-kemajuan suatu negara sebagai indikator keberhasilan pembangunan bangsa tersebut. Hal mana negara-negara yang potensial miskin sumber daya alamnya seperti : Jepang, Singapura Dan Korea, tetapi karena usaha peningkatan kualitas sumber daya manusianya begitu hebat, maka

⁴³ Malayu S.P. Hasibuan, *Op.Cit*, h.20.

⁴⁴ Soekidjo Notoatmodjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Rineka Cipta , 2009),h. 1.

kemajuan bangsa tersebut dapat kita saksikan dewasa ini. Sebaliknya negara-negara yang potensial kaya akan sumber daya alam seperti negara-negara Timur Tengah, tetapi kurang mementingkan pengembangan sumber daya manusianya, maka kemajuannya kalah dengan negara-negara pada contoh yang pertama.⁴⁵

Berbicara masalah sumber daya manusia, sebenarnya dapat kita lihat dari dua aspek, yakni kuantitas dan kualitas . Kuantitas menyangkut jumlah sumber daya manusia atau penduduknya yang kurang penting kontribusinya dalam pembangunan, dibandingkan dengan aspek kualitas sumber daya manusia.

Bahkan kuantitas sumber daya manusia tanpa disertai dengan kualitas yang baik akan menjadi beban pembangunan suatu bangsa. Sedangkan kualitas menyangkut mutu sumber daya manusia tersebut yang menyangkut kemampuan baik kemampuan fisik maupun kemampuan non-fisik (kecerdasan dan mental). Oleh sebab itu untuk kepentingan akselerasi suatu pembangunan di bidang apa pun maka peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan suatu prasyarat utama.⁴⁶

Kualitas sumber daya manusia ini menyangkut dua aspek juga, yakni aspek fisik (kualitas fisik), dan aspek non-fisik (kualitas non-fisik) yang menyangkut kemampuan bekerja, berpikir, dan keterampilan-keterampilan lain. Oleh sebab itu, upaya meningkatkan

⁴⁵*Ibid.* h. 2.

⁴⁶*Ibid.* h.3.

kualitas sumber daya manusia ini juga dapat diarahkan kepada kedua aspek tersebut. Untuk meningkatkan kualitas fisik dapat diupayakan melalui program-program kesehatan dan gizi. Sedangkan untuk meningkatkan kualitas atau kemampuan-kemampuan non-fisik maka upaya pendidikan dan pelatihan adalah yang paling diperlukan. Upaya inilah yang dimaksudkan dengan pengembangan sumber daya manusia.⁴⁷

Dari uraian singkat tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksudkan dengan pengembangan sumber daya manusia (*human resources development*) secara makro, adalah suatu proses peningkatan kualitas atau kemampuan manusia dalam rangka mencapai suatu tujuan pembangunan bangsa.

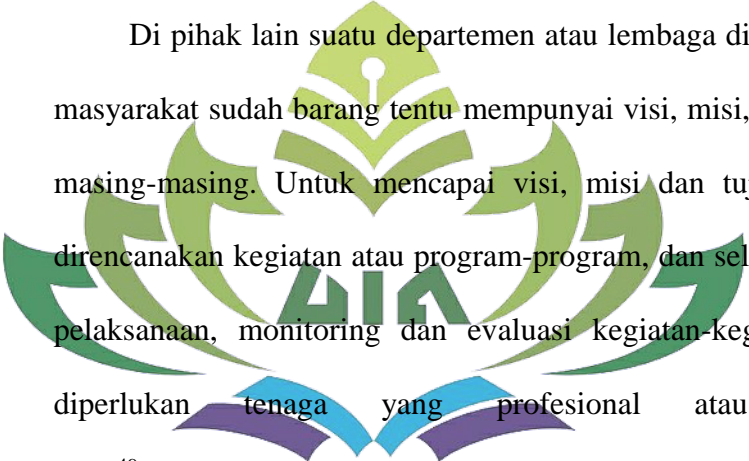
b) Konsep Pengembangan Sumber Daya Manusia (Mikro)

Apabila kita bicara Pengembangan Sumber Daya Manusia secara mikro dalam arti dilingkungan suatu unit kerja (departemen atau lembaga-lembaga yang lain) maka sumber daya manusia yang dimaksudkan adalah tenaga kerja, pegawai atau karyawan (*employee*). Sumber daya manusia atau karyawan disuatu lembaga ini juga sangat penting perannya dalam mencapai keberhasilan lembaga atau departemen yang dimaksud.⁴⁸

⁴⁷ Jeffrey Pfeffer, Budi Soetjipto, dkk, *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia: Keunggulan Kompetitif melalui MSDM*, (Yogyakarta : Amara Books, 2007),h.96.

⁴⁸ Faustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset , 2003), h. 7.

Analog dengan uraian secara mikro, maka fasilitas yang canggih dan lengkap pun belum merupakan jaminan akan keberhasilan lembaga itu, tanpa diimbangi kualitas dari karyawan yang akan memanfaatkan fasilitas tersebut. Hal ini pun dapat kita lihat misalnya, perusahaan-perusahaan asing yang hanya mempekerjakan beberapa orang saja, hasilnya lebih baik dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan nasional yang karyawannya lebih banyak dengan fasilitas yang lengkap pula.



Di pihak lain suatu departemen atau lembaga di tengah-tengah masyarakat sudah barang tentu mempunyai visi, misi, dan tujuannya masing-masing. Untuk mencapai visi, misi dan tujuan ini maka direncanakan kegiatan atau program-program, dan selanjutnya untuk pelaksanaan, monitoring dan evaluasi kegiatan-kegiatan tersebut diperlukan tenaga yang profesional atau berkualitas baik.⁴⁹ Disamping itu, Departemen atau Lembaga di dalam masyarakat harus berpacu. Ditemukannya peralatan-peralatan baru, fasilitas-fasilitas baru yang canggih dan sebagainya, maka apabila Lembaga-lembaga itu ingin mengikuti arus zaman, juga harus memiliki peratan-peralatan tersebut.

Konsekuensinya tenaga yang dimilikinya harus disesuaikan, paling tidak diberikan pelatihan agar pemakaian alat baru dan canggih tersebut dapat secara efisien. Hal ini semua membuktikan,

⁴⁹ Malayu S.P Hasibuan, *Op. Cit*, h. 9

bahwa sumber daya manusia dalam suatu lembaga atau departemen didalam masyarakat memerlukan peningkatan atau pengembangan agar dicapai suatu hasil kerja yang optimal.⁵⁰ Itulah perlunya suatu institusi apapun memerlukan unit atau divisi atau departemen yang menangani pengembangan sumber daya manusia atau “ *Human Resources Development*” (HRD).

Dari sini dapat disimpulkan bahwa pengembangan sumber daya manusia secara mikro adalah suatu proses perencanaan pendidikan, pelatihan dan pengelolaan tenaga atau karyawan untuk mencapai suatu hasil optimal. Hasil ini dapat berupa jasa maupun benda atau uang. Dari batasan ini dapat disimpulkan bahwa proses pengembangan sumber daya manusia itu sendiri dan perencanaan (*planning*), pendidikan dan pelatihan (*education and training*), dan pengelolaan (*management*).

3. Metode Pengembangan Sumber Daya Manusia

Untuk mencapai tujuan dari program pengembangan dan pelatihan maka metode pengembangan harus di pilih dan disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan karyawan perusahaan dan dapat dikembangkan oleh perusahaan.

⁵⁰ Faustino Cardoso Gomes, *Op. Cit*, h. 29

a. Pendidikan

Pendidikan dalam arti sempit yaitu untuk meningkatkan keahlian dan kecakapan manajer memimpin para bawahannya secara efektif.⁵¹

Metode Pendidikan menurut Hasibuan yaitu:

1. Training Methods atau classroom methods

Merupakan latihan didalam kelas yang juga dapat digunakan sebagai metode pendidikan karena manajer adalah juga karyawan.

2. Under Study

Merupakan teknik pengembangan yang dilakukan dengan praktek langsung sebagai seseorang yang dipersiapkan untuk menggantikan jabatan atasannya.

3. Job Rotation and Planned Progression

Tujuannya memberikan karyawan pengetahuan yang luas terhadap semua bagian pada perusahaan bersangkutan, sehingga tidak canggung dalam kepemimpinannya.

4. Coaching and Conselling

Metode pendidikan dengan cara atasan mengajarkan dan mendiskusikan keahlian dan keterampilan kerja kepada bawahannya.

5. Junior Board Executive or Multiple Management

Merupakan suatu komite penasehat tetap yang terdiri dari calon-calon manajer yang ikut memikirkan atau memecahkan masalah-

⁵¹Malayu Hasibuan, (2000), h.80.

masalah perusahaan untuk kemudian direkomendasikan kepada manajer lini.

6. Committee Assigment

Yaitu komite yang dibentuk untuk menyelidiki, mempertimbangkan, menganalisis, dan melaporkan suatu masalah kepada pemimpin.

7. Business Games

Merupakan pengembangan yang dilakukan dengan diadu untuk bersaing memecahkan masalah tertentu.

b. Pelatihan

Malayu Hasibuan memaparkan beberapa metode pelatihan diantaranya adalah :

1. On The Job Training

Atau disebut juga dengan pelatihan dengan instruksi pekerjaan sebagai suatu metode pelatihan dengan cara pekerja atau calon pekerja ditempatkan dalam kondisi pekerjaan yang riil, dibawah bimbingan atau supervisi dari pegawai yang telah berpengalaman atau supervisor.

2. Vestiblue

latihan yang dilakukan didalam kelas menggunakan peralatan yang sama dengan situasi yang sebenarnya dalam melakukan pekerjaan.

3. Demonstration and Example

Adalah metode latihan yang dilakukan dengan cara peragaan dan penjelasan bagaimana cara-cara mengerjakan sesuatu pekerjaan melalui contoh atau percobaan yang di demonstrasikan.

4. Simulation

Simulasi merupakan situasi atau kejadian yang ditampilkan semirip mungkin dengan situasi yang sebenarnya tapi hanya merupakan tiruan saja.

5. Apprenticeship

Metode ini adalah salah satu cara untuk mengembangkan keahlian sehingga para karyawan yang bersangkutan dapat mempelajari segala pekerjaan.

6. Classroom Methods

Atau metode pertemuan dalam kelas yang meliputi pengajaran, rapat, program instruksi, metode study khusus, metode diskusi, dan metode seminar.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumber daya manusia secara makro adalah penting dalam rangka mencapai tujuan-tujuan pembangunan secara efektif. Pengembangan sumber daya manusia yang terarah dan terencana disertai pengelolaan yang baik akan dapat menghemat sumber daya alam, atau setidaknya pengolahan dan pemakaian sumber daya alam dapat

secara berdaya guna dan berhasil guna. Demikian pula pengembangan sumber daya manusia secara mikro di suatu organisasi sangat penting dalam mencapai hasil kerja yang optimal. Baik secara makro maupun secara mikro pengembangan sumber daya manusia adalah merupakan bentuk investasi (*human investment*).

Dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan pengembangan sumber daya manusia ini perlu mempertimbangkan berbagai faktor, baik dari dalam diri organisasi itu sendiri maupun dari luar organisasi yang bersangkutan (internal maupun eksternal)

a) Faktor internal

Faktor internal di sini mencakup keseluruhan kehidupan organisasi yang dapat dikendalikan baik oleh pimpinan maupun oleh anggota organisasi yang bersangkutan. Secara terinci faktor-faktor tersebut antara lain⁵² :

- 1) Visi adalah impian, cita-cita atau harapan yang ingin dicapai oleh organisasi tersebut dalam kurun waktu tertentu. Visi adalah merupakan petunjuk ke mana organisasi tersebut akan diarahkan.⁵³
- 2) Misi adalah upaya-upaya untuk mewujudkan visi atau impian organisasi tersebut. Upaya-upaya organisasi dalam mencapai cita-cita organisasinya sangat tergantung dari sumber daya manusia dari organisasi yang bersangkutan. Upaya-upaya

⁵² Faustino Cardoso Gomes, *Op. Cit*, h.84.

⁵³ Sri Marhanah, "*Analisis Visi dan Misi Rumah Sakit*" (Tesis Program Studi Manajemen Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia, 2010), h.3.

organisasi dalam mencapai visi ini diwujudkan dalam bentuk program-program pokok.⁵⁴

- 3) Tujuan adalah apa yang ingin dicapai setiap upaya atau program organisasi. Untuk mencapai tujuan ini diperlukan perencanaan yang baik, serta implementasi perencanaan tersebut secara tepat. Pelaksanaan kegiatan atau program organisasi dalam rangka mencapai tujuan ini diperlukan kemampuan tenaga (sumber daya manusia), dan ini hanya dapat dicapai dengan pengembangan sumber daya manusia dalam organisasi tersebut.⁵⁵

- 4) Strategi pencapaian tujuan suatu organisasi mungkin mempunyai persamaan dengan organisasi lain, tetapi strategi untuk mencapai misi dan tujuan tersebut berbeda. Oleh sebab itu setiap organisasi mempunyai strategi yang tertentu. Untuk itu diperlukan kemampuan karyawannya dalam memperkirakan dan mengantisipasi keadaan di luar yang dapat mempunyai dampak terhadap organisasinya. Dengan demikian strategi yang disusunnya sudah memperhitungkan dampak yang akan terjadi di dalam organisasinya. Hal ini semua akan mempengaruhi pengembangan sumber daya dalam organisasi itu.

- 5) Sifat dan jenis kegiatan organisasi sangat penting pengaruhnya terhadap pengembangan sumber daya manusia dalam organisasi

⁵⁴ *Ibid*, h.4.

⁵⁵ Nur Rafida dan Rini Kurniasih, “*Konsep Dasar Organisasi: Definisi, Tujuan, dan Proses*” (Jurnal Program Studi Matematika Universitas Sebelas Maret, 2012), h.12.

yang bersangkutan. Suatu organisasi yang sebagian besar melaksanakan kegiatan teknis, maka pola pengembangan sumber daya manusia akan berbeda dengan organisasi yang bersifat ilmiah misalnya. Demikian pula strategi dan program pengembangan sumber daya manusia akan berbeda antara organisasi yang kegiatannya rutin dengan organisasi yang kegiatannya memerlukan inovasi dan kreatif.

