

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DAERAH RIAU

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**ANALISIS PERSEDIAAN BAHAN BAKU USAHA KECIL MENENGAH
PADA ARANG KAYU DAN BATOK KELAPA
(STUDI KASUS UKM AN3 DI JALAN DR. LEIMENA)
PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



MITA DEWI NARKO
NPM : 127210635

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

PEKANBARU

2019

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah yang maha kuasa atas segala rahmat yang di berikan Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian ini dengan judul: “Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan DR. Leimena) “ tanpa halangan suatu apapun.

Walaupun demikian penulis menyadari bahwa pada lembar tertentu dari naskah Usulan Penelitian ini mungkin ditemukan berbagai kesalahan dan kekurangan. Untuk membenahi hal itu penulis berharap kemakluman serta masukan dari para pembaca. Melalui kata pengantar ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan, sehingga usulan penelitian ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih terutama penulis sampaikan kepada:

1. Terimakasih kepada Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., M.C. L Selaku Rektor Universitas islam riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Fakultas Ilmu sosial & politik UIR.
2. Bapak Dr. Moris Adidi Yogya, S. Sos., M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, semoga ditangan Bapak lahir kader-kader yang bermanfaat bagi bangsa dan negara

3. Terimakasih kepada Bapak La Ode Syarfah, SE., M. Si selaku Ketua Prodi Ilmu Administrasi Bisnis.
4. Bapak Dr. Nurman, S.Sos., M.Si selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan-masukan demi kesempurnaan penulisan usulan penelitian ini.
5. Bapak Indra Syafri, S. Sos., M. Si selaku pembimbing II yang telah sudi meluangkan waktunya untuk memberikan arahan-arahan demi kesempurnaan usulan penelitian ini.
6. Terimakasih kepada Seluruh Dosen Ilmu Administrasi Bisnis Baik yang pernah menjadi pengajar dan pendidik serta seluruh Dosen yang ada di Fisipol yang telah mendidik dan mengajarkan saya dari yang tidak tau menjadi tau.
7. Terimakasih kepada seluruh Staf karyawan TU Fisipol yang telah membantu dalam pengurusan administrasi dari awal kuliah hingga selesai.
8. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selalu memberi doa dan dorongan secara moril dan materil kepada penulis, juga memberikan semangat dan motivasi yang sangat luar biasa, serta tidak pernah lelah untuk memperjuangkan nasib anak-anaknya menjadi lebih baik.
9. Terimakasih kepada Teman-teman seperjuangan yang penulis tidak dapat menyebutkan namanya satu persatu, yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan Usulan Penelitian ini.

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Penulis bermohon kepada Yang Maha Kuasa semoga jasa baik beliau itu dibalas dengan rahmat dan karunia yang setimpal, amin...

Akhirnya penulis berharap semoga usulan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang cukup berarti kepada para pembaca.



Pekanbaru, 25 Februari 2018

Penulis

Mita Dewi Narko

DAFTAR ISI

	HALAMAN
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACK	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7

BAB II : STUDI KEPSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan	
----------------------	--

1. Administrasi	9
2. Organisasi.....	11
3. Manajemen.....	13
4. Manajemen Sumber Daya Manusia	16
5. Manajemen Pemasaran.....	19
6. Strategi	21
7. Persediaan	30
8. Kepuasan Pelanggan	31
9. Strategi Kepuasan Pelanggan	36
B. Kerangka Pikir	39
C. Konsep Operasional	40
D. Operasional Variabel.....	43
E. Teknik Pengukuran	45
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Tipe Penelitian	48
B. Lokasi Penelitian.....	48
C. Populasi dan Sampel	48
D. Teknik Penarikan Sampel	49
E. Jenis dan Sumber Data	50
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Teknik Analisis Data.....	52
H. Jadwal Waktu Penelitian	53
BAB IV : DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	55
B. Struktur Organisasi.....	55
C. Fungsi dan Tugas Organisasi	57
D. Aktivitas Industri	58
E. Visi dan Misi Perusahaan	58
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Identitas Responden	60

1. Jenis Kelamin.....	60
2. Umur Responden	61
B. Analisis Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa (Studi Kasus Ukm An3 Di Jalan Dr. Leimena) Pekanbaru.....	63
1. Bahan Baku dan Penolong	64
2. Persediaan Bahan Setengah Jadi.....	68
3. Persediaan Barang Jadi	72
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	83



DAFTAR TABEL

I.1 Jumlah Produksi Arang Kayu dan Batok Kelapa AN3 di Pekanbaru .	5
I.2 Jumlah Karyawan Pada UKM AN3 Pekanbaru.....	6
2.1 Operasional Variabel Penelitian.....	44
3.1 Populasi dan Sampel	49
3.2 Jadwal Waktu Penelitian	53
5.1 Data Responden Pemilik Berdasarkan Jenis Kelamin	60
5.2 Data Responden Masyarakat Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
5.3 Data Responden Pemilik Berdasarkan Tingkat Umur	62
5.4 Data Responden Masyarakat Berdasarkan Tingkat Umur.....	63
5.5 Tanggapan Responden Pemilik Usaha Terhadap Indikator Bahan Baku dan Penolong.....	64
5.5 Tanggapan Responden Masyarakat Terhadap Indikator Bahan Baku dan Penolong.....	64
5.7 Tanggapan Responden Pemilik Usaha Terhadap Indikator Persediaan Barang Setengah jadi.....	69
5.8 Tanggapan Responden Masyarakat Terhadap Indikator Persediaan Barang Setengah Jadi.....	71
5.9 Tanggapan Responden Pemilik Usaha Terhadap Indikator Persediaan Barang jadi.....	73

5.10 Tanggapan Responden Masyarakat Terhadap Indikator Bahan Baku dan Penolong	74
5.11 Rekapitulasi Tanggapan Responden Pemilik Usaha Terhadap Analisis Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru	76
5.12 Rekapitulasi Tanggapan Responden Masyarakat Terhadap Analisis Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru	77



DAFTAR GAMBAR

2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	38
2.2 Kerangka Pikir	40
4.1 Struktur Organisasi Industri Persediaan Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa	57



SURAT PERNYATAAN

Saya Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta Ujian Usulan Penelitian yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mita Dewi Narko
NPM : 127210635
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Up : Analisis Persediaan Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.

Atas Naskah yang didaftarkan pada Skripsi ini beserta seluruh dokumentasi persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan :

1. Bahwa, naskah UP ini adalah benar hasil karya sendiri (tidak karya plagiat) yang saya tulis sesuai dengan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah;
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan leh Fakultas dan Universitas;
3. Bahwa, apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara syah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian Usulan Penelitian yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara RI.

Demikian pernyataan ini say buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 25 Februari 2018

Pelaku Pernyataan

Mita Dewi Narko

PERSEMBAHAN

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Yang lebih utama dari Segalanya

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, atas rahmat serta karuniaNya yang memberikan kemudahan sehingga akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.

Sholawat serta salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.
Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih kupersembahkan karya kecil ini untuk keluarga yang telah memberikan kasih sayang tiada terhingga yang tak mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas bertuliskan kata cinta dan persembahan. Doa, segala dukungan dan kerja keras kalianlah yang telah membuat kusampai pada hari ini, semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ayah bangga dan bahagia, karna tak ada satupun yang lebih penting selain melihat Ayah tersenyum bahagia. Untuk adek (Mutia Dwi Putri & Muhammad Fadli), ocu (Deswa), bro (James) dan adik (Yanis), serta sahabat seperjuangan terbaik (Mita Dwi Narko) hanya karya kecil ini yang dapat kupersembahkan atas do'a dan segala bantuan moril maupun materil yang telah kalian berikan selama ini, tiada yang paling membahagiakan saat berkumpul bersama kalian, meskipun kadang tak akur namun hal itu selalu menjadi warna yang tak akan bisa tergantikan.. Untuk Dosen Pembimbing IDR.NURMAN, S.sos.,M.Si dan Bapakindra syafri S.Sos., M.Si selaku pembimbing ke II yang telah memotivasi saya dengan guyonan dan candaanya, terima kasih atas segala bimbingan, bantuan, nasehat dan dengan sabar mengajarkanku untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Dan untuk seluruh dosen serta staf akademik di fakultas ilmu sosial dan politik terima kasih banyak atas semua bantuan kalian. Terimakasih untuk keluarga saya di Pekanbaru Bang Aswin Asad dan Yoga Nugroho beserta teman-teman kantor, karna selalu ada dan menjadi sahabat terbaik. Kalian adalah tempat kembali disaat benar atau salah, disaat menang dan kalah bahkan disaat suka maupun duka.

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

**ANALISIS PERSEDIAAN BAHAN BAKU USAHA KECIL MENENGAH PADA ARANG KAYU
DAN BATOK KELAPA**

(STUDI KASUS UKM AN3 DI JALAN DR. LEIMENA)

PEKANBARU

ABSTRAK

Mita Dewi Narko

127210635

Kata Kunci : Analisis, Persediaan Bahan Baku, Pekanbaru

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salahsatu bagian penting dari perekonomian suatu Negara termasuk di Indonesia, satu usaha dikatakan sebagai UKM jika memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha tersebut berdiri sendiri. Sesuai menurut keputusan presiden RI. No 99 tahun1998 pengertian usaha kecil adalah: “kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk menengah dari persaingan usaha yang tidak sehat”. Salah satu UKM di jalan dr leimena ialah distributor arang dan batok kelapa merupakan UKM yang cukup menjanjikan di pekanbaru yang sangat diminati oleh masyarakat pekanbaru terutama pada saat bulan ramadhan. Batok kelapa dan arang kayu ini terbuat dari kayu pilihan yang dipilih di beberapa daerah seperti bengkalis, dumai, tembilan, uku. Usaha arang tempurung memiliki Persediaan bahan setengah jadi yang sangat jelas, permintaan Persediaan bahan setengah jadi local tidak pernah sepi. Dapat dikembangkan pada lahan terbatas, produk tahan (tidak ada kadaluarsa) investasi usaha yang murah, alat produksi sederhana, cukup dilakukan dengan manajemen sederhana serta masih banyak lagi kelebihan arang tempurung. Permasalahan yang muncul yakni: Terindikasi Jauhnya akses bahan baku sehingga menghambat dari pada perkembangan Usaha Arang. Dengan demikian, tujuan penelitian Untuk menganalisa Persediaan bahan baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.

Tipe penelitian ini adalah survey dengan lokasi penelitian pada Usaha Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru. Jenis dan sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder, sedangkan pengumpulan data melalui hasil observasi, survey, wawancara, dan kuesioner penelitian. Setelah data-data diperoleh lalu dikelompokan menurut jenisnya dalam sebuah tabel, kemudian data tersebut di analisis dan di hubungkan dengan teori-teori dalam bentuk uraian sehingga kesimpulan dapat di ambil. Berdasarkan hasil penelitian diketahui Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru berada pada kategori baik dengan persentase 50% untuk tanggapan responden pemilik usaha. Sedangkan Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru berada pada kategori baik dengan persentase 41,75% untuk tanggapan responden masyarakat

**ANALYSIS OF INVENTORY OF MEDIUM SMALL BUSINESS IN WOOD CHARCOAL AND
COCONUT SHELL**

(CASE STUDY OF UKM AN3 IN THE ROAD, Dr. LEIMENA PEKANBARU

ABSTRACT

Mita Dewi Narko

127210635

Keywords: Analysis, Raw Material Inventory, Pekanbaru

Small and Medium Enterprises (UKM) are one of the important parts of the economy of a country, including in Indonesia, one business is said to be an SME if you have a net worth of at most Rp. 200 million does not include land and buildings where the business is independent. In accordance with the president's decree. No. 99 of 1998 the notion of small businesses is: "small-scale economic activities of the people with business sectors which in majority are small business activities and need to be protected for medium-sized enterprises from unfair business competition". One of the UKMs on the road Dr. Leimena is a distributor of coconut shell and charcoal which is a promising SME in Pekanbaru that is in great demand by Pekanbaru people, especially during Ramadan. Coconut shells and wood charcoal are made from selected wood selected in several areas such as bengkalis, dumai, tembilan, ukui. The coconut shell charcoal business has very clear intermediate material requirements, the demand for the supply of semi-finished local ingredients is never quiet. Can be developed on limited land, resistant products (no expiration) cheap business investment, simple production equipment, enough to do with simple management and many more advantages of shell charcoal. The problem that arises is: It is indicated that the access to raw materials is so far from the development of the charcoal business. Thus, the research objective is to analyze the supply of raw materials for small and medium enterprises in wood charcoal and coconut shell (Case Study of SMEs 3 in Jalan Dr. Leimena) Pekanbaru.

This type of research is a survey with research locations in Wood Charcoal and Coconut Shell Enterprises (Case Study of UKM 3 in Jalan Dr. Leimena) Pekanbaru. Types and sources of data used primary data and secondary data, while collecting data through the results of observations, surveys, interviews, and research questionnaires. After the data is obtained then grouped according to its type in a table, then the data is analyzed and linked to theories in the form of descriptions so that conclusions can be taken.

Based on the results of the study, it is known that the Small and Medium Enterprises Raw Material Inventory in Pekanbaru Coconut Shell and Coconut Shell Charcoal are in the good category with a percentage of 50% for the respondent of business owners. Whereas the Small and Medium Enterprises Raw Material Inventory in

Pekanbaru Coconut Shell and Coconut Shell Charcoal are in the good category with a percentage of 41.75% for the respondents' responses.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Proses Administrasi dimaknai sebagai pola pemikiran dan rangkaian kegiatan untuk pencapaian suatu hasil tertentu dengan profesional sesuai tuntutan kegiatan yang harus dilakukan, sehingga hasil yang diinginkan terwujud. Administrasi berfungsi untuk menemukan pembagian kerja dalam bermacam-macam karakteristik manusia yang berbeda antara satu dengan yang lainnya.

Suatu organisasi akan berjalan dengan baik dan lancar dalam mencapai tujuan jika didukung dengan berbagai potensi, dan juga pengelolaan sumberdaya-sumberdaya organisasi secara benar.

Sebuah organisasi merupakan sebuah wadah bagi orang-orang didalamnya untuk mencapai tujuan dengan segala sesuatu sumberdayanya yang bersifat terbatas, untuk itu sangat diperlukan kegiatan manajerial untuk mengatur sumberdaya-sumberdaya yang terbatas tersebut dan bagaimana tujuan-tujuan organisasi tersebut bisa tercapai.

Manajemen Sumber Daya manusia adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumberdaya manusia untuk mencapai tujuan-tujuan individu maupun organisasi (Handoko, 2011 : 4)

Menurut Zulkifli (2005 : 190) pemimpin ditinjau dari pendekatan studi administrasi adalah “ sebagai seorang personil yang karena keunggulan, prestasi dan tingkat pengabdianya yang melalui system proses tertentu dipercayakan dan diangkat oleh pejabat berwenang pada suatu jabatan structural dalam suatu struktur organisasi tertentu”.

Manajemen Sumber Daya manusia adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumberdaya manusia untuk mencapai tujuan-tujuan individu maupun organisasi (Handoko, 2011 : 4).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salahsatu bagian penting dari perekonomian suatu Negara termasuk di Indonesia, satu usaha dikatakan sebagai UKM jika memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha tersebut berdiri sendiri. Sesuai menurut keputusan presiden RI. No 99 tahun1998 pengertian usaha kecil adalah: “kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk menengah dari persaingan usaha yang tidak sehat”.

UKM di Indonesia pada umumnya meliputi berbagai usaha seperti usaha manufaktur yaitu usaha yang mengubah input dasar menjadi produk yang bisa di jual kepada konsumen, kemudian usaha dagang yaitu usaha menjual produk kepada konsumen, dan usaha jasa yaitu usaha yang menghasilkan jasa, bukan menghasilkan produk atau barang untuk konsumen.

UKM juga menjadi penyerap tenaga kerja di Indonesia sesuai dengan yang dikatakan oleh sofyon Tan direktur Yayasan Ekosistem Lestari (YEL) bahwa Sembilan puluh enam persen dari total tenaga kerja Indonesia terserap dalam UKM. Dr. Syarif Hasan Menteri Negara koperasi dan UKM dalam sambutannya untuk *website* program *one village one product* mengatakan bahwa UKM mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat UKM juga memiliki fleksibilitas usaha yang bagus jika dibandingkan dengan usaha berkapasitas besar

karena pada umumnya usaha berkapasitas besar menghadapi berbagai macam birokrasi dan berinovasi pada produk maupun strategi usahanya.

Sejalan dengan hal tersebut pemerintahpun sedang menggalakkan program-program untuk peningkatan usaha kecil dan menengah yang ada di Indonesia serta memberikan perhatian yang khusus kepada pelaku UKM tersebut, seperti pada UU No 9 tahun 1995 tentang usaha kecil.

Dalam konteks daya saing daerah dan pengembangan ekonomi lokal, kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar usaha terutama mikro, kecil, dan menengah di Indonesia yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas, rendahnya nilai tambah, rendahnya kualitas produk. Walaupun diakui pula bahwa UKM menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tapi distributor dalam output nasional di kategorikan masih rendah. Karena itu kebijakan bagi UKM bukan karena ukurannya yang kecil, tetapi karena produktivitasnya rendah, peningkatan produktivitas pada UKM berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat karena UKM adalah tempat dimana banyak orang mengantungkan sumber kehidupannya.

