

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA (STUDI KASUS PADA UMKM
GALERI BATIK TABIR RIAU RANI DI KOTA PEKANBARU)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Bidang Ilmu Program Studi Administrasi Bisnis
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



**RIDHO ILHAM SAPUTRA
NPM: 157210345**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

**PEKANBARU
2019**

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim..

Tiada kata dan ucapan yang bisa penulis ucapkan selain puji syukur sedalam dalamnya kepada Allah SWT karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya lah akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Mudah-mudahan ilmu yang penulis dapatkan selama masa perkuliahan bermanfaat bagi diri penulis, keluarga serta masyarakat dan semoga di Ridhoi oleh Allah SWT. Sholawat dan salam tak lupa penulis ucapkan kepada junjungan alam yakni Nabi Muhammad S.A.W dengan ucapan Allahumma sholli'ala Sayyidina Muhammad dan skripsi ini di ajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S-1) pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Riau, yaitu dengan judul **“Analisis Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru)”**.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi tata bahasa, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran perbaikan demi kesempurnaannya

Dalam Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang memungkinkan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, rasa terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi,SH., MCI.
Karena selama saya kuliah di Universitas Islam Riau ini selalu menjadi motivator untuk menyelesaikan studi dengan tepat waktu
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, Bapak Dr.H.Moris Adidi Yogya,M.Si karena selalu mendukung dan menjadi motivator saya menyelesaikan studi dengan tepat waktu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Bapak La Ode Syarfan, SE.,M.Si selaku ketua program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
4. Dosen pembimbing yakni ibuk Dr. Hj. Rosmayani Rosmayani S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang dalam hal ini tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama di bangku perkuliahan dengan mendidik dan memberikan segala dorongan serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian ini.
6. Seluruh staf Karyawan / Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau dan serta Perpustakaan Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis menyelesaikan administrasi mengenai surat menyurat dan keperluan penulis berhubungan dengan menyelesaikan skripsi ini

7. Ibu Pemilik usaha Galeri Batik Rani yang telah bersedia menerima dan memberikan bantuan serta informasi yang penulis butuhkan dalam penusunan skripsi ini.
8. Ayahanda terkasih Zulkarnain dan ibunda Ernita tersayang atas curahan kasih sayang untaian doa,serta motivasi tiada henti dan sangat besar yang tak ternilai harganya bagi penulis.Terimakasih atas semua yang telah engkau berikan,tak akan aku kurangi bakti dan cintaku padamu,dan hanya Allah SWT yang mampu membalasnya.
9. Teman–teman seperjuangan angkatan 2015. Dan teman-teman HIMIA BISNIS Terimakasih atas semuanya. Hari-hari perkuliahan bersama kalian susah senang dan kupastikan kalian menjadi suatu kenangan yang terindah dalam hidup ini

Akhir kata, kepada Allah SWT penulis memohon serta bimbingan bantuan pengorbanan dan keikhlasan yang telah diberikan selama ini akan menjadi amal kebaikan dan mendapat balasan yang layak dari Allah SWT, Aamiin Yarabbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, 19 Desember2019

Penulis

Ridho Ilham Saputra

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING.....	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	17
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	17
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR.....	18
A. Studi Kepustakaan	18
B. Penelitian Terdahulu	54
C. Kerangka Pikir	59
D. Konsep Operasional	60
E. Operasional Variabel	61
BAB III METODE PENELITIAN	62
A. Tipe Penelitian	62
B. Lokasi Penelitian.....	63
C. Informan	63
D. Teknik Penarikan Sampel	64
E. Jenis dan Sumber Data	64
F. Teknik Pengumpulan Data	65
G. Teknik Analisis Data.....	66

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	68
A. Sejarah Singkat Perusahaan Galeri Batik Tabir Riau Rani	68
B. Struktur Organisasi Perusahaan	69
C. Fungsi dan Tugas Organisasi	71
D. Aktifitas Usaha (Galeri Batik Tabir Riau Rani)	72
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
A. Identitas Key Informan Dan Informan	74
B. Analisis Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Umkm Galeri Batik Tabir Riau Rani Di Kota Pekanbaru)	74
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
I.1 Tabel Jenis Motif Batik Riau	10
I.2 Tabel Daftar Produk pada Galeri Batik Tabir Riau Rani	14
I.3 Tabel Penjualan Pada Galeri Batik Tabir Riau Rani	16
II.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	54
II.2 Tabel Operasional Variabel Penelitian.....	61
III.1 Tabel Jumlah Informan Penelitian	64
V.1 Tabel Jumlah Key Informan dan Informan Galeri Batik Tabir Riau Rani.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
I.I : Gambar Motif Batik Riau Rani.....	12
II.1 : Kerangka Pikir Analisis Pengembangan UMKM pada Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru.....	59
IV.I : Struktur Organisasi Pada Galeri Batik Tabir Riau Rani	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Wawancara Kapten Toko	101
Lampiran 2	Wawancara Pemilik Usaha	103
Lampiran 3	Wawancara Konsumen	106
Lampiran 4	Daftar Tabel Hasil Wawancara Kapten Toko.....	108
Lampiran 5	Daftar Tabel Hasil Wawancara Pemilik Toko.....	110
Lampiran 6	Daftar Tabel Hasil Wawancara Konsumen	114
Lampiran 7	Foto Dokumentasi Penelitian.....	116



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian konferhensif Skripsi yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ridho Ilham Saputra
NPM : 157210345
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Umkm Galeri Batik Tabir Riau Rani Di Kota Pekanbaru)

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian konferhensif Skripsi ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan.

1. Bahwa, naskah Skripsi ini adalah benar asli saya sendiri (tidak plagiat) yang saya tulis sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulis karya ilmiah.
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang di tetapkan oleh Fakultas dan Universitas.
3. Bahwa, apabila dikemudian hari di temukan dan terbukti secara sah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas persyaratan butir 1 dan 2 tersebut di atas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian konferhensif Skripsi yang telah saya ikuti serta Hukum Negara Republik Indonesia.

Demikian Persyaratan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 10 Desember 2019

Pelaku pernyataan,

Ridho Ilham Saputra

**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA (STUDI KASUS PADA UMKM
GALERI BATIK TABIR RIAU RANI DI KOTA PEKANBARU)**

ABSTRAK

Ridho Ilham Saputra

Kata Kunci : Pengembangan Usaha, Umkm

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Pengembangan Usaha pada UMKM Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru. Indikator yang digunakan adalah Permodalan, Produksi, Pemasaran, dan Kewirausahaan. Tempat penelitian ini dilakukan pada toko Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru dengan menggunakan tipe penelitian survey deskriptif, yaitu dengan melakukan wawancara untuk alat pengumpul data dan data yang terkumpul dijadikan bahan baku utama untuk menganalisis kondisi objektif pada lokasi yang diteliti. Ada dua jenis informan pada penelitian ini yaitu key informan yaitu pemilik usaha galeri batik tabir riau rani sebagai key informan dan kapten toko sebagai informan. Jenis dan teknik pengumpulan data yang dipergunakan yaitu data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara serta data sekunder yang dikumpulkan dengan cara menggunakan teknik pengamatan (observasi). Berdasarkan teknik analisis ini peneliti menilai dan menyimpulkan bahwa pengembangan usaha pada umkm galeri batik tabir riau rani berada pada penilaian belum berkembang atau masih jalan ditempat. Ada beberapa rekomendasi yang perlu dipertimbangkan dan ditinjau kembali terutama yang berkaitan dengan hal-hal yang menjadi hambatan atau kendala agar tercapainya pengembangan usaha pada Galeri Batik Riau Rani

**ANALYSIS OF BUSINESS DEVELOPMENT (CASE STUDY ON UMKM
BATIK GALERI TABIR RIAU RANI IN PEKANBARU CITY)**

ABSTRACT

Ridho Ilham Saputra

Keywords: Business Development, Umkm

This study aims to determine the Analysis of Business Development at MSME Batik Tabir Riau Rani Gallery in Pekanbaru City. The indicators used are Capital, Production, Marketing and Entrepreneurship. The place of this research was conducted at the Batik Tabir Riau Rani Gallery store in Pekanbaru City using a descriptive survey research type, namely by conducting interviews for data collection tools and the data collected was used as the main raw material for analyzing objective conditions at the location under study. There are two types of informants in this study, namely key informants, namely the batik gallery owner Riau Rani's business gallery as key informants and store captains as informants. Types and data collection techniques used are primary data collected using interview techniques and secondary data collected by using observation techniques. Based on this analysis technique, the researcher assessed and concluded that the business development at Umrah Riau Batik Batik Gallery was underdeveloped or still in place. There are several recommendations that need to be considered and reviewed, especially those relating to things that become obstacles or obstacles in order to achieve business development at the Riau Batik Rani Gallery.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap individu masing-masing memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, baik kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Tingkat kebutuhan setiap individu relatif tergantung kepada sumber daya dan kepentingannya. Setiap kebutuhan ini merupakan peluang bagi para pelaku usaha, yaitu orang-orang yang terlibat dalam suatu pertukaran nilai untuk meraih keuntungan.

Seiring dengan berkembangnya zaman saat ini, maka dunia usaha mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya unit-unit usaha yang semakin bertambah, baik usaha dalam skala kecil, menengah maupun skala besar. Mengingat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi yang bergerak dengan sangat cepat dan dinamis, maka peran sektor industri sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian di Indonesia. Disisi lain persaingan dunia usaha industri saat ini semakin ketat hal ini yang membuat produsen saling berpacu untuk melakukan pembenahan dan perbaikan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan perindustrian.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) industri adalah sebuah kesatuan unit usaha yang melakukan dan menjalankan aktivitas ekonomi yang mempunyai tujuan untuk menghasilkan barang ataupun jasa yang berdomisili pada suatu tempat atau lokasi tertentu dan memiliki catatan administrasi masing-masing.

Salah satu sektor industri yang sangat menarik perhatian pemerintah adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Badan Pusat Statistik (BPS) misalnya menggolongkan menjadi empat golongan berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Yang pertama adalah industri rumah tangga apabila memiliki tenaga kerja antara 1 sampai 4 orang. kedua adalah industri kecil dengan jumlah tenaga kerja antara 5 sampai 9 orang. ketiga adalah industri sedang/menengah apabila memiliki tenaga antara 10-99 orang. Terakhir industri besar apabila memiliki jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM di definisikan sebagai berikut :

- A. Usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau
- B. badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut.
 - 1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
 - 2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
- C. Usaha kecil ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan, yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagai berikut.

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
 2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- D. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha, dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan dengan kriteria sebagai berikut.
1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
 2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 (dua miliar dua ratus juta rupiah)

Industri Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan sektor yang diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja, karena sektor ini dalam melakukan proses produksinya banyak menggunakan tenaga kerja manusia sehingga dapat menyerap dan menciptakan kesempatan untuk bekerja lebih banyak. Dunia industri UMKM juga memberikan kontribusi dalam pemerataan pendapatan dan wadah sosial ekonomi masyarakat, serta memiliki dampak positif dalam perekonomian di

Indonesia, karena berkat kontribusinya menjadikan salah satu upaya dalam mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan di Indonesia.

Dalam konteks pengembangan ekonomi rakyat, sektor UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah) menjadi titik sentral didalamnya. Berdasarkan data Berita Statistik BPS dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2010), dari total tenaga kerja usaha besar dan usaha kecil pada tahun 2010 sebanyak 102,2 juta orang, sekitar 99,4 juta orang (97,22%) berada pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Data ini menunjukkan bahwa sektor UMKM memiliki kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja. Masalah kekurangan kapital (investasi) yang dihadapi Indonesia dipecahkan dengan pola investasi terbatas, unit usaha dan juga kesempatan kerja (Hamid,2005:43)

Selain memberikan kontribusi pada penyerapan tenaga, sektor UMKM juga memiliki peran dalam perekonomian nasional. Selama tahun 2010, kontribusi UMKM berkisar 57% terhadap PDB. Kemudian, banyaknya unit usaha yang bisa diciptakan dengan investasi terbatas di usaha kecil mencerminkan juga banyaknya kesempatan kerja baru yang dapat diciptakannya jika unit usaha tersebut didorong untuk tumbuh dan berkembang (Hamid,2005:43)

Namun, meskipun sudah diakui memiliki peranan yang strategis sebagai penopang ekonomi masyarakat dan berbagai kebijakan telah dilakukan untuk pengembangan sektor UMKM, akan tetapi sektor ini belum cukup berkembang sesuai dengan apa yang diharapkan. Berbagai persoalan masih menjadi masalah klasik yang terus dihadapi oleh sektor UMKM. Selain masalah klasik tersebut, berbagai kebijakan struktural yang ada juga tidak memihak sektor UMKM,

misalnya kebijakan-kebijakan kenaikan tarif dasar listrik, pajak UMKM, liberalisasi perdagangan, dan sebagainya.

Kebijakan yang kurang berpihak terhadap UMKM dapat menyebabkan lemahnya daya saing UMKM. Akibatnya, daya saing produk-produk UMKM yang dibuat menjadi lemah sehingga gagal bersaing dengan produk-produk luar yang lebih Inovatif. Ini tentunya menjadi tantangan bagi sektor UMKM untuk bersaing di era global.

Tingginya tingkat pertumbuhan ekonomi pada kebutuhan dasar manusia yang selalu meningkat dan berkembang dari masa ke masa pada semua segi, baik dalam sektor sandang, pangan, dan papan, sehingga menyebabkan semua industri pada setiap bidang dalam berbagai ukuran baik industri kecil, menengah, ataupun besar harus mampu bersaing dalam melihat peluang pasar untuk memasarkan produknya.

Kemampuan jiwa berwirausaha seseorang sangat mempengaruhi terhadap kelangsungan usahanya tersebut. Hal ini mengingat dari pemerintah melalui perlindungan, pembinaan, pendekatan dan bantuan modal tidak cukup, hal yang terpenting adalah kemampuan pengusaha itu sendiri untuk berwirausaha, sehingga perhatian pemerintah tersebut tidak akan sia-sia.

Disamping faktor tersebut, yang harus diperhatikan adalah perkembangan-perkembangan dunia usaha yang bergerak sangat dinamis, cenderung sudah menyatu atau global. Dalam era globalisasi ini bangsa Indonesia harus dituntut untuk maju mengejar ketertinggalannya disemua sektor. Sektor industri

merupakan salah satu prioritas pembangunan ekonomi nasional, dengan tetap memperhatikan pembangunan sektor lain.

Seperti yang dikatakan Anoraga (2011;49) bahwa usaha kecil menghadapi berbagai tantangan dan kendala seperti kualitas sumber daya manusia yang rendah, tingkat produktifitas dan kualitas produk dan jasa rendah, kurangnya teknologi dan informasi, faktor produksi, sarana dan prasarana yang belum memadai; aspek pendanaan dan pelayanan jasa pembiayaan; iklim usaha belum mendukung, dan koordinasi pembinaan belum naik. Namun demikian ada peluang yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM dalam kegiatan usahanya, seperti adanya komitmen dari pemerintah; ketersediaan sumber daya alam yang beraneka ragam dan lain-lain.

Salah satunya adalah Batik yang telah menjadi warisan dari budaya dan icon bangsa Indonesia yang memiliki nilai jual yang tinggi dan banyak diminati oleh berbagai kalangan masyarakat. UNESCO merupakan lembaga Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) untuk menangani kebudayaan, ilmu pengetahuan, dan pendidikan menetapkan batik sebagai warisan budaya dunia yang di buat dan dihasilkan oleh negara Indonesia.

Kata batik berasal dari jawa yaitu "*ambatik*" yang terdiri dari kata "*amba*" yang berarti menulis dan "*tik*" yang berarti titik kecil, tetesan, atau membuat titik. Jadi, batik adalah menulis atau melukis titik. Batik yang membuat titik tidak lagi sebagai kata kerja, tetapi merujuk pada selembar kain (kata benda) yang gambar-gambarnya dibuat dengan teknik membatik. Membatik merupakan sebuah teknik

menahan warna dengan lilin malam secara berulang-ulang diatas kain (Sari, 2013:3)

Saat ini daerah penghasil batik di Indonesia berlomba-lomba dalam mengembangkan industri batik. Setiap daerah memiliki corak dan motif tersendiri sesuai dengan budaya lokal didaerah tersebut. Cakupan industri batik pun semakin meluas, beriringan dengan inovasi dan ide dari para pengrajin didaerah masing-masing yang selalu menginginkan hasil terbaik dari produksi batik yang dibuatnya. Tujuannya tentu adalah untuk meningkatkan nilai jual batik dalam baik didalam negeri maupun di luar negeri. Awalnya batik hanya terdiri dari satu warna, namun karena adanya perkembangan zaman kini batik ditemukan dengan berbagai paduan warna yang menarik serta tidak hanya berfungsi sebagai pakaian saja tetapi juga sebagai bahan penghias dan aksesoris lainnya.

Provinsi Riau merupakan bagian dari wilayah Indonesia, yang mempunyai seni budaya dan kerajinan yang beragam, salah satunya adalah batik Riau. Batik Riau berdasarkan jejaknya sudah ada semenjak zaman kerajaan Daek Lingga dan kerajaan Siak dengan warna khas melayu yaitu warna kuning atau perak dan menggunakan teknik cap. Motif ukiran ragam hias batik Riau memiliki lebih dari 20 jenis motif ukiran seperti tumbuhan, hewan dan dari alam. Setiap motif mempunyai makna nya tersendiri bagi pengrajin dengan harapan agar filosofinya dapat tersampaikan dan tertular kepada para pengguna batiknya.

Toko batik Riau dapat ditemui dikota Pekanbaru, salah satunya adalah Galeri Batik Tabir Riau Rani yang berada dijalan Hangtuh no. 70B dan Jenderal Sudirman. Galeri Batik Riau Rani sendiri sudah berdiri sejak tahun 2003.

