

**PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN, PELATIHAN, DAN
PEMASARAN SYARIAH TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA**

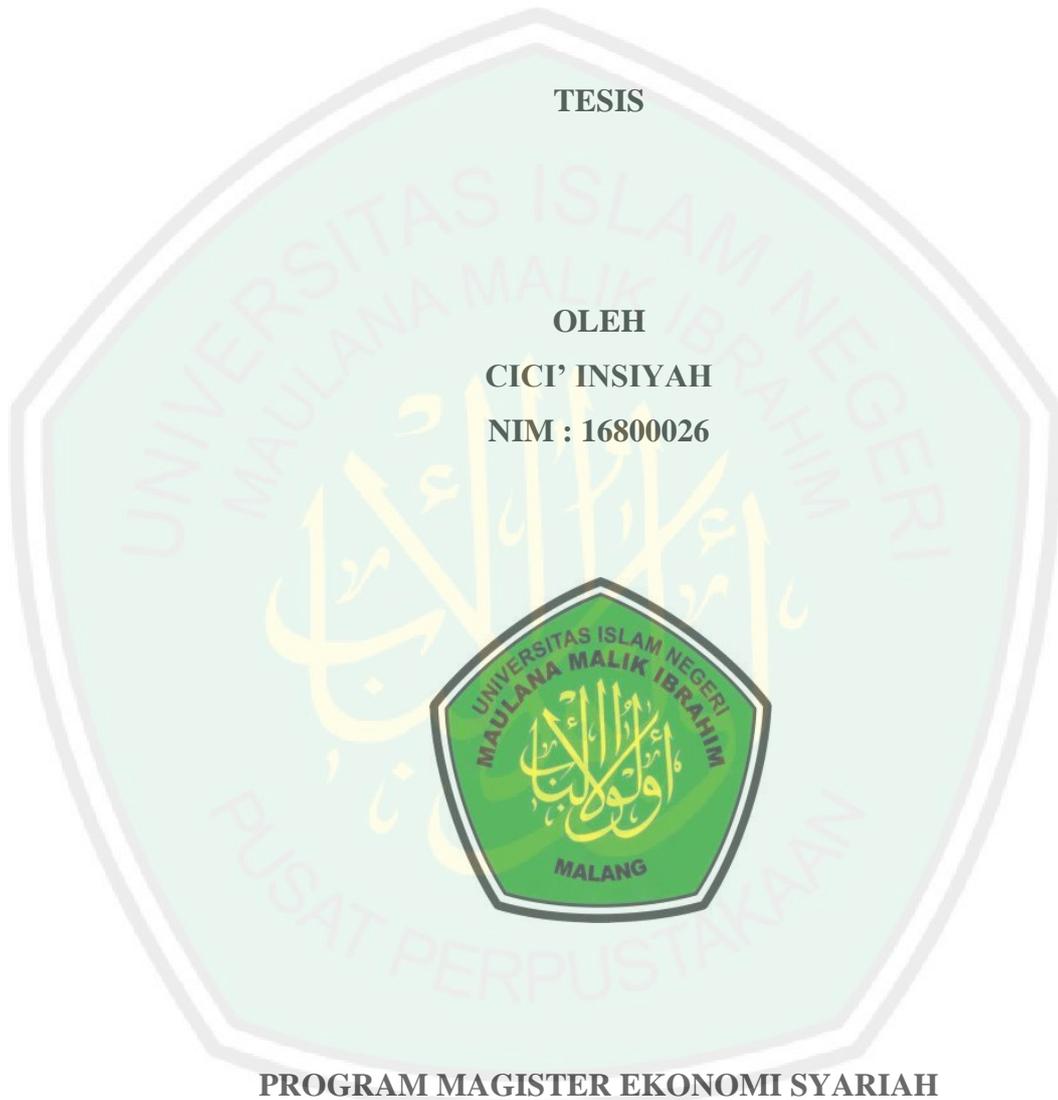
(Studi Pada Forum IKM Kota Batu)

TESIS

OLEH

CICI' INSIYAH

NIM : 16800026



PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2018

**PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN, PELATIHAN, DAN
PEMASARAN SYARIAH TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA**