Masalah yang sering dialami oleh UKM ialah dalam hal pemasaran dan finansial. UKM memiliki keterbatasan dalam hal tekanan persaingan, baik di Persediaan bahan setengah jadi domestic dari produk-produk yang serupa buatan pengusaha-pengusaha besar dan impor, maupun di Persediaan bahan setengah jadi ekspor .

Kapasitas produksi adalah kapasitas produksi jangka panjang, yaitu kemampuan fasilitas-fasilitas operasi untuk barang dan jasa. Kapasitas produksi

berhubungan dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk menentukan jumlah produk yang dapat dihasilkan. Apabila kapasitas produksi tinggi, maka biaya tetap yang dikeluarkan juga besar, apabila pemanfaatannya sedikit, maka biaya produksi akan mahal, sehingga untuk menentukan kapasitas produksi harus dilakukan perencanaan dan penelitian terlebih dahulu. Semnata itu, pemasok yang biasanya disebut juga dengan supplier atau vendor adalah individu atau perusahaan (baik dalam skala besar atau kecil) yang memiliki kemampuan untuk menyediakan kebutuhan individu atau perusahaan lain.

Peranan UKM dalam perekonomian di Indonesia sangat besar dan telah terbukti menyelamatkan perekonomian bangsa pada saat dilanda krisis ekonomi tahun 1997 kebijakan pemerintah dewasa ini telah cukup menunjukkan keberpihakan pada usaha kecil dan menengah, terbukti pada saat krisis global yang terjadi beberapa waktu lalu UKM hadir sebagai solusi dari sistem perekonomian yang sehat.

Salah satu UKM di jalan dr leimena ialah distributor arang dan batok kelapa merupakan UKM yang cukup menjanjikan di pekanbaru yang sangat diminati oleh masyarakat pekanbaru terutama pada saat bulan ramadhan. Arang adalah residu hitam yang berisi karbon tidak murni yang dihasilkan dengan menghilangkan kandungan air dan komponen volatile dari hewan dan tumbuhan. Arang umumnya didapatkan dengan memanaskan kayu, gula, tulang, dan benda lainnya. Arang yang hitam ringan, mudah hancur, dan menyerupai batubara ini terdiri dari 85% sampai 98% karbon, sisanya adalah abu atau benda kimia lainnya. Batok kelapa dan arang kayu ini terbuat dari kayu pilihan yang dipilih di beberapa

daerah seperti bengkalis, dumai, tembilan, ukui. Kegunaan dari arang banyak sekali seperti tukang jagung, tukang sate, rumah makan dan ibu rumah tangga sebagai bahan bakar. Usaha arang tempurung memiliki Persediaan bahan setengah jadi yang sangat jelas, permintaan Persediaan bahan setengah jadi local tidak pernah sepi. Dapat dikembangkan pada lahan terbatas, produk tahan (tidak ada kadaluarsa) investasi usaha yang murah, alat produksi sederhana, cukup dilakukan dengan manajemen sederhana serta masih banyak lagi kelebihan arang tempurung.

Peluang bisnis beriket arang tempurung kelapa. Batok atau tempurung kelapa kerap kali dibuang begitu saja diPersediaan bahan setengah jadi -Persediaan bahan setengah jadi tradisional. Padahal, tempurung kelapa bisa sebagai bahan baku mentah untuk diolah menjadi arang. Produk briket arang tempurung kelapa sebagai baku setengah jadi itupun dapat diolah menjadi produk arang yang inovatif. Bisnis briket arang tempurung kelapa dapat dipilih sebagai alternatif bisnis yang dijalankan dengan mudah di rumah tangga. Memproduksi arang tempurung kelapa adalah sebuah ide yang dapat dikatakan sederhana dan mudah dilakukan.

Tabel 1.1 Jumlah Produksi Arang Kayu dan Batok Kelapa AN3 di Pekanbaru

No	Tahun	Produksi	Target	% (Persen)
1	2011	1,920 kg	2000	96%
2	2012	2.100 kg	2000	100%
3	2013	1,836 kg	2000	91,8%
4	2014	1,680 kg	2000	84%
5	2015	1,992 kg	2000	99,6 %
	Jumlah	9,528 kg	10,000	95,2 %

Sumber : Olahan penelitian 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tingkat produksi mencapai target pada tahun 2012 dan mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2014 yaitu hasil produksi hanya mencapai 1,680 kg, kemudian mengalami peningkatan kembali pada tahun 2015 yaitu mencapai 1.992 kg arang dan batok kelapa. Kapasitas produksi Arang Kayu dan Batok Kelapa AN3 adalah 1,2 ton arang atau 3 ton tempurung kelapa per hari. Total produksi arang tempurung kelapa yang dihasilkan oleh unit usaha ini adalah 7,2 ton setiap hari. Produk arang tempurung yang dihasilkan merupakan bahan baku industri arang aktif atau bahan bakar bagi produk tertentu.

Selanjutnya adapun jumlah karyawan yang ada pada UMKM AN3 di Pekanbaru, dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel I.2 Jumlah Karyawan Pada UKM AN3 Pekanbaru

No	Nama Karyawan	Bidang	Keterangan
1	Syahrul	Tukang Bakar	
2	Raffi	Tukang Bakar	
3	Sarwono	Tukang Bakar	
4	Suseno	Tukang Kemas	
5	Haris	Tukang Kemas	
6	Indriana	Tukang Kemas	
7	Hotben	Tukang Kemas	
8	Trisno	Tukang Kemas	
9	Ningsih	Tukang Kemas	

Sumber : Olahan penelitian 2018

Fenomena yang ditemui peneliti mengenai strategi pemasaran pada UKM Arang Kayu dan batok Kelapa di Pekanbaru yaitu:

1. Terindikasi Jauhnya akses bahan baku sehingga menghambat dari pada perkembangan Usaha Arang.

2. Terindikasi terkendalanya Pengiriman barang di saat musim hujan dan membuat usaha Arang perkembangannya agak lamban.
3. Kurangnyakualitas yang di hasilkanoleh UKM.

Berdasarkan fenomena yang dikemukakan di atas, maka penulis bermaksud ingin mengetahui Analisis Persediaan Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru, oleh sebab itu penulis melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Persediaan bahan baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka dapat dirumuskan masalah pokok yang akan dikaji dalam penelitian ini, yakni :

1. Bagaimana Analisis Persediaan bahan baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru?
2. Apa saja faktor penghambat Persediaan bahan baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisa Persediaan bahan baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui faktor penghambat Persediaan Usaha Kecil bahan baku Menengah Pada Arang KaySsssu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain:

- a. Secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan tentang strategi pemasaran pada UKM arang.
- b. Secara praktis diharapkan dapat memberikan pandangan kepada perusahaan agar mampu meningkatkan kualitas barang.
- c. Manfaat akademis dari penelitian ini adalah bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan Ilmu tentang strategi pemasaran.

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Studi Kepustakaan

Sebagai kerangka acuan berfikir dalam memecahkan masalah pokok yang diajukan dalam usulan penelitian ini, penulis akan memaparkan dan menjelaskan konsep-konsep atau teori yang ada relevansinya untuk mendukung pemecahan permasalahan diatas.

1. Administrasi

Administrasi merupakan istilah yang banyak digunakan orang, baik dalam percakapan sehari-hari, maupun dalam hubungannya dengan berbagai disiplin ilmu pengetahuan, maka para administrasi memberikan istilah administrasi berbeda-beda tergantung pada konteks disiplin ilmu yang digeluti.

Jika ditinjau dari asal usulnya, terdapat dua macam yakni bahasa belanda dan inggris, dalam bahasa belanda administratie pada umumnya berarti tata usaha yaitu urusan pencatatan mengisi formulir, membaca informasi, menerima atau mengisi informasi, menyimpan catatan atau singkatnya administrasi itu merupakan aktivitas ketata usahaan saja.

Menurut Leonard D White dalam A. W Widjaja administrasi adalah suatu proses yang biasanya terdapat pada semua usaha kelompok baik usaha pemerintah atau swasta, sipil atau militer baik secara besar-besaran ataupun secara kecil-kecilan (dalam buku Mansyur Ahmad, 2011:2).

Menurut S.P siagian administrasi adalah keseluruhan kerjasama sekelompok manusia, dua orang atau lebih yang didasarkan pada rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dalam (Ahmad, 2011:3).

Menurut Ahmad, 2011:3 administrasi adalah usaha kerjasama manusia yang muncul bersama dengan timbulnya peradaban manusia melalui kemampuannya untuk menggunakan pikirannya sehingga melahirkan cipta, karsa dan rasa. Pengembangan cipta, karsa dan rasa (rasionalitas) memungkinkan manusia dapat bekerjasama yang merupakan unsur-unsur utama dalam administrasi.

Menurut Herbert administrasi dalam arti luas dapat didefenisikan sebagai kegiatan kelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama (dalam Syafri, 2012 : 8).

Menurut Adams administrasi adalah kemampuan mengoordinasikan berbagai kekuatan sosial yang sering kali bertentangan satu dengan yang lain didalam satu organisme sedemikian padunya sehingga kekuatan-kekuatan tersebut dapat bergerak sebagai satu kesatuan (dalam Syafri, 2012 : 8-9).

Menurut Leonard administrasi adalah proses yang selalu terdapat pada setiap usaha kelompok, publik atau privat, sipil atau militer skala besar atau kecil (dalam Syafri, 2012 : 9).

Administrasi bukan hal baru, karena administrasi sendiri sudah ada seumur dengan peradaban manusia, sebagai contoh tidak mungkin akan berdiri piramida di Mesir, dan tidak akan mampu berdiri ke Khalifahan Usmany sehingga menguasai sehingga menguasai sepertiga Eropa, dan banyak contoh hal-hal yang lain tanpa

peran Administrasi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa administrasi itu telah ada seiring dengan peradaban manusia itu sendiri.

Administrasi menurut (Siagian, 2003; 2) dapat diartikan sebagai keseluruhan kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, sedangkan Hodgkinson menyatakan atau mendefinisikan administrasi sebagai aspek-aspek yang lebih banyak berurusan dengan dengan formulasi tujuan, masalah terkait nilai, dan komponen manusia dalam organisasi (dalam Kusdi, 2011; 7).

2. Organisasi

Selanjutnya, kiranya perlu kita ketahui pengertian dari organisasi serta batasannya, organisasi adalah setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerjasama serta secara terikat dalam rangka suatu tujuan yang yang ditentukan dalam ikatan yang terdapat seseorang atau beberapa orang yang disebut pimpinan dan sekelompok orang yang disebut bawahan. Pengawasan ialah proses pengamatan pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar semua pekerjaan yang sedang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya.

Senada dengan itu, organisasi dapat juga diartikan sebagai suatu system yang terdiri dari pola aktivitas kerjasama yang dilakukan secara teratur dan berulang-ulang oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan.

Menurut Robbins dan Judge, organisasi adalah unis sosial yang secara sadar di koordinasikan, terdiri dari 2 orang atau lebih yang berfungsi secara relatif

berkelanjutan untuk mencapai tujuan bersama atau serangkaian tujuan (dalam Wibowo, 2013:1).

Menurut Kreitner dan Kinicki organisasi adalah suatu sistem yang dikoordinasikan secara sadar dari aktivitas 2 orang atau lebih (dalam Wibowo, 2013:1).

Sedangkan menurut Greenberg dan Baron (2003:3) berpendapat bahwa organisasi adalah sistem sosial yang terstruktur terdiri dari kelompok dan individu bekerjasama untuk mencapai beberapa sasaran yang disepakati.

Siagian mendefinisikan organisasi sebagai setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerjasama dan secara formal terikat dalam rangka suatu pencapaian tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan yang mana terdapat seseorang atau beberapa orang yang disebut atasan dan sekelompok orang yang disebut bawahan (dalam zulkifli, 1986; 41).

Sedangkan menurut Sufian (2005:13) yaitu bahwa organisasi merupakan wadah atau wahana, kegiatan orang-orang yang bekerjasama untuk mencapai tujuan.

Memperhatikan penjelasan diatas, telah jelas bahwa setiap organisasi itu dibentuk haruslah memiliki arah dan tujuan yang jelas yang telah ditetapkan seelumnya. Jadi organisasi itu merupakan wadah bagi masyarakat (pemerintah) untuk berkumpul dan melaksanakan suatu aktivitas untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Jadi, organisasi sebagai wadah kegiatan manusia adalah alat untuk pencapaian tujuan yang bermacam-macam. Karena beranekaragam macamnya tujuan itu, maka beraneka macam pula bentuk dan susunan organisasi tersebut.

Organisasi bukanlah sekedar kumpulan orang dan sekedar pembagian kerja, karena pembagian kerja hanyalah salah satu azas organisasi. Untuk pengertian organisasi yang berarti pembagian kerja lebih tepat dinamakan pengorganisasian. Dalam ensiklopedi administrasi, pengorganisasian diartikan sebagai rangkaian aktivitas menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah suatu atau segenap kegiatan usaha yang harus dilaksanakan untuk menetapkan dan menyusun jalinan hubungan kerja.

3. Manajemen

Menurut Stoner manajemen adalah proses merencanakan, mengorganisasikan, memimpin dan mengendalikan pekerjaan anggota organisasi dan menggunakan semua sumberdaya organisasi untuk mencapai sasaran organisasi yang sudah ditetapkan (dalam Zulkifli dan Moris, 2014:17).

Menurut R Terry manajemen sebagai proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan planing, organizing, actuiting, dan controlling dimana pada masing-masing bidang digunakan baik ilmu pengetahuan maupun keahlian dan diikuti secara beruntun dalam rangka usaha mencapai sasaran yang telah ditetapkan semula (dalam Zulkifli dan Moris, 2014:18).

Menurut The liang gie manajemen suatu konsep tatapimpinan merupakan rangkaian kegiatan penataan yang berupa penggerakkan orang-orang dan

pengerahan fasilitas kerja agar tujuan kerja sama benar-benar tercapai (dalam Zulkifli dan Moris, 2014:18).

Menurut Munandar (2014:1) Manajemen berarti proses mengoordinasi kegiatan atau aktivitas kerja sehingga dapat diselesaikan secara efisien serta efektif dengan melalui orang lain. Selain efisien dan efektif, mengoordinasikan pekerjaan orang lain merupakan hal yang membedakan posisi manajerial dan non-manajerial. Namun demikian, ada aturan yang mendasarinya, sehingga seorang manajer tidak bisa semaunya melakukan apa yang diinginkannya setiap saat atau setiap tempat.

Sedangkan manajemen menurut Siagian, (2003; 5) dapat didefinisikan dari dua sudut pandang, yaitu sebagai proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka pencapaian tujuan dan sebagai kemampuan atau keterampilan orang untuk menduduki jabatan manajerial untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain.

Sementara itu Terry mendefinisikan konsep manajemen sebagai konsep yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan *planning, organizing, actuating, controlling* dimana pada masing-masing bidang digunakan baik ilmu pengetahuan atau keahlian dan diikuti secara berurutan dalam rangka mencapai sasaran yang telah ditentukan semula (dalam Sarwoto, 1983; 46).

Manajemen di definisikan menurut Marry, ia mengemukakan bahwa manajemen adalah seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain (dalam Sabardi, 2001; 3).

Sejalan dengan itu juga Terry mengemukakan bahwa manajemen sebagai proses yang khas yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan dan usaha untuk mencapai sasaran-sasaran dengan memanfaatkan sumberdaya manusia dan sumberdaya lainnya (dalam Sabardi, 2001; 2).

Manajemen adalah ilmu dan seni untuk mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Manajemen terdiri dari enam unsur (6M) yaitu : *men, money, methode, materials, machines, dan market.*

Unsur *men* (manusia) ini berkembang menjadi suatu bidang ilmu manajemen yang disebut manajemen sumber daya manusia atau disingkat dengan MSDM yang merupakan terjemahan dari *man power management*. Manajemen yang mengatur unsur manusia uni ada yang menyebutnya manajemen kepegawaian atau manajemen personalia (*personnel management*).

Dalam hubungan ini perlu diperhatikan bahwa manajemen merupakan aspek dari pada administrasi dan oleh karenanya administrasi lebih luas dari pada manajemen. Sering orang mengatakan bahwa, kepemimpinan merupakan inti dari manajemen. Memang demikian halnya, karena kepemimpinan merupakan motor atau daya penggerak dari semua sumber-sumber dan alat-alat yang tersedia didalam sebuah organisasi. Sukses tidaknya pimpinan untuk menggerakkan sumber-sumber daya yang ada (manusia, uang , bahan-bahan, mesin-mesin, metode, Persediaan bahan setengah jadi dan pelayanan), sehingga penggunaannya berjalan dengan efisien dan efektif.

Menurut The Liang Gie manajemen administrasi adalah segenap aktivitas yang bersangkutan paut dengan masalah penggunaan tenaga kerja manusia dalam suatu usaha kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu (dalam Manulang, 2006:8).

4. Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, disamping faktor lain seperti aktiva dan modal. Oleh karena itu, sumber daya manusia harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi, sebagai salah satu fungsi dalam perusahaan yang dikenal dengan manajemen sumber daya manusia.

Sumberdaya manusia kini makin berperan besar bagi kesuksesan suatu organisasi. Makin banyak organisasi menyadari bahwa unsur manusia dalam suatu organisasi dapat memberikan keunggulan bersaing.