Awal mulanya toko batik ini hanya berjualan dengan menggunakan mobil sebagai stand dan tempat pajangannya, kemudian membuka stand kecil di jalan hangtuh yang kini telah berubah menjadi Rumah Toko yang cukup besar yang terletak di jalan Hangtuh 70B, pada saat itu Toko Galeri Batik Tabir Riau Rani hanya menjual batik Jawa, setelah masyarakat sudah mulai tahu keberadaan Toko ini dan sudah mulai terkenal, lalu setahun kemudian (2004) istri dari Gubernur Provinsi Riau pada masa itu Ruzli Zainal, yaitu ibu Septina Primawati Ruzli meminta pemilik usaha UMKM Galeri Batik Tabir Riau Rani yaitu ibu Rani Izzul Makarimi untuk menjual dan mengembangkan Batik Riau, karena pada saat itu pemerintah provinsi Riau memang sedang gencar menggalakkan penggunaan batik Riau sebagai budaya lokal yang harus dikembangkan, banyak dinas/instansi pemerintahan yang menggunakan batik Riau saat itu. Semenjak saat itu toko Galeri Batik Tabir Riau Rani mulai menjual Batik Riau (Rani Izzul Makarimi, 12-07-2019)..

B. Sejarah singkat Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru

Batik merupakan budaya Indonesia yang diwariskan turun temurun dari nenek moyang kita, ada banyak ragam motif batik dan setiap daerah memiliki ciri khas tersendiri, dan memuat unsur-unsur budaya lokal yang diambil kedalam motif batik. di kota Pekanbaru ada tempat yang menjual batik salah satunya adalah toko Galeri Batik Tabir Riau Rani yang beralamat di jalan Hangtuh No. 70B kecamatan Sail kota Pekanbaru

Awalnya pada tahun 2003 usaha Batik ini hanyalah sebuah usaha kecil-kecilan, berjualan dengan menggunakan mobil sebagai tempat pajangan

produknya, produk yang dijual awalnya hanya batik Jawa saja, lalu setahun berjalan dan melihat banyaknya minat masyarakat Pekanbaru akan Batik maka pada tahun 2004 pemilik usaha yaitu Ibu Rani Izzul Makarimi memutuskan untuk memodifikasi rumahnya menjadi sebuah galeri, yang tidak hanya menjual batik Jawa saja tetapi menjual batik dari daerah lain khususnya Batik Riau, bersamaan dengan berdirinya sebuah Galeri Batik pada tahun itu juga ada dorongan dari istri gubernur Riau saat itu yakni ibu Septina Primawati meminta pemilik usaha mengembangkan Batik Riau.

Lalu atas peran pemerintah Provinsi Riau maka Galeri Batik Tabir Riau Rani pun mulai memfokuskan pada batik Riau, pada saat itu peran pemerintah sangat berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan Ibu Rani Izzul Makarimi dimana setiap instansi yang ada dikota Pekanbaru diwajibkan untuk menggunakan Batik Riau yang diantaranya dibuat oleh Galeri Batik Tabir Riau Rani sebagai pakaian dinas. Sehingga usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani ini banyak dikenal oleh masyarakat khususnya dari kalangan pemerintahan dimana banyak orang-orang dari dinas-dinas yang berkunjung ke Galeri Batik Tabir Riau Rani membeli produk untuk dijadikan oleh-oleh khas Riau.

Namun menurut pemilik usaha Rani Izzul Makarimi sekitar 6 tahun terakhir ini pemerintah sudah tidak gencar lagi dalam mempromosikan batik Riau sehingga berdampak pula terhadap usaha yang dijalankan oleh Galeri Batik Tabir Riau Rani, perlahan-lahan penjualan pada Galeri Batik Tabir Riau Rani mulai mengalami penurunan penjualan produk

Tabel 1.1: Jenis Motif Batik Riau

NO	Jenis motif batik pekanbaru	NO	Jenis motif batik pekanbaru
1	“Kuntum Mekar Tajuk Bersusun”	12	“Kuntum Muda Kelopak Daun”
2	“Kuntum Mekar Melambai”	13	“Kuntum Mekar Wajik Bersusun”
3	“Sari Bertabur Kuntum Penuh”	14	Bunga Matahari Bertabur Kuntum”
4	“Bunga Kundur Putri Bangsawan”	15	“Bunga Kapas Putri Berhias”
5	“Bunga Bintang Hias Bersiku” “Bunga Mekar Pelangi	16	“Dayang Daun Kembang”
6	“Bunga Mekar Pelangi Bersusun”	17	“Siku-Siku Kelopak Bersusun”
7	“Bunga Cengkeh Mekar Penuh”	18	“Kuntum Mekar Jalur Berhias”
8	“Kembang Berisi Keluk Anak”	19	“Kusuma Mekar Bertangkap”
9	“Kembang Penuh Putri Berhias”	20	“Kembang Berhias Tumpang Tindih”
10	“Bunga Bertabur Tangkai Penuh”	21	“Kembang Penuh Wajik Bersambung”
11	“Kuntum Penuh Tajuk Melambai”	22	“Kuntum Bersusun Penuh”

NO	Jenis Motif Batik Pekanbaru	NO	Jenis motif batik pekanbaru
23	“Kuntum Mekar Kembang Bertabur”	32	“Kembang Terkulai Bintang Bertabur”
24	“Kembang Berisi Tampak Lima”	33	“Kembang Bersusun Kuntum Terkulai”
25	“Bintang-Bintang Mekar Berseling”	34	“Mekar Kesuma Daun”
26	“Bunga Matahari Mutiara Bersusun”	35	Kuntum Bercabang Bintang Bintang”
27	“Kuntum Berangkai Mekar Penuh”	36	“Bunga Penuh Awan Jingga”
28	“Bunga Mekar Kuntum Bersanding”	37	“Daun Paku Buluh Bertunas”
29	“Kembang Semangat Tajuk Bidadari”	38	“Kembang Penuh Siku Beradu”
30	“Bunga Matahari Teluk Berlapis”	39	“Wajig Susun Bertabur Anak”
31	“Kuntum Berhias Kuntum Muda”		

Sumber: Observasi penulis, 2019

Tabel diatas merupakan jenis motif pada batik Riau yang sering digunakan oleh para pengrajin dalam membuat batik Riau total ada 39 motif yang sudah terdaftar pada Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Filosofi dalam Batik Riau tidak jauh dari budaya-budaya melayu karena orang melayu suka menggunakan pantun.

Setiap motif memiliki filosofi budaya melayu yang sangat kental, Rani Izzul Makarimi menceritakan, filosofi setiap motif sudah dibuatkan bukunya agar tidak lekang oleh waktu, dan buku ini sering dipertunjukkan bagi masyarakat yang ingin mengenal batik Riau. Misalnya motif seperti pucuk sekuntum, bunyinya *“memakai pucuk rebung sekuntum bagai bertajuk bunga yang harum, gelap beriring senyum dikulum, duduk berunding sesama maklum”* arti dari filosofinya adalah damai dalam pergaulan. Ciri khas batik Riau adalah warna nya yang cerah disetiap kain batik Riau selalu saja ada warna yang cerah. Menurut Rani Izzul Makarimi motif yang paling populer adalah motif pucuk rebung dan motif lancang kuning.

1.1 : Gambar Motif Batik Riau Rani

Gambar : 1

Bunga Kundur Putri Bangsawan



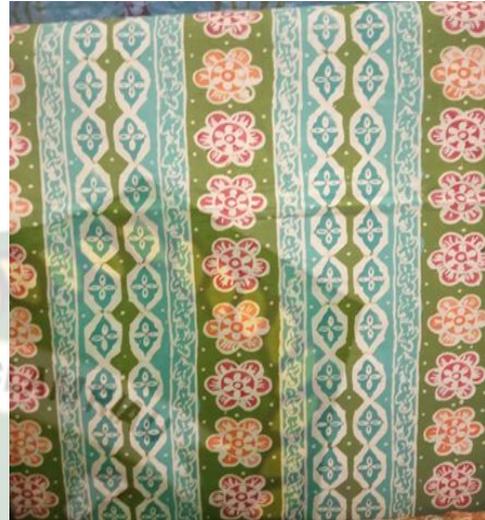
Gambar 2 : Bunga Durian



Gambar 3 : Tajuk Putri



Gambar 4 : Wajig Susun Bertabur Anak



Gambar 5 : Tajuk Putri



Tabel 1.2 : Produk pada Galeri Batik Tabir Riau Rani

No.	Nama Produk	Jenis Produk	Harga
1	Kain Bahan	a. Cap b. Tulis c. Katun d. Dobby e. Sutera baron f. Sutera ATBM g. Sutera Biasa	a. Rp. 200.000-Rp360.000 b. Rp. 500.000-Rp 1.100.000 c. Rp. 380.000 d. Rp. 260.000 e. Rp. 6.500.000 f. Rp. 1.800.000 g. Rp. 750.000
2	Kemeja	a. Kemeja lengan pendek b. Kemeja lengan panjang	a. Rp. 800.000 b. Rp. 1000.000
3	Selendang	a. Selendang panjang b. Jilbab segi 4	a. Rp. 150.000 b. Rp. 100.000

Sumber : Galeri Batik Tabir Riau Rani

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa harga terendah Rp.100.000 hingga yang termahal mencapai Rp. 6.500.000 dari segi harga sasaran pasar pada Galeri Batik Tabir Riau Rani tentunya ditujukan untuk kalangan menengah keatas, hal ini tentu saja membuat masyarakat menengah kebawah merasa kemahalan apabila membeli produk pada Galeri Batik Tabir Riau Rani tersebut, akan tetapi penentuan harga tersebut tidak semata-mata ingin meraup keuntungan yang besar saja, hal ini dilakukan berdasarkan jenis bahan, serta tingkat kesulitan dalam melakukan pembuatan produk batik tersebut. Karena biasanya dalam pembuatan produk batik bisa memakan waktu 3 hari sampai 7 bahkan sampai 14 hari dan

tergantung pada tingkat kesulitan. Toko ini tidak hanya menjual kain bahan dengan corak batik Riau tetapi juga menjual pakaian jadi seperti kemeja, selendang dan souvenir lainnya. Kain bahan juga banyak digunakan untuk seragam pegawai pemerintahan yang ada di Provinsi Riau. Dalam prosesnya Galeri Batik Tabir Riau Rani juga melakukan pembaharuan-pembaharuan terhadap produknya, misalnya dari segi motif itu juga sering diganti tergantung trend pada saat itu dan tergantung bagaimana keinginan selera konsumen.

Untuk proses produksinya tidak dilakukan di kota Pekanbaru melainkan di Produksi dan didatangkan dari daerah Pekalongan Jawa Tengah. Alasannya tidak diproduksi di provinsi Riau karena SDM-nya, karena dalam proses pembuatan batik memerlukan SDM yang telaten dan berpengalaman dalam pengerjaannya, meskipun dibuat dan didatangkan dari Pekalongan namun pengerjaan motif-motif tetap berasal dari Pekanbaru dan tidak menghilangkan nilai-nilai estetika budaya melayu Riau

Pada saat ini pengusaha batik ini kurang mendapatkan perhatian dari pemerintah lagi, pemerintah tidak lagi gencar menggalakkan promosi batik kepada masyarakat tentang keberadaan Batik Riau, sehingga mengakibatkan Batik Riau turun pamornya dan menyebabkan banyak masyarakat umum yang belum mengetahui batik Riau. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh “Hidayat 2007 dalam Sunartiningsih,2009” Program-program pemerintah berjalan secara parsial, artinya ada tumpang tindih antara program satu instansi dengan instansi lain. Program-program pemerintah sering kali bersifat tambal sulam atau koreksi atas kebijakan lain. Hal tersebut menyebabkan tidak adanya kesinambungan

konsistensi dari peraturan dan pelaksanaannya sehingga tujuan pengembangan usaha kecil menengah tidak tercapai.

Tabel 1.3: Tabel Penjualan pada Galeri Batik Tabir Riau Rani tahun 2014, 2015, 2016, 2017 dan 2018

No	Tahun	Jumlah
1.	2014	2.000 Potong Kain
2.	2015	1.500 Potong Kain
3.	2016	855 Potong Kain
4.	2017	750 Potong Kain
5.	2018	700 Potong Kain

Sumber: Galeri Batik Riau Rani

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan pada Galeri Batik Tabir Riau Rani dari tahun 2016-2018 mengalami penurunan

Dari survey awal yang ditemukan pada usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani ditemukan fenomena sebagai berikut :

1. Dari segi modal pemilik usaha hanya mengandalkan tabungan pribadi untuk biaya operasional usaha
2. Pemilik usaha sulit menemukan Sumber Daya Manusia yang benar-benar memiliki minat yang besar dalam membatik
3. Terjadinya penurunan volume penjualan pada Galeri Batik Tabir Riau Rani

Berdasarkan pada uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru)”**

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalahnya adalah **“Bagaimanakah Pengembangan Usaha (Studi kasus pada UMKM Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru)”**

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis **Pengembangan Usaha (studi kasus pada UMKM Galeri Batik Tabir Riau Rani di kota Pekanbaru)**

2. Manfaat Penelitian

Sejalan dengan masalah dan manfaat penelitian yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka kegunaan penelitian adalah :

1. Secara Teoritis dapat mengembangkan ilmu administrasi bisnis khususnya dibidang pemasaran dan jasa
2. Secara Akademis sebagai informasi yang dapat digunakan untuk bahan penelitian bagi peneliti yang berminat dalam bidang yang sama
3. Secara Praktis dapat menjadi masukan bagi pemilik usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani dalam proses pengembangan usahanya

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

1. Administrasi

Ilmu administrasi sering kali dikaitkan dengan kerjasama, maka terlihat jelas bahwa orang yang terlibat atau melakukan kerjasama dengan orang lain maka orang tersebut berhubungan dengan administrasi dan akan mengalami beberapa masalah yang terdapat pada administrasi

Menurut pendapat Siagian administrasi diartikan sebagai keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas pemikiran rasionalitas tertentu untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Definisi tersebut menggambarkan beberapa hal, yaitu:

- a. Pertama administrasi sebagai seni maksudnya ialah suatu proses yang diketahui hanya permulaannya sedangkan akhirnya tidak diketahui.
- b. Administrasi mempunyai unsur tertentu yaitu adanya dua manusia atau lebih dengan adanya tujuan yang ingin dicapai, adanya tugas dan tanggung jawab yang harus dilaksanakan, adanya peralatan dan perlengkapan untuk melaksanakan tugas-tugas tersebut kedalam golongan peralatan dan perlengkapan termasuk pula waktu, tempat, peralatan materi, serta sarana lainnya.

Sutarto, dalam Mulyono (2008;42) menyebutkan administrasi adalah suatu proses dalam penyelenggaraan dan pengurusan segenap tindakan atau kegiatan dalam setiap usaha kerja sama sekelompok manusia untuk mencapai tujuan.

Menurut Nawawi (dalam Syafiie 2008:5) administrasi adalah rangkaian kegiatan sebagai proses pengendalian kerja sama antara sekelompok manusia untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam administrasi terdapat prinsip-prinsip yang diyakini sebagai pegangan atau acuan yang mendukung upaya pencapaian sesuatu hasil yang diharapkan prinsip-prinsip administrasi tersebut seperti yang dikemukakan oleh Henry Fayol (dalam zulkifli, 2005;71).

Berpegangan dari fitrah manusia yang merupakan makhluk sosial yang memiliki kemampuan terbatas, maka untuk mengendalikan dan memenuhi aneka ragam kebutuhan hidupnya, suka atau tidak suka dia akan tetap membutuhkan uluran tangan dari lingkungan sekitarnya termasuk manusia lainnya, Zulkifli (2005:13)

Menurut White dalam Hamim (2005:8) “Administrasi adalah suatu proses kerjasama yang terdapat pada semua usaha kelompok, pemerintah maupun swasta, militer, baik skala kecil ataupun skala besar untuk mencapai tujuan bersama”

Di lihat dari beberapa pengertian para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa administrasi adalah suatu bentuk kerjasama antara dua orang atau lebih

yang dilakukan dalam suatu organisasi atau wadah dalam usaha menetapkan sasaran dan mencapai tujuan tertentu yang disepakati sebelumnya.

2. Administrasi Bisnis

Administrasi bisnis menurut Henri Fayol (2006) adalah bagian dari ilmu-ilmu sosial yang mempelajari tentang bagaimana sebuah proses kerja sama antara dua orang atau lebih dalam upaya mencapai suatu tujuan, merupakan ilmu yang berfokus pada perilaku manusia. Sebagai ilmu administrasi mempunyai objek, subjek, dan metode. Objek dari ilmu administrasi bisnis adalah orang dengan perilakunya, subjek yang dipelajari bentuk atau bagian serta mekanisme kerjasama, sedangkan metode merupakan cara atau pemikiran yang dikembangkan untuk mencapai tujuan dari kerjasama tersebut.

Musselman (2006) mengemukakan pendapat bahwa administrasi bisnis ialah jumlah keseluruhan aktifitas yang terorganisir dalam bidang perdagangan dan perniagaan serta industri. Penyediaan barang dan jasa agar terpenuhi kebutuhan masyarakat serta dapat memperbaiki kehidupan masyarakat. Dalam dunia perekonomian, bisnis memiliki karakteristik yaitu sebagai berikut :

Yaitu berhubungan dengan berbagai barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan manusia.

1. Penentuan harga yang sesuai
2. Akan ada kemungkinan mengalami kerugian.

3. Organisasi

banyak para ahli yang memberikan mengemukakan pendapat mereka tentang organisasi.