- 6) Jenis teknologi yang digunakan perlu diperhitungkan dalam program pengembangan sumber daya manusia dalam organisasi tersebut. Pengembangan sumber daya manusia disini diperlukan, baik untuk mempersiapkan tenaga guna menangani atau mengoperasikan teknologi itu, atau mungkin terjadinya otomatisasi kegiatan-kegiatan yang semula dilakukan oleh manusia.

b) Faktor Eksternal

1) Kebijakan pemerintah

Kebijakan-kebijaksanaan pemerintah, baik yang dikeluarkan melalui perundang-undangan, peraturan-peraturan pemerintah, surat-surat keputusan menteri atau pejabat pemerintah, dan sebagainya adalah merupakan arahan yang harus diperhitungkan oleh suatu organisasi. Kebijakan-kebijaksanaan tersebut sudah barang tentu mempengaruhi

program-program pengembangan sumber daya manusia dalam organisasi yang bersangkutan.

2) Sosio-Budaya Masyarakat

Faktor sosio-budaya masyarakat tidak dapat diabaikan suatu organisasi. Hal ini dapat dipahami karena suatu organisasi apa pun didirikan untuk kepentingan masyarakat yang mempunyai latar belakang sosio-budaya yang berbeda-beda. Oleh sebab itu dalam pengembangan sumber daya manusia dalam suatu organisasi faktor sosio-budaya ini perlu dipertimbangkan.

3) Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi diluar organisasi dewasa ini telah sedemikian pesatnya. Sudah barang tentu suatu organisasi yang baik harus mengikuti arus tersebut. Untuk itu maka organisasi harus mampu untuk memilih teknologi yang tepat untuk organisasinya. Untuk itu kemampuan karyawan organisasi harus diadaptasikan dengan kondisi tersebut.⁵⁶

5. Pengembangan Sumber Daya Insani

Pengembangan SDI jangka panjang, sebagai pembeda dari kegiatan pelatihan untuk pekerjaan tertentu, menjadi perhatian dari perkembangan SDI. Melalui kegiatan pengembangan karyawan yang ada, pengembangan

⁵⁶ Faustino Cardoso Gomes, *Op. Cit*, h.85.

SDI berusaha mengurangi ketergantungan perusahaan terhadap pengangkatan karyawan baru. Jika karyawan dikembangkan secara tepat, lowongan formasi melalui kegiatan perencanaan SDI, akan dapat diisi secara internal. Promosi dan transfer juga memperlihatkan kepada karyawan bahwa mereka mempunyai suatu kesempatan untuk berkarya, tidak sekedar kerja. Pengusaha dapat memperoleh keuntungan/ manfaat atas meningkatnya kontinuitas operasi dan juga makin besarnya komitmen para karyawan terhadap perusahaan.⁵⁷

Sebagaimana difirmankan Allah QS. Al-Mukminun (23) : 3

وَالَّذِينَ هُمْ عَنِ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ ۝۳

Artinya : dan orang-orang yang menjauhkan diri dari (perbuatan dan perkataan) yang tiada berguna.(QS.Al-Mukminun:3)

Ayat diatas bermakna bahwa seorang muslim harus produktif dalam segala hal. Produktif dalam berbicara dan bekerja.

Pengembangan SDI juga merupakan cara yang efektif untuk menghadapi beberapa tantangan, termasuk keusangan atau ketertinggalan karyawan, diversifikasi tenaga kerja domestik dan internasional. Dengan dapat teratasinya tantangan-tantanga tersebut, maka pengembangan SDI dapat menjaga atau mempertahankan tenaga kerja yang efektif.⁵⁸

a) Keusangan Karyawan

Keusangan terjadi ketika seorang karyawan tidak lagi memiliki pengetahuan atau kemampuan yang diperlukan untuk

⁵⁷Veithzal Rivai Zainal dkk,*Islamic Human Capital Management*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h. 270.

⁵⁸*Ibid*,Veithzal Rivai Zainal, h. 271-272.

bekerja secara baik. Dalam bidang-bidang tertentu yang mengalami perubahan sangat cepat, dan kemajuan teknologi yang tinggi seperti dibidang teknik mesin dan kesehatan, maka keusangan dapat terjadi secara cepat.

Dikalangan manajer, perubahan itu terjadi mungkin relatif lambat dan mungkin lebih sulit menentukannya. Para karyawan lain dalam perusahaan mungkin tidak dapat melihat terjadinya keusangan sehingga ada orang tertentu yang menunjukkan tandatandanya, seperti ketidak cocokan sikap dan buruknya kinerja itu keliatan secara nyata. Keusangan dapat disebabkan oleh kegagalan karyawan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi baru, prosedur baru, budaya baru, atasan baru, dan perubahan lainnya. Makin cepat terjadi perubahan lingkungan makin cepat dan makin banyak terjadinya keusangan karyawan.

b) Diversifikasi tenaga kerja domestik dan internasional

Trend dan persaingan bisnis global dan diversifikasi tenaga kerja juga merupakan tantangan bagi pengembangan SDI. Sebagai contoh, suatu sikap budaya mengenai tenaga kerja wanita yang menyebabkan beberapa perusahaan harus merancang ulang program pengembangan karyawan dan menempatkan wanita pada suatu pekerjaan yang sudah sebagian besar ditangani oleh kaum pria. Perbedaan tingkat pendidikan diantara para karyawan menuntut perusahaan untuk menyediakan pendidikan tambahan

terutama dalam hal membaca, menulis, aritmatika, dan berbagai bahasa pada beberapa perusahaan; materi pelatihan kadang-kadang diterjemahkan kedalam kedua bahasa atau bahasa ketiga dan seterusnya.

c) Perubahan teknologi

Perubahan yang serba cepat dalam bidang teknologi mensyaratkan perusahaan yang berbasis teknik untuk selalu melakukan pengembangan terus menerus. Dua puluh lima tahun yang lalu, IBM menguasai bisnis komputer dan peralatan kantor, sedangkan AT & T ketika itu berada dalam bisnis telpon. Sekarang dengan terjadinya perubahan teknologi membuat kedua perusahaan raksasa tersebut menjadi pesaing utama dalam industri informasi. Perbaikan dalam penanganan informasi dan tranmisi teknologi telah berhasil membuka pasar-pasar baru bagi dua perusahaan rakasasa itu. Perubahan-perubahan ini mempunyaidampak besar dalam kegiatan pelatihan dan pengembangan, meningkatnya kebutuhan untuk menerima persyaratan-persyaratan yang terus berkembang dari para manajer masa mendatang, para profesional, dan para tenaga teknik.

6. Manfaat Pendidikan dan Pelatihan Sumber Daya Insani

a) Manfaat untuk Karyawan

- 1) Membantu karyawan dalam membuat keputusan dan pemecahan masalah yang lebih efektif.

- 2) Melalui pelatihan dan pengembangan, variabel pengenalan, pencapaian prestasi, pertumbuhan, tanggung jawab dan kemajuan dapat diinternalisasi dan dilaksanakan.
- 3) Membantu mendorong dan mencapai pengembangan diri dan rasa percaya diri. . Al-Ankabut (29) :6

وَمَنْ جَاهَدْ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ إِنَّ اللَّهَ لَغَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ٦

Artinya : Dan Barangsiapa yang berjihad, Maka Sesungguhnya jihatnya itu adalah untuk dirinya sendiri. Sesungguhnya Allah benar-benar Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.(QS.Al-Ankabut:6).⁵⁹

- 4) Membantu karyawan mengatasi stress, tekanan, frustasi, dan konflik.
- 5) Memberikan informasi tentang meningkatnya pengetahuan kepemimpinan, keterampilan, komunikasi, dan sikap.⁶⁰

b) Manfaat untuk perusahaan

- 1) Mengarahkan untuk meningkatkan profitabilitas atau sikap yang lebih positif terhadap orientasi profit.
- 2) Memperbaiki pengetahuan kerja dan keahlian pada semua level perusahaan.
- 3) Memperbaiki moral SDI
- 4) Membantu karyawan untuk mengetahui tujuan perusahaan.

⁵⁹Departemen Agama, *Op, Cit*, h.106.

⁶⁰*Ibid*, h.247

- 5) Membantu menciptakan image perusahaan yang lebih baik.⁶¹

D. Omset Penjualan

1. Pengertian Omset Penjualan

Omset Penjualan adalah akumulasi keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu produk barang atau jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi.⁶²

Kata Omset berarti jumlah, sedang penjualan berarti kegiatan menjual barang yang bertujuan mencari laba atau pendapatan. Omset penjualan berarti jumlah penghasilan atau laba yang diperoleh dari hasil menjual barang atau jasa. Chaniago memberikan pendapat tentang omset penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Swastha memberikan pengertian omset penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang-barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi.

Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa omset penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh dan berdasarkan volume. Seorang pengelola usaha dituntut untuk selalu

⁶¹*Ibid*, h.248

⁶²Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*, (Yogyakarta : BPFE, 2012) h. 93.

meningkatkan omset penjualan dari hari kehari, dari minggu ke minggu, dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun. Hal ini diperlukan kemampuan dalam mengelola modal terutama modal kerja agar kegiatan operasional perusahaan dapat terjamin kelangsungannya.

2. Indikator Omset Penjualan

1. Harga : Menurut William J. Stanton harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga menurut Jerome Mc Cartgy harga adalah apa yang di bebabankan untuk sesuatu⁶³
2. Promosi & Branding : Menurut Saladin, promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.⁶⁴Branding merupakan salah satu elemen penting yang harus dipertimbangkan ketika merencanakan strategi pemasaran suatu produk. Branding dapat dimanfaatkan untuk menciptakan image sebuah brand dari sebuah produk dalam benak konsumen sehingga diharapkan konsumen mengkonsumsi atau membeli produk tersebut.⁶⁵Melakukan promosi dan *branding* yang

⁶³Marius P. Angipora, Dasar-dasar Pemasaran, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002), Cet 2, h. 268

⁶⁴Djaslim Saladin, Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran, (Bandung: Mandar Maju, 1991), hal. 66

⁶⁵I Ketut Surya Diarta, Putu Widhianti Lestari dan Ida Ayu Putu Citra Dewi, "Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar

kuat tentu akan meningkatkan omzet perusahaan dengan cepat. Tidak perlu melakukannya dengan biaya yang mahal dan sulit, cukup lakukan promosi dan *branding* sesuai dengan kemampuan perusahaan.

3. Kualitas Produk : Dalam maknanya yang sempit, produk adalah sekumpulan atribut fisik nyata yang terakit dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi. Kotler merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁶⁶ Sedangkan kualitas adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.⁶⁷ Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai pelanggan. Dalam artian sempit kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan.⁶⁸
4. Service/pelayanan : Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan etika yang

Pariwisata Indonesia” Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 4, No. 2, Oktober 2016 ISSN: 2355-0759, Bali: Universitas Udayana, 2016 h.173

⁶⁶Etta Mamang S dan Sopiah, Perilaku Konsumen, Andi, Yogyakarta, 2013, hal. 99

⁶⁷ Rambat Lupiyado dan A. Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta, 2009, hal. 175

⁶⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip-Prinsip Manajemen, Erlangga, 2006, hal. 272

baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.⁶⁹

5. Kompetitor/pesaing : Menurut kamus besar Bahasa Indonesia persaingan adalah suatu persaingan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang tertentu, agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif. Persaingan juga merupakan kenyataan hidup dalam dunia bisnis, sifat, bentuk, dan intensitas persaingan yang terjadi dan cara yang ditempuh oleh para pengambil keputusan strategik untuk menghadapi para tingkat yang dominan mempengaruhi tingkat keuntungan suatu perusahaan.⁷⁰ Dalam persaingan kita mengenal istilah “pesaing” yaitu perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang dekat yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang mirip.⁷¹

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan (omset penjualan)

Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Menurut Swasta terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan penjualan antara lain ⁷²:

- a) Kondisi dan kemampuan pedagang

⁶⁹ Malayu Hasibuan, Dasar-Dasar Perbankan, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 144

⁷⁰ Sondang P. Siagian, Manajemen Strategik, (Jakarta: PT.Bumi Aksara,2003), h.83-84

⁷¹ Kasmir, Kewirausahaan, (Jakarta :PT Raja Grafindo Persada, 2012) Cetakan ke-7, h.279.

⁷² Samsul Ma'arif, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang*, Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2013.

Transaksi jual beli melibatkan pihak pedagang dan pembeli. Pihak pedagang harus dapat meyakinkan pembeli agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan dan sekaligus mendapatkan pendapatan yang diinginkan.

b) Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli barang dan jasa meliputi baik tidaknya keadaan pasar tersebut, jenis pasar, kelompok pembeli, frekuensi pembeli dan selera pembeli.

c) Modal

Setiap usaha membutuhkan untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan pewirausaha meningkatkan keuntungan dapat tercapai sehingga pendapatan dapat meningkat.

d) Kondisi organisasi perusahaan.

Semakin besar suatu perusahaan akan memiliki bagian penjualan yang semakin kompleks untuk memperoleh keuntungan yang semakin besar dari pada usaha kecil.

- e) Faktor lain Faktor lain yang mempengaruhi usaha yaitu periklanan dan kemasan produk.

4. **Faktor- Faktor Penurunan Omset Penjualan**

Faktor-Faktor Penyebab Penurunan Omset Penjualan Pertumbuhan usaha dari masing-masing masyarakat tidak selalu sama karena adanya perbedaan faktor yang mendasari, misalnya faktor ekonomi, sosial, politik, kultural maupun sejarah. Lingkungan masyarakat yang sedang berkembang, sektor usaha sering menghadapi situasi rumit karena banyaknya keterbatasan dan hambatan untuk tumbuh sesuai kondisi tradisional yang sering dialami masyarakat pada umumnya yang sedang berkembang (As'ad).