Maka menurut Kusdyah, (2007:1) Mereka membuat sasaran, strategi, inovasi, dan mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu Sumberdaya manusia merupakan salah satu unsur yang paling vital bagi organisasi.

Masih manajemen menurut Handoko (1996:6) manajemen sumberdaya manusia merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan kegiatan-kegiatan pengadaan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pelepasan sumberdaya manusia agar tercapai berbagai tujuan individu, organisasi dan masyarakat.

Menurut Hasibuan, (2000:10) MSDM adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

Menurut Indah Puji (2014:13) MSDM adalah sebuah ilmu dan seni mengatur hubungan serta peranan tenaga kerja.

Menurut Marihot, (2002:30), manajemen sumber daya manusia didefinisikan sebagai aktivitas yang dilakukan merangsang, mengembangkan, memotivasi, dan memelihara kinerja yang tinggi dalam organisasi.

Maksud hal mengatakan bahwa sumber daya manusia dengan keseluruhan penentuan dan pelaksanaan berbagai aktivitas, *policy*, dan pemeliharaan dalam usaha meningkatkan dukungannya terhadap peningkatan dan efektivitas organisasi dengan cara yang secara etis dan sosial dapat dipertanggung jawabkan.

Aktivitas berarti melakukan berbagai kegiatan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, pengarahan, analisis jabatan, rekrutmen dan sebagainya. Secara etimologi manajemen sumber daya manusia merupakan penggabungan dua konsep yang secara maknawiyah memiliki pengertian yang berbeda. Kedua konsep adalah manajemen dan sumberdaya manusia.

Sumber daya organisasi secara garis besar dapat dibedakan kedalam dua kelompok, yaitu sumber daya manusia dan sumber daya non manusia. Sumber daya manusia meliputi semua orang yang berstatus sebagai anggota didalam organisasi yang masing-masing memiliki peran dan fungsi. Sumber daya manusia adalah potensi manusiawi yang melekat keberadaannya pada seseorang yang meliputi potensi fisik dan non fisik. Sedangkan sumberdaya manusia dalam konteks organisasi publik dipahami sebagai potensi manusiawi yang melekat keberadaannya pada seorang pegawai yang terdiri atas potensi fisik dan potensi non fisik.

Sumberdaya non manusia terdiri atas sumber daya alam, modal, mesin, teknologi, material dan lain-lain. Kedua kategori sumber daya tersebut sama-sama pentingnya, tetapi sumber daya manusia merupakan faktor dominan, karena satu-satunya sumber daya yang memiliki akal, perasaan, keinginan, karsa, kebutuhan, pengetahuan, dan keterampilan, motivasi, karya dan prestasi dan lain sebagainya.

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu bidang manajemen yang khusus mempelajari hubungan dan peranan manusia dalam organisasi perusahaan. Unsur Manajemen Sumber Daya Manusia adalah manusia yang merupakan tenaga kerja pada perusahaan. Dengan demikian, fokus yang dipelajari Manajemen Sumber Daya Manusia ini hanyalah masalah yang berhubungan dengan tenaga kerja manusia saja.

Pada prinsipnya, sumber daya manusia adalah satu-satunya sumber daya yang menentukan organisasi. Organisasi yang memiliki tujuan yang bagus dilengkapi fasilitas, sarana dan prasarana yang canggih, tetapi tanpa sumber daya manusia yang baik, kemungkinan sulit mencapai tujuannya. Sumber daya manusia di pahami sebagai kekuatan yang bersumber pada potensi manusia yang ada didalam suatu organisasi, dan merupakan modal dasar organisasi untuk melakukan aktivitas dalam mencapai tujuan.

Dengan demikian, sumber daya manusia merupakan faktor terpenting dalam sebuah organisasi, tanpa adanya sumber daya manusia maka akan berkurang efektifnya kinerja dari sebuah organisasi. Tetapi sumber daya manusia juga perlu dilatih agar lebih terampil dalam melakukan fungsi didalam *job*-nya.

Agar sumber daya manusia yang dimiliki dapat memberikan kontribusi yang maksimal terhadap keberhasilan organisasi, maka agenda penting bagi pimpinan organisasi dan khususnya divisi sumber daya manusia adalah mengidentifikasi atribut atau kualifikasi yang relevan dengan arah visi dan misi organisasi.

Banyak faktor yang menyebabkan sumber daya manusia memiliki kinerja unggul, sehingga mampu mendorong keberhasilan organisasi. Faktor-faktor yang dapat menentukan terhadap kinerja individu dalam berbagai literatur misalnya : motivasi kerja, kepuasan kerja, desain pekerjaan, komitmen, kepemimpinan, partisipasi, fungsi-fungsi manajemen, kejelasan arah karier, kompetensi, budaya organisasi, sistem penghargaan, dan mungkin masih banyak lagi dari berbagai hasil penelitian sebelumnya. Yang mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja individu.

5. Manajemen Pemasaran

Sedangkan menurut Buchari Alma (2002;130) “Manajemen pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan”. Lebih lanjut, Buchari Alma menjelaskan, “Manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi segala (program) guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Swasta (2000;4)mengemukakan “Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program

yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan Persediaan bahan setengah jadi yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan”.

Untuk keberhasilan kegiatan manajemen pemasaran pada sebuah perusahaan, maka perlu masukan misalnya berasal dari informasi kegiatan yang berjalan di lapangan.

Menurut William J. Stanton (Buchari Alma, 2002;131). “Proses manajemen pemasaran akan lebih meningkatkan efisiensi dan aktifitas dengan cara (1) kegiatan pemasaran pada sebuah perusahaan harus dikoordinasi, dikelola dengan sebaik-baiknya. (2) Menejer pemasaran harus memainkan peran penting dalam merencanakan perusahaan.

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 tidak teratur atau terlalu banyak permintaan, sehingga manajemen pemasaran harus mencari jalan untuk mengatasi keadaan permintaan yang berubah-ubah ini.

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

6. Strategi

Strategi berasal dari kata stratego yang berarti jenderal. Strategi untuk sipil ada dua pilihan yaitu sukses atau gagal. Definisi Strategi berdasarkan ruang lingkungannya :

Secara umum Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Secara khusus Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi Persediaan bahan setengah jadi yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Sedangkan menurut William F. Gluck dan Lawrence R. Jauch, 1988 strategi adalah sebuah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan perusahaan dengan tantangan Bahan baku dan penolong serta dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan usaha untuk mencapai tujuan dengan melihat dan memadukan Bahan baku dan penolong eksternal dan internal sehingga menghasilkan rencana, keputusan dan tindakan yang tepat.

Strategi pemasaran bertujuan untuk menentukan target dari pangsa Persediaan bahan setengah jadi yang telah kita segmenkan dalam pemasaran produk yang kita tawarkan. Hal tersebut dilakukan agar pemasaran produk yang kita lakukan dapat lebih terorganisir agar membuahkan hasil sesuai ekspektasi yang kita ramalkan sebelumnya. Karena terlalu banyak faktor – faktor internal maupun eksternal yang akan mengganggu pemasaran didalam pengaplikasiannya nanti.

Menurut Tjiptono (2008;7) strategi pemasaran adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menanggapi setiap perubahan kondisi Persediaan bahan setengah jadi dan faktor biaya tergantung pada analisis terhadap faktor-faktor berikut ini:

a. Faktor bahan baku dan penolong

Analisis terhadap faktro Bahan baku dan penolong seperti pertumbuhan populasi dan peraturan pemerintah sangat penting untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan pada bisnis perusahaan.

b. Faktor persediaan bahan setengah jadi

Setiap perusahaan perlu selalu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran Persediaan bahan setengah jadi, ingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, trend dalam sistem distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen Persediaan bahan setengah jadi yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan lagi, dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.

c. Persaingan

Dalam kaitannya dengan persaingan, setiap perusahaan perlu memahami siapa Persediaan barang jadi nya, bagaimana posisi produk/Persediaan bahan setengah jadi Persediaan barang jadi tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan Persediaan barang jadi , struktur biaya Persediaan barang jadi , dan kapasitas produksi para Persediaan barang jadi.

d. Analisis kemampuan internal

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para Persediaan barang jadi nya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kemampuan pemanufakturan, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki.

e. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen perlu dipantau dan dianalisis karena hal ini sangat bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi, dan penentuan strategi promosi.

f. Analisis ekonomi

Dalam analisis ekonomi, perusahaan dapat memperkirakan pengaruh setiap peluang pemasaran terhadap kemungkinan mendapatkan laba.

Menurut Bennet (dalam Tjiptono 2008;6) strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu produk atau lini produk mencapai tujuannya. Sedangkan menurut Tull dan Kahli (dalam Tjiptono 2008;6) strategi pemasaran merupakan sebagai alat fundamental

yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing dan berkesinambungan melalui Persediaan bahan setengah jadi yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani Persediaan bahan setengah jadi sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitanya dengan variable-variabel seperti segmentasi Persediaan bahan setengah jadi, identifikasi Persediaan bahan setengah jadi sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi.

Menurut Corey (dalam Dolan, 1991), strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling berkait. Kelima elemen tersebut adalah:

1. Pemilihan Persediaan bahan setengah jadi, yaitu memilih Persediaan bahan setengah jadi yang akan dilayani. Keputusan ini didasarkan pada faktor-faktor (Jain, 1990):
 - a. Persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan didominasi.
 - b. Keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlunya pemusatan (fokus) yang lebih sempit.
 - c. Pengalaman kumulatif yang didasarkan pada *trial-and-error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan.
 - d. Kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumber daya langka atau Persediaan bahan setengah jadi yang terproteksi.

2. Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk itu sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian. Manfaat tersebut meliputi produk itu sendiri, nama, merek produk, ketersediaan produk, jaminan atau garansi, jasa reparasi, dan bantuan teknis yang disediakan penjual, serta hubungan personal yang mungkin terbentuk di antara pembeli dan penjual.
3. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
4. Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
5. Komunikasi pemasaran (promosi), yang meliputi periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, dan *public relations*.

Strategi pemasaran yang ditetapkan perusahaan yang ditetapkan dan dijalankan perusahaan memiliki beberapa fungsi yaitu :

1. Menetapkan basis konsumen secara strategis, rasional, dan lengkap dengan informasinya
2. Mengidentifikasi kebutuhan yang sekarang dan yang akan datang dari konsumen dan calon konsumen

3. Menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan- kebutuhan konsumendengan tepat dan menguntungkan, serta mampu membedakan perusahaan dengan Persdiaan barang jadi .
4. Mengkomunikasikan dan mengantarkan produk tersebut ke Persdiaan bahan setengah jadi sasaran
5. Memimpin seluruh personel bidang pemasaran untuk menjadi sekumpulan tenaga kerja yang disiplin, potensial, berpengalaman, dan berdedikasi kepada perusahaan.

Adapun faktor-fakyang mempengaruhi strategi pemasaran yaitu :

1. Bahan baku dan penolong makro terdiri dari kekuatan-kekuatan yang bersifat kemasyarakatan yang lebih besar dan mempengaruhi semua pelaku dalam Bahan baku dan penolong makro dalam perusahaan:
 - a) Demografi
 - b) Lingkungan ekonomi
 - c) Bahan baku dan penolong teknologi
 - d) Sosial/budaya
2. Bahan baku dan penolong mikro: Bahan baku dan penolong perusahaan terdiri dari para pelaku dalam Bahan baku dan penolong yang langsung berkaitan dengan perusahaan yang mempengaruhi kemampuannya untuk melayani Persediaan bahan setengah jadi , yaitu:
 - Perantara pemasaran
 - Pemasok (supplier)
 - ParaPersdiaan barang jadi dan para pelanggan

- Masyarakat umum
- Perusahaan

Strategi terdiri atas berbagai elemen, dan dalam hal ini akan dititik beratkan pada elemen-elemen pemasaran. Ada 5 konsep yang mendasari suatu strategi pemasaran.

1) Segmentasi Persediaan bahan setengah jadi

Merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap Persediaan bahan setengah jadi itu sendiri atas beberapa segmen yang berbeda. Dan dalam setiap segmen terdapat pembeli yang mempunyai:

- a. Kebutuhan yang berbeda-beda
- b. Pola pembelian yang berbeda-beda
- c. Tanggapan yang berbeda-beda terhadap berbagai macam penawaran

2) Penentuan posisi Persediaan bahan setengah jadi (*Market Positioning*)

Perusahaan berusaha memilih pola konsentrasi Persediaan bahan setengah jadi khusus yang dapat memberikan kesempatan maksimum untuk mencapai tujuan sebagai pelopor. Segmen Persediaan bahan setengah jadi dianggap menarik bila mempunyai sifat: segmen Persediaan bahan setengah jadi tersebut cukup potensial untuk berkembang lebih lanjut, segmen Persediaan bahan setengah jadi tersebut tidak dikuasai oleh Persediaan barang jadi Persediaan barang jadi yang ada, segmen Persediaan bahan setengah jadi tersebut masih membutuhkan sesuatu yang dapat dilayani oleh perusahaan.

Terdapat 2 strategi dalam penentuan Persediaan bahan setengah jadi yaitu:

- a) Konsentrasi segmen tunggal merupakan strategi yang dapat ditempuh perusahaan bila ingin mempunyai posisi yang kuat pada segmen Persediaan bahan setengah jadi .
- b) Konsentrasi segmen ganda merupakan strategi yang dapat ditempuh perusahaan bila ingin mempunyai posisi yang kuat dalam beberapa segmen.jadi, pencapaian segmen Persediaan bahan setengah jadi yang satu dilakukan bersama sama dengan pencapai segmen Persediaan bahan setengah jadi lainnya.

3) Strategi memasuki Persediaan bahan setengah jadi (*market entry strategi*)

Beberapa cara yang ditempuh perusahaan untuk memasuki segmen Persediaan bahan setengah jadi yang dituju yaitu dengan :

- a) Membeli perusahaan lain faktor yang harus dipertimbangkan untuk cara ini : perusahaan yang membeli tidak banyak mengetahui tentang Persediaan bahan setengah jadi dari perusahaan yang dibeli, dan sangat menguntungkan untuk memasuki Persediaan bahan setengah jadi dari perusahaan yang dibeli secepatnya.
- b) Berkembang sendirifaktor penghalang untuk memasuki perusahaan yang berkembang sendiri yaitu: memperoleh hak paten, skala produksi yang paling ekonomis, memperoleh saluran distribusi, menentukan supplier yang paling menguntungkan, biaya promosi yang mahal.
- c) Kerja sama dengan perusahaan lain keuntungan yang didapat antara lain:Resiko ditanggung bersama-sama, masing-masing perusahaan

mempunyai keahlian sendiri-sendiri. Jadi, dapat melengkapi atau saling menutupi kekurangan yang ada.

4) Strategi marketing mix

Yaitu kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi.

- a) Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada suatu Persediaan bahan setengah jadi untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan, segala sesuatu yang termasuk di dalamnya adalah barang berwujud, jasa, events, tempat, organisasi, ide ataupun kombinasi antara hal-hal yang baru saja disebutkan.
- b) Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran yaitu *product, price, place, promotion*. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang atau jasa
- c) Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari

produsen ke konsumen sehingga penggunaanya sesuai dengan diperlukan (jenis jumlah, harga,tempat,dan saat dibutuhkan)

d) Promosi pmerupakn panduan spesifik iklan, dan sasaran pemasaran lansung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan.

5) Strategi penentuan waktu (*timing strategy*)

Apabila perusahaan sudah menemukan kesempatan yang baik, kemudian menetapkan tujuan dana mengembangkan suatu strategi pemasaran ini tidak berarti bahwa perusahaan tersebut dapat segera beroperasi. Perusahaan dapat mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan apabila bergerak lambat atau terlalu cepat.

7. Persediaan

Pada umumnya, persediaan (*inventory*) merupakan barang dagangan yang utama dalam perusahaan dagang.Persediaan termasuk dalam golongan aset lancar perusahaan yang berperan penting dalam menghasilkan laba perusahaan. Secara umum istilah persediaan dipakai untuk menunjukkan barang-barang yang dimiliki untuk dijual kembali atau digunakan untuk memproduksi barang-barang yang akan dijual. Dalam perusahaan dagang, persediaan merupakan barang-barang yang diperoleh atau dibeli dengan tujuan untuk dijual kembali tanpa mengubah barang itu sendiri.

Menurut Ristono (2009:2) “Persediaan adalah barang-barang yang disimpan untuk digunakan atau dijual pada masa yang akan datang”. Menurut

Ikatan Akuntan Indonesia (2014: PSAK No.14) pengertian persediaan sebagai berikut:

Persediaan adalah aset:

- a. Tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha normal;
- b. Dalam proses produksi dan atau dalam perjalanan; atau
- c. Dalam bentuk bahan atau perlengkapan (*supplies*) untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa.

Sartono (2010:443) mengatakan bahwa “Persediaan umumnya merupakan salah satu jenis aktiva lancar yang jumlahnya cukup besar dalam suatu perusahaan”. Sedangkan Alexandri (2009:135) mengemukakan:

Persediaan merupakan suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha tertentu atau persediaan barang-barang yang masih dalam pengerjaan atau proses produksi ataupun persediaan bahan baku yang menunggu penggunaannya dalam proses produksi.