Salah satunya ialah Siagian (2004:6) mengatakan bahwa Organisasi merupakan setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang saling bekerjasama, serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan dalam suatu ikatan yang terbagi dari beberapa orang yang disebut atasan dan seseorang atau kelompok yang disebut orang yang disebut bawahan.

Menurut Robbins (dalam Anogra, 2007:161) Organisasi merupakan gabungan unit sosial yang mempunyai anggota dua orang atau lebih yang dikoordinasikan untuk mencapai sejumlah tujuan.

Menurut Gibson (dalam Anogra 2007:161) Menjelaskan bahwa pengertian organisasi merupakan satu kesatuan yang memungkinkan masyarakat mencapai suatu tujuan yang yang tidak dapat dicapai melalui tindakan individu secara terpisah. Jadi, dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa organisasi adalah merupakan bentuk wadah kerja sama antara dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Sumber daya organisasi dikenal dengan *tool of managemen* terdiri dari “6 M” atau “*six M*”, yaitu singkatan dari **Man** (manusia), **Money**(uang), **Materials**(bahan baku), **Machins**(mesin), **Methods** (metode), **Market**(pasar), (George R. Terry, 2003: 6-7).

a. Man (Sumber Daya Manusia)

Faktor manusia adalah yang paling utama dan menentukan. Manusia yang membuat tujuan dan manusia juga yang melakukan proses untuk mencapai tujuan. Tanpa adanya manusia tidak ada proses kerja, yang pada dasarnya manusia adalah makhluk pekerja. Dalam aktifitas selalu terkait dengan tenaga kerja manusia.

a. Money (Uang)

Uang merupakan salah satu unsur yang tidak dapat diabaikan. Uang merupakan alat tukar dan digunakan sebagai alat ukur nilai. Besar kecilnya kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang beredar dalam perusahaan. Oleh karena itu, uang merupakan alat yang penting untuk mencapai tujuan karena sesuatu harus dipikirkan secara rasional. Hal yang berhubungan dengan beberapa uang yang harus disediakan untuk membiayai gaji tenaga kerja, alat-alat yang akan dibutuhkan dan harus dibeli serta berapa hasil yang akan dicapai dalam suatu perusahaan ataupun organisasi. Dalam manajemen, uang adalah hal yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

b. Materials (Bahan Baku)

Bahan-bahan diperlukan untuk mencapai tujuan. Material yang terdiri dari bahan setengah jadi atau raw material dan juga bahan jadi. Dalam dunia usaha untuk mencapai hasil yang lebih baik, manusia yang ahli dalam bidangnya juga harus dapat menggunakan bahan atau material sebagai salah satu sarana.

c. Machines (Mesin)

Dalam kegiatan perusahaan, mesin sangat diperlukan. Penggunaan mesin akan membawa kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja. Jadi dalam manajemen mesin-mesin atau alat-alat yang digunakan atau diperlukan untuk mencapai tujuan.

d. Methods (Metode)

Dalam pelaksanaan kerja diperlukan metode-metode kerja. Suatu tata cara kerja yang baik akan memperlancar jalannya pekerjaan. Sebuah metode saat dinyatakan sebagai penentapan cara pelaksanaan suatu kerja suatu tugas dengan memberikan berbagai pertimbangan-pertimbangan kepada sasaran, fasilitas-fasilitas yang tersedia dan penggunaan waktu, serta uang dan kegiatan usaha. Tetap meskipun metode yang baik sedangkan orang yang melaksanakannya tidak baik mempunyai pengalaman maka hasilnya tidak akan memuaskan.

e. Market (Pasar)

Penguasaan pasar memiliki peran penting untuk menyebarkan hasil produksi yang tetap menjaga dan memperhatikan kualitas dan harga barang. Memasarkan produk yang berupa barang atau jasa haruslah menguasai pasar artinya, menyebarluaskan hasil produksi ataupun menginformasikan barang atau jasa tersebut. Pasar adalah tempat dimana menjual barang atau jasa yang telah dihasilkan,

4. Organisasi Bisnis

Organisasi bisnis yaitu suatu organisasi yang melakukan aktivitas ekonomi dan bertujuan untuk menghasilkan keuntungan (profit). Agar bisnis dapat berjalan sukses maka perlu diorganisasikan. Dalam mengorganisasikan suatu bisnis tentunya harus memperhatikan unsur-unsur bisnis yang ada. Unsur bisnis yang perlu mendapat perhatian pengusaha yaitu lingkungan bisnis. Lingkungan sangat besar pengaruhnya kepada efisiensi dari operasional perusahaan dan kemampuannya untuk memperoleh keuntungan, untuk itu setiap pemilik dan pemimpin usaha harus dapat memahami keadaan lingkungannya dan dampak lingkungan tersebut terhadap usahanya. Organisasi bisnis mempunyai ruang lingkup berupa badan bisnis, perusahaan serta pengusaha. Dimana seorang pengusaha membuka sebuah perusahaan atau organisasi bisnis tersebut bertujuan guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam pembentukan sebuah organisasi bisnis dibutuhkan sumber daya manusia, modal, serta material

5. Manajemen

Menurut Siagian (2004:5) Manajemen didefinisikan dari dua sudut pandang, yaitu sebagai proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka penerapan tujuan dan sebagai kemampuan atau keterampilan orang yang menduduki jabatan manajerial untuk memperoleh sesuatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan prang lain.

Berikutnya Siagian (2017:16) mengemukakan bahwa fungsi-fungsi manajemen terdiri dari :

a. Perencanaan (*planning*)

Secara sederhana dapat diartikan sebagai rangkaian persiapan yang dilakukan untuk mencapai tujuan perencanaan merupakan rangkaian kegiatan menentukan bidang-bidang kegiatan utama yang hendak dilaksanakan dalam mencapai sasaran yang telah diterapkan sebelumnya. Rencana dirumuskan dalam bentuk naskah tertulis yang disusun secara sistematis dengan menggunakan tata usaha pimpinan serta penanggung jawab pelaksanaannya.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian adalah suatu kegiatan yang menyangkut tipe-tipe struktur organisasi dan prinsip-prinsipnya, sejarah organisasi, gaya dan jenis dari berbagai bentuk kegiatan yang harus dilaksanakan.

c. Pemberian motivasi (*motivating*)

Pemberian motivasi merupakan rangkaian kebijakan manajerial dan operasional yang berorientasi serta meningkatkan semangat dan kegairahan kerja personil. Kebijakan yang dimaksud berkenaan dengan upaya pemenuhan kebutuhan fisik dan fisikis personil.

d. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan didefinisikan sebagai kebijakan manajerial dan operasional yang bertujuan agar pelaksanaan seluruh bidang kegiatan utama dan uraian tugas sesuai dengan rencana standar yang telah ditetapkan. Kebijakan yang dimaksud melalui

tindakan pengamatan dan pengecekan yang dijalankan oleh atau sekelompok staf tertentu yang sengaja dibentuk untuk mengembangkan tugas itu.

e. Penilaian (*evaluating*)

Fungsi ini dikonsepsikan sebagai kegiatan perbandingan penyelesaian tugas baik yang sudah selesai maupun yang sedang dikerjakan dengan stantar atau target (rencana) yang telah ditetapkan. Fungsi ini adalah untuk mengetahui kondisi yang sesungguhnya dari seluruh sumber daya beserta aspek organisasi pada kurun waktu tertentu.

Berdasarkan operasionalnya, maka manajemen organisasi bisnis dapat dibedakan secara garis besar menjadi fungsi-fungsi sebagai berikut (dalam Sule dan Saifullah, 2008 ;13)

- a. Manajemen Sumber Daya Manusia
- b. Manajemen Pemasaran
- c. Manajemen Produksi
- d. Manajemen Keuangan

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen yaitu kemampuan dan keterampilan untuk mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya untuk mencapai suatu tujuan tertentu secara efektif dan efisien.

6. Manajemen Bisnis

Manajemen bisnis adalah suatu kegiatan dalam merancang, mengelola, dan mengoperasikan sebuah usaha atau bisnis yang mencakup semua pengaturan baik dari dalam proses pengerjaan, pengelolaan sampai cara mencapai suatu tujuan bisnis yang diinginkan. Manajemen bisnis yang baik diharapkan mampu membawa bisnis kearah yang lebih baik juga. Selain itu, ketahanan akan segala jenis tantangan dan hambatan juga bias menjadi factor penting dalam berjalannya bisnis anda. Strategi dalam berbisnis pun harus bisa disusun untuk bisa mengetahui trend dipasaran sehingga bisnis tetap bertahan. Mengingat rencana bisnis adalah seperti konsep pengembangan tertulis dalam bisnis, maka semua gambaran pengelolaan, manajemen, keuangan, pengembangan hingga target dan pemasarannya pun harus terencana secara sempurna. Jangan abaikan target pencapaian jangka pendek hingga jangka panjangnya. Perencanaan bisnis secara keseluruhan dengan detail yang matang akan membuat gambaran usaha, bias lebih tampak nyata dan membuat anda lebih mudah dalam menjalankannya.

7. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dalam (Anoraga 2011;184) “Sebuah proses yang merencanakan dan melaksanakan konsep, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaarn yang sudah ditetapkan baik menurut perorangan dan organisasi”

Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Alma 2016;130) “Manajemen pemasaran adalah kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang

menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi”

Untuk keberhasilann kegiatan manajemen pemasaran pada sebuah perusahaan, maka perlu masukan misalnya berasal dari informasi kegiatan yang berjalan dilapangan, umumnya orang beranggapan bahwa manajemen pemasaran berkaitan dengan upaya pencarian pelanggan dalam jumlah besar untuk menjual produk yang telah dihasilkan perusahaan. Tetapi pandangan ini terlalu sempit karena biasanya suatu organisasi (perusahaan) akan menghadapi kondisi permintaan terhadap produknya, mungkin permintaannya cukup, permintaannya teratur atau terlalu banyak permintaan, sehingga manajemen pemasaran harus mencari jalan untuk mengatasi keadaan permintaan yang berubah-ubah ini.

Menurut Stanten (Alma 2016;131) “Proses manajemen pemasaran akan lebih meningkatkan efisiensi dan efektifitas dengan cara (1) kegiatan pemasaran pada sebuah perusahaan harus dikoordinasi, dikelola dengan sebaik-baiknya.

(2) manajemer pemasaran harus memainkan peran penting dalam perencanaan perusahaan”

Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian manajemen pemasaran adalah suatu seni dan ilmu dalam merencanakan, mengarahkan, mengawasi seluruh kegiatan pemasaran baik dalam memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

8. Pemasaran

Pemasaran merupakan sesuatu yang cukup menarik untuk dibahas dan dipelajari untuk saat ini sebab bersifat universal. Dimana perdagangan kita saat ini, sektor jasa memegang peranan yang cukup besar sumbangannya terhadap pertumbuhan ekonomi. Berkembangnya industri dan teknologi membuat perusahaan semakin memerlukan bersaing untuk memproduksi kebutuhan masyarakatan barang atau jasa. Untuk itu diperlukan suatu kemampuan untuk melihat jauh kedepan melalui suatu perencanaan yang matang dalam melakukan suatu tindakan pemasaran (marketing) agar dapat memulai suatu aktivitas dengan tepan dan bukanlah suatu hal yang mudah, akan tetapi diperlukan suatu inisiatif untuk mempelajari dan menguasai hal-hal yang berhubungan dengan pemasaran dalam mewujudkan penjualan yang menguntungkan. Sebab pemasaran jasa ditemukan maka terlubuh dahulu dijelaskan pengertian pemasaran itu sendiri. Pemasaran (marketing) adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapatnenuaskankeinginan dan jasa baik itu kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial/calon konsumen, (Thamrin Abdullah, Francis Tantri, 2013;2).

Manajemen pemasaran dapat diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang/jasa dari produsen ke konsumen. Untuk mencapai keuntungan dan laju penjualan tersebut, bagian pemasaran membidik pembelian sebagai sasaran (Asswari. 2009;4).

Untuk lebih jelas pengertian pemasaran, beberapa ahli mengemukakan sebagai berikut:

Menurut Kotler-Amstrong, (2003;5), Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik saham.

Menurut Thamrin Abdullah, Francis Tantri, (2013;2), pemasaran (marketing) adalah suatu sistem total dari kegiatan dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial atau calon konsumen.

Menurut Kertajaya (2001) dalam Buchari Alma (2016;2) pemasaran adalah menghubungkan penjual dengan pembeli potensial. Pemasaran adalah menjual barang, dan barang tersebut tidak kembali ke oprang yang menjualnya.Pemasaran adalah meberikan stantar kehidupan.

Menurut Philip Kotler (2009;3), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dan mana masing-masing individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan penukaran produk yang bernilai bagi pihak lainnya.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan manusia yang bertujuan agar tercapainya kebutuhan konsumen sehingga terciptanya kepuasan dari pihak konsumen.Dari terciptanya kepuasan konsumen

maka diharapkan terjadinya kesinambungan pembeli dari produsen. Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang menyeluruh dari suatu kegiatan usaha yang meliputi perencanaan, penetapan harga, mempromosikan produk kemudian mendistribusikannya ke konsumen.

9. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Banyak pihak yang memberikan definisi terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Hal tersebut tidak mengherankan mengingat banyak pihak pula yang berkepentingan terhadap UMKM sehingga masing-masing dari mereka memberikan definisi sesuai dengan kriteria yang diciptakannya sendiri. Meskipun perbedaan-perbedaan ini bisa dipahami dari segi tujuan masing-masing institusi, kalangan yang terlibat dengan kelompok UMKM seperti pembuat kebijakan, konsultan, maupun para pengambil keputusan akan menghadapi kesulitan dalam melaksanakan tugasnya, misalnya kesulitan dalam mengukur perkembangan UMKM yang lebih makro, maupun ketika merancang kebijakan yang ditujukan untuk semua UMKM.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM di definisikan sebagai berikut :

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut.
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan, yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagai berikut.
- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan dengan kriteria sebagai berikut.
- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar dua ratus juta rupiah)

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam hal krisis ekonomi yang terjadi di Negara kita sejak beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti beraktifitasnya, sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Selain itu industri kecil telah terbukti bertahan terhadap gejolak pasang surut perekonomian global. Namun demikian, dalam proses usahanya industri kecil di Indonesia banyak menghadapi berbagai masalah antara lain seperti dalam proses produksi dimana di pengaruhi oleh faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, modal, pemasaran dan bahan.

10. Pengembangan Usaha

1. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreatifitas (Anoraga,2011;66). Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semua kecil, menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (starting), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau lebih dikenal dengan

franchising. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain (Anoraga, 2011;129).

2. Mahmud Machfoedz

Pengembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan keuntungan dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen (2005)

3. Allan Afuah

Pengembangan usaha adalah sekumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya barang atau jasa yang diinginkan konsumen (2004)

Perusahaan pada umumnya akan selalu menginginkan untuk berkembang menjadi lebih besar dan lebih menguntungkan sebagaimana motif ekonomi setiap pribadi manusia. Untuk mengembangkan diri agar lebih besar, perusahaan akan mempertimbangkan untuk menciptakan sinergi dengan usaha yang ada. Misalkan pada saat ini perusahaan X yang memiliki usaha dibidang A, ingin memperbesar pangsa pasarnya, maka perusahaan X dapat melakukan akuisisi perusahaan B di industri yang sama dengan tujuan pencapaian skala ekonomi sehingga bias memberikan keuntungan yang lebih. Bisa juga perusahaan X melakukan integrasi

keatas atau kebawah industri pada saat ini, agar terciptanya sinergi dengan usaha perusahaan X. dengan adanya sinergi kehulu atau kehilirnya industri maka ada penghematan biaya dan harga, atau disebut *transfer pricing* antar unit bisnis

Tujuan tersebutlah yang menjadi dasar mendorong keinginan untuk mengembangkan usaha. Bagi investor pribadi maupun perusahaan, investasi, bias menempuh beberapa cara dalam pengembangan usaha seperti halnya

1. Membuat perusahaan baru untuk memproduksi sebuah produk (mungkin produk lama atau produk baru) dipasar untuk ditawarkan kepasar.
2. Mengakuisisi perusahaan yang telah ada di pasar atau melakukan investasi dengan membeli sebagian saham perusahaan tersebut.
3. Meluncurkan produk baru yang akan ditawarkan ke pasar.
4. Mengakuisisi produk yang telah ada di pasar tanpa perusahaannya, dimana mungkin produk tersebut telah terkenal akan tetapi belum maksimal

Apabila dipetakan secara umum, problematika yang berkembang pada UMKM dapat dicarikan solusi dengan melakukan peningkatan kualitas pada beberapa aspek berikut ini.

a. Pasar

Dari pembahasan terdahulu mengenai beberapa kelemahan UMKM tampak bahwa aspek pasar masih perlu diperkuat. Pada umumnya kesuksesan dalam pemasaran suatu produk terkait dengan banyak hal, misalnya :

1. Harga
2. Kualitas
3. Standarisasi produk
4. Pelayanan purna jual
5. Keunikan
6. Ketepatan waktu pengiriman
7. Perubahan selera konsumen
8. Inovasi
9. Karakteristik pasar
10. Citra (brand image)
11. Psikologi konsumen
12. Strata konsumen
13. Sasaran konsumen
14. Informasi
15. Kerjasama pemasaran
16. Dukungan pembiayaan

Khusus untuk UMKM di Indonesia dengan masalah-masalah spesifik mereka, upaya perkuatan pasar ini diprioritaskan terutama untuk menembus pasar yang ada, sementara itu terkait hal ini, Sunartiningsih dan Suyatna (2009) menjelaskan pengembangan yang dapat dilakukan untuk mengembangkan UMKM di Indonesia sebagai berikut.