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi suatu bisnis yang ada disekitar bisnis tersebut yaitu yang disebut lingkungan usaha, diantaranya faktor internal terdiri dari: tenaga kerja, peralatan dan mesin-mesin, permodalan, bahan baku, sistem informasi dan administrasi, dan faktor eksternal terdiri dari: keadaan alam, perekonomian, pendidikan dan teknologi, sosial dan budaya, pemasok, pelanggan, pesaing. Swastha mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya omset dibagi menjadi dua faktor yaitu ⁷³:

- a) Faktor internal (faktor yang dikendalikan oleh pihak-pihak perusahaan) diantaranya: kemampuan perusahaan untuk mengelola

⁷³ Thina Khuriyati, *Faktor-Faktor Penyebab Penurunan Omzet Penjualan Pada Industri Kerajinan Monel Di Desa Kriyan Kabupaten Jepara*, Jurusan Teknologi Jasa Dan Produksi Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang, 2013.

produk yang akan dipasarkan, kebijaksanaan harga dan promosi yang digariskan perusahaan serta kebijaksanaan untuk memilih perantara yang digunakan.

- b) Faktor eksternal (faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pihak perusahaan) diantaranya: perkembangan ekonomi dan perdagangan baik nasional maupun internasional, kebijakan pemerintah di bidang ekonomi, perdagangan dan moneter dan suasana persaingan pasar.

Forsyth mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi turunnya penjualan meliputi:

- a) Faktor internal yaitu sebab yang terjadi karena perusahaan itu sendiri yang meliputi penurunan promosi penjualan, penurunan komisi penjualan, turunnya kegiatan salesman, turunnya jumlah saluran distribusi, pengetatan terhadap piutang yang diberikan.
- b) Faktor eksternal yaitu sebab yang terjadi karena pihak lain yang meliputi perubahan kebijakan pemerintah, bencana alam, perubahan pola konsumen, munculnya saingan baru, munculnya pengganti.

Nitisemito mengemukakan faktor ekstern adalah faktor-faktor yang timbul karena pengaruh rangsangan dari luar. Faktor-faktor ekstern penyebab penurunan omset penjualan antara lain⁷⁴:

- a) selera konsumen, barang pengganti (substitusi), persaingan, pemasok (supplier). Selera Konsumen Dalam manajemen pemasaran, konsumen sering diartikan dengan pelanggan, pasar, permintaan,

⁷⁴*Ibid.* Thina Khuriyati, h.24.

permintaan pasar, pembeli dan sebagainya. Selain itu konsumen juga dapat diasumsikan mudah tertarik dengan sesuatu yang baru atau berbeda dari apa yang biasa dilihatnya sehari-hari. Sedangkan selera diartikan sebagai minat atau keinginan, sehingga selera konsumen dapat diartikan sebagai minat atau keinginan konsumen untuk membeli suatu produk, dalam rangka memenuhi kebutuhannya.

- b) Barang Pengganti (Substitusi) adalah barang yang dapat berperan sebagai pengganti barang lain. Persaingan Menjalankan suatu usaha tidak akan lepas dari yang namanya persaingan, karena persaingan sudah menjadi bagian di dalam pelaksanaan perekonomian yang khususnya dalam melakukan pemasaran, sehingga menjadi hal yang mau tidak mau harus dilakukan dalam menjalankan usaha perusahaan. Persaingan adalah keadaan dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing, dengan atau tanpa terikat peraturan tertentu dalam rangka meraih pelanggannya.
- c) Pemasok (supplier) adalah perusahaan yang menyediakan usaha baku, tenaga kerja, keuangan dan sumber informasi kepada perusahaan lain, terdapat hubungan saling ketergantungan antara pemasok dan perusahaan. Ketergantungan perusahaan pada pemasok

adalah pentingnya produk pemasok bagi perusahaan dan sulitnya mencari sumber lain sebagai pengganti.⁷⁵

E. OPERASIONAL VARIABEL

No	Teori	Indikator	Pertanyaan
1.	(X) Menurut G. Dessler Manajemen Sumber Daya Manusia adalah proses untuk memperoleh, melatih, menilai, dan memberikan kompensasi pada karyawan, memperhatikan hubungan kerja, kesehatan, keamanan, dan masalah keadilan	1. Memperoleh	1. Bagaimana Cara Mendapatkan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan toko (perusahaan) ?
		2. Melatih	2. Apakah anda memberikan Training atau pelatihan khusus untuk menetapkan posisi setiap karyawan?
		3. Menilai	3. Bagaimana cara anda menilai kinerja karyawan?
		4. Memberikan Kompensasi	4. Apakah ada kompensasi untuk karyawan yang memiliki kinerja baik?
		5. Kesejahteraan	5. Apakah anda memperhatikan hubungan kerja, kesehatan , keamanan dan masalah keadilan pada karyawan?
	Menurut Nurul Ulfatain dan Teguh Triwiyanto Pengembangan Sumber Daya Manusia merupakan suatu proses untuk meningkatkan kualitas	1. Pengetahuan 2. Keterampilan	1. Apakah perusahaan pernah melakukan metode pelatihan didalam kelas tertentu untuk meningkatkan pengetahuan ? 2. Apakah setiap ada pergantian karyawan

⁷⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas* (Jakarta : Penerbit Indeks, 2005) h.142.

	<p>pegawai agar menguasai pengetahuan, keterampilan, keahlian, dan wawasan yang sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.</p>	<p>3. Keahlian</p> <p>4. Wawasan</p>	<p>dilakukan pelatihan dan praktik secara langsung untuk meningkatkan keterampilan?</p> <p>3. Apakah disediakan tempat dan alat-alat yang disediakan perusahaan sebagai sarana khusus pelatihan untuk meningkatkan keahlian?</p> <p>4. Apakah karyawan diberikan pengetahuan luas terhadap semua bagian pada perusahaan bersangkutan?</p>
2	<p>(Y) Menurut Basu Swastha Omset Penjualan adalah akumulasi keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu produk barang atau jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi.</p>	<p>1. Harga</p> <p>2. Promosi dan Branding</p> <p>3. Kualitas Produk</p> <p>4. Services / Layanan</p> <p>5. Kompetitor / Pesaing</p>	<p>1. Berapakah kisaran harga keripik pisang yang anda jual ?</p> <p>2. Apakah sudah ada langkah-langkah yang anda lakukan dalam mengenalkan produk anda kepada konsumen ?</p> <p>3. Bagaimana kualitas yang sudah anda berikan terhadap produk anda?</p> <p>4. Bagaimana pelayanan yang anda berikan kepada konsumen?</p> <p>5. Bagaimana cara anda menghadapi para competitor atau pesaing dalam bisnis anda?</p>

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Kota Bandar Lampung

Kota Bandar Lampung merupakan Ibukota Provinsi Lampung. Berdasarkan data RPJMD Kota Bandar Lampung Tahun 2016-2021 Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah daratan ±19.722 Ha (197,22 KM²) dan luas perairan kurang lebih ±39,82 KM² yang terdiri atas Pulau Kubur dan Pulau Pasaran. Secara administratif Kota Bandar Lampung terdiri dari 20 Kecamatan dan 126 Kelurahan. Berikut adalah luas wilayah Kota Bandar Lampung berdasarkan kecamatan

Tabel 1
Wilayah Administrasi Kota Bandar Lampung

NO.	KECAMATAN	LUAS (HA)
1	Kedaton	457
2	Sukarame	1.475
3	Tanjung Karang Barat	1.064
4	Panjang	1.415
5	Tanjung Karang Timur	203
6	Tanjung Karang Pusat	405
7	Teluk Betung Selatan	380
8	Teluk Betung Barat	1.102
9	Teluk Betung Utara	425
10	Rajabasa	636
11	Tanjung Senang	1.780
12	Sukabumi	2.821
13	Kemiling	2.505
14	Labuhan Ratu	864
15	Way Halim	535
16	Langkapura	736
17	Enggal	349
18	Kedamaian	875
19	Teluk Betung Timur	1.142
20	Bumi Waras	465
	JUMLAH	19.722

Sumber : Perda Nomor 12 Tahun 2012

Secara administratif KotaBandar Lampung berbatasan langsung denganbeberapa wilayah Kabupaten di Provinsi Lampung, yaitu:

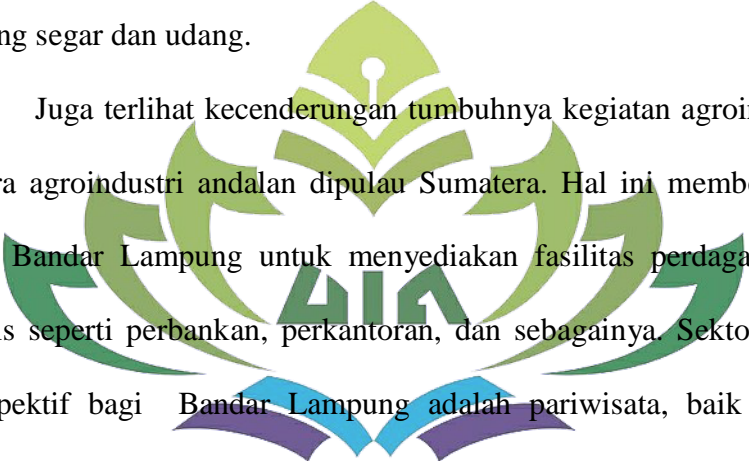
- a. Kecamatan Natar (Kota Bandar Lampung) di sebelah Utara.
- b. Kecamatan Padang Cermin (Kabupaten Pesawaran) dan Katibung (Kota Bandar Lampung) serta Teluk Lampung di sebelah Selatan.
- c. Kecamatan Gedong Tataan dan Padang Cermin (Kabupaten Pesawaran) di sebelah Barat.
- d. Kecamatan Tanjung Bintang (Kota Bandar Lampung) di sebelah Timur.

Selain itu Kota Bandar Lampung memiliki 2 buah pulau, yaitu Pulau Pasaran dan Pulau Kubur. Pulau Pasaran secara admistrasi masuk dalam wilayah Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan sedangkan Pulau Kubur masuk dalam Kecamatan Teluk Betung Barat. Berbeda dengan Pulau Pasaran yang merupakan salah satu wilayah padat serta merupakan sentra industri pengolahan ikan, Pulau Kubur merupakan pulau tak berpenghuni yang difungsikan sebagai kawasan konservasi.

2. Letak Strategis Kota Bandar Lampung dalam Perekonomian

Kota Bandar Lampung memiliki prospek yang kuat untuk berkembang menjadi kota besar dalam skala regional, nasional, bahkan internasional karena letaknya yang strategis. Posisi geografis mengantar Bandar Lampung untuk meraih peluang menjadi salah satu pusat pertumbuhan yang berperan dalam system ekonomi regional IMS-GT maupun menjadi bagian dari koridor kegiatan ekonomi Indonesia yang terbesar, yaitu Sumatera Selatan – Lampung – Banten – Jabotabek. Dalam

sector ekonomi, kota Bandar Lampung memiliki peluang yang besar untuk memantapkan diri menjadi pusat perdagangan dan jasa pada skala Sumatera bagian Selatan. Sejalan dengan aktifitas ekspor-impor dan perdagangan antar- pulau, Bandar Lampung memiliki peluang untuk menjadi pusat perdagangan hasil pertanian dan industri dari Sumatera bagian Selatan maupun yang didatangkan dari daerah luar. *Hinterland* Bandar Lampung pada waktu ini telah berperan sebagai pemasok hasil perkebunan, peternakan dan perikanan yang diunggulkan, terutama komoditi gula, kopi, lada, kelapa, daging segar dan udang.



Juga terlihat kecenderungan tumbuhnya kegiatan agroindustri menuju sentra agroindustri andalan dipulau Sumatera. Hal ini memberikan peluang bagi Bandar Lampung untuk menyediakan fasilitas perdagangan dan jasa bisnis seperti perbankan, perkantoran, dan sebagainya. Sektor lainnya yang prospektif bagi Bandar Lampung adalah pariwisata, baik dalam rangka menunjang pembangunan pariwisata di Sumatera bagian Selatan maupun mendayagunakan potensi keindahan alam Bandar Lampung. Pengembangan obyek wisata pantai dan laut serta perbukitan dalam kota Bandar Lampung menciptakan daya tarik bagi wisatawan mancanegara maupun nusantara. Kelengkapan yang dapat dipersiapkan oleh Bandar Lampung adalah penyediaan prasarana dan jasa pariwisata seperti perhotelan, agen perjalanan, perbankan, dan infrastruktur pendukung lainnya. Sebagai pusat kegiatan Provinsi Lampung, sekitar 12,4% penduduk Provinsi Lampung berada di kota Bandar Lampung. Berbagai pelayanan bagi wilayah yang lebih

luas disediakan oleh Kota Bandar Lampung, baik dibidang pemerintahan, niaga, jasa keuangan, pendidikan, dan sebagainya.

Peran sebagai pusat pertumbuhan ditunjang oleh rencana peningkatan aksesibilitas dari dan ke Kota Bandar Lampung. Dalam mewujudkan tercapainya mekanisme system pusat pertumbuhan di Provinsi Lampung, telah terdapat tiga jalur lintas Sumatera, yaitu:

- a. Jalur Tengah, mulai Pelabuhan Bakauheni – Bandar Lampung – Kotabumi dan selanjutnya ke Muara Enim.
- b. Rencana Jalur Lintas Barat, mulai dari Bandar Lampung – Kota Agung – Liwa dan selanjutnya ke Provinsi Bengkulu.
- c. Rencana Jalur Lintas Timur, mulai Pelabuhan Bakauheni – Menggala – Kayu Agung dan seterusnya hingga ke Palembang.