8. Kepuasan Pelanggan (Proses Pengambilan Keputusan Pembelian)

Dalam keputusan membeli barang konsumen seringkali ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses penukaran atau pembeliannya. Umumnya ada lima macam peranan yang dapat dilakukan seseorang. Ada kalanya lima peran ini dipegang oleh satu orang, namun seringkali pula peranan tersebut dilakukan oleh beberapa orang. Pemahaman mengenai masing-masing peranan ini sangat berguna dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kelima peranan tersebut meliputi (kotler,et al., 1996):

1. Pemrakarsa (*initiator*), yaitu orang yang pertama kali menyadari adanya keinginan atau kebutuhan yang belum terpenuhi dan mengusulkan ide untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu.
2. Pemberi pengaruh (*influencer*), yaitu orang yang pandangan, nasihat, atau pendapatnya mempengaruhi keputusan pembeli.
3. Pengambil keputusan (*decider*). Yaitu orang yang menentukan keputusan pembelian, misalnya apakah jadi membeli, apa yang dibeli, bagaimana cara membeli, atau dimana memebelinya.
4. Pembeli (*buyer*), yaitu orang yang melakukan pembelian actual.
5. Pemakai (*user*), yaitu orang yang mengkonsumsi atau menggunakan barang atau jasa di beli.

Proses pengambilan keputusan pembelian sangat bervariasi. Ada yang sederhana dan ada pula yang kompleks. Hawkinset al. (1992) dan Engel et al. (1990) membagi proses pengambilan keputusan ke dalam tiga jenis (lihat gambar 2.1), yaitu pengambilan keputusan yang luas (*extended decision making*), pengambilan keputusan yang terbatas (*limited decision making*), dan pengambilan keputusan yang bersifat biasa (*habitual decision making*).

Proses pengambilan keputusan yang luas merupakan jenis pengambilan keputusan yang paling lengkap, bermula dari pengenalan masalah konsumen yang dapat dipecahkan melalui pembelian beberapa produk. Untuk keperluan ini, konsumen mencari informasi tentang merek atau produk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif dapat dipecahkan masalahnya. Evaluasi produk atau merek akan mengarahkan kepada keputusan

pembelian. Selanjutnya konsumen akan mengevaluasi hasil dari keputusannya. Proses pengambilan keputusan yang luas terjadi untuk kepentingan khusus bagi konsumen atau pengambilan keputusan yang membutuhkan tingkat keterlibatan tinggi. Misalnya pembelian produk-produk yang mahal, mengandung nilai prestise, dan dipergunakan untuk waktu yang lama. Beberapa contoh produk pada umumnya adalah mobil, komputer *notebook*, sepeda motor, rumah mewah, antenna parabola , dan lain-lain.

Proses pengambilan keputusan terbatas terjadi apabila konsumen mengenal masalahnya, kemudian mengevaluasi beberapa alternative produk atau merek berdasarkan pengetahuan yang dimiliki tanpa berusaha(atau hanya melakukan sedikit usaha) mencari mencari informasi baru tentang produk atau merek tersebut. Ini biasanya berlaku untuk pembelian produk-produk yang kurang penting atau bersifat rutin. Dimungkinkan pula bahwa proses pengambilan keputusan terbatas ini terjadi pada kebutuhan yang bersifat emosional atau juga pada *environmental needs*(Hawkins, et al, 1992), misalnya seorang memutuskan untuk membeli suatu merek atau produk baru dikarenakan “bosan” dengan merek yang sudah ada, atau karena ingin mencoba/merasakan Sesuatu yang baru. Keputusan yang demikian hanya mengevaluasi aspek sifat/corak baru (*novelty or newness*) dari alternative –alternatif yang sudah ada.

Proses pengambilan keputusan yang bersifat kebiasaan merupakan proses paling sederhana, yaitu konsumen mengenal masalahnya kemudian langsung mengambil keputusan untuk membeli merek favoritnya/kegemarannya (tanpa mengevaluasi alternatifnya), evaluasi hanya terjadi apabila merek yang dipilih

tersebut ternyata tidak sebgas/sesuai dengan yang diharapkan. Produk-produk yang biasa dibeli melalui proses ini sabun mandi, pasta gigi, makanan ringan , minyak rambut, dan lain-lain.

Sebuah proses pengambilan keputusan pembelian tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi pembelian, akan tetapi diikuti pula oleh tahap perilaku purnabeli (terutama dalam pengambilan keputusan yang luas). Dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, ia akan memperlihatkan peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain di perusahaan yang sama di masa mendatang. Seseorang konsumen yang merasa puas cenderung akan menyatakan hal-hal yang baik tentang produk dari perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain. Oleh karena itu pembeli yang puas merupakan iklan yang baik (Bayus dalam Kotler, et al ,1996).

Konsumen yang merasa tidak puas akan bereaksi dengan tindakan yang berbeda. Adanya yang mendiarkannya saja dan ada pula yang melakukan complain. Berkaitan hal ini : ada tiga kategori tanggapan atau complain terhadap ketidakpuasan (Singh, 1988, yaitu:

1. *Voice response*

Kategori ini meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan/atau,meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan, maupun kepda distributornya. Bila pelanggan melakukan hal ini, maka perusahaan masih mungkin memperoleh beberapa manfaat.**Pertama,**

pelanggan memberikan kesempatan sekali lagi kepada perusahaan untuk memuaskan mereka. **Kedua**, resiko publisitas buruk ditekan, baik publisitas dalam bentuk rekomendasi dari mulut ke mulut, maupun melalui Koran/media massa. Dan tidak kalah pentingnya adalah **tiga**, memberi masukan mengenai kekurangan pelayanan yang perlu diperbaiki perusahaan. Melalui (*recovery*), perusahaan dapat memelihara hubungan baik dan loyalitas pelangganya.

2. *Private response*

Tindakan yang dilakukan antara lain memperingatkan atau memberitahukan kolega, teman, atau keluarga mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan. Umumnya tindakan ini sering dilakukan dan dampaknya sangat besar bagi citra perusahaan.

3. *Third-party response*

Tindakan yang dilakukan meliputi usah meminta ganti rugi secara hukum; mengadu lewat media massa (minalnya menulis di surat pembaca); atau secara mendatangi lembaga konsumen, instansi hukum. Dan sebagainya.

Menurut (Day dalam Engel et al.1996) seseorang yang merasa puas akan melakukan komplain atau tidak :

1. Penting tidaknya konsumsi yang dilakukan, yaitu mengyangkut derajat pentingnya produk bagi konsumen, harga, waktu yang dibutuhkan waktu untuk mengkonsumsi produk, serta *social visibility*.

2. Pengetahuan dan pengalaman, yaitu jumlah pembelian sebelumnya, pemahaman akan produk, persepsi terhadap kemampuan sebagai konsumen, dan pengalaman complain sebelumnya.
3. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi, meliputi jangka waktu penyelesaian masalah, gangguan terhadap aktivitas rutin, dan biaya
4. Peluang keberhasilan dalam melakukan complain.

Kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan yang diberikan oleh para konsumen setelah terpenuhinya kebutuhan mereka akan sebuah produk ataupun jasa, sehingga para konsumen memperoleh rasa nyaman dan senang karena harapannya telah terpenuhi. Selain itu kepuasan pelanggan juga sering dijadikan sebagai salah satu tujuan utama dari strategi pemasaran bisnis, baik bisnis yang dijalankan dengan memproduksi barang ataupun jasa. Untuk memenuhi keinginan para konsumen perusahaan membutuhkan adanya sistem pelayanan yang mendukung. Sehingga konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

9. Strategi Kepuasan Pelanggan

Strategi kepuasan pelanggan menyebabkan para Persediaan barang jadi harus berusaha keras untuk memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu perusahaan. Satu hal yang perlu diperhatikan di sini adalah bahwa kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia (schnaars, 1991).

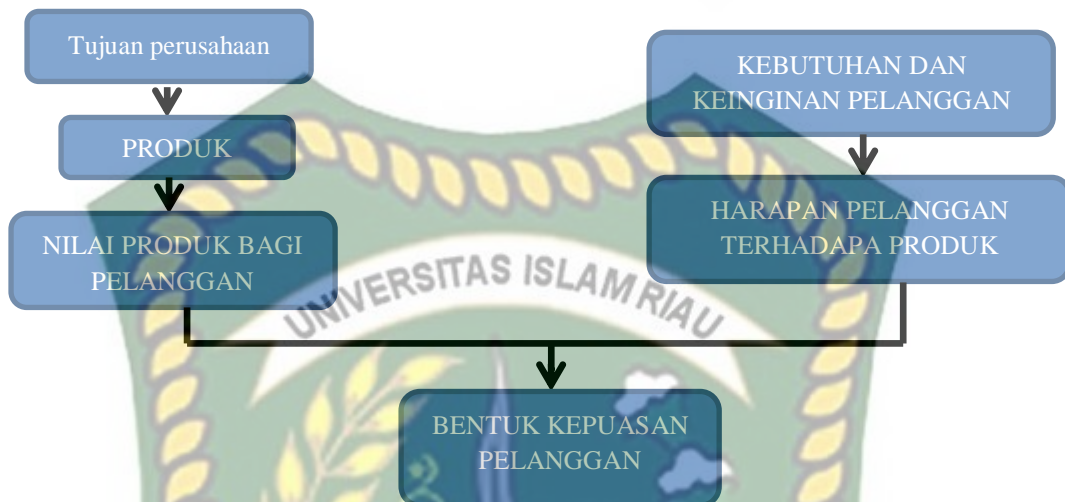
Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan :

1. Strategi pemasaran berupa *Relationship marketing* (McKenna,1991), yaitu strategi dimana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai .
2. Strategi *super customer* (Schnaars,1991), yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada Persediaan barang jadi .
3. Strategi *unconditional guarantees* (Hart, 1988) atau *extraordinary guarantees* (Hart dalam Supiyo,1993). strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi kerja para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik daripada sebelumnya
4. Strategi penanganan keluhan yang efisien (Schnaars,1991), penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk yang puas (atau menjadi pelanggan yang abadi). Proses penanganan keluhan yang efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh.
5. Strategi peningkatan kerja perusahaan, meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut

komunikasi, *sales manship*, dan *public relations* kepada pihak manajemen dan karyawan memasukkan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan.

Menurut Schnaars (1991), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*Word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 1994). Ada beberapa pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan/ketidakpuasan pelanggan. Day (dalam Tse dan Wilton, 1988) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmantions*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan oleh pemakaiannya. Wilkie (1990) mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan dari emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Engel, et al., (1990). Menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Kotler, et al., (1996) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasa di-bandingkan dengan harapannya.

Konsep kepuasan pelanggan



Gambar II.2 Konsep kepuasan pelanggan

Meskipun umumnya definisi yang diberikan di atas menitikberatkan pada kepuasan/ketidakpuasan terhadap produk atau jasa, pengertian tersebut juga dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan/ketidakpuasan terhadap suatu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat (Peterson dan Wilson, 1992; pawitra, 1993).

Dari berbagai definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pengertian ini didasarkan pada *disconfirmations paradigma* dari oliver (dalam Engel, et al.,1990; Pawitra, 1993).

B. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah riset (umar, 2002:208). Untuk menemukan dan memecahkan masalah dalam penelitian ini, maka penulis menyusun sebuah kerangka pikir dari teori yang

menjadi pokok pikiran dalam mendiskripsikan masalah yang akan diteliti, sehingga tidak melenceng.

Gambar 2.3 Kerangka Pikir Tentang Analisis Persediaan bahan baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.



Sumber: Olahan Penelitian 2018

C. Konsep Operasional

Konsep adalah istilah atau defenisi yang digunakan untuk menggambarkan fenomena yang dirumuskan atas dasar generelasi dari sejumlah kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Operasional adalah unsur – unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana mengukur suatu variabel sehingga dengan pengukuran tersebut dapat di ketahui indikator-indikator apa saja sebagai pendukung untuk dianalisa kedalam variabel tersebut.

Untuk mempermudah pelaksanaan penelitian supaya tidak terjadi kesalah pahaman maka penulis merasa perlu mengoperasionalkan konsep-konsep tersebut, yaitu:

1. Administrasi adalah keseluruhan proses aktivitas kerja sama sejumlah manusia didalam organisasi untuk mencapai suatu tujuan yang sudah disepakati.
2. Organisasi adalah suatu kerja sama beberapa orang yang membagi tugasnya diantara para anggota, menetapkan hubungan kerja dan menyatukan aktivitasnya kearah pencapaian tujuan bersama.
3. Manajemen adalah sebagai proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan plaining, organizing dan controlling dimana masing-masing bidang digunakan baik ilmu pengetahuan maupun keahlian.
4. Manajemen sumber daya manusia adalah sebagian dari manajemen yang lebih memfokuskan kepada pembahasan, mengenai peraturan yang meliputi perencanaan, pengendalian, pemeliharaan, kedisiplinan, strategi dan pemasaran dan untuk mewujudkan tujuan perusahaan.
5. Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan Persediaan bahan setengah jadi yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.
6. Bahan baku dan penolong adalah Bahan baku dan penolong perusahaan yang terdiri dari Tungku Produksi.
7. Persediaan bahan setengah jadi suatu tempat tertentu yang digunakan sebagai tempat penyaluran barang dan jasa dari tangan produsen ke konsumen. Dengan kata lain bahwa Persediaan bahan setengah jadi adalah tempat transaksi barang dan jasa antara produsen dan

konsumen. Setiap perusahaan perlu selalu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran Persediaan bahan setengah jadi , tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, trend dalam sistem distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen Persediaan bahan setengah jadi yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan lagi, dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.

8. Persediaan barang jadi adalah barang yang dalam bentuk stok yang ingin penulis lihat seberapa banyak jumlahnya antara yang sudah jadi dengan yang sudah di sortir.
9. Persaingan adalah suatu proses sosial ketika ada dua pihak atau lebih saling berlomba dan berbuat sesuatu untuk mencapai kemenangan tertentu. Dalam kaitannya dengan persaingan, setiap perusahaan perlu memahami siapa Persediaan barang jadi nya, bagaimana posisi produk/Persediaan bahan setengah jadi Persediaan barang jadi tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan Persediaan barang jadi , struktur biaya Persediaan barang jadi , dan kapasitas produksi para Persediaan barang jadi .
10. kemampuan internal, Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para Persediaan barang jadi nya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kemampuan pemanufakturan, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki.
11. Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang

dan jasa-jasa tersebut didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Dharmmesta dan Handoko, (2008 : 10).Perilaku konsumen perlu dipantau dan dianalisis karena hal ini sangat bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi, dan penentuan strategi promosi.

12. Ekonomi menurut Paul A. Samuelson adalah suatu cara yang dilakukan oleh manusia dan kelompoknya agar dapat memanfaatkan segala sumber yang terbatas dalam memperoleh setiap komoditi dan menyalurkan oleh masyarakat untuk dapat dikonsumsi. Dalam analisis ekonomi, perusahaan dapat memperkirakan pengaruh setiap peluang pemasaran terhadap kemungkinan mendapatkan laba.

D. Operasional Variabel

Untuk memudahkan arah penelitian ini yang terdiri dari suatu variabel dengan enam indikator, maka dilakukan operasional variabel yang tertuang pada tabel II.1 berikut :

Tabel II.1 Operasional Variabel Penelitian tentang Analisis Persediaan bahan baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
1	2	3	4	5
Persediaan merupakan suatu sumber daya menanggung (idle resouches) yang menunggu proses lebih lanjut, yang dimaksud proses lebih lanjut disini adlaah dapat berupa kegiatan produksi seperti yang dijumpai pada sisrem industri, kegiatan-kegiatan pemasaran, distribusi ataupun kegiatan konsumsi pada rumah tangga (Arman Hakim (2008:1)	Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil	1. Persediaan Bahan Mentah	a. Bagaimana Kualitas Bahan Mentah b. Berapa banyak jumlah bahan mentah yang diperlukan c. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengirim bahan mentah	Ordinal
		2. Persediaan Bahan dalam proses	a. Berapa banyak yang dikeluarkan untuk menjadikan bahan setengah jadi b. Berapa lama waktu yang diperlukan untuk memproses bahan mentah menjadi bahan setengah	Ordinal

			jadi c. Se jauh mana perubahan dari bahan mentah ke bahan setengah jadi	
		3. Persediaan Barang Jadi	a. Berapa banyak persediaan yang sudah ada b. Jumlah barang yang sudah di sortir c. Berapa banyak persediaan yang sudah dipesan konsumen	Ordinal

Sumber : olahan penelitian, 2018

E. Teknik Pengukuran

Pengukuran terhadap setiap indikator variabel penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert (Sugiyono, 2005;107) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Pengukuran terhadap indikator variabel di klasifikasikan menjadi 3 bagian kategori penelitian yaitu baik, cukup baik dan kurang baik. Variable Analisis Persediaan Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru. Dengan persentase Baik 100% dan persentase Cukup Baik 67% serta persentase Kurang Baik 33%. Dengan demikian penilaian terhadap variabel dinyatakan sebagai berikut :

Baik : Apabila indikator Persediaan Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru yang diperoleh responden, memperoleh persentase 68%-100%.

Cukup baik : Apabila indikator Persediaan Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru yang diperoleh responden, memperoleh persentase 34%-67%.

Kurang baik : Apabila indikator Persediaan Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru yang diperoleh responden, memperoleh persentase 0%-33%.

a. Persediaan Bahan Mentah

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator Bahan mentah , berada pada Ordinal 68% - 100%..