1. Jaringan usaha dan jaringan pemasaran

Konsep jaringan usaha dibedakan menjadi dua, yakni *satellite factor system* dan *cooperative exchange program*. Konsep *satellite factory system* selaras dengan pola subkontrak seperti pada otomotif Jepang dimana industri besar hanya memproduksi bagian-bagian penting dan merakit produk yang dihasilkan, sedangkan konsep *cooperative exchange programme* merupakan forum kerja sama informasi dan pengalaman dalam pengembangan usaha.

Cara pengembangan usaha yang lain adalah dengan soft network dan hard network seperti yang dilakukan di Australia. Hard network adalah jaringan yang bersifat informal. Richard Hartch dikutip Dipta (2007 dalam Sunartiningsih dan Suyatna, 2009) mengemukakan beberapa konsep jaringan usaha yang secara umum terdapat empat tipe jaringan yang berbeda, yaitu:

- a. Jaringan yang berkonfigurasi kembali agar rantai perusahaan bermakna;
- b. Jaringan yang meningkatkan efisiensi internal, memampukan UMKM agar menyadari pentingnya skala ekonomi
- c. Jaringan untuk mengembangkan pengelolaan ekonomis;
- d. Jaringan untuk meningkatkan posisi tawar UMKM.

Upaya pengembangan jaringan usaha sendiri dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti :

- a. Jaringan subkontrak
- b. Pendekatan Kluster
- c. Waralaba
- d. Pengembangan jaringan pemasaran

2. Teknologi dan Inovasi

Dari pembahasan terdahulu mengenai kelemahan UMKM pada berbagai macam strategi, yaitu kontak dengan berbagai pusat informasi bisnis, asosiasi-asosiasi dagang baik dalam maupun di luar negeri, sosialiasi dan pengenalan *e-commerce* bagi UMKM, pendirian dan pembentukan pusat-pusat data bisnis UMKM.

1. Sederhana
2. Murah
3. Cepat
4. Aman (zero accident)
5. Sehat
6. Zero waste
7. Hemat energy

Selain itu, teknologi dapat membantu dalam pengemasan/pembungkusan (*packaging*) agar produk tetap baik/utuh, tahan lama, dan menarik bagi konsumen. Teknologi, khususnya teknologi informasi, juga dapat digunakan dalam memasarkan produk melalui *electronic mail* dan *website*

Khusus untuk UMKM di Indonesia dengan problem-problem spesifik mereka, upaya penguatan teknologi ini difokuskan terutama pada:

1. Sosialisasi manfaat teknologi baru bagi UMKM binaan
2. Pilot project/demo pemanfaatan teknologi
3. Akses pembiayaan untuk pemanfaatan teknologi
4. Optimalisasi pemanfaatan teknologi untuk peningkatan produktivitas, efisiensi, dan daya saing

Berbagai langkah secara konkret yang harus dilakukan antara lain adalah:

1. Salah satu upaya perkuatan teknologi adalah melalui sosialisasi manfaat teknologi baru yang dihasilkan oleh para pemangku kepentingan, terutama ditujukan bagi UMKM binaan, dimana dengan sosialisasi dan promosi ini teknologi baru yang lebih bermanfaat dapat disebarluaskan dan dapat segera diaplikasikan pada UMKM lain.

2. Upaya lain untuk perkuatan teknologi juga dalam bentuk pilot project untuk mendemonstrasikan secara nyata kesuksesan pemanfaatan teknologi dan akhirnya mampu meyakinkan UMKM untuk menerapkannya pula.
3. Dalam upaya pemanfaatan teknologi jelas diperlukan pembiayaan awal untuk implementasi teknologi baru di UMKM. Para pemangku kepentingan dibidang pembiayaan diharapkan teknologi baru ini benar-benar lebih menguntungkan secara teknis, social, dan ekonomi
4. Dengan mempertimbangkan bahwa belum tentu semua jenis teknologi baru layak untuk diterapkan guna peningkatan produktivitas, efisiensi, dan daya saing, dengan tetap mempertimbangkan aspek social ekonomi, maka perlu dilakukan optimalisasi pemanfaatan teknologi. Pada langkah ini diperlukan waktu cukup lama untuk menentukan nilai optimal pemanfaatan teknologi
5. Memotivasi berbagai lembaga penelitian teknologi untuk meningkatkan perhatiannya terhadap teknologi yang sesuai kebutuhan UMKM, pengembangan pusat inovasi desain sesuai dengan kebutuhan pasar, pengembangan pusat penyuluhan dan difusi teknologi yang tersebar ke lokasi-lokasi UMKM, dan peningkatan kerja sama antara asosiasi-asosiasi UMKM dan perguruan tinggi untuk pengembangan teknologi UMKM.

Inovasi didefinisikan antara lain sebagai berikut (Bahkshi,dkk,2011)

1. Cara berpikir yang ingin tahu serta gairah dan kemampuan untuk melakukan sesuatu yang berbeda
2. Hasil dari aktivitas yang dilakukan dengan cara baru guna menarik seseorang

3. Proses menemukan solusi terhadap suatu tantangan; solusi tidak pernah terpikirkan sebelumnya
4. Produk yang betul-betul baru produk lama yang diubah sehingga berkinerja/befungsi lebih baik

Membuat produk baru merupakan salah satu bentuk inovasi yang paling umum. Pembuatan produk baru tersebut bias saja memanfaatkan teknologi yang seluruhnya baru sama sekali. Produk baru tersebut juga bisa saja menyebabkan perubahan drastis dalam suatu perilaku atau cara untuk menyelesaikan sesuatu. Dalam inovasi ini perlu diingat bahwa suatu produk, selain fungsi fisiknya, dituntut juga untuk dapat memenuhi kebutuhan emosional, semisal kebutuhan menunjukkan semangat muda, menunjukkan rasa cinta tanah air dan sebagainya. Sementara itu, inovasi juga bias dilakukan terhadap jasa menjadi bisnis atau perusahaan, termasuk UMKM. Sama dengan produk, jasa juga bisa terkait erat dengan kebutuhan fisik maupun nonfisik konsumen

Agar inovasi bisa menjadi suatu kebutuhan dalam perusahaan, termasuk UMKM, perlu usaha serius untuk menghidupkan dan memakmurkan budaya inovasi. Beberapa langkah implementasi dan pengembangan budaya inovasi di UMKM (modifikasi Glosby-Smith,2010) adalah sebagai berikut:

1. Pemberian pengakuan dan penghargaan terhadap perbaikan-perbaikan kecil atau terobosan besar inovatif pada produk, jasa atau proses
2. Pemberian dorongan/fasilitasi melalui mekanisme/suasana manajemen kepemimpinan untuk mendorong seluruh bagian memikirkan dan

mengusahakan perbaikan dalam produk, jasa, dan proses (dan kombinasi diantara komponen ini)

3. Pemberian kesempatan luas bagi seluruh bagian untuk membina network internal dan eksternal melalui berbagai program (rotasi tugas, kunjungan ke perusahaan, dan lainnya)
4. Perbandingan (benchmarking) dengan pesaing guna meningkatkan kemampuan bersaing sekaligus mendorong tumbuhnya ide-ide baru/inovasi
5. Peningkatan wawasan persaingan global untuk meningkatkan kemampuan merespons ancaman dan peluang

Innovation Innovation is one of the keys to the company's success in winning the competition. One of enterprise sustainability depends on how responsiveness of company to cope with the existing © Rosmayani, Suryana, Suwawihardja & Helmi Licensed under Creative Common Page 526 dynamics. As in manufacturing firms that are always required to produce a better product at costs lower when compared to the competitors. Technology is often associated with innovation, as it is considered as an important factor to improve of profits to the company, positioning and performance to cope with the market dynamics. Moreover, Okpara (2007) identified the elements of innovation as follows: challenge; creativity; focus on the customer; communication; collaboration; settlement; contemplation; culture; and context. According to Kemp, et al. (2003) innovation is the creation of the development and implementation of goods, processes and new services with the aim to enhance the excellence

competitiveness. Kem et al. (2003) describes new innovation indicators. The innovation can be developed by anyone and anywhere. Innovation is not only implemented by large companies but also the micro industry enterprises which are needed to innovate for the continuation of business. Innovation is the process of generating ideas. New ideas and using them effectively and profitably are seen from the number of satisfied customers. According to Dhewanto, et al. (2013; 321) innovation is a comprehensive process that is tied up in the company's business strategy to be used. There are three activities in the company, namely innovation invention, innovation, and impersonation (imitation). Innovation is a commercial product creation process of the invention. Discovery is the act of creating or developing a new product or process. While imitation is the use of an innovation by similar companies. According to Kemp, et al. (2003), innovation can be applied to companies both large and small companies. There are three dimensions of innovation: 1) innovation inputs which are companies doing research and development or investment that is developed and if the research can test the results of what has been developed, 2) innovation process when the manager must improve the technological innovation with the passage of the organization's activities without supported technological innovation, the company is impossible to win the competition and 3) innovation output on new products or processes or developed will become its own attraction for consumers. diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia Inovasi adalah salah satu kunci keberhasilan perusahaan dalam memenangkan persaingan. Satu dari keberlanjutan perusahaan tergantung pada seberapa tanggap perusahaan untuk

mengatasi yang ada © Rosmayani, Suryana, Suwawihardja & Helmi Dilisensikan dalam Materi Iklan Umum dinamika. Seperti pada perusahaan manufaktur yang selalu dituntut untuk menghasilkan produk yang lebih baik di biaya lebih rendah bila dibandingkan dengan pesaing. Teknologi sering dikaitkan dengan inovasi, karena dianggap sebagai faktor penting untuk meningkatkan laba bagi perusahaan, positioning dan kinerja untuk mengatasi dinamika pasar. Selain itu, Okpara (2007) mengidentifikasi unsur-unsur inovasi sebagai berikut: tantangan; kreativitas; fokus pada pelanggan; komunikasi; kolaborasi; penyelesaian; kontemplasi; budaya; dan konteks. Menurut Kemp, et al. (2003) inovasi adalah penciptaan dan pengembangan implementasi barang, proses dan layanan baru dengan tujuan untuk meningkatkan keunggulan daya saing. Kem et al. (2003) menjelaskan indikator inovasi baru. Inovasi dapat dikembangkan oleh siapa saja dan di mana saja. Inovasi tidak hanya diimplementasikan oleh perusahaan besar tetapi juga perusahaan industri mikro yang diperlukan berinovasi untuk kelanjutan bisnis. Inovasi adalah proses menghasilkan ide. Baru ide dan menggunakannya secara efektif dan menguntungkan dilihat dari jumlah pelanggan yang puas.

Menurut Dhewanto, dkk. (2013; 321) inovasi adalah proses komprehensif yang diikat dalam strategi bisnis perusahaan untuk digunakan. Ada tiga aktivitas dalam perusahaan, yaitu penemuan inovasi, inovasi, dan peniruan (imitasi). Inovasi adalah proses penciptaan produk komersial dari penemuan ini. Discovery adalah tindakan menciptakan atau mengembangkan produk atau proses baru. Sedangkan imitasi adalah penggunaan inovasi oleh perusahaan sejenis. Menurut Kemp, et al. (2003), inovasi dapat diterapkan pada perusahaan besar dan kecil

perusahaan kecil. Ada tiga dimensi inovasi: 1) input inovasi yang perusahaan melakukan penelitian dan pengembangan atau investasi yang dikembangkan dan jika penelitian dapat menguji hasil dari apa yang telah dikembangkan, 2) proses inovasi ketika manajer harus meningkatkan inovasi teknologi dengan berlalunya kegiatan organisasi tanpa didukung inovasi teknologi, perusahaan tidak mungkin memenangkan persaingan dan 3) keluaran inovasi pada produk atau proses baru atau dikembangkan akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.g diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

3. Permodalan

Dalam rangka meningkatkan produktivitas sekaligus efisiensi usaha, salah satu faktor penunjang yang cukup penting adalah ketersediaan modal yang memadai untuk itulah diperlukan adanya sistem kredit/pembiayaan yang mampu menjangkau lapisan masyarakat terbawah dan pada saat yang bersamaan mendorong kesiapannya untuk meningkatkan kinerja (performance) usahanya sehingga lambat laun menjadi layak mengakses kredit/pembiayaan. Pada tataran ideal, modal usaha yang digunakan untuk meningkatkan produktivitas sebaiknya berasal dari milik sendiri. Namun, dalam realitasnya, usaha mikro dan kecil tidak memiliki cukup modal yang diperlukan untuk menggulirkan usahanya. Pinjaman akhirnya menjadi jalan sementara mengatasi masalah permodalan tersebut. Dengan demikian, pinjaman yang diberikan kepada UMKM harus mampu menciptakan nilai tambah dan mampu meningkatkan surplus setelah dikurangi biaya jangka pendek. Surplus inilah yang pada akhirnya akan ditabung dan akan menggantikan fungsi pinjaman tersebut. Dalam jangka panjang, pemberian pinjaman juga harus

menghindari terjadinya dampak ketergantungan yang terus-menerus. Penerima pinjaman harus memiliki kesadaran tentang pentingnya penataan struktur keuangannya sehingga secara perlahan dapat mandiri.

4. Manajemen

Karena UMKM telah diyakini sebagai salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia yang terbukti tangguh dalam menghadapi krisis, keberadaannya perlu terus-menerus dikembangkan dan diberdayakan. Bagi UMKM, kemampuan untuk memberikan tanggapan yang tepat dan cepat pada setiap tantangan maupun isu yang dihadapi merupakan kunci keberhasilan untuk dapat bersaing. Kemampuan tersebut berkaitan erat dengan kompetensi praktisi UMKM dalam bidang manajemen.

Tingkat persaingan usaha yang semakin tajam di era globalisasi, dimana perubahan menjadi sebuah keniscayaan, pada akhirnya menuntut praktisi UMKM untuk dapat beradaptasi dengan menerapkan praktik manajemen terbaik untuk setiap tantangan yang dihadapi. Kata kunci bagi sikap adaptif tersebut adalah “manajemen informatif”.

Pada umumnya, usaha kecil lahir dari sebuah usaha keluarga karena memang merupakan bagian dari upaya peningkatan pendapatan keluarga (Santoso, 2003). Tidak heran kalau gaya kepemimpinan di perusahaan tersebut diwarnai oleh gaya kepemimpinan seseorang di dalam keluarga atau rumah tangganya. Menurut Bleicher (2001), setidaknya ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam manajemen usaha kecil yang bertolak dari keluarga. Pertama, pengaruh dari

pemilik terhadap pengelola (manajemen) yang akan berdampak bagi jalannya roda usaha. Kedua, seputar isu mengenai pergantian kepemimpinan dalam usaha tersebut sehingga akan terjadi pergantian generasi yang mampu meneruskan dan mengembangkan usahanya. Ada sebuah ungkapan yang mengatakan bahwa generasi pertama bertugas membangun, generasi kedua mempertahankan, sedangkan generasi ketiga meruntuhkan.

Menurut Santoso (2003), terdapat empat pola perilaku kepemimpinan transformatif dalam menjalankan perusahaannya. Pertama, idealized influence. Seorang pemimpin memiliki pengaruh besar terhadap karyawannya. Ia memiliki semacam karisma dan menjadi model positif (panutan) bagi karyawan. Kedua, inspirational motivation. Pemimpin mengedepankan nilai-nilai budaya perusahaan, termasuk didalamnya menanamkan visi yang inspiratif. Upaya-upaya penerapan budaya tersebut dapat dilakukan melalui simbol atau lambang. Pemimpin berperan sebagai pembangkit semangat team work, antusiasme, dan optimism diantara sesama rekan kerja. Ketiga, individualized consideration. Perilaku kepemimpinan ini terwujud dalam bentuk coaching, support, dan memberikan dorongan bagi para pengikutnya. Keempat, intellectual stimulation, yaitu sebuah perilaku yang mempengaruhi para pengikutnya untuk dapat memandang permasalahan dengan perspektif dan kesadaran yang jernih. Hal-hal tersebut mungkin agak sulit dilakukan.

Menurut Anoraga pengembangan usaha ini meliputi perencanaan di bidang, permodalan, produksi, pemasaran serta sumber daya manusia

Berikut merupakan pengertian permodalan, produksi, pemasaran, dan sumber daya manusia menurut pendapat ahli :

1) Permodalan

1. Bambang Riyanto mengatakan bahwa modal adalah hasil produksi yang digunakan kembali untuk memproduksi lebih lanjut. Dalam perkembangannya, kemudian modal ditekankan pada nilai, daya beli, atau pun kekuasaan menggunakan yang ada dalam barang-barang modal (2014)
2. Drs. Moekijat berpendapat bahwa modal adalah semua hal yang dimiliki oleh perusahaan, termasuk uang tunai, kredit, hak membuat, serta menjual sesuatu (berupa paten), mesin-mesin, dan properti. Namun sering juga istilah modal dipandang sebagai hak milik total yang terdiri dari jumlah yang ditanam, surplus, dan semua keuntungan yang tidak dibagi.