Kesemuanya melintasi Bandar Lampung. Disamping itu, Bandar Lampung siap berfungsi sebagai *transshipment point* dari berbagai moda angkutan. Hal ini didukung oleh berbagai rencana pengembangan dalam sistem transportasi regional. Rencana pembangunan Jembatan Selat Sunda yang menghubungkan Pulau Jawa dan Sumatera akan memperlancar aliran pergerakan penumpang dan barang antar pulau Jawa dan Sumatera. Pelabuhan Panjang melengkapi system angkutan antar – moda bagi seluruh Provinsi Lampung dan Sumatera bagian Selatan. Gagasan jaringan kereta api Trans Sumatera menjadi salah satu alternative sarana pergerakan antar - moda. Adanya rencana pembangunan jaringan jalan tol kearah Palembang juga akan turut mendukung kelancaran aksesibilitas tersebut. Kecenderungan

perkembangan menunjukkan proses relokasi kegiatan ekonomi dari Pulau Jawa bagian Barat ke Lampung. Bahkan untuk beberapa sector ditetapkan kebijaksanaan menjadikan Lampung sebagai basis produksi nasional. Hal ini menjadikan Bandar Lampung potensial sebagai pusat distribusi barang dan jasa untuk wilayah Sumatera bagian Selatan.

3. Visi Kota Bandar Lampung

Pembangunan Kota Bandar Lampung merupakan rangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan yang diinginkan yaitu masa depan yang lebih baik. Dalam rangka menetapkan tujuan pembangunan kota Bandar Lampung, diperlukan visi yang mengarahkan pandangan kedepan mengenai cita-cita kota yang disepakati bersama dan sebagai pedoman seluruh pihak yang terlibat dalam pembangunan kota, baik pemerintah kota, swasta, dan masyarakat (seluruh *stakeholders*) dalam memantapkan peran masing-masing dalam membangun Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan data yang diperoleh dari website resmi Kota Bandar Lampung (www.bandarlampung.go.id diakses pada 23 Maret 2015). Guna menyelaraskan seluruh aspirasi, langkah strategik, energi masyarakat untuk pembangunan, dan identitas masyarakat untuk bergerak kearah yang lebih maju, baik secara komparatif ataupun secara kompetitif, maka ditetapkanlah Visi Pemerintah Kota Bandar Lampung 2016-2021 yaitu: **“Bandar Lampung Sehat, Cerdas, Beriman, Berbudaya, Unggul, Dan Berdaya Saing Berbasis ekonomi Kerakyatan”**

Visi tersebut dapat dijabarkan dalam tafsir visi sebagai berikut :

BANDAR LAMPUNG : Meliputi wilayah dan seluruh isinya. Artinya Kota Bandar Lampung dan semua warganya yang berada dalam suatu kawasan dengan batas-batas tertentu yang berkembang sejak tahun 1682 hingga sekarang.

SEHAT : Kota Bandar Lampung sebagai kota yang bersih, nyaman, aman dan sehat untuk dihuni penduduk yang dicapai melalui terselenggaranya penerapan beberapa tatanan dan kegiatan yang terintegrasi yang disepakati masyarakat dan pemerintah.

CERDAS : adalah sikap dan kondisi masyarakat kota cerdas/pintar yang membantu masyarakat yang berada di dalamnya dengan mengelola sumber daya yang ada dengan efisien dan memberikan informasi yang tepat kepada masyarakat/lembaga dalam melakukan kegiatannya ataupun mengantisipasi kejadian yang tak terduga sebelumnya.

BERIMAN : adalah sikap dan kondisi masyarakat yang bertaqwa, dan beramal shaleh serta mewujudkan masyarakat yang taat hukum, bermoral, dan berakhlak mulia.

BERBUDAYA : Kondisi kota yang mengutamakan kearifan/budaya lokal dalam berbagai sektor.

UNGGUL : Menjadi yang terbaik dan terdepan dengan mempertahankan pencapaian sebelumnya serta menjadi contoh bagi daerah

lain dalam upaya terobosan perubahan bagi kenyamanan dan kesejahteraan masyarakat Kota Bandar Lampung.

BERDAYA SAING : Kondisi Kota yang memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai tambah pertumbuhan ekonomi untuk tercapainya kesejahteraan masyarakat Kota Bandar Lampung.

EKONOMI KERAKYATAN : Ekonomi atau usaha yang dilakukan oleh rakyat kebanyakan yang dengan secara swadaya mengelola sumberdaya ekonomi apa saja yang dapat diusahakan dan dikuasainya.

4. Misi Kota Bandar Lampung dalam Perekonomian Daerah

Dalam rangka pencapaian Visi Pemerintah Kota Bandar Lampung 2016-2021, yang selanjutnya dijadikan sebagai suatu pedoman dalam penyusunan strategi yang dirumuskan dalam arah kebijakan dan program prioritas dalam mengalokasikan sumber daya daerah, maka ditetapkanlah Misi Pemerintah Kota Bandar Lampung (RPJMD Kota Bandar Lampung 2016-2021), sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan masyarakat
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan masyarakat
- c. Meningkatkan daya dukung infrastruktur dalam skala mantap untuk mendukung pengembangan ekonomi dan pelayanan sosial
- d. Mengembangkan dan memperkuat ekonomi daerah dengan berlandaskan pada ekonomi kerakyatan
- e. Mengembangkan Masyarakat Agamis, Berbudaya dan Mengembangkan

Budaya Daerah

- f. Mewujudkan pemerintahan yang baik dan bersih, serta berorientasi kemitraan dengan masyarakat dan dunia usaha.

Misi tersebut saling mendukung satu sama lain. Dari ke-6 (enam) misi diatas salah satunya adalah misi yang berkaitan dengan pembangunan perekonomian daerah yaitu : ***“Mengembangkan dan memperkuat ekonomi daerah dengan berlandaskan pada ekonomi kerakyatan”***.

Pelaksanaan misi ini didasarkan oleh posisi strategis Kota Bandar Lampung sebagai ibu kota provinsi, sekaligus sebagai jalur perlintasan dan pusat jasa, industri, dan perdagangan. Misi ini ditujukan untuk membangun dan mengoptimalkan seluruh potensi ekonomi daerah dalam rangka memberikan peluang seluas-luasnya bagi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Melalui misi ini akan disinergikan semua potensi dari semua pelaku ekonomi, dunia usaha, lembaga keuangan dan kelembagaan lainnya dalam rangka membangun ekonomi kota yang berdaya saing. Potensi industri, perdagangan dan jasa akan menjadi prioritas dengan didukung oleh sub sektor turunan ketiga sektor tersebut. Kebijakan ekonomi dengan pendekatan kemitraan yang sinerjik dan saling menguntungkan antara usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan usaha besaran dikembangkan untuk membangun perekonomian yang tangguh dan berdaya saing baik perekonomian kota secara umum maupun ekonomi kerakyatan secara khusus.

Misi ini antara lain diselenggarakan melalui penetapan prioritas sektor-sektor andalan yang perlu didorong menuju pasar internasional

dengan memberikan peran yang utama bagi kota Bandar Lampung menjadi pusat koleksi dan distribusi barang dan jasa; menyiapkan dan menyediakan perangkat administratif-birokrasi yang bersifat insentif bagi sektor-sektor andalan dan seluruh sektor pendukungnya; serta menyiapkan institusi dan aparat yang mampu menyelenggarakan aktifitas pembangunan dan pengendalian perkembangan kota Bandar Lampung.

Secara fisik, misi ini akan didukung dengan penyiapan lokasi dan lahan yang memadai bagi fungsi-fungsi bisnis dan residensial, sesuai dengan kebutuhan aksesibilitas, komunikasi, maupun rekreasi dari masing-masing fungsi. Kualitas pelayanan kota juga perlu menjamin tingkat kenyamanan dan keamanan warga maupun pendatang yang terlibat dalam penyelenggaraan aktifitas pembangunan kota, baik aktifitas bisnis maupun domestik. Dalam kualitas pelayanan yang nyaman dan aman tercakup kondisi penyediaan fasilitas umum dan lingkungan, utilitas, ruang terbuka hijau, iklim mikro, prasarana dan sarana transportasi sarana keamanan dan keselamatan, tingkat keterampilan dan kemampuan sumber daya manusia yang terlibat dalam pelayanan publik.

5. Produk Unggulan Kota BandarLampung

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti yaitu dokumen resmi milik Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung tentang komoditas Unggulan Kota Bandar Lampung, dijelaskan bahwa kota Bandar Lampung memiliki beberapa produk unggulan yaitu sulam usus, ikan olahan, aneka keripik,

emping melinjo, pengolahan kopi bubuk, kaos lampung, batik lampung dan tapis .

Berdasarkan Keputusan Walikota Bandar Lampung Nomor : 421/III.24/HK/2012 tanggal 03 Mei 2012.

No	Jenis Produk	Sentra Produksi
1	Sulam Usus	Kelurahan Kota Baru, Kecamatan Tanjung Karang Timur
2	Produk ikan dan ikan olahan/produk turunan (teri crispy, kemplang, nugget, otak-otak, empek-empek, kerupuk, getas, dan lain-lain)	Pulau pasaran, Teluk Betung Barat dan Gudang Lelang, Teluk Betung Selatan
3	Aneka keripik (pisang, singkong, mantang, nangka, sukun, dan lain-lain)	Jalan ZA. Pagar Alam (Gang PU)
4	Emping melinjo	Kelurahan Sukamaju, Langkapura, Rajabasa
5	Pengolahan Kopi bubuk	Kelurahan Sumber Agung, Kecamatan Kemiling
6	Kaos Lampung	Jalan Wolter Monginsidi
7	Batik Lampung	Kelurahan Pinang Jaya, Kecamatan Kemiling
8	Tapis	Kelurahan Kota Baru, Kecamatan Tanjung Karang Timur

Sumber : Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung

Dengan terealisasinya peluang investasi dan komoditas unggulan tersebut, maka diharapkan gerak dunia ekonomi masyarakat Kota Bandar Lampung menjadi dinamis sehingga tingkat pendapatan dan kesejahteraan meningkat.

6. Sebaran Jumlah Industri Kecil Menengah di Kota Bandar Lampung

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung jumlah Industri Kecil Menengah (IKM) di Kota Bandar Lampung yang tersebar di Kota Bandar Lampung seluruhnya mencapai 10.443 unit, yang terdiri dari 175 unit industri besar sedang, 2.821 unit industri kecil, 7.447 unit industri rumah tangga sehingga pertumbuhan industri Tahun 2016 mencapai 5,57%. rincian data tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 2
Jenis Usaha Industri
Di Kota Bandar Lampung Tahun 2015 S/D 2016

Uraian	Satuan	Tahun	
		2015	2016
Industri Besar Sedang	Unit	171	175
Industri Kecil	Unit	2.653	2.821
JUMLAH	Unit	2.824	2.996
Industri Rumah Tangga	Unit	7.336	7.447
JUMLAH	Unit	10.160	10.443
Pertumbuhan Industri	$\frac{2.996-2.824}{2.824} \times 100\% =$		6,09%

Sumber: LAKIP Diskoperindag Kota Bandar Lampung Tahun 2016

Pertumbuhan jumlah Industri di Kota Bandar Lampung dari tahun ke tahun mengalami peningkatan kurang dari 10%. Dari ketiga kategori Industri Kecil Menengah menurut Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung yaitu pertumbuhan Industri Besar mencapai 2,34% atau hanya 4 unit,

pertumbuhan Industri Kecil mencapai 6,33% atau 168 unit sedangkan Industri Rumah Tangga mencapai 1,51%.

B. Profil Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jalan Pagar Alam Kota Bandar Lampung

Industri kecil keripik di Jalan Pagar Alam Kota Bandar Lampung terdapat sebanyak 32 unit industri. Kawasan sentra industri keripik kota Bandar Lampung berdiri pada bulan Mei tahun 2008. Berdirinya kawasan ini dilakukan secara simbolis dengan dibangunnya gapura yang menyatakan kawasan tersebut sebagai kawasan sentra industri keripik kota Bandar Lampung. Gapura ini merupakan hasil kerjasama antara dinas perindustrian kota Bandar Lampung dengan PT. Perkebunan Nusantara VII Provinsi Lampung sebagai salah satu BUMN Pembina program kemitraan dengan UMKM di Provinsi Lampung. Kawasan sentra industri keripik kota Bandar Lampung ini terletak di Jalan Pagar Alam, Kelurahan Gunung Terang, Tanjung Karang Barat, Bandar Lampung, atau biasa dikenal sebagai Gang PU. Tujuan pembangunan tugu kawasan ini awalnya agar dapat mengenalkan kawasan ini sebagai kawasan *home industry* keripik singkong, jadi orang luar akan mengenal Bandar Lampung bukan hanya sebagai sentra keripik pisang, melainkan juga sebagai sentra pusat pembuatan keripik singkong.

Kawasan ini sebenarnya sudah ada sejak tahun 1996. Namun, saat itu pengusaha UMKM keripik yang ada belum berdiri secara berkelompok, masih berupa usaha perorangan yang jumlahnya bertambah

namun seiringnya waktu hingga detik ini justru mengalami penurunan. Pada bulan Mei tahun 2009 jumlah UMKM terdapat 46 UMKM namun pada tahun 2017 hanya ada sebanyak 32 UMKM yang tersisa.