Cukup baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator Bahan mentah, berada pada Ordinal 34% - 67%.

Kurang baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator Bahan mentah, berada pada Ordinal 0% - 33%.

b. Persediaan Bahan dalam proses

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator Persediaan Bahan dalam proses, berada pada Ordinal 68% - 100%.

Cukup baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator Persediaan Bahan dalam proses, berada pada Ordinal 34% - 67%.

Kurang baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator Persediaan Bahan dalam proses, berada pada Ordinal 0% - 33%.

c. Persediaan Barang Jadi

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator Persediaan barang jadi , berada pada Ordinal 68% - 100%.

Cukup baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator Persediaan barang jadi , berada pada Ordinal 34% - 67%.

Kurang baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator Persediaan barang jadi , berada pada Ordinal 0% - 33

BAB III

METODE PENELITIAN

Untuk memperoleh data yang benar dan lengkap maka metode yang penulis gunakan dalam mengumpulkan serta membahas hasil penelitian ini adalah:

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah teknik survey. Teknik survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono,2009).

Alasan penulis menggunakan tipe ini untuk mengetahui secara jelas dan konkrit tentang Analisis Persediaan bahan baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di arang AN3 Jalan Dr Limenan Pekanbaru. Pemilihan lokasi ini karena ingin mengetahui persediaan bahan baku yang diterapkan oleh UKM arang AN3 sehingga menjadikan usaha arang yang berdiri paling lama dan paling besar didaerah Jl Dr Leimenan Pekanbaru.

C. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2009;115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

yang ditetapkan oleh penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Sedangkan Sampel adalah sebagian dari populasi yang dijadikan sebagai objek dan sumber data serta informasi dalam penelitian yang dianggap mewakili dari suatu penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendapat arikunto (2010:174) yaitu apabila populasi kurang dari 100 maka semuanya dijadikan sampel. Dari jumlah populasi sebanyak 20 orang dikurangi karyawan sebagai 2 karyawan kontrak dan penulis sebagai peneliti. Jadi penelitian ini sampelnya berjumlah 20 orang karyawan.

Adapun yang menjadi populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pemilik UKM arang AN3 dan konsumen, penulis jadikan sebagai responden. Untuk lebih detailnya masalah populasi dan sampel ini, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel III.1 : Populasi dan Sampel penelitian Analisis Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.

No	Sub Populasi	Populasi (orang)	Sampel (orang)	Persentase (%)
1.	Pemilik UKM	1	1	100%
2	Penjual Kayu	1	1	100%
3	Pengepul ulang	1	1	100%
4	Ibu rumah tangga	1	1	100%
5	Masyarakat	16	16	100%
Jumlah		20	20	100%

Sumber : Data Olahan 2018

D. Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel atau teknik sampling adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun penarikan sampel dalam

Persediaan bahan baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru, dilakukan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara jenuh atau Teknik Sampling. Teknik Sampling yaitu beberapa responden dijadikan sebagai sampel.

E. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Merupakan data yang diambil langsung oleh peneliti dari responden meliputi hasil kuisioner yang berkenaan dengan Analisis Persediaan bahan baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru..Yang di ambil langsung UKM arang AN3 Pekanbaru. Yang terdiri dari :

a. Bahan baku dan penolong

- 1) Jenis kayu : mahang, akasia, meranti, sendok-sendok
- 2) Sendok tungku
- 3) Wadah penampungan

b. Persediaan bahan setengah jadi

- 1) Kayu yang sudah di potong-potong
- 2) Kayu yang sudah kering
- 3) Kayu yang sudah di bakar

c. Persediaan barang jadi

- 1) Jumlah stok yang ada
- 2) Jumlah barang yang sudah di sortir

d. Kemampuan Internal

- 1) sumber daya finansial
- 2) kemampuan pemanufakturan
- 3) kekuatan pemasaran

e. Prilaku Konsumen

- 1) desain produksi
- 2) penentuan harga

f. Ekonomi

- 1) penilaian resiko/laba
- 2) ekonomi Persediaan barang jadi

2. Data Skunder

Merupakan data yang diperoleh melalui berbagai bahan atau literature buku dan data yang tersedia secara tertulis seperti data gambaran umum UKM arang AN3 Pekanbaru, serta data-data lain yang menurut penulis dapat melengkapi penelitian ini sehingga menjadikan penelitian ini menjadi terarah dan lebih baik.meliputi:

- a. Gambaran umum mengenai perusahaan
- b. Jumlah penjualan
- a. Aktivitas perusahaan

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis menggunakan teknik sebagai berikut :

- a. Kuisioner, yaitu peneliti membuat daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis berkaitan dengan variabel penelitian dan kemudian disebarakan kepada responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.
- b. Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. peneliti melakukan dialog dan memberikan pertanyaan kepada pemilik UKM arang AN3 tentang masalah yang ada.
- c. Observasi, teknik ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung di UKM arang AN3 Pekanbaru.
- d. Dokumentasi, teknik pengumpulan data yang bersumber dari dokumen yang berisikan data penting baik itu berbentuk teoritis ataupun data kongkrit yang diperlukan dalam penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

G. Teknik Analisis Data

Seluruh data yang diperoleh dari lokasi penelitian diklasifikasikan menurut masing-masing variabel atau sifat datanya dan ditambahkan dengan uraian yang mendukung. Maka penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu merupakan suatu cara menganalisa data yang telah tersedia pada objek penelitian dan membandingkan dengan teori yang berhubungan dengan permasalahan. Maksudnya adalah dengan cara menggambarkan dan memaparkan data yang diperoleh berdasarkan dengan kenyataan dilapangan antara *Das sain* dan *Das sollennya*.

BAB IV

DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Ukm AN3 berada di daerah kota pekanbaru kecamatan kota an3 adalah perusahaan yang memproduksi arang dari batok kelapa dan kayu dengan menggunakan kayu pilihan seperti kayu akasia, kayu mahang, kayu alam dan lain sebagainya yang di dapat dari berbagai daerah seperti siak, bengkalis, dumai. Ukm ini memproduksi arangnya di jalan pasir putih kelurahan simpang tiga kecamatan bukit raya. kemudian memasarkan di kota pekanbaru An3 di dirikan oleh nenek kariani pada tahun 1998 namun sekarang telah di lanjutkan oleh cucu yang ke-4 yang bernama andri pada tahun 2005 sampai dengan sekarang, lebar tempat perusahaan tersebut hanya 25x35 meter . an3 ini hanya berskala industri rumahan yang bermerek AN3 dan perusahaan telah memiliki cabang di siak dan kerinci.

B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi mempunyai peranan dan arti yang sangat penting baik dalam suatu perusahaan ataupun lembaga dan institusi karena tanpa adanya struktur organisasi yang sistematis dan baik, maka akan sulitlah bagi suatu perusahaan dalam menjalankan berbagai aktivitas dan kegiatannya secara terarah dan tertib serta teratur dalam pencapaian tujuan-tujuannya. Jadi salah satu unsur dan manfaat struktur organisasi adalah sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan sebelumnya. Hal ini berguna untuk

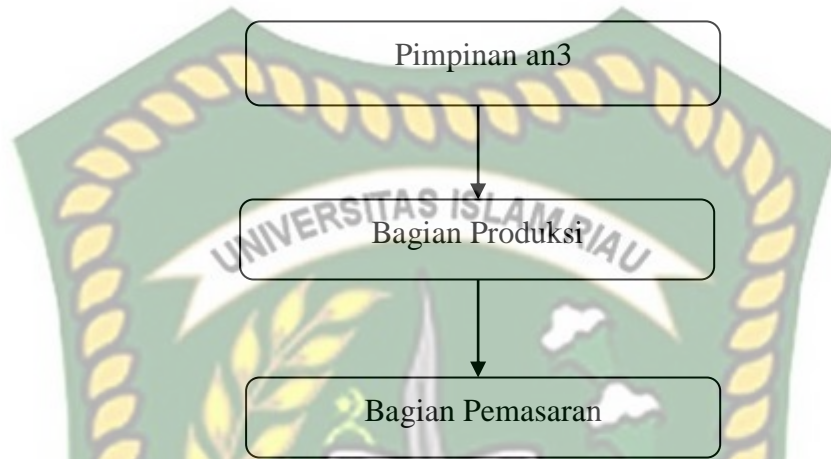
mencapai tujuan organisasi dan terciptanya suatu kerja sama antara semua anggota organisasi yang dalam hal ini adalah pemilik, karyawan bagian produksi dan karyawan bagian pemasaran. Dalam hal ini suatu struktur organisasi selalu terdapat unsur atau elemen-elemen sebagai berikut:

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 kaitan ini, pimpinan sebagai pengambil keputusan dalam organisasi yang dipimpinnya yang mana ia mempunyai tanggung jawab terhadap berlangsungnya kegiatan dalam organisasi tersebut, dan juga harus dapat menciptakan keadaan atau kondisi dimana para bawahannya merasa terikat pada perusahaan dan selalu berusaha untuk memaksimalkan segala potensi yang dimilikinya untuk kemajuan perusahaan.

Untuk itu diperlukan suatu organisasi, dimana organisasi adalah bentuk perserikatan manusia dalam mencapai tujuan bersama. Agar fungsi organisasi terbentuk dan bermakna maka perlu adanya pembagian tugas dan wewenang tersebut, selanjutnya dituangkan dalam struktur organisasi yang diartikan sebagai hubungan antara macam-macam fungsi atau aktivitas didalam organisasi. Dengan adanya struktur tersebut, diharapkan para pekerja akan lebih mudah dan tanggap dalam menjalankan tugas dan fungsinya serta mengetahui siapa yang menjadi pemimpin atau bawahan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar IV.I Struktur Organisasi Industri Persediaan Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa



Sumber: ukm An3 arang kayu an batok kelapa

C. Fungsi dan Tugas Organisasi

Untuk menggerakkan suatu organisasi dibutuhkan personil yang memegang jabatan tertentu dalam organisasi, masing-masing personil diberi tanggung jawab sesuai dengan jabatannya, dengan demikian akan mempermudah pengarahannya serta pengawasan dan mengevaluasi pelaksanaan dari suatu pekerjaan. Adapun tugas, wewenang dan tanggung jawab dari tiap-tiap unit dalam struktur organisasi Analisis Persediaan Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa sebagai berikut:

1. Pimpinan Industri

Fungsi dari pimpinan industri yaitu sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab sepenuhnya atas aktivitas perusahaan
- b. Membuat sebuah kebijakan untuk kemajuan perusahaan

- c. Membina bawahan agar dapat memikul tanggung jawab tugas masing-masing
- d. Membina bawahan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien
- e. Menyusun fungsi manajemen secara baik

2. Bagian Produksi

Fungsi dan tugas dari bagian produksi yaitu menciptakan dan memproduksi barang secara efektif dan efisien sehingga dapat memenuhi target produksi yang telah ditentukan.

3. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran berfungsi untuk memasarkan barang dan mengantarkan barang kepasar.

D. Aktivitas Industri (an3 Arang Kayu dan Batok Kelapa)

Industri an3 ini memiliki persediaan kayu pilihan yang kemudian di bakar sehingga menjadi arang. Untuk itu membutuhkan bahan baku utama seperti kayu dan batok kelapa. Proses pembuatan kayu ialah dengan memabakar kayu-kayu tersebut di dalam tungku dengan waktu 30-60 menit. Pembakaran ini tidak boleh lama sebab kayu dan tempurung itu bisa menjadi abu setelah menjadi arang maka arang2 ini akan di sortir mana yang bagus dan yang tidak sesuai dengan harga pemasaran yang telah di tentukan, di tunggu setelah dingin barulah arang-arang tersebut di kemas dan di jual.

D. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

“Menjadi perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan pangan dengan produk bermutu, berkualitas, aman dan menjadi pemimpin diindustri kebutuhan masyarakat serta dapat menyerap tenaga kerja”.

2. Misi

- a. Senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi dan teknologi.
- b. Menyediakan produk yang berkualitas tinggi, inovatif dengan harga terjangkau, yang merupakan pilihan pelanggan.
- c. Peningkatan sumber daya manusia dengan mengembangkan potensi dan budaya dalam suasana saling menghargai dan saling menghormati sehingga terjalin kerja sama yang baik antar pimpinan dan karyawan untuk meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan distribusi produk.



BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Identitas responden merupakan keterangan yang diperoleh dari responden berupa data kuisisioner yang disebarakan oleh penulis yang berisikan mengenai jenis kelamin dan umur pengolahan Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru. Untuk lebih jelasnya mengenai hal tersebut maka dapat dilihat pada keterangan dibawah ini :

1. Jenis Kelamin

Untuk mengetahui jenis kelamin responden penyedia dalam penelitian tentang Analisis Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa (Studi Kasus Ukm An3 Di Jalan Dr. Leimena) Pekanbaru dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.1 : Distribusi Jumlah Responden Penyedia Berdasarkan Jenis Kelamin pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru.

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1.	Laki-laki	3	75%
2.	Perempuan	1	25%
Jumlah		4	100%

Sumber : Olahan Data Penelitian 2019

Dari tabel di atas diketahui bahwa jika dilihat dari jenis kelamin responden penyedia pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru yaitu untuk jenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 3 orang dengan persentase jumlah 75% dan untuk jenis kelamin wanita sebanyak 1 orang atau sama dengan persentase jumlah

25% dari keseluruhan responden penyedia pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru yang berjumlah 4 orang.

Untuk mengetahui jumlah jenis kelamin responden masyarakat/konsumen pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.2 : Distribusi Jumlah Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin Masyarakat Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru.

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1.	Laki-laki	9	56,25%
2.	Perempuan	7	43,75%
Jumlah		16	100%

Sumber : *Olahan Data Penelitian 2019*

Berdasarkan tabel V.2 terlihat bahwa responden dari masyarakat yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 9 orang dengan persentase jumlah 56,25% dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 7 orang atau sama dengan persentase jumlah 43,75% dari jumlah keseluruhan responden masyarakat yaitu sebanyak 16 orang.

2. Umur Responden

Usia merupakan suatu tingkat kematangan pikiran seseorang dalam rangka mengambil keputusan tentang apa yang tidak dan yang harus dilakukan. Seperti diketahui bahwa pengurus yang lebih tua usianya akan lebih bijaksana dalam mengambil tindakan daripada pegawai yang lebih muda, akan tetapi tidak dapat dipungkiri juga bahwa semakin tua usia seseorang maka kemampuan fisiknya akan lebih cepat mengalami kelelahan dalam melakukan pekerjaan jika dibandingkan dengan pengurus yang umurnya lebih muda.

Untuk mengetahui usia responden penyedia pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel V.3 : Distribusi Jumlah Responden Penyedia Berdasarkan Umur Responden pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru.

No	Umur Responden	Jumlah	Persentase %
1.	10-20	1	25%
2.	21-30	2	50%
3.	31-40	1	25%
4.	41-50	-	-
Jumlah		4	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk identitas responden jika dipandang dari tingkat usia maka menjadi beragam. Untuk usia 10 sampai 20 tahun berjumlah sebanyak 1 orang dengan persentase jumlah 25%, usia 21-30 tahun berjumlah sebanyak 2 orang dengan persentase jumlah 50% , usia 31-40 tahun berjumlah sebanyak 1 orang dengan persentase jumlah 25%, dan tidak ada responden penyedia yang berusia 41-50 tahun.. Jadi dari data tersebut dapat diketahui jumlah responden berdasarkan usia terbanyak berada diantara 21-30 tahun, bahwa pada usia tersebut berada pada usia matang yang terus loyal meningkatkan Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.

Sedangkan untuk mengetahui umur responden masyarakat pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.4 : Distribusi Jumlah Responden Masyarakat Berdasarkan Umur Responden Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru.

No	Umur Responden	Jumlah	Persentase %
1.	10-20	2	12,50%
2.	21-30	6	37,50%
3.	31-40	7	43,75%
4.	41-50	1	6,25%
Jumlah		16	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan dari tabel V.4 dapat dilihat bahwa usia responden masyarakat pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru berjumlah 16 responden. Yang berusia 10-20 tahun sebanyak 2 orang atau 12,50% dari keseluruhan jumlah responden, responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 6 orang atau 37,50% dari keseluruhan jumlah responden, responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 7 orang atau 43,75% dari keseluruhan jumlah responden, dan responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 1 orang atau 6,25% dari keseluruhan jumlah responden yaitu 16 orang. Jadi dari data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden masyarakat yang paling banyak ialah berumur 31-40 tahun yaitu sebanyak 7 orang atau 43,75% dari jumlah keseluruhan responden sebanyak 16 orang.

B. Analisis Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.

Persediaan (*inventory*) merupakan barang dagangan yang utama dalam perusahaan dagang. Persediaan termasuk dalam golongan aset lancar perusahaan yang berperan penting dalam menghasilkan laba perusahaan. Secara umum istilah

persediaan dipakai untuk menunjukkan barang-barang yang dimiliki untuk dijual kembali atau digunakan untuk memproduksi barang-barang yang akan dijual. Dalam perusahaan dagang, persediaan merupakan barang-barang yang diperoleh atau dibeli dengan tujuan untuk dijual kembali tanpa mengubah barang itu sendiri. Menurut Ristono (2009: 2) “Persediaan adalah barang-barang yang disimpan untuk digunakan atau dijual pada masa yang akan datang”.