2) Produksi

Menurut Anoraga (2006:249) produksi adalah suatu proses yang mentransformasi bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau barang jadi sehingga mampu dikonsumsi dan menimbulkan nilai ekonomi. Berikut ini merupakan ruang lingkup produksi

- a. Perencanaan output, meliputi penyeleksian, pendesainan produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen

- b. Perencanaan kapasitas, penentuan kapan dan berapa banyak fasilitas peralatan atau mesin, tenaga kerja yang ada.
- c. Perencanaan agregat, menyangkut antisipasi kebutuhan tenaga kerja, bahan baku dan penolong, dan fasilitas tahunan, bulanan dan mingguan
- d. Manajemen persediaan, memutuskan berapa banyak bahan baku, pekerjaan dalam proses dan jumlah barang akhir
- e. Perencanaan kebutuhan bahan, menentukan kapan memesan dan menghasilkan bahan dan bagaimana memenuhi jadwal pengiriman

3. Pemasaran

Banyak orang yang masih mengenai pengertian pemasaran dengan penjualan. Bahkan seringkali menggunakan istilah pemasaran untuk kegiatan periklanan atau penjualan. Semuanya itu sebenarnya hanyalah merupakan bagian dari kegiatan pemasaran. Pemasaran meliputi masalah penetapan produk, harga, saluran distribusi dan promosi oleh perusahaan selain kegiatan penjualan (Pandji Anoraga,1997)

- a. Keinginan dan kebutuhan konsumen (*costumer want and needs*)

Didalam pemasaran produk, perusahaan bukan hanya perlu meraih total penjualan melainkan juga harus mampu menjaga hubungan baik dengan konsumennya. Bila konsumen dikenal baik oleh pihak produsen atau sipenyedia barang, maka akan diketahui apa yang akan dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen tersebut sehingga produsen atau sipenyedia dan menantisipasi hal-hal yang melemahkan produk yang mereka tawarkan.

b. Harga yang memuaskan (*cost satisfy*)

Dalam hal tertentu harga yang terjangkau oleh konsumen merupakan variabel yang sangat penting. Namun ada juga konsumen yang mau membeli barang yang ditawarkan dengan harga yang relative mahal. Bila barang atau produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan yang mereka sukai, maka harga tersebut tidak akan menjadi masalah bagi konsumen.

c. Tempat membeli

Yaitu tempat membeli barang atau jasa yang diminati oleh konsumen merupakan faktor yang penting juga. Dalam perusahaan oleh konsumen akan memilih dan memperhatikan penjualan produk yang terpercaya dan bermutu produknya.

d. Komunikasi (*Communication*)

Tidak semua konsumen mengetahui dan memahami produk yang dipasarkan. Maka dibutuhkan komunikasi yang baik demi meyakinkan konsumen dengan barang atau jasa yang ditawarkan.

4. Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan bagian yang berhubungan dengan keputusan organisasi yang berdampak pada angkatan kerja atau angkatan kerja potensial perusahaan yang ruang lingkupnya lebih luas dan bukan hanya sekedar hal-hal yang bersifat administratif.

Bagian sumber daya manusia sangat efektif jika kebijaksanaan manajemen sumber daya manusia dibuat sesuai dengan misi dan tujuan khusus organisasi sehubungan dengan kebutuhan konsumen, manajemen sumber daya manusia harus membantu manajemen dalam kegiatan mengintegrasikan dan mengkoordinasi kepentingan unsur-unsur pokok organisasi, dengan memutuskan untuk mempertinggi organisasi melalui produktivitas yang lebih tinggi dan kualitas produk dan jasa yang lebih tinggi yang akhirnya akan mempertinggi kepuasan konsumen.

Kunci keunggulan bersaing adalah menambah output dengan input sedikit sementara pada saat yang sama meningkatkan kualitas produk atau jasa dan kepuasan konsumen

Sedangkan menurut Masyiah Kholmi (2003) ada beberapa aspek yang mempengaruhi prospek pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diantaranya adalah :

1. Aspek Permodalan

Sebagian besar permodalan bersumber dari milik sendiri sehingga umumnya perusahaan kecil tidak terpengaruh dengan adanya kenaikan nilai mata uang seperti dollar dan adanya kenaikan suku bunga bank. Umumnya industri kecil kurang memiliki akses memperoleh pinjaman, hal ini disebabkan dokumentasi atas kegiatan belum memadai, khususnya berkaitan dengan pembukuan, oleh karena itu pengelola tidak memiliki informasi yang cukup mengenai kinerja finansial usaha yang dicapai. Dengan demikian akan terjadi kesulitan melakukan

pinjaman di bank atau proposal yang diajukan untuk memperoleh dana sangat diragukan validitasnya.

2. Aspek Produksi

a. Desain produk

Desain produk pada industri kecil cenderung selalu berubah, hanya meniru produk lain yang sudah ada dipasaran, perusahaan kurang berani mengubah desain produknya karena takut kehilangan pasar, sehingga sebagian besar membuat desain produknya hanya mengikuti order dari pembelinya atau melakukan variasi produk sesuai dengan kebutuhan pasar, sering melakukan pengawasan pasar serta melakukan penetapan waktu produksi untuk menghadapi permintaan produk

b. Bahan baku

Sumber bahan baku yang digunakan sebagian besar bahan baku lokal atau berasal dari daerah sekitarnya, pembelian bahan baku rata-rata secara tunai karena tidak pernah membuat perjanjian secara tertulis dengan supplier untuk mendapatkan bahan baku secara kontinyu, sehingga bahan baku menjadi masalah yang serius di proses produksi ketika ada permintaan mendadak atau kelangkaan bahan baku dipasaran, tapi sebagian perusahaan telah melakukan persediaan bahan baku untuk menghadapi permintaan yang mendadak

c. Tenaga kerja

Tenaga kerja yang ada pada industri kecil rata-rata berpendidikan rendah, untuk itu perusahaan selalu mendorong karyawan bekerja lebih terampil dan

menciptakan cara-cara kerja yang efisien. Pada umumnya pimpinan/pengelola perusahaan lebih mudah mengendalikan atau melakukan pengawasan tenaga kerja (karyawan), karena pimpinan langsung dapat memantau langsung terhadap masing-masing karyawan ketika bekerja. Perlu diperhatikan mengenai tenaga kerja, kurangnya tambahan pengetahuan dari pihak perusahaan atau bekerja sama dengan pihak diluar perusahaan untuk memberikan pelatiha atau memberikan pengetahuan bagaimana dapat bekerja secara produktif dan lebih baik

d. Alat produksi

Sebagian besar menggunakan alat produksi sederhana untuk proses produksi, umumnya mesin yang digunakan berumur tua, dan kurang didukung adanya sumber daya yang memadai, sehingga perusahaan kurang dapat menghasilkan produk yang bermutu tinggi, dan akhirnya perusahaan kecil kalah bersaing dengan perusahaan menengah dan besar. Disamping itu perusahaan kurang mampu mengakses informasi yang berkaitan dengan hasil penelitian pusat litbang dan perguruan tinggi.

3. Aspek pemasaran

Secara umum perusahaan belum menggunakan sarana promosi penjualan secara tepat, cara promosi penjualan yang dilakukan sebagian besar melalui merk yang ada pada kemasan produk, adapun pameran belum banyak diikuti, hal ini disebabkan karena faktor biaya pemaren relatif tinggi bagi usaha kecil

4. Aspek kewirausahaan

Kecenderungan perusahaan memiliki percaya diri tanpa bantuan orang lain usahanya dapat berjalan terus, terdapat upaya untuk memperbaiki kondisi perusahaan secara seksama, sehingga reputasi perusahaan sangat tergantung pada kemampuan yang dimiliki, sebenarnya terdapat inisiatif untuk memajukan perusahaan, hanya karena terbatas pengetahuannya, maka seringkali hal yang dilakukan sebenarnya sudah lama dilakukan pihak lain.

5. Aspek Keunggulan Kompetitif

Nilai keunggulan kompetitif menunjukkan bila kondisi yang menyebabkan perusahaan beroperasi secara kontinyu didaerah tersebut dan mempunyai dasar operasi yang semakin kuat.

11. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1 : Penelitian Terdahulu

No	PENELITI	JUDUL	HASIL	PERBEDAAN
1	2	3	4	5
1	Kamaruddin (2018)	Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Sentra Pandai Besi Amanah Di Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sentra pandai besi amanah belum mengalami pengembangan, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang menjadi penghambat diantaranya adalah sumber modal sentra pandai besi amanah masi menggunakan modal dari kelompok masing-masing yang membeli bahan baku.	1. Objek penelitian berbeda, penulis memilih pengembangan usaha pada toko Galeri Batik Tabir Riau Rani

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL	PERBEDAAN
1	2	3	4	5
2	Winda Verawati Sijabat (2017)	Analisis Kinerja Pelayanan Koperasi Kepada Anggota dan Strategi Pengembangannya (Studi Kasus Kud Usaha Bersama di Desa Trimodadi kec. Abung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi yang diterima oleh anggota kud usaha bersama masih relatif rendah, pendapatan rumah Kec. Abung selatan kab. Lampung utara	<p>1. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus, sementara penulis menggunakan metode kualitatif</p> <p>2. Peneliti terdahulu menggunakan dua variabel, sementara penulis menggunakan satu variabel.</p> <p>3. Objek KUD usaha bersama di desa trimodadi kec. abang selatan kab. lampung utara, sementara penulis memilih usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani Pekanbaru</p>
3	Siti Maemonah (2015)	Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal	Hasil penelitian menunjukkan bahwa jalur pemasaran pada industri keci gula aren masih pendek. Pengrajin tidak pernah	1. Metode penelitian menggunakan metode survey, sementara penulis menggunakan

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL	PERBEDAAN
			<p>melakukan promosi dan permodalan yang dimiliki industri kecil gula aren berasal dari pengrajin sendiri belum ada bantuan dari Pemerintah</p>	<p>metode kualitatif</p> <p>2.Objek penelitian industri kecil gula aren di kecamatan limbangan kabupaten Kendal, Sementara Peneliti usaha galeri batik Tabir Riau Rani di kota Pekanbaru Riau</p>
4	Mila Fadilah Utami (2008)	Studi Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu Di Kabupaten Rembang (Studi Kasus Di Kecamatan Pamotan, Kabupaten Rembang)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri gula merah di daerah tersebut tidak mengalami kendala ketersediaan bahan baku, selain itu industri gula merah tebu di kecamatan pamotan di dukung dengan ketersediaan tenaga kerja serta sarana dan prasarana lainnya	1.Objek penelitian Usaha Gula Merah Tebu di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang, sementara Penulis usaha Galeri batik tabir Riau Rani di kota Pekanbaru Riau

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL	PERBEDAAN
1	2	3	4	5
				2. Metode yang digunakan metode survey deskriptif, sementara penulis menggunakan metode kuantitatif
5	Alfi Amalia (2012)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada UKM Batik Semarangan di Kota Semarang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan, kekuatannya yaitu mutu produk yang dihasilkan baik, kelemahannya yaitu saluran distribusi penjualan produk yang belum efisien	1. Objek penelitian berada pada kota Semarang, sementara penulis meneliti di kota Pekanbaru

Sumber : Data Penelitian 2019

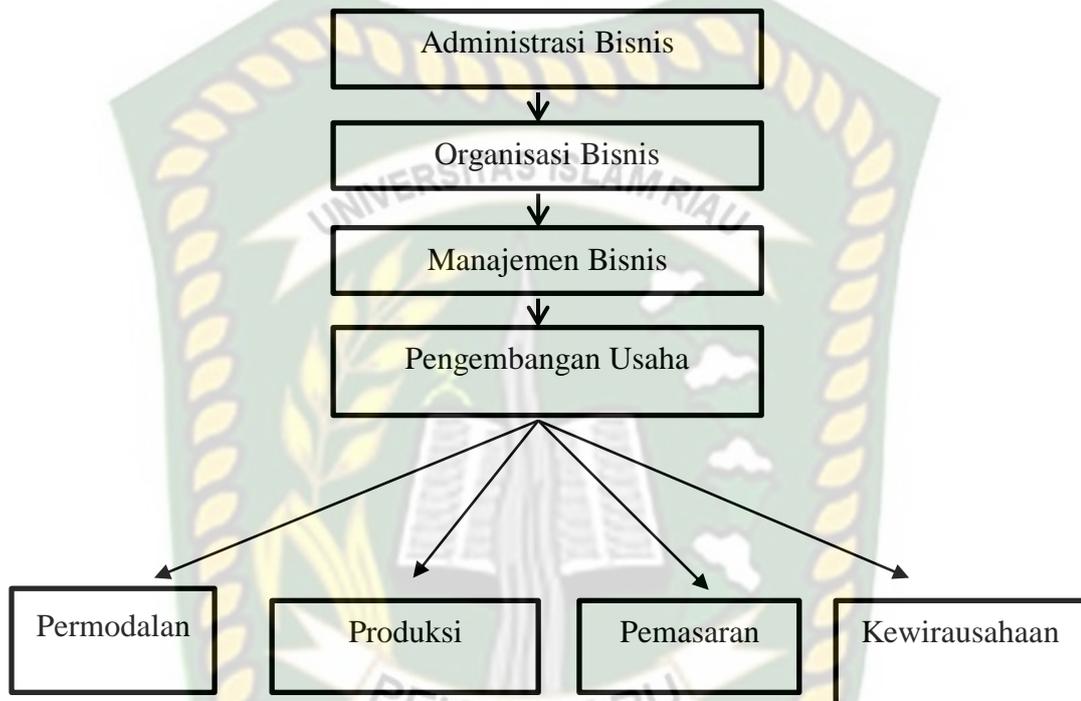
Berdasarkan hal di atas maka perbedaan penelitian “ Analisis Pengembangan usaha pada UMKM Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru” dengan penelitian-penelitian terdahulu sekaligus sebagai State Of The Art adalah :

1. Pada penelitian terdahulu ada yang menggunakan penelitian dengan dua variabel sementara pada penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis penelitian dilakukan menggunakan satu variabel yaitu hanya “ pengembangan usaha”
2. Kemudian metode yang di gunakan penelitian terdahulu berbeda dengan metode yang penulis gunakan yaitu penulis mennggunakan metode kualitatif
3. Objek penelitian juga yang menjadi pembeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang di lakukan penulis

Setelah melihat dan membaca penelitian sebelumnya penulis mencoba untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Pengembangan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah(UMKM) Galeri Batik Batik Tabir Riau Rani**

B. Kerangka Pikir

Gambar II.1 : Kerangka Pikir Analisis Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah pada Galeri Batik Tabir Riau Rani di kota Pekanbaru



Sumber : Data Olahan Penulis 2019

C. Konsep Operasional

Untuk memudahkan pelaksanaan penelitian dan untuk memahami penelitian serta menghindari kesalahan dalam penelitian, maka penulis perlu menjelaskan konsep operasional yaitu sebagai berikut :

1. Administrasi bisnis merupakan keseluruhan proses kerja sama yang terorganisir dalam bidang perniagaan dan industri yang berorientasi pada profit
2. Organisasi bisnis merupakan tempat dua orang atau lebih yang menjalankan aktivitas ekonomi dan bertujuan untuk menghasilkan keuntungan (profit)
3. Manajemen bisnis suatu kegiatan dalam merancang, mengelola, dan menoperasikan sebuah usaha atau bisnis yang mencakup semua pengaturan baik dari dalam proses pengerjaan, pengelolaan, sampai cara mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.
4. Pengembangan usaha merupakan tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha pandangan kedepan, motivasi dan kreatifitas.

D. Operasional Variabel

Tabel II.2: Operasional Variabel Penelitian Tentang Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Pada Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru

Konsep	Variabel	Indikator	Sub indikator
Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreatifitas (Anoraga,2007; 66)	Pengembangan usaha	1. Permodalan	a. Sumber modal b. Kemampuan modal c. Perputaran Modal d. Manajemen pembukuan
		2. Produksi	a. Jumlah Produksi b. Desain Produk c. Warna Produk d. Mutu
		3. Pemasaran	a. Harga b. Target konsumen c. Promosi d. Permintaan Pasar
		4. Kewirausahaan	a. Pelatihan b. Studi Banding c. Kreatifitas d. Inovasi

Sumber: Data Penelitian, 2019

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan ini adalah pada dasarnya menggunakan penelitian survey deskriptif, karena bermaksud memberikan penggambaran secara jelas, mendalam dan terperinci tentang keadaan obyek penelitian dengan cara mengumpulkan data dari pengamatan, sehingga diperoleh perumusan analisa terhadap masalah yang dihadapi. Kemudian Metode penelitian ini adalah metodologi kualitatif. Karena penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif yang berupa kata-kata lisan maupun tertulis dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif sering digunakan untuk melihat lebih dalam fenomenan sosial termasuk didalamnya kajian terhadap ilmu pendidikan, manajemen dan administrasi bisnis. Pada dasarnya metode penelitian kualitatif ditujukan untuk penelitian yang mengamati kasus (Indrawan dan Yaniawati,2014;67-68)

Penelitian survey ini merupakan salah satu metode penelitian sosial yang luas penggunaannya. Menurut Kerlinger (dalam Sugiyono,2006;7) mengemukakan bahwa penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi kecil maupun besar, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis ataupun psikologis.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru. Yang beralamat di jalan Hangtuah no. 70B. Alasan penulis mengambil lokasi tersebut dikarenakan Galeri Batik Tabir Riau Rani merupakan salah satu toko Batik Riau terkenal di kota Pekanbaru dan merupakan pelopor Batik Riau.

C. Informan

Penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk membuat generalisasi dan hasil penelitian. Oleh karena itu, pada penelitian kualitatif tidak dikenal adanya populasi dan sampel (Bagong Suyanto 2005;20). Dalam penelitian ini sampel penelitian merupakan orang-orang yang dianggap paling tahu tentang permasalahan yang akan diteliti. Sampel dalam penelitian ini disebut sebagai informan, informan adalah seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan atau permasalahan tertentu yang darinya dapat diperoleh informasi yang jelas, akurat dan dapat dipercaya baik berupa pernyataan, keterangan, atau data yang dapat membantu dalam memahami persoalan atau permasalahan tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pemilik usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani sebagai key informan, kapten toko Galeri Batik Tabir Riau Rani dan konsumen sebagai informan dalam menggali informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dalam menggali informasi.