(Studi Pada Forum IKM Kota Batu)

TESIS

Diajukan Kepada :

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan

Program Magister Ekonomi Syariah

OLEH

CICI' INSIYAH

NIM : 16800026

PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

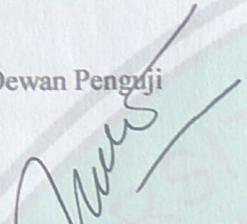
MALANG

2018

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis dengan judul “Pengaruh Jiwa Kewirausahaan, Pelatihan, Dan Pemasaran Syariah Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Forum IKM Kota Batu)” ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji pada tanggal 03 februari 2019.

Dewan Penguji


Dr. Indah Yuliana, SE, MM
NIP. 197409182003122004

Ketua


Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE, MM
NIP. 1972021220031211003

Penguji Utama


Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, S.Ag., M.Si
NIP. 19711108 199803 2 002

Anggota


Dr. Siswanto, SE., M.Si
NIP. 19750906 200604 1 001

Anggota

Mengetahui
Direktur Pascasarjana

Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I
NIP: 19550717 198203 1 005

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cici' Insiyah
NIM : 16800026
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Pengaruh Jiwa Kewirausahaan, Pelatihan, Dan Pemasaran Sariah Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Forum IKM Kota Batu)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk atau dikutip dari sumbernya.

Apabila dikemudian hari penelitian ini terbukti sebagai hasil plagiasi/penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia di proses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan siapapun.

Batu, 01 Desember 2018

Hormat Saya,



Cici' Insiyah

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan tesis ini kepada kedua orang tuaku Bapak Haryadi dan Ibu Nadirah tak lupa adek tercinta Dewi Ummyati yang selalu mendukung dan mendoakan saya dan tidak pernah lelah mengingatkan serta memberikan motivasi kepada saya hingga terselesaikannya tesis ini. Mereka adalah yang sangat berperan penting dalam pengerjaan karya ilmiah ini.

Kepada teman-teman seperjuangan almamater prodi Ekonomi Syariah kelas B yang telah memberikan masukan dan motivasi hingga selesainya tesis ini.

Kepada seseorang yang selalu dalam hatinya mendoakan kesuksesan dan keberhasilan saya.

MOTTO

وَالَّذِينَ صَبَرُوا ابْتِغَاءَ وَجْهِ رَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا
وَعَلَانِيَةً وَيَدْرُءُونَ بِالْحَسَنَةِ أُولَئِكَ هُمْ عُقْبَى الدَّارِ ﴿١٢٧﴾

Dan orang-orang yang sabar karena mencari keridhaan Tuhannya, mendirikan shalat, dan menafkahkan sebagian rezki yang Kami berikan kepada mereka, secara sembunyi atau terang-terangan serta menolak kejahatan dengan kebaikan; orang-orang Itulah yang mendapat tempat kesudahan (yang baik),

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya bagi Allah SWT, yang maha pengasih lagi maha penyayang, atas rizki, taufik serta hidayah-Nya. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat *radhiyallahu 'anhum*.

Terimakasih tak terhingga kepada segenap dosen atas tetesan mutiara-mutiara kebijaksanaan dan bimbingannya, sehingga saat ini penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini. Kepada kedua orang tua, atas segala dukungan, doa dan kasih sayang, penulis ucapkan *allohummaghfirli waliwaalidayya war hamhumaa kama robbayaanii shaghiira*.

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Magister Ekonomi (M.E) pada Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Pada kesempatan ini, dengan penuh kerendahan hati dan dari lubuk hati yang terdalam penulis haturkan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya atas terselesaikannya karya tesis dengan judul “Pengaruh Jiwa Kewirausahaan, Pelatihan, Dan Pemasaran Syariah Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Forum IKM Kota Batu)” ini kepada:

1. Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Prof. Dr. H. Muyadi, M. PdI, selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Dr. Ahmad Djalaluddin, Lc., MA, selaku ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah, terima kasih atas motivasi dan kemudahan selama menjalani studi.
4. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, S.Ag, M.Si, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, kritikan, masukan, dan koreksinya kepada penulis dalam penulisan tesis.
5. Dr. Siswanto, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, kritikan, masukan, dan koreksinya kepada penulis dalam penulisan tesis.
6. Seluruh dosen Program Pascasarjana Program Studi Ekonomi Syariah yang telah mendidik, membimbing, mengajarkan dan mencurahkan ilmu serta pengalamannya kepada penulis.
7. Seluruh staf dan karyawan Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah membantu dan memberikan kemudahan selama studi serta penyusunan tesis ini.
8. Kedua orang tua penulis yaitu bapak Haryadi dan ibu Nadirah, serta adek tercinta Dewi Ummiyati yang tanpa kenal lelah mendoakan dan selalu sabar dalam memberikan bantuan secara moril serta materil hingga tercapainya tahap akhir penulisan ini, serta terima kasih banyak untuk seluruh keluarga besar Bani Atwie atas doanya dan dukungannya.
9. Segenap pengurus dan anggota Forum IKM jatim Kota Batu yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini.

10. Untuk seseorang yang selalu mendoakan dan memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan tulisan ini.
11. Untuk kawan-kawan perkuliahan satu angkatan Magister Ekonomi Syariah 2016 baik kelas A dan B. Terkhusus kelas B yang telah menjadi keluarga penulis selama masa perkuliahan ini.
12. Kepada seluruh pihak yang belum disebutkan dan terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan tesis ini, semoga amal kita semua diterima oleh Allah SWT.

Semoga setiap kebaikan dan keikhlasan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini mendapat balasan dari Allah SWT. penulis menyadari tentunya masih terdapat banyak kekurangan, kesalahan dan lain sebagainya. Oleh karena itu, penulis mengharap saran dan kritik yang membangun dalam rangka perbaikan ke depannya. Akhirnya, semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Batu, 05 Januari 2019
Hormat saya,

Cici' Insiyah

DAFTAR ISI

Halaman	
Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Lembar Persetujuan	iii
Motto	iv
Surat Pernyataan Orisinalitas Penelitian	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Abstrak	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	14
F. Orisinalitas Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
A. Jiwa Kewirausahaan	17
1. Definisi Jiwa Kewirausahaan	17
2. Indikator Jiwa Kewirausahaan.....	20
3. Jiwa Kewirausahaan dalam Perspektif Islam	23
B. Pelatihan	25
1. DefinisiPelatihan	25
2. TujuanPelatihan	27
3. Indikator Pelatihan.....	28
4. Pelatihandalam Islam.....	31
C. Pemasaran Syariah	34
1. DefinisiPemasaran	34
2. Tujuan Pemasaran.....	37
3. Indikator Pasaran Syariah.....	41