Persediaan merupakan suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha tertentu atau persediaan barang-barang yang masih dalam pengerjaan atau proses produksi ataupun persediaan bahan baku yang menunggu penggunaannya dalam proses produksi.

1. Persediaan Bahan Mentah

Bahan baku dan penolong adalah Bahan baku dan penolong perusahaan yang terdiri dari Tungku Produksi. Berikut tanggapan dari 5 orang responden penyedia yang mengisi kuisisioner mengenai Bahan Baku dan Penolong pada Arang Kayu dan Batok Kelapa Pekanbaru, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.5 : Distribusi Tanggapan Responden Pemilik Usaha Terhadap Indikator Persediaan Bahan Mentah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa Pekanbaru

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Bagaimana Kualitas Bahan Mentah	2 (50%)	2 (50%)	-	4
2.	Berapa banyak jumlah bahan mentah yang diperlukan	1 (25%)	2 (50%)	1 (25%)	4
3.	Berapa lama waktu yang	2 (50%)	1 (25%)	1 (25%)	4

	dibutuhkan untuk mengirim bahan mentah				
	Jumlah	5	5	2	12
	Rata-Rata	1,66	1,66	0,68	4
	Persentase	41,50%	41,50%	17%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel di atas untuk item pertanyaan 1 dapat dilihat bahwa 2 responden menyatakan baik (tau) atau sama dengan 50%, alasannya karna responden tau jenis kayu yang biasa digunakan untuk Persediaan Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru. Sedangkan 2 responden menyatakan cukup baik (cukup tau) atau sama dengan 50% karna penyedia atau pemilik usaha cukup mengetahui jenis kayu apa yang biasa digunakannya untuk usaha Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru, dan tidak ada responden yang tidak mengetahui jenis kayu apa yang dagunakannya responden Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.

Untuk item pertanyaan 2 yaitu apakah bahan baku penolong berupa kayu akasia, responden yang menjawab baik (iya) sebanyak 1 orang atau sama dengan 25%, dikarnakan UKM an3 di Jalan dr. Leimena ini menggunakan Bahan Baku Penolong berupa kayu Akasia. Sedangkan responden yang menyatakan cukup baik (kurang tau) sebanyak 2 atau 50%, karna penyedia tidak selalu menggunakan kayu akasia sebagai bahan baku pembuatan Arang Kayu dan Batok Kelapa. Sementara itu yang menyatakan kurang baik (tidak tau) sebanyak 1 orang atau

sama dengan 25% karna penyedia mengatakan pembuatan arang dan batok kelapa bahan bakunya tidak hanya kayu akasia saja.

Untuk item pertanyaan 3 yaitu apakah ketersediaan bahan baku mendukung usaha Arang Kayu dan Batok Kelapa, responden yang menjawab baik (iya) sebanyak 2 orang atau sama dengan 50% karna pemilik usaha merasa ketersediaan bahan baku yang ada merupakan factor pendorong utama dalam usaha ini. Sedangkan yang menjawab cukup baik (kadang-kadang) sebanyak 1 orang atau 25% karna pemilik usaha merasa terkadang mencari bahan baku itu sulit disekitar tempat usaha. Sementara itu responden yang menjawab kurang baik (tidak pernah) sebanyak 1 orang atau sama dengan 25% dikarenakan bahan baku tidak tersedia disekitar tempat usaha Arang Kayu dan Batok Kelapa Pekanbaru.

Dari data dan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa indikator bahan baku dan penolong dikategorikan baik dengan persentase sebesar 41,50% dari keseluruhan tanggapan atau jawaban responden pemilik usaha Arang Kayu dan Batok Kelapa Pekanbaru.

Tabel V.6 : Distribusi Tanggapan Responden Masyarakat Terhadap Indikator Persediaan Bahan Mentah Pada Usaha Arang Kayu dan Batok Kelapa Pekanbaru.

Berikut tanggapan responden masyarakat dari 16 orang responden mengenai bahan baku dan penolong pada usaha Arang Kayu dan Batok Kelapa Pekanbaru, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Bagaimana Kualitas Bahan Mentah	4 (25%)	9 (56,25%)	3 (18,75%)	16
2.	Berapa banyak jumlah bahan mentah yang	7	5 (31,25%)	4	16

	diperlukan	(43,75%)		(25%)	
3.	Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengirim bahan mentah	4 (25%)	7 (43,75%)	5 (31,25%)	16
Jumlah		15	21	12	48
Rata-Rata		5	7	4	16
Persentase		31,25%	43,75%	25%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas untuk item pertanyaan 1 dapat dilihat bahwa 4 orang responden dari masyarakat menyatakan baik (tau) atau sama dengan 25%, alasannya karna mereka tau bahwa jenis kayu yang digunakan untuk membuat arang dan batok kelapa, sedangkan yang menyatakan cukup baik (kurang tau) sebanyak 9 orang atau sama dengan 56,25% karna mereka beranggapan bahwa jenis kayu yang digukan sebagai bahan pokok bisa berganti-ganti. Dan yang menyatakan kurang baik (tidak tau) sebanyak 1 orang atau 18,75% persen dari jumlah responden.

Untuk item pertanyaan 2 yaitu Bahan Baku Penolong berupa kayu Akasia, Meranti sama Mahang, responden yang menjawab baik (benar) sebanyak 7 orang atau 43,75% persen, responden yang menjawab cukup baik (kurang tau) sebanyak 5 orang atau sama dengan 31,25% alasannya karna mereka tidak selalu berada di tempat pembuatan arang atau batok kelapa sehingga bahan bakunya bisa saja diganti-ganti. Selanjutnya yang menyatakan kurang baik (tidak tau) sebanyak 4 orang atau 25% persen dari jumlah responden.

Item pertanyaan 3 apakah ketersediaan bahan baku disekitar pemilik usaha arang mempermudah jalannya usaha tersebut, responden yang menjawab baik 4 orang atau sama dengan 25% karna jika ketersediaan bahan baku sangat

berpengaruh atas jalannya usaha arang ini, dan yang menjawab cukup baik sebanyak 7 orang atau sama dengan 43,75% karna bahan baku disekitar tempat usaha tidak selalu ada, dselanjutnya yang menjawab kurang baik (tidak tau) sebanyak 5 responden atau 31,25% keseluruhan responden.

Dari data dan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa indikator bahan baku dan penolong dikategorikan cukup baik dengan persentase 43,75% dari keseluruhan tanggapan atau jawaban responden masyarakat yang berjumlah 16 orang.

2. Persediaan Bahan Dalam Proses

Persediaan bahan setengah jadi suatu tempat tertentu yang digunakan sebagai tempat penyaluran barang dan jasa dari tangan produsen ke konsumen. Dengan kata lain bahwa Persediaan bahan setengah jadi adalah tempat transaksi barang dan jasa antara produsen dan konsumen. Setiap perusahaan perlu selalu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran Persediaan bahan setengah jadi, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, trend dalam sistem distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen Persediaan bahan setengah jadi yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan lagi, dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.

Berikut tanggapan responden pemilik usaha dari 4 orang responden dan tanggapan masyarakat dari 16 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai persediaan bahan setengah jadi pada Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Pekanbaru. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.7 : Distribusi Tanggapan Responden Pemilik Terhadap Indikator Persediaan bahan dalam proses Pada Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Pekanbaru.

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Berapa banyak yang dikeluarkan untuk menjadikan bahan setengah jadi	3 (75%)	1 (25%)	-	4
2.	Berapa lama waktu yang diperlukan untuk memproses bahan mentah menjadi bahan setengah jadi	4 (100%)	-	-	4
3.	Sejauh mana perubahan dari bahan mentah ke bahan setengah jadi	2 (50%)	1 (25%)	1 (25%)	4
Jumlah		9	2	1	12
Rata-Rata		3	0,66	0,34	4
Persentase		75%	16,5%	8,5%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 4 orang responden pemilik usaha yang menyatakan baik (ya) sebanyak 3 orang atau sama dengan 75% alasannya karna penyediaan barang setengah jadi memang dilakukan pemotongan kayu secara pendek-pendek terlebih dahulu, sedang yang menyatakan cukup baik (kadang-kadang) sebanyak 1 orang atau sama dengan 25%, dengan alasan terkadang memang dilakukan pemotongan tapi ada juga ada yang langsung dibakar, dan tidak ada respon yang menjawab kurang baik.

Untuk item pertanyaan 2 yaitu Persediaan setengah jadi ini kayunya dikeringkan atau tidak, yang menyatakan baik (ya) sebanyak 4 orang atau sama dengan 100% karna setiap penyediaan barang setengah jadi kayunya selalu

dikeringkan terlebih dahulu, dan tidak ada responden yang menjawab kadang-kadang ataupun tidak.

Item pertanyaan 3 apakah persediaan bahan setengah jadi ini dilakukan sesuai tahapan, yang menyatakan baik (ya) 2 orang atau sama dengan 50%, alasannya karna apabila tidak sesuai tahapan nanti hasilnya tidak bagus. Dan yang menyatakan cukup baik sebanyak 1 orang atau sama dengan 25% karna ada yang sesuai tahapan tapi ada juga yang tidak sesuai dengan tahapan penyediaan barang setengah jadi tersebut. Sedangkan yang menyatakan kurang baik (tidak pernah) adalah sebanyak 1 orang atau sama dengan 25% dikarenakan pembuatan barang setengah jadi tidak pernah dilakukan sesuai dengan tahapannya.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa indikator persediaan bahan setengah jadi dikategorikan baik dengan persentase 75% atau jawaban responden penyedia/pemilik usaha yang berjumlah 4 orang.

Tabel V.8 : Distribusi Tanggapan Responden Masyarakat Terhadap Indikator Persediaan Bahan dalam proses Pada Usaha Kecil Menengah Arang Kayu Dan Batok Kelapa Pekanbaru.

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Berapa banyak yang dikeluarkan untuk menjadikan bahan setengah jadi	5 (31,25%)	6 (37,50%)	5 (31,25%)	16
2.	Berapa lama waktu yang diperlukan untuk memproses bahan mentah menjadi bahan setengah jadi	9 (56,25%)	3 (18,75%)	4 (25%)	16
3.	Sejauh mana perubahan dari bahan mentah ke bahan setengah jadi	3 (18,75%)	10 (62,50%)	3 (18,75%)	16

Jumlah	17	19	12	48
Rata-Rata	5,66	6,34	4	16
Persentase	35,38%	39,62%	25%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 16 orang responden masyarakat yang menyatakan baik (banyak) stok sebanyak 5 orang atau sama dengan 31,25% karna penyedia barang setengah jadi mempersiapkan stok yang cukup banyak, yang menyatakan cukup baik sebanyak 6 orang atau sama dengan 37,50% dengan alasan terkadang ada stok barang tapi terkadang juga sulit ditemukan, dan yang menyatakan kurang baik 5 orang atau sebanyak 31,25% dari keseluruhan responden yaitu 16 responden.

Untuk item pertanyaan 2 yaitu apakah proses pengeringan diperlukan, 9 orang menyatakan baik (sangat perlu) atau sama dengan 56,25% dengan alasan karna proses pengeringan sangat penting dalam penyediaan bahan setengah jadi, untuk responden masyarakat yang menyatakan cukup baik sebanyak 3 orang atau sama dengan 18,75% dengan alasan diperlukan ketika bahan itu basah kalau sudah kering tidak perlu lagi dilakukan proses pengeringan. Dan yang menyatakan kurang baik 4 orang atau 25% dari jumlah keseluruhan responden.

Untuk item pertanyaan 3 penyediaan barang setengah jadi apakah sudah sesuai dengan tahapannya, 3 orang menyatakan baik atau sama dengan 18,75% dengan alasan sudah sesuai dengan tahapan penyediaan barang setengah jadi, dan yang menyatakan cukup baik sebanyak 10 orang atau sama dengan 62,50% karna ada juga yang sesuai dengan tahapan dan ada juga yang tidak sesuai dengan tahapan penyediaan bahan setengah jadi, dan yang menyatakan kurang baik adalah

3 orang atau sama dengan 18,75% karna penyediaan barang setengah jadi sulit sesuai dengan tahapannya.

Dari data dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa indikator penyediaan barang setengah jadi dikategorikan cukup baik dengan persentase 39,62% dari keseluruhan tanggapan atau jawaban responden masyarakat yang berjumlah 16 orang.

3. Persediaan Barang Jadi

Persediaan barang jadi adalah barang yang dalam bentuk stok yang ingin penulis lihat seberapa banyak jumlahnya antara yang sudah jadi dengan yang sudah di sortir.

Berikut tanggapan penyedia atau pemilik usaha dari 4 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai persediaan barang jadi pada Usaha Kecil Menengah Arang Kayu Dan Batok Kelapa Pekanbaru, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel V.9 : Distribusi Tanggapan Responden Penyedia Terhadap Indikator persediaan barang jadi pada Usaha Kecil Menengah Arang Kayu Dan Batok Kelapa Pekanbaru.

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Apakah sudah banyak hasil produksi dari tahun ke tahunnya	1 (25%)	2 (50%)	1 (25%)	4
2.	Bentuk kelemahan dan kekuatan dalam membangun persediaan UKM dari persediaan barang jadi	-	2 (50%)	2 (50%)	4
3.	Bagaimana bentuk kapasitas dari Persediaan	3 (40%)	1 (43%)	-	4

yang sudah jadi				
Jumlah	4	5	3	12
Rata-Rata	1,34	1,66	1	4
Persentase	33,50%	41,50%	25%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 4 orang penyedia yang menyatakan baik sebanyak 1 orang responden atau sama dengan 25% alasannya karna hasil produksi sudah lumayan banyak, sedangkan yang menyatakan cukup baik sebanyak 2 orang atau sama dengan 50% karna terkadang dalam setiap tahunnya banyak terkadang hasil produksinya berkurang, dan yang menyatakan kurang baik adalah 1 orang atau sama dengan 25%, karna penyedia merasa hasil yang didapat tidak sesuai dengan apa yang dikerjakan.

Untuk item pertanyaan 2 bagaimana bentuk kelemahan dan kekuatannya, tidak ada responden yang menyatakan baik atas bentuk kelemahan dan kekurangan dalam persediaan UKM terhadap barang jadi, yang menyatakan cukup baik sebanyak 2 orang atau 50%, dikarnakan apa yang dikerjakan sesuai dengan apa yang didapat, dan yang menyatakan kurang baik adalah sebanyak 2 orang atau 50% dari keseluruhan responden.

Untuk item pertanyaan 3 mengenai bagaimana bentuk kapasitas dari Persediaan yang sudah jadi yang menyatakan baik sebanyak 3 orang atau sama dengan 75%, dengan alasan kapasitas produk sudah sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat, yang menatakan cukup baik sebanyak 1 orang atau sama dengan 25% dikarnakan terkadang ada yang bagus da nada juga yang kurang bagus, dan tidak ada responden yang menjawab tidak baik atas bentuk kapasitas dari Persediaan yang sudah jadi.

Dari data dan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator persediaan barang sudah jadi dikategorikan Baik dengan persentase 41,50% dari keseluruhan tanggapan atau jawaban responden penyedia yang berjumlah 4 orang.

Tabel V.10 : Distribusi Tanggapan Responden Masyarakat Terhadap Indikator Persediaan Barang Sudah Jadi Pada Usaha Kecil Menengah Arang Kayu Dan Batok Kelapa Pekanbaru.

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Apakah pemilik UKM ini mengetahui seberapa banyak stok yang disediakan	9 (56,25%)	4 (25%)	3 (18,75%)	16
2.	Bentuk kapasitas dari Persediaan yang sudah jadi	4 (25%)	10 (62,50%)	2 (12,50%)	16
3.	Kapasitas produksinya	6 (37,50%)	6 (37,50%)	4 (25%)	16
Jumlah		19	20	9	48
Rata-Rata		6,34	6,66	3	16
Persentase		39,62%	41,63%	18,75%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 16 orang masyarakat yang menyatakan baik mengenai penilaian terhadap persediaan barang jadi sebanyak 9 orang atau sama dengan 56,25% dengan alasan pemilik usaha tentu tau berapa stok yang mereka sediakan, sedangkan yang menyatakan cukup baik sebanyak 4 orang atau 25% dari seluruh responden. Dan yang menyatakan kurang baik 3 orang atau 18,75% dari jumlah responden.

Untuk item pertanyaan 2, mengenai Bentuk kapasitas dari Persediaan yang sudah jadi yang menyatakan baik sebanyak 4 orang atau sama dengan 25% dengan alasan kapasitas persediaan sudah jadi sudah baik, dan yang menyatakan

cukup baik adalah sebanyak 10 orang atau 62,50% dari keseluruhan responden, Sedangkan yang menyatakan kurang baik sebanyak 2 orang atau 12,50% dari jumlah responden.

Untuk item pertanyaan 3, mengenai Kapasitas produksinya sebanyak 6 orang yang menyatakan baik atau sama dengan 37,50% karna kapasitas produksinya sudah sangat bagus, dan yang menyatakan cukup baik sebanyak 6 orang atau sama dengan 37,50% karna karena kelebihan dan kekurangan kapasitas produksinya seimbang, sedangkan yang menyatakan kurang baik adalah sebanyak 4 orang atau 25% karna masyarakat merasa kapasitas produksinya harusnya ditingkatkan lagi

Dari data dan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa indikator persediaan barang sudah jadi dikategorikan Baik dengan persentase sebesar 42,63% dari keseluruhan tanggapan atau jawaban responden masyarakat yang berjumlah 16 orang.