Tabel III.I : Tabel Jumlah Informan Penelitian

No	Informan	Jumlah
1	Pemilik Usaha	1 orang
2	Kapten Toko	1 orang
3	Konsumen	2 orang
Jumlah		4 orang

Sumber : Data Olahan Peneliti 2019

D. Teknik Penarikan Sampel

Sampel atau informan dalam penelitian di Galeri Batik Tabir Riau Rani penulis menerapkan dengan menggunakan *purposive sampling*. Hal ini dikarenakan pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai pemimpin sehingga akan memudahkan peneliti menjelajah obyek/situasi sosial yang diteliti.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan daalaam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer menurut sugiyono (2013;193) adalah “sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data”. Yang bersifat pendukung saja, bukan data olahan. Data primer ini penulis peroleh langsung dari lapangan

dengan bertanya kepada pemilik usaha gula kelapa yang ada di Desa Gemalasari. Data primer diperoleh melalui pengamatan /observasi dan wawancara yang tidak terstruktur dilapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut sugiyono (2013;193) adalah” sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data”. Misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Peneliti juga mengambil data-data yang relevan dari internet sesuai data yang diperlukan untuk memperjelas penelitian yang dilakukan

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data diperoleh penulis dari berbagai penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Teknik Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya. Wawancara dilakukan dengan cara penyampaian sejumlah pertanyaan dari pewawancara kepada narasumber.

2. Teknik observasi

Teknik observasi yaitu teknik pengumpulan data yang digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2014;166)

Penulis melakukan pengumpulan data dengan pengamatan mengenai pengembangan usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani di kota Pekanbaru dimana objek penelitian dilapangan tempat penelitian dilaksanakan sehingga data yang dikumpulkan lebih lengkap.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti atau mengambil gambar atau foto tempat penelitian diadakan.

G. Teknik Analisa Data

1. Reduksi data

Adalah bagian dari proses analisa yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuat hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga simpulan penelitian dapat dilakukan

2. Sajian data

Merupakan rangkaian informasi yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan sajian data dapat diketahui apa yang terjadi dan memungkinkan untuk menganalisa dan mengambil tindakan lain

3. Penarikan kesimpulan

Dari sajian data yang tersusun selanjutnya penulis dapat menarik suatu kesimpulan akhir. Ketiga komponen diatas akan berinteraksi dengan proses pengumpulan data sebagai proses siklus. Dalam penelitian ini

penulis tetap berada dalam lingkungan interaksi tersebut sampai pengumpulan data bergerak kereduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan



BAB IV

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Batik merupakan budaya Indonesia yang diwariskan turun temurun dari nenek moyang kita, ada banyak ragam motif batik dan setiap daerah memiliki ciri khas tersendiri, dan memuat unsur-unsur budaya lokal yang diambil kedalam motif batik. di kota Pekanbaru ada tempat yang menjual batik salah satunya adalah toko Galeri Batik Tabir Riau Rani yang beralamat di jalan Hangtuh No. 70B kecamatan Sail kota Pekanbaru

Awalnya pada tahun 2003 usaha Batik ini hanyalah sebuah usaha rumahan, berjualan dengan menggunakan mobil sebagai tempat pajangan produknya, produk yang dijual awalnya hanya batik Jawa saja, lalu setahun berjalan dan melihat banyaknya minat masyarakat Pekanbaru akan Batik maka pada tahun 2004 pemilik usaha yaitu Ibu Rani Izzul Makarimi memutuskan untuk memodifikasi rumahnya menjadi sebuah galeri, yang tidak hanya menjual batik Jawa saja tetapi menjual batik dari daerah lain khususnya Batik Riau, bersamaan dengan berdirinya sebuah Galeri Batik pada tahun itu juga ada dorongan dari istri gubernur Riau saat itu yakni ibu Septina Primawati meminta pemilik usaha mengembangkan Batik Riau.

Lalu atas peran pemerintah Provinsi Riau maka Galeri Batik Tabir Riau Rani mulai fokus pada satu produk batik saja yakni Batik Riau sampai saat ini, pada saat itu peran pemerintah sangat berpengaruh terhadap usaha yang

dijalankan Ibu Rani Izzul Makarimi dimana setiap instansi yang ada dikota Pekanbaru diwajibkan untuk menggunakan Batik Riau yang dibuat oleh Galeri Batik Tabir Riau Rani sebagai pakaian dinas. Hal ini tentu menguntungkan usaha tersebut dan membuat Galeri Batik Tabir Riau Rani menerima banyak pesanan. Batik Riau yang dijual pada Galeri Batik Tabir Riau Rani tidak diproduksi di Provinsi Riau melainkan diproduksi di daerah Pekalongan Jawa Tengah.

Dan pada tahun 2011 Galeri Batik Tabir Riau Rani mencoba membuka cabangnya dengan membuka toko di Jalan Hasyim Ashari, Pekanbaru, toko kedua ini hanya berjalan 3 tahun saja karena lokasi dianggap kurang strategis maka toko kedua ini dipindahkan ke Jalan Jenderal Sudirman, No. 171 Pekanbaru

B. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi memiliki peranan dan arti yang sangat penting dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Tanpa struktur organisasi yang baik dan sistematis maka organisasi tersebut akan kesulitan dalam mencapai tujuan yang diharapkan dan akan sulit bagi organisasi tersebut dalam menjalankan aktivitas secara terarah dan efisien

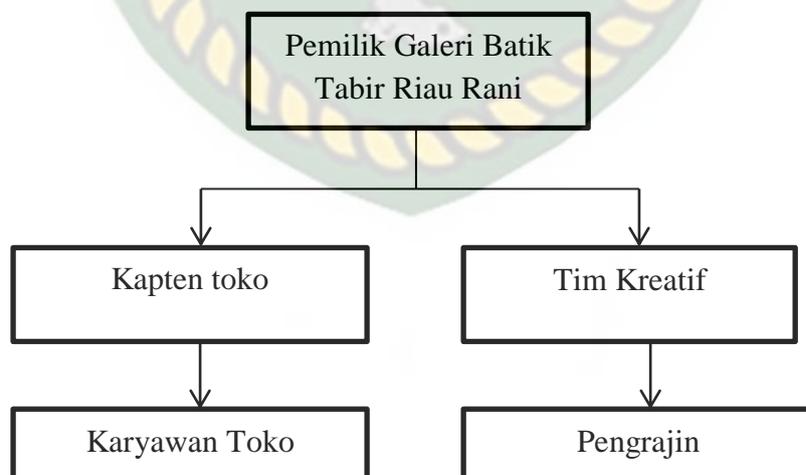
Adapun unsur-unsur yang terdapat pada struktur organisasi adalah sebagai berikut :

1. Adanya pimpinan dan sekelompok manusia yang akan dipimpin
2. Terdapatnya tujuan yang akan dicapai serta adanya suatu kerjasama
3. Adanya wewenang dan tanggung jawab

Dalam hal ini pimpinan merupakan seorang yang mengambil keputusan dalam organisasi yang dipimpinnya dimana dia bertanggung jawab atas keberlangsungan kegiatan pada organisasi tersebut, serta harus mampu menciptakan situasi dan kondisi yang membuat anggotanya merasa memiliki keterikatan dan berusaha agar selalu meningkatkan potensi yang dimilikinya untuk kemajuan sebuah usaha.

Supaya fungsi organisasi dapat terbentuk dan bermakna maka diperlukan adanya tugas dan wewenang yang terdapat pada struktur organisasi yang menghubungkan antara macam-macam fungsi atau aktivitas di dalam organisasi. Dengan adanya struktur tersebut diharapkan agar lebih mudah menjalankan tugas dan fungsinya serta dapat mengetahui siapa yang menjadi pimpinan dan siapa yang menjadi bawahan. Agar lebih jelas berikut adalah struktur organisasi pada Galeri Batik Tabir Riau Rani

Gambar IV.1 : Struktur Organisasi Galeri Batik Tabir Riau Rani Kota Pekanbaru



Sumber: Olahan Penulis 2019

C. Fungsi dan Tugas Organisasi

Untuk menjalankan organisasi dibutuhkan sumber daya manusia yang memegang jabatan tertentu. Masing-masing orang tersebut diberi tanggung jawab sesuai dengan jabatannya. Dengan demikian, dapat memperoleh dalam pengarahan serta mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan dari suatu pekerjaan. Adapun tugas dan wewenang dari tiap-tiap bagian dalam struktur organisasi Usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani adalah sebagai berikut :

1. Pemilik Usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani

Pemilik usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani memiliki fungsi yang membuat pemilik masih bertanggung jawab penuh atas kegiatan yang berlangsung di Galeri Batik Tabir Riau Rani. Adapun tugas pemimpin tertinggi usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani adalah

- a. Bertanggung jawab sepenuhnya atas aktivitas usaha
- b. Membuat kebijakan untuk kemajuan usaha
- c. Membina bawahan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien
- d. Membina bawahan agar dapat memikul tanggung jawab tugas masing-masing secara baik
- e. Menciptakan iklim kerja yang baik dan harmonis
- f. Menyusun fungsi manajemen usaha secara baik

2. Kapten Toko

Fungsi Kapten Toko adalah mengatur dan mengawasi aktivitas disetiap toko Galeri Batik Tabir Riau Rani. Tugas dari kapten toko adalah

- a. Mengelola keuangan yang ada di toko
 - b. Mengawasi kinerja karyawan yang ada di toko
 - c. Mengkoordinir setiap pesanan yang masuk
 - d. Bertanggung jawab atas pembukuan keuangan toko
3. Tim Kreatif

Tim kreatif pada Galeri Batik Tabir Riau Rani memiliki tugas dan fungsi sebagai pendesain model atau motif batik Riau

4. Karyawan Toko

Tugas dan fungsi dari karyawan toko adalah membantu kapten toko dalam melayani konsumen dan menyiapkan segala pesanan yang masuk

5. Pengrajin

Fungsi dari pengrajin adalah sebagai sumber daya manusia yang bertugas memproduksi batik sesuai dengan desain yang telah dibuat

D. Aktivitas Usaha (Galeri Batik Tabir Riau Rani)

Galeri Batik Tabir Riau Rani merupakan industri yang bergerak dibidang kerajinan batik, yang menghasilkan produk kerajinan berupa batik Riau dengan berbagai jenis dan motif. Kerajinan ini berbahan dasar kain dari berbagai jenis yang kemudian diolah oleh para pengrajin menjadi batik yang bermotif melayu Riau baik dengan teknik cap maupun tulis.

Dalam pembuatan produk yang diproduksi dan akan dipasarkan oleh toko batik milik Galeri Batik Tabir Riau Rani ini, mereka membuat dan memproduksi di rumah produksi yang ada di daerah Pekalongan, Jawa Tengah yang masih

merupakan anggota keluarga dari pemilik Galeri Batik Tabir Riau Rani. Pemilik beralasan produksi tidak dilakukan di Pekanbaru karena sulitnya mendapatkan bahan baku, serta harga bahan baku di daerah Pekanbaru ini lebih mahal dibandingkan dengan yang ada di Pekanbaru, selain itu di Pekanbaru ini sangat sulit untuk menemukan Pengrajin yang benar-benar bisa dalam membuat batik sesuai dengan kriteria pemilik usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Key Informan dan Informan

Identitas key informan dan informan merupakan keterangan yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan oleh penulis yang berisikan mengenai nama, umur, jenis kelamin, dan pendidikan dan key informan dan informan, untuk lebih jelasnya mengenai hal tersebut maka dapat dilihat pada keterangan di bawah ini sebagai berikut:

Tabel V.1 :Distribusi Jumlah Key Informan dan Informan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Galeri Batik Riau Rani di Kota Pekanbaru

No	Key Informan dan Informan	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Pria	Wanita	Jumlah
1	Pemilik Usaha	49	S1	-	1	1
2	Kapten Toko	29	S1	-	1	1
3	Konsumen	29	SMA-S1		2	2
Jumlah					4	4

Sumber: Data Olahan Penulis, 2019

B. Analisis Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru)

Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007:66). Jika hal ini. Jika hal ini mampu dilakukan oleh para

pengusaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (*starting*), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal *franchising*. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu dibutuhkanlah suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang Permodalan, produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, teknologi dan lain-lain.

Dalam penelitian ini ada beberapa aspek-aspek yang dibutuhkan guna mendukung dalam pengembangan usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani, yang terdiri dari beberapa aspek permodalan, produksi, pemasaran, dan kewirausahaan.

Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian penulis akan mengemukakan hasil dari data sebagai berikut:

1. Permodalan

Permodalan merupakan salah satu sumber kekuatan awal bagi setiap usaha dalam rangka meningkatkan produktivitas sekaligus efisiensi usaha baik itu usaha yang sudah berjalan lama maupun usaha yang baru berdiri, untuk itu diperlukannya ada sumber modal yang jelas dan kuat untuk melakukan serangkaian proses produksi. Dalam permodalan diperlukannya cara pengelolaan

modal, dan diperlukannya sistem manajemen pembukuan agar sumber modal yang diperoleh dapat diketahui dengan jelas oleh pemilik usaha

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Kapten Toko Galeri Batik Tabir Riau Rani ibu Fitriyaningsih pada hari rabu tanggal 23 oktober 2019 di toko batik jalan Hangtuah 70 B pukul 10.13 WIB terkait dengan permodalan

“kalau sumber modal itu semuanya ada pada buk Rani dek, karena dia sebagai pemilik usaha ini dek, selain usaha batik ini ibu rani juga punya usaha lainnya dek kayak kontraktor sama jual beli tanah gitu, kemungkinan sumbernya dari uang pribadinya, disini saya hanya mengelola uang yang sudah ada saja misalnya kaya mau membeli atau ingin memesan barang (batik) transaksinya kadang melalui saya, saya yang memesan barang atas perintah buk rani, atau kadang buk Rani langsung yang melakukan transaksi dengan pihak penjual barang, untuk uang masuk atau uang keluar itu saya bertanggung jawab untuk melaporkannya kepada buk Rani dek” (Ibu Fitriyaningsih Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuah 70B pada rabu 23 oktober pukul 10.16 WIB)”

Selanjutnya hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pemilik usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani terkait dengan permodalan hari selasa 29 oktober 2019 pukul 12.03

1. Sumber Modal

“sumber modal awalnya berasal dari orang tua saya dek, saat itu orang tua saya mengirimkan barang berupa batik yang sudah jadi dari kampung saya pekalongan ke pekanbaru ini, lalu batik tersebut saya jual kembali disini, saat itu hasil dari penjualan batik sedikitpun tidak ada saya ambil, uangnya terus saya putar-putarkan untuk memupuk modal, dan dalam usaha ini secara umum berasal dari orang tua dan tabungan pribadi saya dek, terkait dengan modal eksternal yang adek tanyakan tadi? Itu sama sekali tidak ada dek, usaha kami ini tidak pernah dapat bantuan modal berupa uang dari pemerintah dan saya juga tidak pernah meminjam uang pada koperasi atau bank untuk usaha ini (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuah 70B pada selasa 29 oktober pukul 12.05 WIB)”

Berdasarkan analisis penulis dari hasil wawancara tersebut bahwasanya sumber permodalan awalnya pemilik usaha yaitu bantuan dari orang tua pemilik dengan cara mengirimkan barang dan dijual kembali disini (reseller), seiring berjalan waktu hasil penjualan dari batik terus diputar-putarkan untuk memupuk modal untuk dipergunakan kembali untuk meningkatkan operasional usaha

Hal ini sejalan dengan Bambang Riyanto (1997) yang menyatakan bahwa modal adalah hasil produksi yang digunakan kembali untuk memproduksi lebih lanjut. Dalam perkembangannya, kemudian modal ditekankan pada nilai, daya beli atau pun kekuasaan menggunakan yang ada dalam barang-barang modal

2. Kemampuan Modal

“kalau kemampuan modal yaa? Yaa karena modal usaha ini sumber nya dari orangtua dan tabungan pribadi saya, yaa tentunya terbatas dek, ya tapi bisalah untuk mencukupi untuk biaya operasional toko dek seperti gaji karyawan, sewa toko dan pembelian produk batik dek (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada selasa 29 oktober pukul 12.08 WIB)”

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dari hasil wawancara tersebut bahwasanya kemampuan modal yang ada pada usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani memiliki jumlah yang terbatas untuk menjangkau kegiatan yang lebih luas lagi, misalnya tidak mampunya Galeri Batik Riau Rani dalam membuat rumah produksi di kota Pekanbaru karena akan memakan biaya yang besar

Hal ini sejalan dengan Suharjono (2017) yang menyatakan bahwa kemampuan modal merupakan kekuatan suatu usaha dalam mengelola ketersediaan modal untuk operasional usaha

3. Perputaran Modal

“perputaran modal tentu bicara mengenai penjualan dek, kalau untuk saat ini dalam 6 tahun terakhir karena penjualan yang tidak ada kenaikan dan cenderung turun, membuat perputaran modal juga lambat dek (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada selasa 29 oktober pukul 12.11 WIB)”

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dari hasil wawancara tersebut bahwasanya perputaran modal yang ada pada toko tersebut dalam waktu 6 tahun terakhir perputaran modal sangat lambat dikarenakan penjualan produk batik terus menurun sehingga mengakibatkan lambatnya perputaran modal tersebut

Hal ini sejalan dengan Bambang Riyanto (1997) yang menyatakan bahwa modal adalah hasil produksi yang digunakan kembali untuk memproduksi lebih lanjut. Dalam perkembangannya, kemudian modal ditekankan pada nilai, daya beli koma atau pun kekuasaan menggunakan yang ada dalam barang-barang modal

4. Manajemen Pembukuan

“manajemen pembukuan itu kami sudah menerapkannya dek, setiap penjualan yang kami lakukan sudah ada catatannya dek, dan setiap aktivitas yang berkaitan dengan keuangan juga ada catatannya dek (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada selasa 29 oktober pukul 12.14 WIB)”

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dari hasil wawancara tersebut bahwasanya toko Galeri Batik Tabir Riau Rani sudah memiliki manajemen pembukuan untuk mengukur dan mengevaluasi usaha atau melihat berkembang atau tidak nya perusahaan

Hal ini sejalan dengan Halim dan Supomo (2000) yang menyatakan bahwa akuntansi manajemen merupakan kegiatan yang menghasilkan informasi keuangan untuk manajemen sebagai pengambilan keputusan dalam menjalankan fungsi manajemen

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani masih menggunakan modal yang bersumber dari internal yaitu orang tuanya dan tabungan pribadi nya, dengan hanya mengandalkan modal yang bersumber dari tabungan pribadi tentunya memiliki keterbatasan dalam melakukan kegiatan usaha, karena modal yang ada hanya cukup untuk menutupi biaya operasional toko saja, modal yang ada tidak mampu untuk mencakup kegiatan usaha yang lebih luas seperti pembuatan iklan tentang usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani, adapun manajemen pembukuan yang dilakukan yaitu sebagai laporan dan evaluasi untuk menentukan arah usaha kedepannya.