Adapun rincian para pelaku usaha keripik dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3
Data Industri Keripik 2016
Jl. PAGAR ALAM - BANDAR LAMPUNG

No	Nama Perusahaan	Nama Penanggung jawab	Alamat Pabrik	Komoditi Industri	Keterangan
1	ZOM-ZOM FAMILY	EEN SARWASI	Jl. P. Alam No. 7	KERIPIK	PRODUSEN
2	FINO	SUWARNO	Jl. P. Alam No. 38	KERIPIK	PRODUSEN
3	ASA	SUCIPTO HADI	Jl. P. Alam No. 35	KERIPIK	PRODUSEN
4	NYOTO ROSO	NYOTO RAHARJO	Jl. P. Alam No.36	KERIPIK	PRODUSEN
5	WAGIMAN	WAGIMAN	Jl. P. Alam No.46	KERIPIK	PRODUSEN
6	DUA DARA	MARDIAH	Jl. Damai Gg. PU	KERIPIK	PRODUSEN
7	RONA JAYA	HERIYANTO	Jl. Griya Sejahtera II	KERIPIK	PRODUSEN
8	CESYLIA	SUHARTINI	Jl. P. Alam No. 42	KERIPIK	PRODUSEN
9	RIZKA	GUNAWAN	Jl. P. Alam No. 45	KERIPIK	PRODUSEN
10	LATEB	HARIYANTO	Jl. Griya Sejahtera II	KERIPIK	PRODUSEN
11	ALINDA	SUNARTI	Jl. P. Alam No. 17	KERIPIK	PRODUSEN
12	KARYA MANDIRI	MALIK	Jl. P. Alam No. 13	KERIPIK	PRODUSEN
13	KERIPIK SHINTA	SINTA	Jl. P. Alam No. 53	KERIPIK	PRODUSEN
14	AREMA JAYA	SUDARMANTO	Jl. P. Alam No. 20	KERIPIK	PRODUSEN
15	SUHERI	AHMAD SUHERI	Jl. P. Alam No. 21	KERIPIK	PRODUSEN

16	SUMBER REZEKI	SUHARTONO	Jl. P. Alam No. 29	KERIPIK	PRODUSEN
17	FIRMAN	FIRMAN	Jl. P. Alam No. 31	KERIPIK	PRODUSEN
18	KERIPIK MERY	SAYUTI	Jl. P. Alam No. 48	KERIPIK	PRODUSEN
19	MERY 3	SOMAN	JL. P. ALAM NO.181	KERIPIK	PRODUSEN
20	YAYA	ROMANOV	JL. P. ALAM NO.157	KERIPIK	PRODUSEN
21	MERY 4	M. SIDIK JAYA	JL. P. ALAM NO.181	KERIPIK	PRODUSEN
22	ROYAN	ROYAN	JL. P. ALAM	KERIPIK	PEDAGANG
23	NISA	HANAFI	Jl. P. Alam No.27	KERIPIK	PEDAGANG
24	ASKHA JAYA	ASWAL JUNAIDI	Jl. P. Alam No. 30	KERIPIK	PEDAGANG
25	LALA	YATINO	Jl. P. Alam No. 81	KERIPIK	PEDAGANG
26	MAHKOTA	ROBBY F.S.	Jl. P. Alam No. 14	KERIPIK	PEDAGANG
27	PURI JAYA	RENO	JL. P. ALAM	KERIPIK	PEDAGANG
28	KERIPIK LAMPUNG	WASITI	JL. P. ALAM NO.27	KERIPIK	PEDAGANG
29	ARABAR	BOIMAN	JL. P. ALAM	KERIPIK	PEDAGANG
30	ENGGAL JAYA	RASTOYO	JL. P. ALAM	KERIPIK	PEDAGANG
31	ALIBABA	ANWAR	JL. P. ALAM	KERIPIK	PEDAGANG
32	ROJO KRIPIK	SRI REJEKI	JL. P. ALAM NO.25	KERIPIK	PEDAGANG

Sumber: Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung

Dalam Penelitian ini diungkap dari profil industri kecil keripik yaitu dengan Bapak Sucipto selaku Ketua Kelompok Usaha Bersama Telo rejeki di Jalan Pagar Alam Kota Bandar Lampung.

Memasuki Gang PU di Jalan Pagar Alam Kota Bandar Lampung, deretan kios menjajakan aneka keripik pisang yang menjadi ikon dipajang di dalam stoples kaca dan diletakkan paling depan. Ada beberapa varian rasa yang ditawarkan seperti cokelat, moka, keju, jagung, dan melon. Selain kerpik pisang,

kios-kios itu juga menjual keripik singkong, keripik nangka, keripik salak. Gang yang terletak di tengah kota itu menjadi surga bagi wisatawan yang hendak berbelanja oleh-oleh. Apalagi, setiap pengunjung diizinkan untuk memastikan rasa dan kualitasnya. Tahun berdiri industri kecil keripik di Jalan Pagar Alam Kota Bandar Lampung berdiri antara Tahun 1996 dengan modal usaha Rp.350.000,00 tak lebih dari dua bulan Bapak Sucipto bisa menggaet sekitar 50 pelanggan. Tak jarang, mereka menyambangi rumahnya untuk memesan keripik.

Sebagai wiraswasta, Bapak Sucipto sadar bahwa inovasi adalah hal penting dalam bisnis. Ia pun mulai memproduksi keripik pisang sekitar tahun 2000. Tak disangka produk tersebut laris manis. Bahkan beberapa konsumen meminta berbagai varian rasa. Sejak itu, Bapak Sucipto dan para pengusaha keripik rumahan di Gang PU mulai membuat produk dengan berbagai rasa.

Pada Tahun 2006, jumlah penjual keripik di kawasan tempat tinggal Bapak Sucipto bertambah menjadi Sembilan orang. Saat itu, ia bersama para pengusaha keripik tersebut mendirikan kelompok usaha bersama yang diberi nama Telo Rejeki. Nama itu dipilih karena “telo” yang berarti Ubi. Berkembangnya usaha keripik di kelurahan tersebut, Bapak Sucipto dipercaya menjadi ketua.

Beliau pun aktif mengusulkan permohonan agar warga mendapat pembinaan tentang Pengelolaan usaha dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandar Lampung. Hingga saat ini terdapat 32 Unit pelaku Industri keripik dengan daerah pemasaran produk keripik basis di sepanjang Jalan Pagar Alam Kota Bandar Lampung dan ada

juga dari lokal, luar kabupaten maupun diluar provinsi. Adapun rincian omset penjualan seluruh toko di sepanjang jalan Pagar Alam adalah sebagai berikut:

Tabel 4
Data Industri Omset Penjualan Keripik Pisang 2015-2017
PAGAR ALAM-BANDAR LAMPUNG

No	Nama Perusahaan	Kapasitas Produksi		Nilai Produksi (Rp / Minggu)	TK (Orang)	Omzet 2015 (Rp)	Omzet 2016 (Rp)	Omzet 2017 (Rp)	keterangan
		(Kg / Minggu)	(Harga / kg)						
1	ZOM-ZOM FAMILY	125	40,000	5,000,000	2	240,000,000	248,000,000	237,000,000	PRODUSEN
2	FINO	177	40,000	7,080,000	7	339,840,000	345,000,000	355,000,000	PRODUSEN
3	ASA	235	40,000	9,400,000	5	451,200,000	460,800,000	475,800,000	PRODUSEN
4	NYOTO ROSO	215	40,000	8,600,000	5	412,800,000	396,000,000	380,000,000	PRODUSEN
5	WAGIMAN	180	40,000	7,200,000	5	345,600,000	338,400,000	340,400,000	PRODUSEN
6	DUA DARA	228	40,000	9,120,000	8	437,760,000	415,000,000	425,000,000	PRODUSEN
7	RONA JAYA	302	40,000	12,080,000	6	579,840,000	560,000,000	558,000,000	PRODUSEN
8	CESYLIA	414	40,000	16,560,000	4	794,880,000	805,000,000	793,000,000	PRODUSEN
9	RIZKA	135	40,000	5,400,000	7	259,200,000	243,000,000	238,000,000	PRODUSEN
10	LATEB	110	40,000	4,400,000	5	211,200,000	225,500,000	216,700,000	PRODUSEN
11	ALINDA	114	40,000	4,560,000	3	218,880,000	216,900,000	209,000,000	PRODUSEN
12	KARYA MANDIRI	308	40,000	12,320,000	12	591,360,000	617,000,000	601,000,000	PRODUSEN
13	KERIPIK SHINTA	300	40,000	12,000,000	10	576,000,000	58,000,000	636,000,000	PRODUSEN
14	AREMA JAYA	135	40,000	5,400,000	5	259,200,000	257,800,000	265,300,000	PRODUSEN
15	SUHERI	407	40,000	16,280,000	7	781,440,000	787,560,000	755,600,000	PRODUSEN
16	SUMBER REZEKI	338	40,000	13,520,000	8	648,960,000	645,000,000	665,000,000	PRODUSEN
17	FIRMAN	107	40,000	4,280,000	4	205,440,000	207,700,000	228,800,000	PRODUSEN
18	KERIPIK MERY	393	40,000	15,720,000	9	754,560,000	747,870,000	736,800,000	PRODUSEN
19	MERY 3	302	40,000	12,080,000	6	579,840,000	569,000,000	554,000,000	PRODUSEN
20	YAYA	414	40,000	16,560,000	4	794,880,000	760,000,000	740,000,000	PRODUSEN
21	MERY 4	135	40,000	5,400,000	7	259,200,000	239,000,000	229,000,000	PRODUSEN
22	ROYAN	215	40,000	8,600,000	5	412,800,000	405,000,000	395,000,000	PEDAGANG

23	NISA	180	40,000	7,200,000	5	345,600,000	315,000,000	300,000,000	PEDAGANG
24	ASKHA JAYA	675	40,000	27,000,000	25	1,296,000,000	1,359,000,000	1,389,000,000	PRODUSEN
25	LALA	302	40,000	12,080,000	6	579,840,000	670,000,000	680,000,000	PEDAGANG
26	MAHKOTA	414	40,000	16,560,000	4	794,880,000	750,000,000	743,000,000	PEDAGANG
27	PURI JAYA	135	40,000	5,400,000	7	259,200,000	288,900,000	294,400,000	PEDAGANG
28	KERIPIK LAMPUNG	110	40,000	4,400,000	4	211,200,000	235,000,000	247,000,000	PEDAGANG
29	ARABAR	235	40,000	9,400,000	6	451,200,000	443,300,000	439,800,000	PEDAGANG
30	ENGGAL JAYA	215	40,000	8,600,000	5	412,800,000	432,000,000	426,980,000	PEDAGANG
31	ALIBABA	180	40,000	7,200,000	7	345,600,000	360,000,000	354,000,000	PEDAGANG
32	ROJO KRIPIK	228	40,000	9,120,000	8	437,760,000	446,200,000	451,300,000	PEDAGANG

Sumber: Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung⁷⁶


Tabel tersebut memperlihatkan omzet penjualan setiap toko dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2015-2017 dimana sebagian besar banyak yang mengalami penurunan namun sebagian kecil ada yang mengalami peningkatan pesat karena mampu bersaing terhadap arus globalisasi dunia bisnis.

⁷⁶Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung.

C. Hasil Wawancara

1. Hasil Wawancara Kepada Pemilik Toko

No	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
1	Manajemen SDM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana Cara Mendapatkan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan toko (perusahaan)? 2. Apakah anda memberikan Training atau pelatihan khusus untuk menetapkan posisi setiap karyawan? 3. Bagaimana cara anda menilai kinerja karyawan? 4. Apakah ada kompensasi untuk karyawan yang memiliki kinerja baik? 5. Apakah anda memperhatikan hubungan kerja, kesehatan , keamanan dan masalah keadilan pada karyawan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan mencari ke kampung-kampung (desa) untuk orang yang benar-benar membutuhkan pekerjaan tanpa melihat latar belakang pendidikan dan keterampilan. 2. Tidak. Pelatihan dilakukan secara langsung ketika mereka bekerja. 3. Penilaian kinerja karyawan dilihat dari kehadiran, kerajinan, dan etika karyawan. 4. Setiap karyawan yang memiliki kinerja baik akan diberikan bonus serta tambahan THR ketika hari raya. 5. Tidak ada.
	Pengembangan SDM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah perusahaan pernah melakukan metode pelatihan didalam kelas tertentu untuk meningkatkan pengetahuan ? 2. Apakah setiap ada pergantian karyawan dilakukan pelatihan dan praktik secara langsung untuk meningkatkan keterampilan? 3. Apakah disediakan tempat dan alat-alat yang disediakan perusahaan sebagai sarana khusus pelatihan untuk meningkatkan keahlian? 4. Apakah karyawan diberikan pengetahuan luas terhadap semua bagian pada perusahaan bersangkutan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak. 2. Ya, setiap karyawan baru akan dilatih secara langsung pada tugasnya masing-masing oleh pemiik toko. 3. Hanya disediakan alat seadanya seperti penggorengan dan alat pengemasan serta tidak ada tempat khusus untuk pelatihan karyawan. 4. Tidak. Karyawan hanya diberikan pengetahuan sesuai dengan pekerjaannya saja.
2	Omset Penjualan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berapakah kisaran harga keripik pisang yang anda jual 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rp. 50.000 per kilogram 2. Sudah. Mengenalannya

		<p>?</p> <p>2. Apakah sudah ada langkah-langkah yang anda lakukan dalam mengenalkan produk anda kepada konsumen ?</p> <p>3. Bagaimana kualitas yang sudah anda berikan terhadap produk anda?</p> <p>4. Bagaimana pelayanan yang anda berikan kepada konsumen?</p> <p>5. Bagaimana cara anda menghadapi para competitor atau pesaing dalam bisnis anda?</p> 	<p>melalui brosur maupun internet (yang menggunakan internet hanya beberapa)</p> <p>3. Saya mempertahankan kualitas yang terbaik dari segi cita rasa dan kebersihan agar konsumen tidak kecewa terhadap produk saya.</p> <p>4. Pelayanan diberikan semaksimal mungkin dengan sapaan yang ramah, meayani kritik dan saran konsumen, serta permintaan konsumen seperti pengemasan yang berbeda.</p> <p>5. Beberapa toko menggunakan system penjualan online seperti Askha Jaya dan Shinta.</p>
--	--	--	--

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti selama kurun waktu tertentu terhadap pemilik toko oleh-oleh keripik pisang khas Lampung untuk karyawan sendiri dibedakan apakah karyawan khusus untuk membersihkan pisang, menggoreng, mengemas, dan menjaga toko atau melayani pembeli. Rata-rata toko di pusat oleh-oleh khas Lampung di Gang PU, para pemilik toko mencari karyawan sendiri dari kampung-kampung yang memang benar-benar berniat kerja.⁷⁷

Untuk keahlian karyawan, rata-rata pemilik toko tidak mengutamakan selama ia memiliki keinginan bekerja karena memang diajarkan dari nol pekerjaan yang akan mereka lakukan seperti wawancara yang dilakukan di toko Riska bahwa tenaga kerja atau karyawan memang mencari ke kampung-kampung untuk orang yang butuh pekerjaan. Walaupun karyawan

⁷⁷ Hasil wawancara terhadap pemilik toko keripik Rizka.

tidak memiliki keahlian, pemilik toko tidak terlalu mempermasalahkannya karena mengutamakan kemauan untuk belajar. Kemudian jika ada karyawan yang pekerjaannya lebih baik dibandingkan karyawan lainnya akan diberikan bonus bahkan perbedaan THR sehingga karyawan otomatis akan berusaha bekerja lebih baik dan tidak ada pelatihan bagi karyawan hanya diajarkan langsung oleh pemilik toko apa yang harus ia lakukan.