Tabel V.11 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Pemilik Usaha Terhadap Analisis Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru.

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Persediaan Bahan Mentah	1,66 (41,50%)	1,66 (41,50%)	0,68 (17%)	4
2.	Persediaan Bahan dalam Proses	3 (75%)	0,66 (16,5%)	0,34 (8,5%)	4
3.	Persediaan Barang Jadi	1,34 (33,50%)	1,66 (41,50%)	1 (25%)	4
Jumlah		6	3,98	2,02	12
Rata-Rata		2	1,32	0,68	4
Persentase		50%	33%	17%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Dari data tabel rekapitulasi tanggapan responden pemilik usaha di atas terhadap Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru, untuk kategori penilaian Baik yaitu sebesar 50% untuk kategori penilaian Cukup Baik adalah sebesar 33%, dan untuk kategori Kurang Baik adalah sebesar 17% dari total keseluruhan responden pemilik usaha produk Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru sebanyak 4 orang. Dari hal tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa untuk penelitian ini dikategorikan Cukup Baik dengan total persentase secara keseluruhan sebesar 50%, sesuai dengan penjelasan didepan tentang persentase sebesar 34% - 66% masuk kedalam kategori Cukup Baik.

Tabel V.12 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Masyarakat Terhadap Analisis Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru.

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Persediaan Bahan Mentah	5 (31,25%)	7 (43,75%)	4 (25%)	16
2.	Persediaan Bahan dalam Proses	5,66 (35,38%)	6,34 (39,62%)	4 (25%)	16
3.	Persediaan Barang Jadi	6,34 (39,62%)	6,66 (41,63%)	3 (18,75%)	16
Jumlah		17	20	11	48
Rata-Rata		5,66	6,68	3,66	16
Persentase		35,38%	41,75%	22,87%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Dari data rekapitulasi tanggapan responden masyarakat terhadap produk arang dan batok kelapa untuk kategori penilaian Baik sebesar 35,38%, untuk

penilaian Cukup Baik adalah sebesar 41,75% dan untuk kategori Kurang Baik 22,87% dari total keseluruhan responden masyarakat pada Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru sebanyak 16 orang. Dari hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa untk penelitian ini dikategorikan Cukup Baik dengan total persentase secara keseluruhan sebesar 41,75% sesuai dengan penjelasan didepan tentang persentase sebesar 34% - 66% masuk kedalam kategori Cukup Baik.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

C. Identitas Responden

Identitas responden merupakan keterangan yang diperoleh dari responden berupa data kuisisioner yang disebarakan oleh penulis yang berisikan mengenai jenis kelamin dan umur pengolahan Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru. Untuk lebih jelasnya mengenai hal tersebut maka dapat dilihat pada keterangan dibawah ini :

3. Jenis Kelamin

Untuk mengetahui jenis kelamin responden penyedia dalam penelitian tentang Analisis Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa (Studi Kasus Ukm An3 Di Jalan Dr. Leimena) Pekanbaru dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.1 : Distribusi Jumlah Responden Penyedia Berdasarkan Jenis Kelamin pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru.

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1.	Laki-laki	3	75%
2.	Perempuan	1	25%
Jumlah		4	100%

Sumber : Olahan Data Penelitian 2019

Dari tabel di atas diketahui bahwa jika dilihat dari jenis kelamin responden penyedia pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru yaitu untuk jenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 3 orang dengan persentase jumlah 75% dan untuk jenis kelamin wanita sebanyak 1 orang atau sama dengan persentase jumlah

25% dari keseluruhan responden penyedia pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru yang berjumlah 4 orang.

Untuk mengetahui jumlah jenis kelamin responden masyarakat/konsumen pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.2 : Distribusi Jumlah Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin Masyarakat Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru.

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1.	Laki-laki	9	56,25%
2.	Perempuan	7	43,75%
Jumlah		16	100%

Sumber : *Olahan Data Penelitian 2019*

Berdasarkan tabel V.2 terlihat bahwa responden dari masyarakat yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 9 orang dengan persentase jumlah 56,25% dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 7 orang atau sama dengan persentase jumlah 43,75% dari jumlah keseluruhan responden masyarakat yaitu sebanyak 16 orang.

4. Umur Responden

Usia merupakan suatu tingkat kematangan pikiran seseorang dalam rangka mengambil keputusan tentang apa yang tidak dan yang harus dilakukan. Seperti diketahui bahwa pengurus yang lebih tua usianya akan lebih bijaksana dalam mengambil tindakan daripada pegawai yang lebih muda, akan tetapi tidak dapat dipungkiri juga bahwa semakin tua usia seseorang maka kemampuan fisiknya akan lebih cepat mengalami kelelahan dalam melakukan pekerjaan jika dibandingkan dengan pengurus yang umurnya lebih muda.

Untuk mengetahui usia responden penyedia pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel V.3 : Distribusi Jumlah Responden Penyedia Berdasarkan Umur Responden pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru.

No	Umur Responden	Jumlah	Persentase %
1.	10-20	1	25%
2.	21-30	2	50%
3.	31-40	1	25%
4.	41-50	-	-
Jumlah		4	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk identitas responden jika dipandang dari tingkat usia maka menjadi beragam. Untuk usia 10 sampai 20 tahun berjumlah sebanyak 1 orang dengan persentase jumlah 25%, usia 21-30 tahun berjumlah sebanyak 2 orang dengan persentase jumlah 50% , usia 31-40 tahun berjumlah sebanyak 1 orang dengan persentase jumlah 25%, dan tidak ada responden penyedia yang berusia 41-50 tahun.. Jadi dari data tersebut dapat diketahui jumlah responden berdasarkan usia terbanyak berada diantara 21-30 tahun, bahwa pada usia tersebut berada pada usia matang yang terus loyal meningkatkan Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.

Sedangkan untuk mengetahui umur responden masyarakat pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.4 : Distribusi Jumlah Responden Masyarakat Berdasarkan Umur Responden Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru.

No	Umur Responden	Jumlah	Persentase %
1.	10-20	2	12,50%
2.	21-30	6	37,50%
3.	31-40	7	43,75%
4.	41-50	1	6,25%
Jumlah		16	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan dari tabel V.4 dapat dilihat bahwa usia responden masyarakat pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru berjumlah 16 responden. Yang berusia 10-20 tahun sebanyak 2 orang atau 12,50% dari keseluruhan jumlah responden, responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 6 orang atau 37,50% dari keseluruhan jumlah responden, responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 7 orang atau 43,75% dari keseluruhan jumlah responden, dan responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 1 orang atau 6,25% dari keseluruhan jumlah responden yaitu 16 orang. Jadi dari data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden masyarakat yang paling banyak ialah berumur 31-40 tahun yaitu sebanyak 7 orang atau 43,75% dari jumlah keseluruhan responden sebanyak 16 orang.

D. Analisis Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.

Persediaan (*inventory*) merupakan barang dagangan yang utama dalam perusahaan dagang. Persediaan termasuk dalam golongan aset lancar perusahaan yang berperan penting dalam menghasilkan laba perusahaan. Secara umum istilah

persediaan dipakai untuk menunjukkan barang-barang yang dimiliki untuk dijual kembali atau digunakan untuk memproduksi barang-barang yang akan dijual. Dalam perusahaan dagang, persediaan merupakan barang-barang yang diperoleh atau dibeli dengan tujuan untuk dijual kembali tanpa mengubah barang itu sendiri. Menurut Ristono (2009: 2) “Persediaan adalah barang-barang yang disimpan untuk digunakan atau dijual pada masa yang akan datang”.

Persediaan merupakan suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha tertentu atau persediaan barang-barang yang masih dalam pengerjaan atau proses produksi ataupun persediaan bahan baku yang menunggu penggunaannya dalam proses produksi.

4. Persediaan Bahan Mentah

Bahan baku dan penolong adalah Bahan baku dan penolong perusahaan yang terdiri dari Tungku Produksi. Berikut tanggapan dari 5 orang responden penyedia yang mengisi kuisisioner mengenai Bahan Baku dan Penolong pada Arang Kayu dan Batok Kelapa Pekanbaru, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.5 : Distribusi Tanggapan Responden Pemilik Usaha Terhadap Indikator Persediaan Bahan Mentah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa Pekanbaru

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Bagaimana Kualitas Bahan Mentah	2 (50%)	2 (50%)	-	4
2.	Berapa banyak jumlah bahan mentah yang diperlukan	1 (25%)	2 (50%)	1 (25%)	4
3.	Berapa lama waktu yang	2 (50%)	1 (25%)	1 (25%)	4

	dibutuhkan untuk mengirim bahan mentah				
	Jumlah	5	5	2	12
	Rata-Rata	1,66	1,66	0,68	4
	Persentase	41,50%	41,50%	17%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel di atas untuk item pertanyaan 1 dapat dilihat bahwa 2 responden menyatakan baik (tau) atau sama dengan 50%, alasannya karna responden tau jenis kayu yang biasa digunakan untuk Persediaan Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru. Sedangkan 2 responden menyatakan cukup baik (cukup tau) atau sama dengan 50% karna penyedia atau pemilik usaha cukup mengetahui jenis kayu apa yang biasa digunakannya untuk usaha Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru, dan tidak ada responden yang tidak mengetahui jenis kayu apa yang dagunakannya responden Pada Arang Kayu dan Batok Kelapa (Studi Kasus UKM an3 di Jalan dr. Leimena) Pekanbaru.

Untuk item pertanyaan 2 yaitu apakah bahan baku penolong berupa kayu akasia, responden yang menjawab baik (iya) sebanyak 1 orang atau sama dengan 25%, dikarnakan UKM an3 di Jalan dr. Leimena ini menggunakan Bahan Baku Penolong berupa kayu Akasia. Sedangkan responden yang menyatakan cukup baik (kurang tau) sebanyak 2 atau 50%, karna penyedia tidak selalu menggunakan kayu akasia sebagai bahan baku pembuatan Arang Kayu dan Batok Kelapa. Sementara itu yang menyatakan kurang baik (tidak tau) sebanyak 1 orang atau

sama dengan 25% karna penyedia mengatakan pembuatan arang dan batok kelapa bahan bakunya tidak hanya kayu akasia saja.

Untuk item pertanyaan 3 yaitu apakah ketersediaan bahan baku mendukung usaha Arang Kayu dan Batok Kelapa, responden yang menjawab baik (iya) sebanyak 2 orang atau sama dengan 50% karna pemilik usaha merasa ketersediaan bahan baku yang ada merupakan factor pendorong utama dalam usaha ini. Sedangkan yang menjawab cukup baik (kadang-kadang) sebanyak 1 orang atau 25% karna pemilik usaha merasa terkadang mencari bahan baku itu sulit disekitar tempat usaha. Sementara itu responden yang menjawab kurang baik (tidak pernah) sebanyak 1 orang atau sama dengan 25% dikarenakan bahan baku tidak tersedia disekitar tempat usaha Arang Kayu dan Batok Kelapa Pekanbaru.

Dari data dan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa indikator bahan baku dan penolong dikategorikan baik dengan persentase sebesar 41,50% dari keseluruhan tanggapan atau jawaban responden pemilik usaha Arang Kayu dan Batok Kelapa Pekanbaru.

Tabel V.6 : Distribusi Tanggapan Responden Masyarakat Terhadap Indikator Persediaan Bahan Mentah Pada Usaha Arang Kayu dan Batok Kelapa Pekanbaru.

Berikut tanggapan responden masyarakat dari 16 orang responden mengenai bahan baku dan penolong pada usaha Arang Kayu dan Batok Kelapa Pekanbaru, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Bagaimana Kualitas Bahan Mentah	4 (25%)	9 (56,25%)	3 (18,75%)	16
2.	Berapa banyak jumlah bahan mentah yang	7	5 (31,25%)	4	16

	diperlukan	(43,75%)		(25%)	
3.	Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengirim bahan mentah	4 (25%)	7 (43,75%)	5 (31,25%)	16
Jumlah		15	21	12	48
Rata-Rata		5	7	4	16
Persentase		31,25%	43,75%	25%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas untuk item pertanyaan 1 dapat dilihat bahwa 4 orang responden dari masyarakat menyatakan baik (tau) atau sama dengan 25%, alasannya karna mereka tau bahwa jenis kayu yang digunakan untuk membuat arang dan batok kelapa, sedangkan yang menyatakan cukup baik (kurang tau) sebanyak 9 orang atau sama dengan 56,25% karna mereka beranggapan bahwa jenis kayu yang digukan sebagai bahan pokok bisa berganti-ganti. Dan yang menyatakan kurang baik (tidak tau) sebanyak 1 orang atau 18,75% persen dari jumlah responden.

Untuk item pertanyaan 2 yaitu Bahan Baku Penolong berupa kayu Akasia, Meranti sama Mahang, responden yang menjawab baik (benar) sebanyak 7 orang atau 43,75% persen, responden yang menjawab cukup baik (kurang tau) sebanyak 5 orang atau sama dengan 31,25% alasannya karna mereka tidak selalu berada di tempat pembuatan arang atau batok kelapa sehingga bahan bakunya bisa saja diganti-ganti. Selanjutnya yang menyatakan kurang baik (tidak tau) sebanyak 4 orang atau 25% persen dari jumlah responden.

Item pertanyaan 3 apakah ketersediaan bahan baku disekitar pemilik usaha arang mempermudah jalannya usaha tersebut, responden yang menjawab baik 4 orang atau sama dengan 25% karna jika ketersediaan bahan baku sangat

berpengaruh atas jalannya usaha arang ini, dan yang menjawab cukup baik sebanyak 7 orang atau sama dengan 43,75% karna bahan baku disekitar tempat usaha tidak selalu ada, dselanjutnya yang menjawab kurang baik (tidak tau) sebanyak 5 responden atau 31,25% keseluruhan responden.

Dari data dan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa indikator bahan baku dan penolong dikategorikan cukup baik dengan persentase 43,75% dari keseluruhan tanggapan atau jawaban responden masyarakat yang berjumlah 16 orang.

5. Persediaan Bahan Dalam Proses

Persediaan bahan setengah jadi suatu tempat tertentu yang digunakan sebagai tempat penyaluran barang dan jasa dari tangan produsen ke konsumen. Dengan kata lain bahwa Persediaan bahan setengah jadi adalah tempat transaksi barang dan jasa antara produsen dan konsumen. Setiap perusahaan perlu selalu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran Persediaan bahan setengah jadi, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, trend dalam sistem distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen Persediaan bahan setengah jadi yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan lagi, dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.

Berikut tanggapan responden pemilik usaha dari 4 orang responden dan tanggapan masyarakat dari 16 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai persediaan bahan setengah jadi pada Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Pekanbaru. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.7 : Distribusi Tanggapan Responden Pemilik Terhadap Indikator Persediaan bahan dalam proses Pada Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Pekanbaru.

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Berapa banyak yang dikeluarkan untuk menjadikan bahan setengah jadi	3 (75%)	1 (25%)	-	4
2.	Berapa lama waktu yang diperlukan untuk memproses bahan mentah menjadi bahan setengah jadi	4 (100%)	-	-	4
3.	Sejauh mana perubahan dari bahan mentah ke bahan setengah jadi	2 (50%)	1 (25%)	1 (25%)	4
Jumlah		9	2	1	12
Rata-Rata		3	0,66	0,34	4
Persentase		75%	16,5%	8,5%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 4 orang responden pemilik usaha yang menyatakan baik (ya) sebanyak 3 orang atau sama dengan 75% alasannya karna penyediaan barang setengah jadi memang dilakukan pemotongan kayu secara pendek-pendek terlebih dahulu, sedang yang menyatakan cukup baik (kadang-kadang) sebanyak 1 orang atau sama dengan 25%, dengan alasan terkadang memang dilakukan pemotongan tapi ada juga ada yang langsung dibakar, dan tidak ada respon yang menjawab kurang baik.

Untuk item pertanyaan 2 yaitu Persediaan setengah jadi ini kayunya dikeringkan atau tidak, yang menyatakan baik (ya) sebanyak 4 orang atau sama dengan 100% karna setiap penyediaan barang setengah jadi kayunya selalu

dikeringkan terlebih dahulu, dan tidak ada responden yang menjawab kadang-kadang ataupun tidak.

Item pertanyaan 3 apakah persediaan bahan setengah jadi ini dilakukan sesuai tahapan, yang menyatakan baik (ya) 2 orang atau sama dengan 50%, alasannya karna apabila tidak sesuai tahapan nanti hasilnya tidak bagus. Dan yang menyatakan cukup baik sebanyak 1 orang atau sama dengan 25% karna ada yang sesuai tahapan tapi ada juga yang tidak sesuai dengan tahapan penyediaan barang setengah jadi tersebut. Sedangkan yang menyatakan kurang baik (tidak pernah) adalah sebanyak 1 orang atau sama dengan 25% dikarnakan pembuatan barang setengah jadi tidak pernah dilakukan sesuai dengan tahapannya.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa indikator persediaan bahan setengah jadi dikategorikan baik dengan persentase 75% atau jawaban responden penyedia/pemilik usaha yang berjumlah 4 orang.

Tabel V.8 : Distribusi Tanggapan Responden Masyarakat Terhadap Indikator Persediaan Bahan dalam proses Pada Usaha Kecil Menengah Arang Kayu Dan Batok Kelapa Pekanbaru.