Berdasarkan hasil pengamatan (observasi) yang penulis lakukan pada Galeri Batik Tabir Riau Rani penulis menemukan bahwa dalam proses pengumpulan modal sepenuhnya berasal dari pemilik usaha, dimana modal tersebut dipercayakan dan dikelola oleh kapten toko yang bernama Fitriainingsih (29 tahun) yang kurang lebih sudah 9 tahun bekerja disana, dan kapten toko itulah yang bertanggung jawab dalam mengelola kegiatan yang berhubungan dengan keuangan, dan melaporkannya kepada sang pemilik usaha dan turut mengawasi kegiatan-kegiatan di dalam toko

2. Produksi

Produksi merupakan faktor penting dari kegiatan usaha oleh sebab itu produksi harus memperhatikan berbagai aspek diantaranya adalah desain produk, bahan baku, tenaga kerja, alat produksi, sehingga produk yang dibuat memiliki nilai dan daya saing ketika dipasarkan, akan tetapi dalam hal produksi pada Galeri Batik Tabir Riau Rani, produk batik yang dibuat itu tidak dilakukan di provinsi Riau atau di kota Pekanbaru, melainkan dibuat dan dikerjakan di daerah Pekalongan Jawa Tengah di rumah produksi yang masih satu keluarga dengan pemilik Galeri Batik Tabir Riau Rani.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan kapten toko Galeri Batik Tabir Riau Rani ibu Fitriyaningsih pada hari selasa tanggal 23 oktober di Toko batik jalan hangtuh 70B pada pukul 10.22 terkait dengan Produksi

“untuk produksi itu dilakukan di Jawa dek, di Pekalongan tempat kampung halaman ibu Rani, alasannya karena disana udah tersedia rumah produksi yang bekerjasama dengan toko kita ini dalam memproduksi batik, bahan bakunya juga sulit disini dan juga disini memang sulit untuk mencari SDM yang betul-betul telaten dalam membatik dek sehingga kalau kita memproduksi disini bukan hanya masalah biaya, tapi juga masalah tenaga kerja yang susah didapat dalam mengerjakan batik ini dek” (Ibu Fitriyaningsih Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada rabu 23 oktober pukul 10.24”

Selanjutnya merupakan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani pada selasa 29 oktober pukul 12.13 terkait dengan pembuatan batik yang tidak dilakukan di Pekanbaru

“jadi gini dek, untuk pembuatan batik memang tidak kita lakukan di Pekanbaru, karena ada beberapa hal yang kita pertimbangkan, diantaranya adalah terkait dengan bahan baku dek, sejauh ini saya belum menemukan tempat didaerah Pekanbaru dan sekitarnya ini yang menjual bahan baku

yang sesuai dengan kriteria produk yang kami inginkan,selanjutnya kami pernah mencoba mencari orang yang benar-benar mau dan telaten untuk membuat, ternyata setelah kami cari dan dilatih hasil nya tidak memuaskan dek, sehinga kami juga sulit menemukan pengrajin yang benar-benar telaten dalam mengerjakan batik yang dibuat ini dek, dan alasan lainnya adalah jika kami membuat produk batik di pekanbaru tentu akan memakan biaya lagi dek,dimana kami akan mendirikan rumah produksi, membeli peralatan dan mendatangkan pengrajin nya kesini dek tentu ini akan memakan biaya yang banyak, makanya saya memutuskan untuk memproduksi dikampung halaman saya dipekalongan, rumah produksi tersebut masih dimiliki oleh keluarga saya, Nah susahnya kami ini disini dek, karena ya produksi kami ini bergantung kepada rumah produksi yang dipekalongan maka ketika misalnya terjadi kelangkaan dan sulitnya bahan baku,maka berimbas juga kepada kami ini dek,misalnya ditoko kami sedang tinggi permintaan sementara disana proses produksinya terhenti karena bahan bakunya langka, permintaan yang tinggi tersebut akhirnya dengan terpaksa ditolak dek atau jika mereka mau menunggu maka maka permintaan ini dapat di proses tapi hasilnya pasti memakan waktu yang lama”

meskipun tidak dibuat di Pekanbaru, tapi dalam produksi ini perlu adanya perhatian agar produk yang dihasilkan menarik dan mampu bersaing dipasaran, berikut merupakan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani pada Pukul 12.21 mengenai jumlah yang di produksi, desain produk, pemilihan warna, serta kualitas produk.

1. Jumlah Produksi

“kalau dulu sekitar 6 tahun yang lalu ketika masih banyak permintaan kami bisa memproduksi 150-200 potong tiap bulannya, tapi karena sekarang ini permintaan cenderung turun maka kami menentukan jumlah produksi tergantung dari tinggi atau rendahnya permintaan saja dek, dan tergantung juga dari pesanan-pesanan yang masuk, yaa kami menyesuaikan dengan kondisi tersebutlah. Kalau untuk sekarang ini kami paling memproduksi berkisar 50-100 perbulannya dek (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada selasa 29 oktober pukul 12.23 WIB)”

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dari hasil wawancara tersebut bahwasanya jumlah produksi yang dilakukan cenderung mengikuti permintaan

pasar, jumlah produksi yang dilakukan tergantung dari banyak permintaan yang ada dipasaran jika permintaan naik maka jumlah produksi juga naik dan sebaliknya jika permintaan turun maka jumlah produksi juga ikut turun

Hal ini sejalan dengan teori Anoraga (2006:249) yang mengatakan produksi adalah suatu proses yang mentransformasi bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau barang jadi sehingga mampu dikonsumsi dan menimbulkan nilai ekonomi

2. Desain produk

“mengenai design motif, alhamdulillah kita sudah mempunyai 39 motif ya, kita tidak sembarangan dalam membuat sebuah desain, pembuatan desain batik Riau itu berdasarkan buku panduan yang diberikan oleh ibu septina (istri gubernur riau (2003-2008, 2008-2013) dek, motif yang dibuat tentunya adalah motif asli Riau, seperti pucuk sekuntum, pucuk rebung, bunga kiambang, tajuk puteri dan lain-lainnya semua didesain serta dikreasikan menyesuaikan dengan ketentuan motif batik Riau yaa dek, setiap motif itu kita ada filosofinya, misalnya motif pucuk sekuntum, itu filosofinya adalah damai dalam pergaulan, bunyinya memakai pucuk rebung sekuntum bagai bertajuk bunga yang harum, gelap beriring senyum dikulum, duduk berunding sesama maklum, dan motif ini perkembangannya kian beragam misalnya pucuk rebung siku keluang, pucuk bersusun, pucuk rebung sekuntum hingga pucuk putri dan demi menjaga originalitas produk yang kami buat, maka setiap desain motif yang telah kami produksi untuk jumlah partai besar misalnya pesanan instansi, maka corak dan motif serupa tidak akan kami produksi lagi, walaupun diproduksi motifnya sedikit dibuat berbeda, agar ketika berada diluar, konsumen percaya diri bahwa dialah satu-satunya pemakai tanpa ada kesamaan dengan orang lain, motif-motif ini bersifat tidak kaku dek, karena bisa dikembangkan lagi, dan sekarang ini saya juga lagi mengembangkan batik corak bunga tanpa ada tabir. Dan bisa juga memadu padankan motif batik riau dengan motif yang sedang hits atau trend. tetapi tidak menghilangkan unsur-unsur budaya melayu riau, (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada selasa 29 oktober pukul 12.26 WIB)”

Selanjutnya merupakan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan konsumen bernama ibu Riska Cahyani di toko Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan

Hangtuah 70b pada rabu 18 desember 2019 pukul 12.03 terkait dengan desain produk

“kalau untuk desain produk disini sangat banyak dan beragam kalau menurut saya desain-desain yang ada sudah bagus, perpaduan warna dan corak nya mampu menarik perhatian saya (Ibu Riska Cahyani pada rabu di toko Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuah 70B pukul 12.06)”

Selanjutnya wawancara yang dilakukan peneliti dengan konsumen bernama ibu Anandhita pada rabu 18 desember pukul 14.11 di toko Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Jenderal Sudirman 171 terkait dengan desain produk

“desain-desain disini sih pada umumnya sudah bagus, sangat banyak saya pun sampai bingung mau pilih yang mana (Ibu Anandhita pada rabu 18 desember Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Jenderal Sudirman 171 pukul 14.13)”

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dari hasil wawancara bersama pemilik usaha tersebut bahwasanya design motif dibuat berdasarkan buku panduan batik riau, meskipun dibuat berdasarkan buku panduan batik riau, akan tetapi dalam perkembangannya desain dan motif tersebut bisa dikembangkan dan dikreasikan lagi misalnya motif pucuk rebung, bisa dikembangkan lagi oleh sang pemilik menjadi pucuk rebung siku keluang, pucuk bersusun, pucuk rebung sekuntum hingga pucuk putri, selain itu sang pemilik juga mengembangkan motif bunga tanpa ada tabir, dan setiap desain motif batik memiliki filosofinya masing-masing misalnya motif pucuk sekuntum, itu filosofinya adalah damai dalam pergaulan, bunyinya memakai pucuk rebung sekuntum bagai bertajuk bunga yang harum, gelap beriring senyum dikulum, duduk berunding sesama maklum.

Hal ini sejalan dengan teori Anoraga (2006:249) yang mengatakan produksi adalah suatu proses yang mentransformasi bahan baku menjadi bahan setengah

jadi atau barang jadi sehingga mampu dikonsumsi dan menimbulkan nilai ekonomi

3. Warna produk

“nah, dalam menentukan perpaduan warna ini sesuai dengan warna yang sedang trend dipasaran ya dek, kami juga memperhatikan perpaduan warna-warna apa saja yang sedang trend dipasaran agar produk kami ini tidak terlalu kaku dan bisa menarik perhatian konsumen (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada Selasa 29 Oktober pukul 12.29 WIB)”

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dari hasil wawancara tersebut bahwasanya dalam memadukan warna pemilik juga sering mengikuti trend yang sedang berkembang sehingga produk yang dihasilkan juga dapat mengikuti trend perkembangan zaman juga

Hal ini sejalan dengan teori Anoraga (2006:249) yang mengatakan produksi adalah suatu proses yang mentransformasi bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau barang jadi sehingga mampu dikonsumsi dan menimbulkan nilai ekonomi

4. Mutu

“mengenai kualitas batik yang kami punya, saya rasa sangat baik yaa dek, karena produk batik yang kami tawarkan ini bersifat eksklusif dari segi bahan bakunya dasarnya memiliki ketahanan yang lama dan nyaman ketika dipakai, selain itu batik ini dikerjakan oleh para pengrajin yang telaten sehingga menghasilkan produk yang berkualitas bagus (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada Selasa 29 Oktober pukul 12.34 WIB)”

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dari hasil wawancara terkait dengan kualitas produk tersebut, disini penulis tidak hanya menganalisis tetapi juga mengamati produk batik, dimana ketika diamati produk batik yang ada pada toko Galeri Batik Tabir Riau Rani menurut penulis kualitasnya bagus karena ketika digunakan bahannya lembut dan tidak panas, selain itu ketahanan warna juga bisa tahan bertahun-tahun.

Hal ini sejalan dengan teori Anoraga (2006:249) yang mengatakan produksi adalah suatu proses yang mentransformasi bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau barang jadi sehingga mampu dikonsumsi dan menimbulkan nilai ekonomi

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan pada hari selasa tanggal 29 Oktober 2019 mengenai produksi dapat diketahui bahwasanya pemilik memproduksi batik di rumah produksi yang berada dipekalongan, dimana rumah produksi tersebut yang menyediakan bahan baku, pengrajin serta alat-alat untuk membuat batik. Hal yang menjadi penghambat dalam aspek produksi ini adalah dimana jika sewaktu-waktu terjadinya kelangkaan bahan baku maka akan mempengaruhi pula ketersediaan stock yang ada pada toko Galeri Batik Tabir Riau Rani ini.

Dari hasil pengamatan (observasi) yang dilakukan penulis bahwasanya dalam menentukan jumlah yang diproduksi itu tergantung dari tinggi rendah nya permintaan, pada hari selasa tanggal 29 oktober 2019 jam 13.22 penulis melihat langsung barang pesanan toko batik datang yang dikirim dari pekalongan, dan

jumlah barang dikirim setiap 1 bulan sekali berkisar antara 50-100 potong kain (2,5m). terkait pembuatan design sang pemilik turut turun langsung dalam membuat design-design motif dan dibantu oleh karyawan. Warna-warna yang ada pada galeri batik Riau Rani sangat banyak dan beragam tapi jika diperhatikan secara seksama motif-motif yang ada pada galeri batik riau rani berbeda dengan batik riau pada umumnya, mengenai mutu produk sang pemilik meminta peneliti untuk melihat suatu produk

3. Pemasaran

Pemasaran merupakan faktor penting yang menjadi tolak ukur dalam menjalankan sebuah usaha dimana pemasaran ini faktor yang dapat menentukan laku atau tidaknya produk yang kita jual, terutama dalam hal penentuan harga jual produk, kita harus mampu menentukan harga yang bersaing dipasaran, melihat sasaran konsumen yang kita targetkan serta, bagaimana cara usaha tersebut dalam mempromosikan barang yang akan dijual. Berikut ini wawancara terkait dengan Pemasaran yang dilakukan oleh Galeri Batik Tabir Riau Rani di kota pekanbaru

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Kapten Toko Galeri Batik Tabir Riau Rani dengan ibu Fitrianiingsih pada hari rabu tanggal 23 oktober 2019 ditoko batik jalan Hangtuh 70B pukul 10.29 terkait dengan pemasaran

“kalau memasarkan produk itu kebanyakan kita melakukan promosi yang biasa-biasa aja dek kayak promosi mulut ke mulut gitu, misal kalau ada barang yang masuk itu kita biasanya mengabarkan ke teman-teman kita yang ada di grup Whatsapp dan juga kita ada sosial media lainnya kaya instagram disana kita juga mempromosikan barang kita dek, misalnya ada

barang baru yang masuk, maka kita akan posting produk tersebut di akun media sosial kita tersebut” (Ibu Fitrianiingsih Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuah 70B pada rabu 23 oktober pukul 10.32)

Selanjutnya dengan pemilik usaha batik Rani Makarimi pada hari selasa tanggal 29 oktober 2019 jam 12.38 WIB

1. Harga

“kalau berbicara harga tentunya kita juga bicara kualitas ya dek, di toko kami ini untuk harga 1 potong kain batik (ukuran 2,5 meter) yang termurah harganya 260 ribu untuk jenis bahan katun doobby dan marimis dan harga yang tertinggi 6,5 juta pada bahan sarimbit sutra, penentuan harga tersebut juga terkait dengan tingkat kesulitan dalam membuat batiknya nya dek, dan kami ada juga menjual produk yang kami jual dengan harga berkisar 100 ribuan untuk jilbab segi empat (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuah 70B pada selasa 29 oktober pukul 12.41 WIB)”

Selanjutnya merupakan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan konsumen bernama ibu Riska Cahyani di toko Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuah 70b pada rabu 18 desember 2019 pukul 12.09 terkait dengan harga produk

“kalau untuk harga saya rasa cukup mahal yaa, karena harganya ratusan ribu hingga jutaan untuk 1 produk saja (Ibu Riska Cahyani Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuah 70B pada rabu 18 desember pukul 12.13)”

Selanjutnya merupakan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan konsumen bernama ibu Anandhita di toko Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Jenderal Sudirman 171 pada rabu 18 desember 2019 pukul 14.15 terkait dengan harga produk

“kalau menurut saya produk yang dijual disini sesuai dengan harganya meskipun cukup mahal tetapi produk yang dijual memiliki motif yang bagus dan bahan yang nyaman ketika di pakai (ibu Anandhita di toko Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Jenderal Sudirman 171 pada rabu 18 desember 2019 pukul 14.17)”

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dari hasil wawancara bersama pemilik usaha bahwasanya penetapan harga jual produk yang ada pada Galeri Batik Tabir Riau Rani berdasarkan bahan yang digunakan, tingkat kesulitan, serta lamanya proses pembuatan, dimana masing-masing produk yang dibuat jangka waktunya memiliki jangka waktu yang berbeda-beda pula

Hal ini sejalan dengan Pandji Anoraga (1997) yang menyatakan pemasaran meliputi masalah penetapan produk, harga, saluran distribusi dan promosi oleh perusahaan selain kegiatan penjualan

2. Target Konsumen

“kalau kami yaa gak ada mentargetkan konsumen secara spesifik yaa dek, yang pentingkan produk yang kita jual ini laku, tapi dari segi harga memang tergolong mahal, sehingga kebanyakan calon pembeli yang datang biasanya adalah orang-orang dengan kalangan menengah keatas, seperti orang-orang kantoran atau orang-orang dinas gitu dek, dan juga pengunjung yang berasal dari luar pekanbaru yang membeli produk kami ini sebagai oleh-oleh atau cinderamata untuk dibawa ke daerah asalnya (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada Selasa 29 oktober pukul 12.45 WIB)”