Berbeda lagi dengan Toko Merry yang dimiliki oleh M. Sidik Jaya dimana ia mencari karyawan melalui koneksi atau orang-orang yang ia kenal sehingga dapat dipercaya. Untuk keahlian tenaga kerja adalah sama seperti toko Riska bahwa hal itu bisa diajarkan dari nol selagi tenaga kerja atau karyawan ada kemauan.

Untuk menilai kinerja karyawan, beberapa toko menerapkan hal yang sama seperti kehadiran, kerajinan di toko, serta etika dalam bekerja. Hal tersebut merupakan sesuatu yang penting bagi pemilik toko karena kinerja karyawan dapat mencerminkan toko tersebut dimata pelanggan.

Kemudian, untuk pengenalan produk selain dari mulut ke mulut atau memperkenalkan secara langsung, promosi dilakukan secara *online* baik melalui media sosial maupun aplikasi *chatting* yang dimiliki pemilik toko, dan membuat iklan pada acara tertentu sebagai sponsor.

Untuk menghadapi competitor atau pesaing, para pemilik toko menganggap bahwa hal itu bukan masalah justru sebagai motivasi untuk menjadikan produknya lebih baik dibandingkan pesaing. Namun, ada beberapa toko yang menyikapi pesaing dengan menggunakan system penjualan online

dengan menggunakan website yang aktif seperti toko keripik Askha Jaya (Aswal Junaidi) dan Shinta (Sinta) dengan desain website yang memudahkan pembeli untuk mengenal produk mereka maupun untuk pemesanan. Sedangkan masih ada pesaing yang belum menggunakan system seperti ini sehingga ini menguntungkan mereka.

Aswal Junaidi selaku pemilik toko keripik Askha Jaya mengatakan bahwa ia mulai merambah dunia bisnis menggunakan sistem *e-commerce* semenjak merebaknya sistem sejenis dan keinginan pasar (konsumen kebanyakan) dengan sistem yang seperti itu. Ia mengatakan semenjak menggunakan sistem yang seperti itu, keuntungan yang didapatkan lebih besar dibandingkan sebelumnya walaupun tetap saja sistem yang seperti itu mengeluarkan dana baik dari segi desain dan sebagainya serta kehati-hatian dalam melihat pesanan. Kemudian, untuk Sinta selaku pemilik toko Sinta sendiri menggunakan sistem penjualan seperti itu semenjak para penjual non-makanan maupun makanan yang tidak sejenis menggunakan sistem tersebut. Sinta tidak mengungkiri semenjak menggunakan sistem tersebut, omzet penjualannya meningkat walaupun ia membutuhkan sedikit dana tambahan untuk membuat website tersendiri serta tambahan tagihan internet di tokonya.

Mengenai tunjangan kesehatan, karyawan membuat BPJS secara pribadi bukan diurus oleh pemilik toko. Mengenai gaji karyawan, pemilik toko memberikan gaji seadil mungkin atau disamakan untuk seluruh karyawan pada jabatan yang sama kecuali untuk bonus pada karyawan yang kinerjanya lebih baik.

Untuk pelayanan produk kepada konsumen, pemilik toko berusaha semaksimal mungkin dengan mempertahankan kualitas baik dari segi cita rasa, kebersihan, dan lain sebagainya sehingga pelanggan tidak kecewa.

2. Hasil Wawancara Kepada Karyawan Toko

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Mengapa anda bekerja di toko keripik pisang ini?	Karena kebutuhan ekonomi.
2	Apakah anda diberikan pelatihan khusus untuk menetapkan posisi anda oleh pemilik toko?	Tidak ada.
3	Apakah anda diberikan kompensasi oleh pemilik toko?	Ya diberikan saat menjelang hari raya.
4	Apakah anda diberikan jaminan kesehatan dan keselamatan kerja oleh pemilik toko?	Tidak, saya buat sendiri.
5	Apakah anda diberikan metode pelatihan khusus didalam kelas tertentu untuk meningkatkan kualitas anda?	Tidak diberikan.
6	Apakah perusahaan menyediakan tempat dan alat-alat sebagai sarana khusus untuk meningkatkan keahlian anda?	Tidak ada, pelatihan langsung dilakukan di toko.

Berdasarkan Hasil wawancara yang dilakukan kepada karyawan toko memperlihatkan bahwa mereka bekerja karena kebutuhan ekonomi. Para karyawan juga tidak diberikan pelatihan khusus, jaminan kesehatan, dan keselamatan kerja oleh pemilik toko. Mereka belajar secara otodidak atas

pekerjaan yang mereka tekuni dan mengurus jaminan kesehatan (BPJS) secara mandiri. Para karyawan juga tidak mendapatkan tempat khusus sebagai sarana untuk meningkatkan keahlian atau kelas khusus untuk meningkatkan kualitas kerja. Mengenai kompensasi baik itu bonus atas pekerjaan yang maksimal maupun THR saat hari raya diberikan kepada seluruh karyawan dengan perhitungan yang berbeda untuk setiap toko.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Pengembangan Sumber Daya Manusia Yang Dilakukan UMKM Keripik Pisang Dalam Meningkatkan Omset Penjualan.

Pengembangan Sumber Daya manusia merupakan suatu proses untuk meningkatkan kualitas agar menguasai pengetahuan, keterampilan, keahlian, dan wawasan yang sesuai dengan perkembangan pengetahuan dan teknologi, belum diterapkan sepenuhnya oleh sebagian dari lokasi penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan Sumber Daya manusia yang dilakukan oleh 32 UMKM keripik pisang dalam meningkatkan omset penjualan adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan.

Pengetahuan merupakan salah satu dari pengembangan Sumber Daya Manusia. Pengetahuan merupakan langkah –langkah karyawan mengetahui dengan jelas bagaimana pekerjaannya, bagaimana meningkatkan pekerjaannya dimasa yang akan datang, dan bagaimana karyawan mengetahui akan pekerjaannya dalam mempengaruhi omset penjualan. Dalam meningkatkan pengetahuan karyawan ini, penjual atau produsen baiknya mengadakan pelatihan selain untuk mengasah kemampuan mereka juga untuk menambah pengetahuan mereka terhadap hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan.

Dari 32 UMKM di lokasi penelitian, hanya 2 UMKM yang melakukan pelatihan khusus atau training khusus. Pelatihan ini dilakukan oleh toko Keripik Askha Jaya dan toko Keripik Shinta dalam bentuk pelatihan sistem penjualan *online* atau dapat disebut *e-commerce*. Mereka mempekerjakan beberapa pegawai yang bertugas sebagai admin *online* untuk melayani pembelian atau pertanyaan secara *online*. Pelatihan khusus dilakukan oleh pemilik tentang bagaimana mengelola website pribadi, mengelola toko *online* di website ternama seperti lazada, tokopedia, m.blanja.com, dan lain sebagainya.

Pelatihan yang mereka lakukan berguna agar karyawan mampu mengelola sistem penjualan *online* dengan baik tanpa melakukan kesalahan yang akan merugikan pemilik toko atau produsen yang tentu saja secara langsung mempengaruhi omset penjualan. Selain itu, dua toko tersebut juga melakukan pelatihan untuk manager toko karena mereka memiliki cabang dimana-mana sehingga perlu dilatih agar toko tersebut beroperasi sama dengan pusatnya. Sedangkan sisanya yaitu sebanyak 30 UMKM tidak melakukan pelatihan khusus atau training, pegawai hanya berlatih secara langsung ketika hari mereka bekerja yang dipandu oleh pemilik toko dilokasi kerja.

2. Keterampilan.

Keterampilan merupakan suatu kemampuan untuk menggunakan akal, Pikiran, ide, dan kreativitas dalam mengerjakan, mengubah,

ataupun membuat sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai dari hasil pekerjaan tersebut. Dalam pengembangan sumber daya manusia yang ada, keterampilan disini merupakan sesuatu yang dilatih dan dipraktikkan secara langsung oleh pemilik UMKM. Dari 32 UMKM, mereka secara keseluruhan berharap agar karyawannya memiliki keterampilan lebih. Sayangnya, dari hasil penelitian tidak semua UMKM melatih karyawan untuk meningkatkan keterampilan.

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa yang melakukan pelatihan dan *training* khusus hanya ada 2 UMKM yaitu Toko Keripik Shinta dan toko Keripik Ashka Jaya. Sedangkan untuk pelatihan dalam meningkatkan keterampilan kurang dari 50 % dari keseluruhan UMKM. Mereka melatih dalam hal keterampilan yaitu hanya dalam bagaimana cara mengemas yang baik dan unik serta bagaimana membuat bentuk keripik yang sedikit berbeda walaupun pada akhirnya pesaing ikut-ikutan. Peningkatan keterampilan dengan dilatih secara langsung tersebut hanya sekedar itu saja, tidak lebih sehingga keterampilan karyawan tidak terlalu terasah dari waktu ke waktu. Namun berbeda dengan 2 toko yang selalu melakukan pelatihan seperti toko Shinta dan Askha Jaya dimana mereka selalu berharap dan mengajarkan karyawan untuk melatih karyawan guna meningkatkan omset penjualan. Peningkatan keterampilan yang mereka tekankan adalah keterampilan dalam hal *marketing* dan dalam

operasional komputer (IT) sehingga secara langsung akan sangat mempengaruhi penjualan.

3. Keahlian.

Keahlian merupakan suatu kecakapan yang dimiliki oleh seseorang, walaupun dalam konteks kesempatan kerja keahlian sering diartikan sebagai suatu kombinasi pengetahuan dan keterampilan tangan diantara pekerja-pekerja.

Seperti yang telah diketahui bahwa keahlian merupakan gabungan dari dua pembahasan sebelumnya. Dalam hal ini seluruh UMKM sangat menginginkan memiliki karyawan yang memiliki keahlian terutama dalam bidangnya. Untuk itu seharusnya ada tempat khusus dan alat-alat yang disediakan perusahaan sebagai sarana khusus untuk meningkatkan keahlian.

Dari hasil penelitian di lapangan, dari 32 UMKM seluruhnya tidak memiliki tempat dan alat khusus untuk meningkatkan keahlian. Alat-alat yang akan mereka gunakan adalah alat-alat yang ada ditempat produksi tanpa ada tempat khusus lain sehingga keahlian dianggap pemilik UMKM akan berjalan dengan sendirinya dilokasi kerja. Hal ini sangat disayangkan, seharusnya, sebelum karyawan bekerja atau setelah karyawan bekerja beberapa waktu, mereka diajarkan pada lokasi dan tempat lain yang secara khusus untuk meningkatkan keahlian mereka bukan tempat dan alat yang memang ada dilokasi kerja.

4. Wawasan.

Wawasan adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu berdasarkan apa yang diketahuinya. Wawasan dapat diperoleh dari orang lain, buku, film, dan pengalaman. Mempunyai wawasan yang banyak dapat membantu kita dalam mengambil keputusan dan berpikir positif terhadap banyak hal.

Untuk pelaku usaha, meningkatkan wawasan bagi karyawan adalah hal yang penting. Dalam hal ini dari 32 UMKM untuk meningkatkan wawasan setiap karyawan mereka lebih kepada pengalaman karyawan selama bekerja ditempat tersebut bukan diajarkan melalui metode khusus. Dan untuk wawasan yang luas seperti pengetahuan terhadap semua bagian di perusahaan atau dalam hal ini UMKM, mereka memiliki wawasan sekedar ruang lingkup pekerjaan mereka saja.

Walupun mereka mengetahui pekerjaan rekan kerjanya misalkan bagian pengemas keripik mengetahui rekan kerjanya bekerja sebagai kasir, penggoreng, penjaga toko, dan lain sebagainya, mereka hanya sekedar tahu tanpa tahu lebih detail bagaimana cara mereka bekerja. Wawasan seperti ini sudah berlangsung dari awal berdirinya seluruh UMKM bahwasanya mereka hanya mengetahui detail pekerjaan mereka dan tahu tugas temannya tapi tidak boleh ikut campur dalam pekerjaan rekan kerja atau tidak perlu tahu detail bagaimana pekerjaan rekannya.

Wawasan karyawan dalam UMKM yang seperti ini dirasa cukup baik setidaknya mereka paham apa yang harus dikerjakan dan mereka tahu jika ada karyawan lain yang tidak bekerja sesuai bidangnya bisa mengingatnya. Sayangnya, wawasan yang hanya itu-itu saja tidak melihat pangsa pasar ke era yang lebih modern.

Pada lokasi penelitian, beberapa pemilik UMKM menyatakan bahwa ada karyawan yang kadang memiliki pengetahuan lebih dan memberi usulan seperti untuk memberikan iklan yang lebih menarik atau mengeluarkan dana untuk pemasaran serta mengikuti perkembangan zaman dengan *e-commerce* namun itu hanya masukan yang belum diterapkan oleh pemilik UMKM kecuali toko keripik Shinta dan Aska Jaya yang saling membagi pengetahuan atau wawasan antar karyawan dan pemilik UMKM.

Dari 32 UMKM, seluruhnya memberikan penjelasan kepada seluruh karyawan tentang tugas mereka masing-masing dan apa tugas temannya agar tidak terjadi tumpang tindih pekerjaan.