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Berapa banyak yang dikeluarkan untuk menjadikan bahan setengah jadi	5 (31,25%)	6 (37,50%)	5 (31,25%)	16
2.	Berapa lama waktu yang diperlukan untuk memproses bahan mentah menjadi bahan setengah jadi	9 (56,25%)	3 (18,75%)	4 (25%)	16
3.	Sejauh mana perubahan dari bahan mentah ke bahan setengah jadi	3 (18,75%)	10 (62,50%)	3 (18,75%)	16

Jumlah	17	19	12	48
Rata-Rata	5,66	6,34	4	16
Persentase	35,38%	39,62%	25%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 16 orang responden masyarakat yang menyatakan baik (banyak) stok sebanyak 5 orang atau sama dengan 31,25% karna penyedia barang setengah jadi mempersiapkan stok yang cukup banyak, yang menyatakan cukup baik sebanyak 6 orang atau sama dengan 37,50% dengan alasan terkadang ada stok barang tapi terkadang juga sulit ditemukan, dan yang menyatakan kurang baik 5 orang atau sebanyak 31,25% dari keseluruhan responden yaitu 16 responden.

Untuk item pertanyaan 2 yaitu apakah proses pengeringan diperlukan, 9 orang menyatakan baik (sangat perlu) atau sama dengan 56,25% dengan alasan karna proses pengeringan sangat penting dalam penyediaan bahan setengah jadi, untuk responden masyarakat yang menyatakan cukup baik sebanyak 3 orang atau sama dengan 18,75% dengan alasan diperlukan ketika bahan itu basah kalau sudah kering tidak perlu lagi dilakukan proses pengeringan. Dan yang menyatakan kurang baik 4 orang atau 25% dari jumlah keseluruhan responden.

Untuk item pertanyaan 3 penyediaan barang setengah jadi apakah sudah sesuai dengan tahapannya, 3 orang menyatakan baik atau sama dengan 18,75% dengan alasan sudah sesuai dengan tahapan penyediaan barang setengah jadi, dan yang menyatakan cukup baik sebanyak 10 orang atau sama dengan 62,50% karna ada juga yang sesuai dengan tahapan dan ada juga yang tidak sesuai dengan tahapan penyediaan bahan setengah jadi, dan yang menyatakan kurang baik adalah

3 orang atau sama dengan 18,75% karna penyediaan barang setengah jadi sulit sesuai dengan tahapannya.

Dari data dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa indikator penyediaan barang setengah jadi dikategorikan cukup baik dengan persentase 39,62% dari keseluruhan tanggapan atau jawaban responden masyarakat yang berjumlah 16 orang.

6. Persediaan Barang Jadi

Persediaan barang jadi adalah barang yang dalam bentuk stok yang ingin penulis lihat seberapa banyak jumlahnya antara yang sudah jadi dengan yang sudah di sortir.

Berikut tanggapan penyedia atau pemilik usaha dari 4 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai persediaan barang jadi pada Usaha Kecil Menengah Arang Kayu Dan Batok Kelapa Pekanbaru, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel V.9 : Distribusi Tanggapan Responden Penyedia Terhadap Indikator persediaan barang jadi pada Usaha Kecil Menengah Arang Kayu Dan Batok Kelapa Pekanbaru.

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Apakah sudah banyak hasil produksi dari tahun ke tahunnya	1 (25%)	2 (50%)	1 (25%)	4
2.	Bentuk kelemahan dan kekuatan dalam membangun persediaan UKM dari persediaan barang jadi	-	2 (50%)	2 (50%)	4
3.	Bagaimana bentuk kapasitas dari Persediaan	3 (40%)	1 (43%)	-	4

yang sudah jadi				
Jumlah	4	5	3	12
Rata-Rata	1,34	1,66	1	4
Persentase	33,50%	41,50%	25%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 4 orang penyedia yang menyatakan baik sebanyak 1 orang responden atau sama dengan 25% alasannya karna hasil produksi sudah lumayan banyak, sedangkan yang menyatakan cukup baik sebanyak 2 orang atau sama dengan 50% karna terkadang dalam setiap tahunnya banyak terkadang hasil produksinya berkurang, dan yang menyatakan kurang baik adalah 1 orang atau sama dengan 25%, karna penyedia merasa hasil yang didapat tidak sesuai dengan apa yang dikerjakan.

Untuk item pertanyaan 2 bagaimana bentuk kelemahan dan kekuatannya, tidak ada responden yang menyatakan baik atas bentuk kelemahan dan kekurangan dalam persediaan UKM terhadap barang jadi, yang menyatakan cukup baik sebanyak 2 orang atau 50%, dikarnakan apa yang dikerjakan sesuai dengan apa yang didapat, dan yang menyatakan kurang baik adalah sebanyak 2 orang atau 50% dari keseluruhan responden.

Untuk item pertanyaan 3 mengenai bagaimana bentuk kapasitas dari Persediaan yang sudah jadi yang menyatakan baik sebanyak 3 orang atau sama dengan 75%, dengan alasan kapasitas produk sudah sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat, yang menatakan cukup baik sebanyak 1 orang atau sama dengan 25% dikarnakan terkadang ada yang bagus da nada juga yang kurang bagus, dan tidak ada responden yang menjawab tidak baik atas bentuk kapasitas dari Persediaan yang sudah jadi.

Dari data dan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator persediaan barang sudah jadi dikategorikan Baik dengan persentase 41,50% dari keseluruhan tanggapan atau jawaban responden penyedia yang berjumlah 4 orang.

Tabel V.10 : Distribusi Tanggapan Responden Masyarakat Terhadap Indikator Persediaan Barang Sudah Jadi Pada Usaha Kecil Menengah Arang Kayu Dan Batok Kelapa Pekanbaru.

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Apakah pemilik UKM ini mengetahui seberapa banyak stok yang disediakan	9 (56,25%)	4 (25%)	3 (18,75%)	16
2.	Bentuk kapasitas dari Persediaan yang sudah jadi	4 (25%)	10 (62,50%)	2 (12,50%)	16
3.	Kapasitas produksinya	6 (37,50%)	6 (37,50%)	4 (25%)	16
Jumlah		19	20	9	48
Rata-Rata		6,34	6,66	3	16
Persentase		39,62%	41,63%	18,75%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 16 orang masyarakat yang menyatakan baik mengenai penilaian terhadap persediaan barang jadi sebanyak 9 orang atau sama dengan 56,25% dengan alasan pemilik usaha tentu tau berapa stok yang mereka sediakan, sedangkan yang menyatakan cukup baik sebanyak 4 orang atau 25% dari seluruh responden. Dan yang menyatakan kurang baik 3 orang atau 18,75% dari jumlah responden.

Untuk item pertanyaan 2, mengenai Bentuk kapasitas dari Persediaan yang sudah jadi yang menyatakan baik sebanyak 4 orang atau sama dengan 25% dengan alasan kapasitas persediaan sudah jadi sudah baik, dan yang menyatakan

cukup baik adalah sebanyak 10 orang atau 62,50% dari keseluruhan responden, Sedangkan yang menyatakan kurang baik sebanyak 2 orang atau 12,50% dari jumlah responden.

Untuk item pertanyaan 3, mengenai Kapasitas produksinya sebanyak 6 orang yang menyatakan baik atau sama dengan 37,50% karna kapasitas produksinya sudah sangat bagus, dan yang menyatakan cukup baik sebanyak 6 orang atau sama dengan 37,50% karna karena kelebihan dan kekurangan kapasitas produksinya seimbang, sedangkan yang menyatakan kurang baik adalah sebanyak 4 orang atau 25% karna masyarakat merasa kapasitas produksinya harusnya ditingkatkan lagi

Dari data dan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa indikator persediaan barang sudah jadi dikategorikan Baik dengan persentase sebesar 42,63% dari keseluruhan tanggapan atau jawaban responden masyarakat yang berjumlah 16 orang.

Tabel V.11 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Pemilik Usaha Terhadap Analisis Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru.

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Persediaan Bahan Mentah	1,66 (41,50%)	1,66 (41,50%)	0,68 (17%)	4
2.	Persediaan Bahan dalam Proses	3 (75%)	0,66 (16,5%)	0,34 (8,5%)	4
3.	Persediaan Barang Jadi	1,34 (33,50%)	1,66 (41,50%)	1 (25%)	4
Jumlah		6	3,98	2,02	12
Rata-Rata		2	1,32	0,68	4
Persentase		50%	33%	17%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Dari data tabel rekapitulasi tanggapan responden pemilik usaha di atas terhadap Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru, untuk kategori penilaian Baik yaitu sebesar 50% untuk kategori penilaian Cukup Baik adalah sebesar 33%, dan untuk kategori Kurang Baik adalah sebesar 17% dari total keseluruhan responden pemilik usaha produk Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru sebanyak 4 orang. Dari hal tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa untuk penelitian ini dikategorikan Cukup Baik dengan total persentase secara keseluruhan sebesar 50%, sesuai dengan penjelasan didepan tentang persentase sebesar 34% - 66% masuk kedalam kategori Cukup Baik.

Tabel V.12 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Masyarakat Terhadap Analisis Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru.

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Persediaan Bahan Mentah	5 (31,25%)	7 (43,75%)	4 (25%)	16
2.	Persediaan Bahan dalam Proses	5,66 (35,38%)	6,34 (39,62%)	4 (25%)	16
3.	Persediaan Barang Jadi	6,34 (39,62%)	6,66 (41,63%)	3 (18,75%)	16
Jumlah		17	20	11	48
Rata-Rata		5,66	6,68	3,66	16
Persentase		35,38%	41,75%	22,87%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2019

Dari data rekapitulasi tanggapan responden masyarakat terhadap produk arang dan batok kelapa untuk kategori penilaian Baik sebesar 35,38%, untuk

penilaian Cukup Baik adalah sebesar 41,75% dan untuk kategori Kurang Baik 22,87% dari total keseluruhan responden masyarakat pada Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru sebanyak 16 orang. Dari hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa untk penelitian ini dikategorikan Cukup Baik dengan total persentase secara keseluruhan sebesar 41,75% sesuai dengan penjelasan didepan tentang persentase sebesar 34% - 66% masuk kedalam kategori Cukup Baik.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang penulis lakukan mengenai Analisis Persediaan Bahan Baku Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa (Studi Kasus Ukm An3 Di Jalan Dr. Leimena) Pekanbaru, maka dapat penulis ambil kesimpulan dan saran-saran sebagai berikut :

A. Kesimpulan

1. Responden Masyarakat

- a) Indikator Persediaan Bahan Mentah berada pada kategori Cukup Baik

Bahwa dari 16 orang responden yang di teliti dari 3 item pertanyaan yang diberikan kepada responden masyarakat maka diperoleh Persediaan Bahan Mentah Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru di kategorikan Cukup Baik, hal ini dikarenakan Bahan Baku dan Penolong berupa kayu Akasia, Meranti sama Mahang.

- b) Indikator Persediaan Bahan dalam Proses pada kategori Cukup Baik

Bahwa dari 16 orang responden yang teliti dari 3 item pertanyaan yang diajukan kepada responden maka diperoleh hasil yang Cukup Baik, hal ini dikarenakan Persediaan Bahan dalam Proses pada Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru penyediaan bahan setengah jadi sudah cukup sesuai dengan tahapannya seperti pengeringan, pemotongan dan lain-lain.

- c) Indikator Persediaan Barang Jadi berada pada kategori Cukup Baik

Bahwa dari 16 orang responden yang teliti dari 3 item pertanyaan yang diajukan kepada responden maka diperoleh hasil yang Cukup Baik, hal ini dikarenakan Persediaan Barang Jadi pada Usaha Kecil Menengah Pada Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru masyarakat menilai bahwa persediaan barang jadi kapasitas produksinya yang sudah baik.

2. Responden Pemilik Usaha

- a) Indikator Persediaan Bahan Mentah pada kategori Cukup Baik

Bahwa dari 4 orang responden yang teliti dari 3 item pertanyaan yang diajukan kepada responden maka diperoleh hasil yang Cukup Baik, hal ini dikarenakan menurut pemilik usaha Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru menilai kayu akasia sangat tepat menjadi bahan baku penolong.

- b) Indikator Persediaan Bahan dalam Proses Jadi pada kategori Baik

Bahwa dari 4 orang responden yang teliti dari 3 item pertanyaan yang diajukan kepada responden maka diperoleh hasil yang Baik, hal ini dikarenakan penyediaan barang setengah jadi sudah sesuai dengan tahapannya seperti kayu yang dipotong pendek-pendek dan pengeringan sebelum dilakukan pembakaran.

- c) Indikator Persediaan Barang Jadi berada pada kategori Cukup Baik

Bahwa dari 4 orang responden yang teliti dari 3 item pertanyaan yang diajukan kepada responden maka diperoleh hasil yang Cukup Baik,

kapasitas produsinya sudah cukup baik dan hasil produksinya sudah cukup banyak..

B. Saran

Adapun saran yang diberikan penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk indikator Persediaan Bahan Mentah alangkah baiknya menggunakan bahan atau kayu yang benar-benar bisa dijadikan arang sehingga masyarakat tidak kecewa jika sudah membeli hasil produksi pada usaha Arang Kayu Dan Batok Kelapa Kota Pekanbaru.
2. Untuk indikator Persediaan Bahan dalam proses masih perlu ditingkatkan lagi seharusnya penyediaan bahan setengah jadi ini selalu sesuai dengan tahapannya sehingga hasilnya pun lebih baik lagi.
3. Untuk indikator Persediaan Barang Jadi harus lebih ditingkatkan lagi terutama kualitas dan kapasitas produksinya sehingga masyarakat merasa terpuaskan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Agustino Leo, 2006. *Dasar-dasar Kebijakan Publik*, Alfabeta, Bandung
- Badan Penerbit FISIPOL, 2013. *Buku Pedoman Penulisan*. Pekanbaru : UIR
- Bagong, Suyanto, 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta :Prenada Media Group.
- Brantakusumah, Deddy Supriady, 2005. *Perencanaan Pembangunan daerah*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Dahlan, Alwi, dkk. 1995. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka.
- Dunn, william N,1999, *analisa kebijakan Publik*, Yogyakarta.Hanin Dita.
- Edwar George III, 2009, *Implementasi kebijakan Publik*, Yayasan Pembaharuan Adminitrasi Publik Indonesia. Yogyakarta.
- Fajlurrahman, & Masriadi, 2010. *Teori-teori Mutakhir Administrasi Publik*, Mahakarya Rangkang, Yogyakarta.
- Handoko TH, 1992. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*, Libberty, Yogyakarta.
- Ike Kusdyah, 2007. *Manajemen Sumberdaya Manusia*, Perpustakaan Nasional, Yogyakarta.
- Indah Puji Hartik, 2014. *Buku Praktis Mengembangkan Sumberdaya Manusia (SDM)*, Laksana, Jogjakarta.
- Jono Munandar, 2014. *Pengantar Manajemen Panduan Komprehensif Pengelolaan Organisasi*, IPB, Bogor
- Kusdi, 2009, *Teori Organisasi dan Administrasi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Manullang, 2006. *Manajemen Personalia*, Gadjah Mada University Press, Medan
- Moekijat, 2005. *Pengembangan organisasi*. Cetakan Ketujuh, Bandung, Mandar Maju
- PressSaparin,sumber, 1986. *tata pemerintahan dan adminitrasi pemerintahan desa*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Robbins, Stephen P. And Timothy A. Judge, 2011. *Organizational Behavior*, New Jersey, Pearson Education, Inc.
- Sedermayanti. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT Refika
- Siagian, Sondang P. 2012. *Teori Pengembangan Organisasi*. Jakarta: Pt Bumi Aksara.
- Silalahi, Ulbert. 2003. *Studi Tentang Ilmu Administrasi*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Silalahi, Ulbert. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Pt Refika Aditama
- Siswanto. 2013. *Pengantar Manajemen*. Jakarta :BumiAksara
- Soeharno. 2006. *Teori Mikro Ekonomi*. Surakarta : ANDI Yogyakarta.I
- Sufian, 2005, *Sistem Perencanaan dan Strategi Pembangunan*, Pekanbaru, UIR Press.

- Siagian, Sondang P. 2003. *Filsafat Administrasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Sunyoto, Danang 2012, *manajemen sumber daya manusia*, Yogyakarta, CAPS.
- Teguh, Muhammad. 2010. *Ekonomi Industri*. Jakarta : PT Raja grafindo Persada
- Tjiptono, fandy. 2008. Strategi pemasaran. Yogyakarta : ANDI
- Thoha, Miftah, 2002. *Pembinaan Organisasi*. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Wasistiono Sadu & Rauf Rahyunir, 2014. *Pelayanan Publik Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN)*, Indra Prahasta, Bandung.
- Wibowo, 2013. *Perilaku dalam Organisasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- William N Dunn, 2003. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik Edisi Kedua*, Gdjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Winardi, J. 2003. *Teori Organisasi dan Pengorganisasian*. Grafindo Persada. Jakarta.
- Wirman, Syafri, 2012. *Studi Tentang Administrasi Publik*, PT. Gelora Aksara, Jatinangor.
- Zulkifli, 2005. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Pekanbaru : UIR Press.
- Zulkifli & Moris Adidi, Yogya, 2014. *Fungsi-fungsi Manajemen*, Marpoyan Tujuh, Pekanbaru.