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dari hasil wawancara tersebut bahwasanya para konsumen yang datang berkunjung pada Galeri Batik Tabir Riau Rani kebanyakan adalah orang kantoran, pegawai bank, dan tamu-tamu yang berasal dari luar Pekanbaru untuk

Hal ini sejalan dengan Pandji Anoraga (1997) yang menyatakan pemasaran meliputi masalah penetapan produk, harga, saluran distribusi dan promosi oleh perusahaan selain kegiatan penjualan

3. Promosi

“Dalam melakukan promosi kita biasanya menggunakan media sosial seperti Instagram gitu dek, misalnya ketika ada produk baru yang masuk, itu kita posting di media sosial kita. Kami memang tidak ada anggaran dalam membuat semacam iklan dek, Kalau dulu saya banyak terbantu oleh promosi yang dilakukan pemerintah, dimana pemerintah pada masa gubernur Ruzli Zainal (2003-2008, 2008-2013) sangat gencar dalam mempromosikan Batik Riau, sehingga banyak dinas-dinas yang menggunakan seragam kerja dari kami (Batik Tabir Riau Rani). Namun kurang lebih 6 tahun ini pemerintah udah jarang menggencarkan lagi penggunaan batik Riau ini dek, sehingga berdampak pula terhadap turunnya penjualan kami ini dek (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada Selasa 29 oktober pukul 12.51 WIB)”

Selanjutnya merupakan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan konsumen bernama ibu Riska Cahyani di toko Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70b pada Rabu 18 Desember 2019 pukul 12.16 terkait dengan promosi

“Kalau saya sih sebenarnya udah cukup lama tahu dengan toko ini, saya tahu toko ini dari teman saya yang bekerja di bank, ketika itu ia bercerita mengenai batik dan menunjuk toko ini sebagai tempat referensi untuk saya membeli batik disini ((Ibu Riska Cahyani Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada Rabu 18 Desember pukul 12.18)”

Selanjutnya merupakan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan konsumen bernama ibu Anandhita di toko Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Jenderal Sudirman 171 pada Rabu 18 Desember 2019 pukul 14.21 terkait dengan promosi

“Saya tahu toko ini dari suami saya dimana suami saya pernah menggunakan seragam kerja yang dibuat oleh toko ini (ibu Anandhita di toko Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Jenderal Sudirman 171 pada Rabu 18 Desember 2019 pukul 14.21)”

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dari hasil wawancara bersama pemilik usaha bahwasanya kegiatan promosi yang dilakukan pada Galeri Batik

Tabir Riau Rani hanya mengandalkan media sosial seperti instagram, whatsapp, dan facebook serta masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut

Hal ini sejalan dengan Pandji Anoraga (1997) yang menyatakan pemasaran meliputi masalah penetapan produk, harga, saluran distribusi dan promosi oleh perusahaan selain kegiatan penjualan

4. Permintaan Pasar

“Jumlah permintaan pasar untuk saat ini apalagi dalam 5-6 tahun terakhir ini kami rasa terus mengalami penurunan dek, seperti yang saya katakan tadi bahwasanya dulu kami terbantu oleh pemerintah dalam mempromosikan batik riau dek, dan dulu kami sering menerima pesanan-pesanan seragam kerja dari kalangan pemerintah dek, untuk saat ini kami sudah jarang menerima pesanan-pesanan seperti itu dek, para pembeli kami ya sekarang ini kebanyakan tamu-tamu dari luar daerah pekanbaru yang membeli oleh-oleh cinderamata untuk dibawa kedaerahnya(Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada selasa 29 oktober pukul 12.56 WIB)”

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa ada yang menjadi faktor yang membuat turunnya penjualan pada toko Galeri Batik Tabir Riau Rani, yaitu permintaan pesanan yang datang dari pemerintah sudah sangat jarang, dan harga yang tergolong mahal, sehingga produk yang dijual hanya sanggup dibeli oleh kalangan menengah keatas, selain itu tidak gencarnya pemerintah dalam mempromosikan batik riau juga menjadi faktor yang membuat turunnya penjualan pada Galeri Batik Tabir Riau Rani ini

Hal ini sejalan dengan Pandji Anoraga (1997) yang menyatakan pemasaran meliputi masalah penetapan produk, harga, saluran distribusi dan promosi oleh perusahaan selain kegiatan penjualan

Dan dari hasil observasi pengamatan yang peneliti lakukan ketika berada di Toko saat melakukan wawancara dan pada hari Selasa 29 Oktober 2019 dari pukul 10.00 WIB-14.02 WIB kondisi toko tampak lengang dan tidak ada seorangpun pengunjung yang datang ke toko Galeri Batik Tabir Riau Rani tersebut, peneliti melihat langsung bahwa pada saat ini toko tersebut sepi pengunjung, dan dalam pengamatan antara tanggal 23 Oktober - 23 November 2019 dalam kurun waktu tersebut, rata-rata pengunjung yang datang perminggu sekitar 7-10. Dan rata-rata pengunjung yang datang kebanyakan adalah pengunjung kelas menengah ke atas, mengenai promosi toko ini hanya mengandalkan promosi dari sosial media seperti Instagram serta promosi yang masih menggunakan mulut ke mulut.

4. Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan suatu proses dalam melakukan atau menciptakan sesuatu yang baru dengan cara kreatif dan inovasi yang memberikan nilai tambah dan manfaat untuk diri sendiri dan bagi orang lain, kewirausahaan juga berpengaruh dalam suatu usaha dikarenakan jiwa kewirausahaan harus selalu dilatih untuk kemajuan setiap usaha yang dijalankan, oleh karena itu sebagai pengusaha harus dapat meningkatkan kreatifitas, aktif, memiliki kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang unik dan baru.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti bersama kapten toko Galeri Batik Tabir Riau Rani pada hari Rabu 23 Oktober pukul 10.34 WIB

“kalau pelatihan itu sering diadakan oleh pemerintah dek bekerjasama dengan orang-orang yang memiliki usaha batik, jadi ketika ada pelatihan yang diadakan maka kami akan mengutus orang-orang kami untuk datang mengikuti kegiatan pelatihan tersebut” (Ibu Fitrianiingsih Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuah 70B pada Rabu 23 Oktober pukul 10.36)”

selanjutnya dengan pemilik usaha batik ibuk Rani Makarimi pada hari selasa 29 oktober 2019 jam 13.03

1. Pelatihan

“kalau pelatihan biasanya datangnya dari pemerintah dek, misalnya mengadakan pelatihan dalam proses membuat batik, maka pemerintah mengadakan pelatihan tersebut, akan tetapi seperti yang saya bilang diawal bahwasanya sulit menemukan SDM yang benar-benar memiliki minat yang besar dalam membuat batik, kerana dalam membuat batik ini harus memiliki ke telatenan yang baik, dan tidak sebentar untuk melatih orang untuk belajar membuat, sementara pelatihan-pelatihan dari pemerintah kebanyakan tidak hanya dasar-dasarnya saja, sehingga setelah pelatihan tersebut tidak ada lagi kelanjutaannya (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada selasa 29 oktober pukul 13.08 WIB)”

Berdasarkan wawancara diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa terkait dengan pelatihan-pelatihan dalam mengembangkan batik Riau kebanyakan bersifat sementara saja dan tidak ada kelanjutan. Dari segi pemerintah seharusnya mengadakan pelatihan-pelatihan tetap untuk membuat batik, sehingga ada manfaat yang berkelanjutan dari pelatihan tersebut

Hal ini sejalan dengan Oemar Hamalik (2007) yang menyatakan pelatihan diberikan dalam bentuk pemberian bantuan, bantuan yang dimaksud dapat berupa pengarahan, bimbingan, fasilitas, penyampaian informasi, latihan keterampilan, pengorganisasian suatu lingkungan belajar, yang pada dasarnya peserta telah memiliki potensi dan pengalaman, motivasi untuk melaksanakan sendiri kegiatan latihan dan memperbaiki dirinya sendiri sehingga dia mampu membantu dirinya sendiri.

2. Studi Banding

“sebagai pemilik usaha kalau untuk studi banding antar sesama usaha batik diderah pekanbaru dan sekitarnya tidak pernah saya lakukan, akan tetapi studi banding secara tidak langsung di Jawa sana sering saya lakukan, karena di daerah jawa sana banyak rumah produksi batik dan saya ingin melihat model-model atau trend-trend apa saja yang sedang Hits disana (pulau Jawa) (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada selasa 29 oktober pukul 13.14 WIB)”

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dari hasil wawancara tersebut bahwasanya Terkait dengan studi banding pemilik usaha mengadakan studi banding tidak langsung ke Pulau Jawa, karena di pulau jawa tersebut banyak referensi-referensi yang bisa dilihat misalnya, perkembangan motif dan corak yang sedang trend.

Hal ini sejalan dengan (2003) yang menyatakan bahwa studi banding merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan menambah wawasan dan pengetahuan yang akan diterapkan kedepannya untuk menjadi lebih baik.

3. Inovasi

“kalau untuk inovasi yaa, mungkin dari segi design dan motif dek, karena bisa dikatakan design-design produk yang kami buat berbeda bentuk nya dari produk batik Riau pada umumnya (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada selasa 29 oktober pukul 13.18 WIB)”

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dari hasil wawancara tersebut bahwasanya dalam melakukan inovasi pemilik usaha kebanyakan melakukan inovasi dari segi design atau motif dimana motif-motif yang dibuat oleh Galeri Batik Tabir Riau Rani berbeda dengan batik-batik Riau pada umumnya

Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Soeharto Prawiro (1997) yang menyatakan kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan perkembangan usaha

4. Kreatifitas

“dalam upaya meningkatkan kreatifitas usaha ini sedikit banyak nya saya lakukan, misalnya saya membuat tempat tissue, tas, dompet yang kami padupadankan dengan motif-motif batik yang dek (Ibu Rani Izzul Makarimi Galeri Batik Tabir Riau Rani jalan Hangtuh 70B pada Selasa 29 oktober pukul 13.26 WIB)”

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dari hasil wawancara tersebut bahwasanya selain membuat pakaian dari batik, pemilik usaha juga membuat produk-produk seperti tempat tissue, tas, dompet, dll sebagai souvenir yang dipadupadankan dengan berbagai motif-motif batik, sehingga yang dilakukan oleh pemilik memiliki daya tarik sendiri bagi konsumen untuk membeli produk tersebut.

Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Soeharto Prawiro (1997) yang menyatakan kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan perkembangan usaha

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pemerintah hanya bersifat sementara saja, dan tidak ada kelanjutan sehingga setelah pelatihan tersebut tidak ada yang melanjutkan usaha batik tersebut, sementara dari segi kreativitas pemilik usaha sebenarnya sudah ada inisiatif dengan menjual sesuatu yang berbeda seperti tas, dompet, tempat tissue yang dipadupadankan dengan motif-motif batik Dan hasil wawancara dan pengamatan (observasi) lakukan bahwasanya pelatihan-pelatihan yang dilakukan

oleh pemerintah yang bekerjasama tidak banyak manfaat karena pelatihan-pelatihan tersebut tidak memiliki manfaat yang berkelanjutan. Terkait dengan kreatifitas dan inovasi yang dilakukan oleh pemilik usaha sebenarnya tidak terlalu banyak dan unik hanya saja ada beberapa produk pendukung yang dijual yang berbeda dengan produk lain contohnya seperti tas, tempat tissue, serta dompet yang di padupadankan dengan motif-motif batik.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang penulis telah lakukan mengenai analisis pengembangan usaha (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Galeri Batik Tabir Riau Rani Di Kota Pekanbaru) maka penulis dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1 Permodalan

Mengenai permodalan dikarenakan pemilik hanya mengandalkan modal dari tabungan pribadi dan bantuan dari orang tua, dan tidak pernah mendapatkan modal dari pihak eksternal (luar) sehingga modal yang tersedia hanya cukup untuk membiayai operasional toko seperti gaji karyawan, sewa toko dll saja. Pemilik beresalan tidak mau meminjam uang dari pihak luar bank atau koperasi karena tidak ingin memiliki hutang yang takutnya membebankan dirinya dalam membayar pinjaman tersebut. Sehingga modal yang ada saja dicukup-cukupkan dalam operasional usaha

2. Produksi

Dari segi produksi pemilik usaha sangat bergantung kepada produksi rumah batik yang berada dipekalongan, dan belum mampu memproduksi batik didaerah Pekanbaru sendiri karena pertimbangan biaya yang besar apabila memproduksi Batik di Pekanbaru, dan jumlah produksi tergantung dari tinggi atau rendahnya permintaan, dan tergantung juga dari pesanan-pesanan yang masuk. untuk desain

produk sejauh ini telah mempunyai 39 motif batik, pembuatan desain batik Riau itu berdasarkan buku panduan, akan tetapi design motif-motif tersebut dapat dikreasikan dan dipadukan dengan corak dan motif-motif lainnya namun tentunya harus memiliki ciri khas melayu asli riau. Dalam pemilihan warna pemilik usaha juga sering melihat trend di pasaran agar warna yang ada tidak monoton dan tidak terlalu kaku dan bisa menarik perhatian konsumen.

3. Pemasaran

Turunnya penjualan pada toko Galeri Batik Tabir Riau Rani, yaitu permintaan pesanan yang datang dari pemerintah sudah sangat jarang, dan harga yang tergolong mahal, sehingga produk yang dijual hanya mampu dijangkau oleh kalangan menengah keatas, karena harga produk yang dijual tidak ada varian untuk kalangan menengah kebawah, selain itu tidak gencarnya pemerintah dalam mempromosikan batik riau turut menjadi faktor yang membuat turunnya penjualan pada Galeri Batik Tabir Riau Rani ini.

4. Kewirausahaan

Pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pihak terkait belum berdampak terhadap SDM dalam pembuatan batik, pelatihan-pelatihan yang diadakan kebanyakan bersifat sementara dan tidak berkelanjutan sehingga sulit menemukan SDM yang memiliki minat yang besar, dan kemampuan dalam membatik. dalam upaya meningkatkan kreativitas pemilik sudah berupaya membuat sesuatu atau gagasan yang baru seperti dompet, tempat tissue tas yang dipadupadankan dengan motif-motif batik.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru, ada beberapa saran yang dapat penulis berikan yaitu sebagai berikut

- 1) Dengan modal yang ada sekarang ini, peneliti menyarankan agar pemilik usaha menambah jumlah modal dengan cara meminjam kepada pihak luar seperti koperasi, sehingga dapat menjangkau kegiatan usaha yang lebih luas, seperti membuat iklan atau membayar selebgram-selebgram untuk upaya mempromosikan produknya. Agar produk yang dijual dapat diketahui oleh khalayak umum.
- 2) Harga pada Galeri Batik Tabir Riau Rani yang relatif mahal, membuat tidak semua kalangan masyarakat dapat menjangkau produk ini, peneliti menyarankan agar Galeri Batik Tabir Riau Rani menyediakan varian produk yang harganya lebih ekonomis untuk menjangkau konsumen yang berada pada perekonomian menengah kebawah agar pangsa pasarnya lebih luas

DAFTAR PUSTAKA

- Afuah, Allan. 2004 “Business Models : A Strategic Management Approach” New York : MC Graw-Hill
- Alma, Buchari. 2016, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung. Alfabeta
- Anoraga, Pandji. 2011. *Pengantar Bisnis, Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Budiarto, Rachmawan dkk, 2019. *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Fahmi, Irham.2015. *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Hamim, Sufian. 2015. *Administrasi, Organisasi Dan Manajemen*.UIR Press, Pekanbaru
- Handoko T.Hani.2017, *Manajemen*, Yogyakarta: BFE-YOGYAKARTA
- Hasibuan, Melayu. 2013, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, CV. Jakarta: Rajawali
- Johan, Suwinto 2011, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Graha Ilmu
- Karyato. 2016, *Dasar-dasar Manajemen: Teori, Definisi, dan Konsep*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Kotler, Philip,2009. *Manajemen Pemasaran*, Erlanga, Jakarta
- Manap, A. 2016, *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Rangkuti, Freddy.2009, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisa Kasus Intregated Marketing Communication*, Jakarta: PT Gramedia

- Siagian, Sondang.P. 2003 *Filsafat Administrasi*. Jakarta: Erlangga
- Solihin, Ismail. 2009. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Subhki, Akhmad. 2013 *Pengantar Teori & Perilaku Organisasi*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sule, Ernie Tisnawati dan Kurniawan Saefullah. 2008. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Penerbit Prenada Media
- Swasta, Basu. 2000. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy, et al. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Zulkifli, dkk. 2013. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi Dan Kertas Kerja Mahasiswa*. Pekanbaru: Fisipol Uir
- Mita Arun Pratiwi. (2016). *Pengembangan usaha*, diakses, selasa 07 juni 2016, jam 16.30, mithaarinpratiwi.blogspot.com
- Rosmayani, dkk. 2016. *Influence Of Market Orientation And Innovation On Marketing Performance In Small Industry Of Malay Woven Tetile, Riau Province, Indonesia*. diakses, 02 Februari 2016. Islamic University Of Riau



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

الجامعة الإسلامية البروتية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia 28284
Telp. +62761674674 Fax. +62761674834 Email: fisipol@uir.ac.id Website : www.uir.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI SKRIPSI

Nomor : /2524A_UIR/5-FS/2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau menerangkan bahwa :

Nama : Ridho Ilham Saputra
NPM : 157210345
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM
Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru)
Persentase Plagiasi : 25%
Jumlah Halaman : 95 (Abstrak s/d Daftar Pustaka)
Status : **Lulus**

Adalah benar-benar sudah lulus pengecekan plagiasi dari Naskah Publikasi Skripsi, dengan menggunakan aplikasi *Turnitin* (terlampir).

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 12/3/2019

Hormat Kami,
Wakil Dekan Bid. Akademik

Dr. H. Parca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si
NPK. 160702589