Penjelasan seperti ini berfungsi agar mereka paham kewajibannya saat bekerja dan tidak mengganggu pekerjaan karyawan lain. Hal ini dirasa peneliti tepat karena akan membuat karyawan bekerja secara teratur sesuai dengan pekerjaan mereka tanpa ikut campur dalam pekerjaan karyawan lain yang mana artinya mereka fokus pada pekerjaan mereka saja.

Sumber Daya Manusia yang ada di UMKM Keripik Pisang Gang PU merupakan sumber daya yang kurang berkualitas karena mereka tidak memiliki keterampilan khusus maupun keahlian khusus walaupun mereka paham pekerjaan mereka masing-masing. Sedangkan, untuk sumber daya yang ideal adalah sumber daya yang memiliki kemampuan khusus, keahlian khusus, maupun pemahaman terhadap pekerjaan yang akan mereka lakukan.

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) ini memiliki dampak pada omset penjualan yang dapat dilihat pada tabel 9. Untuk rata-rata omset penjualan pada tahun 2016 mengalami peningkatan rata-rata sebesar 0,52% dan tahun berikutnya sangat disayangkan mengalami penurunan rata-rata sebesar 0,05%. Mengenai omset ini, terlihat perbedaan baik dari segi harga, cara pemasaran, kualitas, pelayanan, dan menghadapi competitor dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan harga jual barang kepada konsumen atau dalam penelitian ini merupakan harga jual keripik pisang per kilogramnya. Mengenai harga penjualan di sentra keripik pisang adalah rata-rata sama yaitu menetapkan harga sebesar Rp. 50.000,-/kg (tahun 2018) tetapi ada beberapa toko yang berani menurunkan harga seperti toko Riska dengan harga menjadi Rp. 45.000 – Rp. 48.000 jika konsumen membeli dengan jumlah yang besar. Selain toko Riska, toko lain juga menerapkan hal yang sama yaitu Merry 1-3 dan toko Vino. Namun khusus untuk Merry 4 memiliki perbedaan harga

yang sejak awal berbeda dengan lainnya yaitu Rp. 45.000 per kilogramnya. Perbedaan harga ini membedakan omset penjualan dari produsen satu dengan produsen lainnya karena ada pembeli atau konsumen yang melihat dari segi harga namun ada juga produsen yang menetapkan harga tinggi namun tidak mempengaruhi omset penjualan.

2. Promosi Produk

Promosi adalah pengenalan produk kepada calon konsumen agar mereka menjadi tertarik membeli produk dan pada akhirnya menjadi konsumen tetap. Dari 32 UMKM, promosi yang baik untuk memperkenalkan produk, mereka memiliki cara tersendiri yang berbeda-beda. Beberapa toko seperti Zom-zom Family mengenalkan produknya melalui penyebaran brosur kepada masyarakat sekitar Lampung, toko keripik Nyoto Roso mengenalkan produknya kepada kerabat dekat agar merekomendasikannya ke orang lain, promosi lewat jejaring sosial milik pribadi seperti saat berkembangnya BBM melakukan *broadcast* maupun menyebar lewat grup *whatsapp* yang dimiliki, toko Rona Jaya melakukan pengenalan produk lewat langganan agar langganan mengenalkan produknya juga, ada juga yang tidak memperkenalkan produk hanya membuat papan reklame di depan toko tanpa menyebar brosur atau sejenisnya melainkan hanya menunggu konsumen datang ke toko.

Namun, ada 2 toko yang telah menggunakan system pengenalan dan penjualan secara *online* seperti toko keripik Shinta dan toko keripik Askha Jaya dimana mereka memiliki website pribadi untuk mengenalkan, menawarkan, dan melayani pembelian. Selain itu, mereka membuka toko pada website lain khusus pedagang seperti *tokopedia*, *m.blanja.com*, *shopee*, *instagram* pribadi, promosi lewat event tertentu, dan lain sebagainya. Hal ini memang membutuhkan dana, waktu, dan tenaga namun dua toko tersebut mengatakan bahwa dana, waktu, dan tenaga yang dikeluarkan sesuai dengan hasil yang didapatkan. Itu terlihat dari adanya peningkatan penjualan yang mana sistem penjualan tersebut juga memang digandrungi oleh masyarakat dunia saat ini (mengikuti perkembangan arus zaman).

Kemudian, dari hasil wawancara sebagian produsen kalah saing oleh produsen lainnya dari segi promosi dan branding karena mereka menggunakan promosi melalui iklan di internet serta memiliki system penjualan online sehingga pembeli tidak perlu ke toko lagi ditambah adanya jenis oleh-oleh baru selain keripik pisang.

3. Kualitas Produk.

Kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah. Dari hasil

penelitian, kualitas yang ditawarkan oleh penjual keripik pisang dijaga dengan baik. Seluruh UMKM atau 32 UMKM selalu mempertahankan kualitas produk dari segi kebersihan, kualitas rasa, dan ketahanannya dari jamur (awet tanpa pengawet). Hal ini dilakukan oleh mereka demi menjaga kepercayaan konsumen agar konsumen menjadi pelanggan tetap dan tidak memberikan keluhan yang mana keluhan tersebut bisa tersebar luas ke masyarakat sehingga membuat citra buruk toko yang berimbas menurunnya omset penjualan.

4. Pelayanan.

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung dan menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain, tamu atau pembeli. Dari hasil penelitian, seluruh UMKM berusaha keras meningkatkan pelayanan mereka. Pelayanan yang diberikan yaitu ketika konsumen datang ke toko diberikan pelayanan yang sopan dan juga ramah bahkan memberikan rekomendasi beberapa produk yang penjualannya tinggi. Pelayanan yang baik dari karyawan akan mempengaruhi penjualan sehingga seperti yang diungkapkan oleh toko Arema Jaya, toko Suheri, toko Royan, toko Arabar, dan toko Mahkota bahwa terkadang pembeli akan tertarik membeli produknya lebih banyak jika diberi pelayanan yang ramah dan mendengarkan apa permintaan konsumen.

Segala hal yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan juga tidak luput dari pelayanan yang diberikan oleh pemilik toko baik pedagang ataupun produsen termasuk etika dalam menerima pesanan secara *online* baik jejaring sosial maupun website penjualan, ataupun pelayanan atas keluhan konsumen, baik terhadap produk maupun pelayanan lainnya. Untuk etika dalam penjualan secara online di website seperti toko Askha Jaya (*m.blanja.com, shopee, tokopedia, instagram*, dan lainnya) dan Shinta mereka melakukan pelayanan sebaik mungkin dan seramah mungkin karena tidak adanya tatap muka sehingga mendapatkan kepercayaan konsumen secara menyeluruh.

Pelayanan yang baik ini tentu berimbang pada omset penjualan karena konsumen akan membeli jika salah satunya karyawan atau pemilik toko ramah, ketika di telfon melayani, serta adanya etika yang baik ketika menerima pesanan *online*.

5. Menghadapi Pesaing/*Competitor*.

Pesaing bisnis atau *competitor* merupakan salah satu hal yang ditakuti oleh sebagian pelaku usaha. Namun dari 32 UMKM, mereka tidak memandangnya seperti itu. Secara keseluruhan, pesaing bisnis dianggap sebagai motivasi untuk maju.

Banyak dari pemilik toko atau produsen yang tidak melakukan apapun terhadap keberadaan pesaing pada pasar yang sama. Mereka hanya menunggu konsumen datang ke toko seperti yang dilakukan

oleh toko keripik Asa, Nyoto Roso, Wagiman, Lateb, Arema Jaya, Riska, dan beberapa toko lainnya. Mereka menganggap bahwa pesaing justru menambah keberagaman pada pasar yang sama.

Namun, berbeda dengan toko Shinta dan Askha Jaya yang menghadapi pesaing dengan mengikuti perkembangan zaman yaitu promosi lewat media *online* dimana mereka merasa lebih maju satu langkah dibandingkan pesaingnya. Hanya dua toko tersebut yang menggunakannya sehingga secara tidak langsung mereka dapat bersaing tidak hanya pada pesaing untuk industri yang sama tapi pada industri makanan yang berbeda pada pasar yang lebih luas.

Selebihnya, beberapa toko yang tidak mengalami penurunan omset penjualan dikarenakan mereka sudah memiliki langganan tetap serta lokasi toko yang strategis. Ini artinya perlu adanya peningkatan akan kualitas sumber daya manusia yang ada di toko-toko tersebut guna menghadapi persaingan bisnis.

Persaingan seperti ini membuat perbedaan omset penjualan karena pelaku usaha atau pemilik toko yang merasa harus lebih unggul akan terus melakukan berbagai cara agar produknya lebih terjual banyak di kalangan masyarakat sehingga omset mereka terus bertambah. Sedangkan untuk pelaku usaha atau toko yang tidak melakukan apapun justru omsetnya hanya itu-itu saja, walaupun naik tidak seberapa bahkan cenderung turun.

Mengenai Omset penjualan seluruh sentra keripik pisang, rata-rata secara garis besar mengalami penurunan dikarenakan persaingan antar pedagang dengan sistem marketing yang semakin canggih. Seperti toko Nyoto Roso yang dari tahun ke tahun turun dimana tahun 2016 mengalami penurunan Rp. 16.800.000 dan tahun berikutnya turun sebesar Rp. 16.000.000, kemudian toko Royan dimana tahun 2016 turun pendapatannya sebesar Rp. 7.800.000 dan tahun berikutnya sebesar Rp. 10.000.000, dan beberapa toko lain yang tidak jauh berbeda.

Namun, selain itu alasan lain dikarenakan arus bisnis yang mulai berkembang pesat. Dimana sebelumnya keripik pisang adalah oleh-oleh khas Lampung, ada pesaing yang memiliki jenis oleh-oleh yang berbeda dan mereka mampu melakukan promosi besar-besaran seperti banana foster dan lain sebagainya yang mulai menguasai pasaran karena selain produknya yang berbeda, lebih mengikuti perkembangan zaman atau lebih *kekinian*.

Dari hasil penelitian secara keseluruhan, pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh UMKM Keripik Pisang dalam meningkatkan omset penjualan masih kurang baik. Hal ini terlihat pada pemilihan karyawan yang tidak memperhatikan keahlian, pendidikan, atau keterampilan karyawan sehingga pemilik toko perlu mengajarkan dari nol terlebih untuk menghadapi persaingan usaha, ada baiknya mempekerjakan karyawan yang berpengalaman atau yang memiliki keahlian khusus terutama setidaknya mempekerjakan

karyawan khusus untuk IT. Ini dilakukan guna persaingan bisnis yang serba canggih dalam penggunaan teknologi. Jika pemilik toko dapat bersaing secara otomatis omset mereka dapat meningkat dari tahun ke tahun ditambah dengan promosi, pelayanan, maupun kualitas produk yang tidak kalah saing.

B. Pengembangan Sumber Daya Manusia Yang Dilakukan oleh UMKM Keripik Pisang Menurut Perspektif Islam.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, Manajemen Sumber Daya Insani (MSDI) yang dilakukan oleh 32 pemilik toko keripik pisang Segala Mider Gang PU masing-masing memiliki cara tersendiri dalam merekrut sumber daya insani (SDI). Beberapa pemilik memilih SDI dengan mencari ke Kampung-kampung dan melalui orang-orang yang dikenal sekitar lingkungannya serta menyebarkan brosur lowongan.

SDI baru yang belum mempunyai keterampilan dan keahlian dilatih (diolah) oleh masing-masing pemilik toko dan dilakukan secara efektif dan efisien sehingga menjadikan SDI yang bermutu dan berkualitas dalam pekerjaannya. Dalam ekonomi Islam hal ini dirasa kurang tepat karena seharusnya sebagai pelaku usaha yang berlandaskan syariah, tetap harus memperhatikan sumber daya insani. Apakah dia memiliki keterampilan, rajin beribadah, dan memiliki kualitas yang lebih baik perlu diperhatikan.

Dalam ekonomi Islam, dikenal bahwa Sumber Daya Insani yang tidak berkualitas baiknya dilatih oleh pelaku usaha. Pelatihan ini atau juga dikenal sebagai training membantu karyawan yang berkualitas atau tidak memiliki keterampilan agar setidaknya sedikit memiliki keterampilan. Hal ini dalam

ekonomi Islam dipandang baik dan dapat dilanjutkan. Namun pada kenyataannya, hanya ada dua toko yaitu Askha Jaya dan Shinta yang memberikan pelatihan kepada Sumber Daya Insani sehingga dapat dikatakan hanya dua toko ini saja yang memperhatikan pengembangan Sumber Daya Insani dalam hal meningkatkan keterampilan.

Mengenai kompensasi untuk karyawan berprestasi, ekonomi Islam memandangnya sebagai bonus upah dari keringat pegawai. Ekonomi Islam sendiri menegaskan agar harus adanya pemberian upah sebelum keringat pegawai kering atau keringat pekerja kering sedangkan mengenai bonus, bonus atau kompensasi yang dimaksud adalah tambahan dari pekerjaannya yang lebih baik dari temannya sehingga dinilai positif oleh ekonomi Islam.

Hal ini dijelaskan dalam QSAt-Taubah Ayat 105 :

وَقَالِ عَمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ ۝ ١٠٥

Artinya: Dan katakanlah (Muhammad) : “bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada Allah yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.(QS.At-Taubah:105).

Ayat di atas menginformasikan tentang arti penting dari penilaian Allah penilaian Rasulnya, dan penilaian orang mukmin terhadap prestasi (kerja) seseorang. Semua prestasi itu pada saatnya nanti di akhirat, akan diinformasikan dan diperlihatkan secara transparan apa adanya, baik yang

tersembunyi maupun yang tampak. Singkatnya, setiap yang dikerjakan anak manusia, dipastikan akan diberitakan atau dilaporkan apa adanya.⁷⁸

Allah dan Rasul-Nya pasti akan melihat (menyaksikan) prestasi kalian, bahkan Allah akan memberikan pembalasan atas amal perbuatanmu itu dalam bentuk kekayaan, kemampuan, kemuliaan, keleluasaan, dan keutamaan rezeki yang tiada tara. Demikian pula Rasulullah dan Orang-orang beriman lainnya, akan menyaksikan prestasi kerja kalian semua sehingga mereka akan memberikan hak-hak kalian di dunia ini.

Apabila dilihat dari tafsir diatas, pengaplikasian serta praktik dalam melatih karyawannya para pengusaha keripik hampir seluruhnya menerapkannya sesuai dengan syariah islam. Hal ini dikarenakan para pengusaha menginginkan karyawan yang memiliki tingkat keahlian yang efektif dan efisien sehingga dapat menghasilkan produk yang bermutu dan berkualitas.

Kemudian, dalam menerapkan kedisiplinan Sumber daya insani dengan tujuan semua SDI dapat mentaati peraturan-peraturan perusahaan dan bekerja sesuai dengan rencana. Apabila terdapat salah satu SDI yang melakukan penyimpangan atau kesalahan maka pemilik toko akan melakukan perbaikan dengan cara menegur kepada SDI tersebut di luar jam kerja dengan memberikan nasehat agar SDI tersebut dapat memperbaiki kesalahan yang telah ia lakukan baik dari segi kehadiran, ataupun perilaku dalam lingkungan perkerjaan. Menurut ekonomi Islam, hal ini sudah baik

⁷⁸Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2013), h.61.

karena kesalahan karyawan tidak serta merta memarahi atau memberikan hukuman namun menasehati dengan memberikan perbaikan.

Mengenai jaminan kesehatan dan keselamatan kerja sangat disayangkan bahwa dari seluruh UMKM tidak memperhatikannya. Pelaku usaha atau pemilik UMKM akan memberikan bantuan ketika karyawan sakit atau terjadi kecelakaan kerja, seharusnya ada baiknya kesehatan tersebut di sebutkan dalam akad pekerjaan diawal seperti adanya asuransi (kalau bisa asuransi berbasis syariah), BPJS Kesehatan, dan BPJS Ketenagakerjaan. Hal ini benar-benar belum dilakukan oleh seluruh pemilik UMKM sehingga jika dipandang dalam kacamata ekonomi Islam belumlah sesuai.

Selain itu, para pengusaha juga benar-benar mengawasi kerja karyawannya serta mengajarkan untuk selalu bersikap jujur dan berlaku sopan dalam bekerja baik terhadap sesama karyawan lebih lagi terhadap para pelanggan. Dalam hal ini sesuai dengan perintah Allah dan Rasul bahwasannya setiap insan yang bekerja dituntut untuk selalu bekerja jujur dan amanah, karena Allah mengetahui hal-hal yang tampak maupun tidak tampak dan Allah pastikan akan memberikan balasan terhadap amal perbuatan insan tersebut baik yang berhubungan dengan prestasi kerja duniawai (bermotifkan ekonomi) maupun berhubungan dengan nilai-nilai ukhrawi.

Oleh sebab itu dalam Islam, amal seseorang tidak dilihat dari segi jumlahnya, tetapi lebih penting mutu tersebut. Islam mengajarkan umatnya

untuk mengisi hidupnya dengan bekerja dan tidak membiarkan waktunya terbuang percuma.

Diversifikasi tenaga kerja domestik dan internasional di Keripik pisang PU sebagian besar karyawannya wanita sedangkan jumlah karyawan pria lebih sedikit, jadi dalam hal ini kegiatan kerja masing-masing karyawan baik wanita maupun pria hampir disama ratakan disetiap outletnya dikarenakan juga dalam bekerja di keripik pisang baik dalam kegiatan produksinya tidak membutuhkan tenaga yang ekstra namun hanya memerlukan ketekunan dan kesabaran dalam pekerjaan tersebut baik dari segi pengupasan keripik pisang, penggorengan maupun pengemasannya.

Dalam menghadapi perubahan teknologi masing-masing para pengusaha juga memiliki cara-cara tersendiri dalam mengatasi perubahan teknologi tersebut, seperti halnya perubahan teknologi jaman sekarang lebih kedalam hal IT, dalam hal ini sebagian para pengusaha melatih para karyawan untuk bisa menggunakan IT, baik yang berhubungan dengan internet maupun komunikasi lainnya seperti yang dilakukan keripik pisang Askha dan shinta yang memiliki website khusus keripik mereka sehingga pelanggan mudah untuk melihat berbagai macam pilihan rasa keripik serta harga untuk masing-masing keripik tersebut, namun masih banyak juga cara pengusaha lainnya dalam mengikuti arus perubahan teknologi.

Jadi, secara keseluruhan pengembangan Sumber Daya Manusia yang dilakukan UMKM Keripik Pisang dalam meningkatkan Omset Penjualan

dalam Perspektif Ekonomi Islam masih kurang baik. Hal ini dikarenakan dalam mencari karyawan para pengusaha tidak memperhatikan keahlian dan pendidikan karyawan tersebut sehingga para pengusaha tersebut harus mengajarkan karyawannya dari nol hingga mengerti. Selain itu para pengusaha tidak memberikan tunjangan kesehatan bagi karyawannya, padahal Islam menganjurkan untuk berbuat adil terhadap orang yang telah bekerja dan memberikan haknya atas apa yang telah dikerjakannya karena tunjangan kesehatan juga sebagai pemacu karyawan untuk giat bekerja walaupun tunjangan kerja tersebut tidak pasti untuk digunakan atau tidaknya namun setidaknya tunjangan kesehatan tersebut tetap diberikan.

Untuk hal persaingan antar kompetitor para pengusaha juga bersaing secara sehat dikarenakan tidak ada antar pesaing yang dirugikan seperti halnya menjatuhkan harga pasar dalam hal ini para pengusaha keripik pisang tidak ada yang melanggar, adapun beberapa pengusaha yang menurunkan harga hanya menurunkan sedikit harga itu juga berlaku untuk konsumen yang membeli barang dalam jumlah yang banyak ataupun untuk konsumen yang telah menjadi pelanggan tetap.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.

Dari pembahasan hasil pengolahan dan analisis data dalam penelitian tentang “Analisis Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Keripik Pisang Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Keripik Pisang Jl. Pagar Alam, Gang PU, Kelurahan Segala Mider, Kota Bandar Lampung), dapat disimpulkan bahwa:

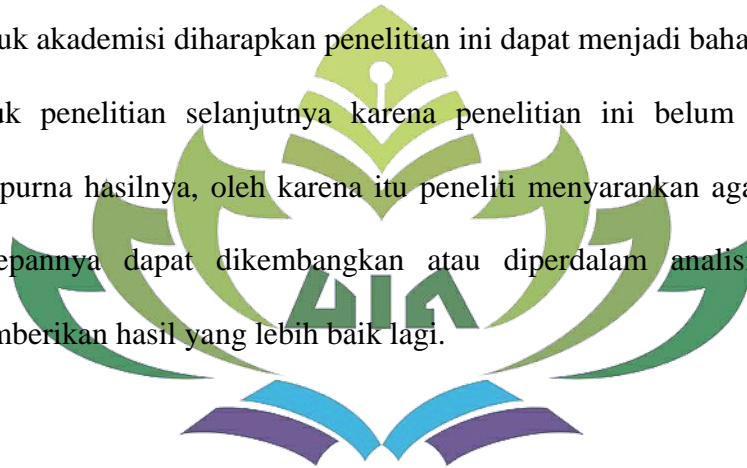
1. Pengembangan Sumber Daya Manusia yang dilakukan oleh seluruh UMKM keripik pisang dalam meningkatkan omset penjualan dinilai kurang baik. Hal ini karena karena dari 32 UMKM secara keseluruhan hampir tidak ada yang memperhatikan pengembangan sumber daya manusia mulai dari pengembangan pengetahuan karyawan, keterampilan karyawan, keahlian karyawan, dan wawasan karyawan kurang diperhatikan. Hanya 2 UMKM yang memperhatikan pengetahuan dan keterampilan karyawan karena mereka melakukan pelatihan khusus terutama dalam bidang marketing yaitu *e-commerce*. Kemudian, UMKM lain hampir secara keseluruhan memperhatikan keahlian dan wawasan karyawan tapi mereka tidak memberikan penunjang untuk mengasah atau menambah keahlian serta wawasan karyawan mulai dari adanya tempat dan alat-alat khusus yang disediakan untuk melatih keahlian. Mengenai omset yang naik-turun lebih dipengaruhi oleh kualitas, cara pemasaran, dan pelayanan yang mana hal ini tentu berhubungan juga dengan bagaimana kualitas sumber daya manusia.

2. Pengembangan Sumber Daya Manusia yang dilakukan oleh seluruh UMKM keripik pisang dalam meningkatkan omset penjualan menurut Perspektif Islam dinilai kurang baik. Hal ini dikarenakan dalam mencari karyawan para pengusaha tidak memperhatikan keahlian dan pendidikan karyawan tersebut sehingga para pengusaha tersebut harus mengajarkan karyawannya dari nol hingga mengerti. Selain itu para pengusaha tidak memberikan tunjangan kesehatan bagi karyawannya, padahal Islam menganjurkan untuk berbuat adil terhadap orang yang telah bekerja dan memberikan haknya atas apa yang telah dikerjakannya karena tunjangan kesehatan juga sebagai pemacu karyawan untuk giat bekerja walaupun tunjangan kerja tersebut tidak pasti untuk digunakan atau tidaknya namun setidaknya tunjangan kesehatan tersebut tetap diberikan. Untuk hal persaingan antar kompetitor para pengusaha juga bersaing secara sehat dikarenakan tidak ada antar pesaing yang dirugikan seperti halnya menjatuhkan harga pasar dalam hal ini para pengusaha keripik pisang tidak ada yang melanggar, adapun beberapa pengusaha yang menurunkan harga hanya menurunkan sedikit harga itu juga berlaku untuk konsumen yang membeli barang dalam jumlah yang banyak ataupun untuk konsumen yang telah menjadi pelanggan tetap.

B. Saran

Adapun yang dapat disarankan kepada pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha adalah :

1. Untuk pelaku usaha diharapkan agar memfokuskan diri pada pengembangan sumber daya manusia pada karyawan yang telah mereka miliki karena sumber daya manusia yang baik akan membawa dampak positif terhadap produksi, promosi, kualitas, pelayanan, dan sebagainya di toko keripik yang secara langsung akan meningkatkan omset penjualan.
2. Untuk akademisi diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya karena penelitian ini belum bisa dikatakan sempurna hasilnya, oleh karena itu peneliti menyarankan agar penelitian ini kedepannya dapat dikembangkan atau diperdalam analisisnya sehingga memberikan hasil yang lebih baik lagi.





DAFTAR PUSTAKA

- Agama, Departemen. *Alqur'an Terjemah*, (Semarang :Thohha Putra, 1989).
- Angipora, Marius P. *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002).
- Bangun, Wilson. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2012).
- Dessler, G. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : PT. Indeks, 2006).
- Jeffrey feffer,. *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia: Keunggulan Kompetitif melalui MSDM*, (Yogyakarta : Amara Books, 2007).
- Veithzal Rivai Zainal. *Islamic Human Capital Management*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014).
- Etta Mamang S dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2013).
- Faustino, Cardoso Gomes. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset , 2003).
- Hasan, Iqbal. *Metodologi Research*, (Yogyakarta: UGM Press, 2008).
- Hasan, M. Iqbal. *Pokok- pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002).
- Hasibuan, Malayu. *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005).

Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi* (Jakarta PT. Bumi Aksara, 2012).

Husein, Umar. *Riset SDM dalam Organisasi Edisi Revisi*, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka, 2004).

I Ketut Surya Diarta, Putu Widhianti Lestari dan Ida Ayu Putu Citra Dewi, “*Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia*” *Jurnal Manajemen Agribisnis* Vol. 4, No. 2, Oktober 2016 ISSN: 2355-0759, Bali: Universitas Udayana, 2016.

Iswanto, Yun. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2010).

Jusmaliani , *Pengelolaan Sumber Daya Insani*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2011).

Kasmir, *Kewirausahaan* ,(Jakarta :PT Raja Grafindo Persada, 2012).

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas* (Jakarta : Penerbit Indeks, 2005).

Kunto, Suharsini Ari. *Prosuder Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, (Yogyakarta: Rineka Cipta 2010).

Nasional Pendidikan Departemen, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Cet IV) (Jakarta: Gramedia Pusaka Utama, 2011).

Notoatmodjo, Soekidjo. *Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Rineka Cipta , 2009).

Nur Rafida dan Rini Kurniasih, “*Konsep Dasar Organisasi: Definisi, Tujuan, dan Proses*”(Jurnal Program Studi Matematika Universitas Sebelas Maret, 2012).

Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2006).

Rambat Lupiyado dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009).

Riani , Asri Laksmi. *Manajemen Sumber Daya manusia Masa Kini*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013).

Saladin, Djaslim. *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Mandar Maju, 1991).

Samsul Ma'arif, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang*, Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2013.

Siagian , *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012).

Siagian, Sondang P. *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2003)

Simamora, Henry. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi III*, (Yogyakarta: STIE YKPN, 2004).

Sofyandi, Herman. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013).

Suma, Muhammad Amin. *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2013).

Suprayitno, Eko. *Ekonomi Islam: Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005).

Sri Marhanah, “*Analisis Visi dan Misi Rumah Sakit*” (Tesis Program Studi Manajemen Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia, 2010).

Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*, (Yogyakarta : BPFE, 2012).

Teguh Triwiyanto, Nurul Ulfatin. *Manajemen Sumber Daya Manusia Bidang Pendidikan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).

Thina Khuriyati, *Faktor-Faktor Penyebab Penurunan Omzet Penjualan Pada Industri Kerajinan Monel Di Desa Kriyan Kabupaten Jepara*, Jurusan Teknologi Jasa Dan Produksi Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang, 2013.

Vincent, Gaspersz. *Total Quality Management*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2003).