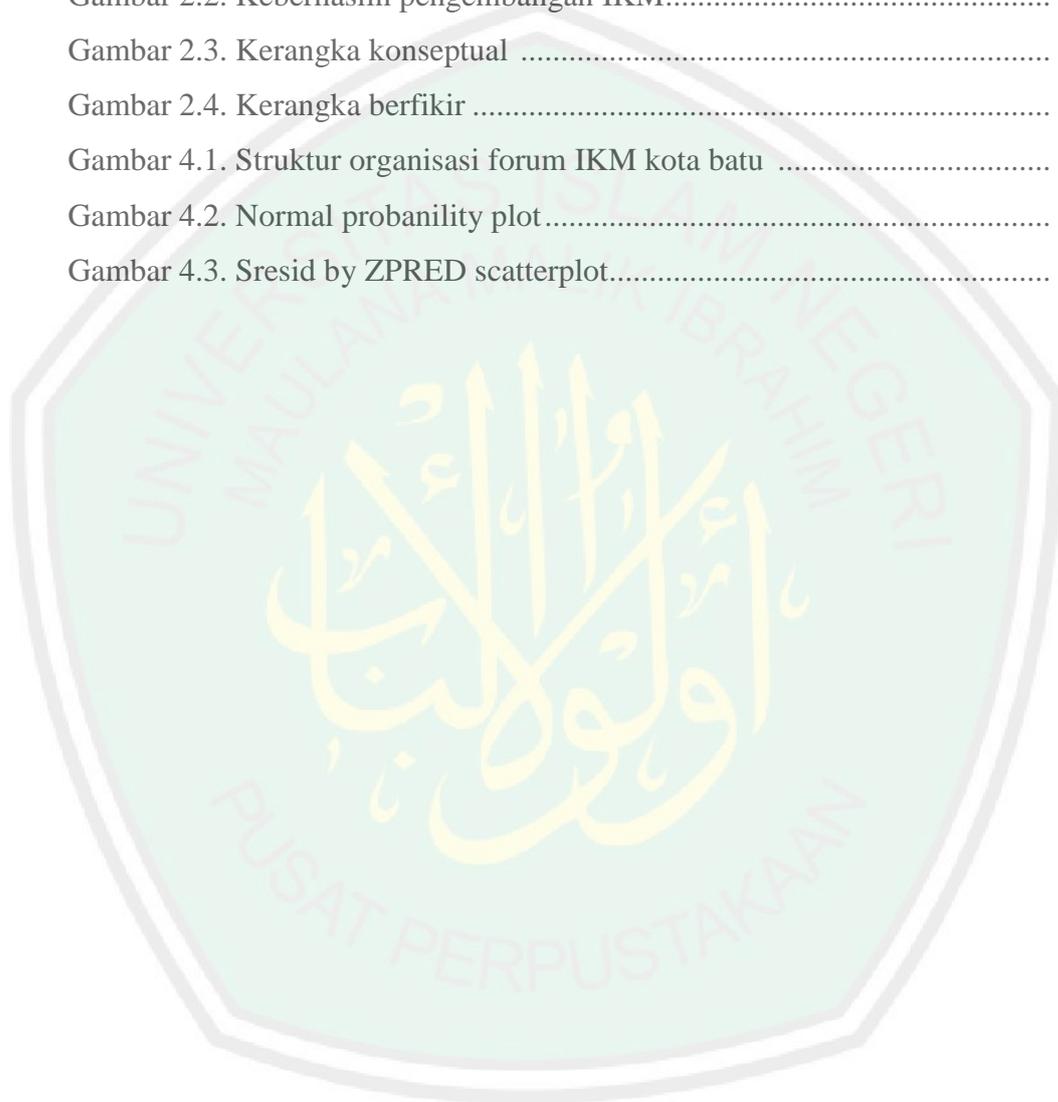
D. Pengembangan Industri Kecil Menengah	46
1. Definisi Industri Kecil Menengah	46
2. Kategori Industri Kecil Menengah	50
3. Pengembangan IndustriKecil Menengah.....	51
4. Model Pengembangan Industri Kecil Menengah	54
E. Hubungan antar variabel	58
F. Kerangka Konseptual	67
G. Kerangka Berfikir.....	68
H. HipotesisPenelitian.....	69
BAB III METODE PENELITIAN	70
A. Jenis penelitian	70
B. Populasi dan sampel	72
C. Instrumen penelitian	73
D. Pengumpulan data	74
E. Analisis data	75
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN	83
A. Gambaran umum lokasi penelitian.....	83
B. Uji instrumen penelitian	90
C. Diskripsi data responden.....	93
D. Uji asumsi klasik.....	101
E. Pembuktian hipotesis	105
BAB V PEMBAHASAN	112
A. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan, Pelatihan, dan Pemasaran Syariah Secara Simultan Terhadap Pengembangan Usaha	112
B. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan, Pelatihan, dan Pemasaran Syariah Secara Parsil Terhadap Pengembangan Usaha.....	116
C. Analisis Variabel Yang Berpengaruh Dominan Antara Jiwa Kewirausahaan, Pelatihan, dan Pemasaran Syariah Terhadap Pengembangan Usaha	131
BAB VI PENUTUP	133
A. Kesimpulan.....	133
B. Implikasi penelitian	134
C. Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

Daftar Tabel

Tabel 1.1. Capaian kinerja IKM berdasarkan unit usaha dan tenaga kerja	3
Tabel 1.2. Jumlah unit usaha industri kecil menengah Kota Batu	5
Tabel 1.3. Orisinalitas penelitian	15
Tabel 3.1. Operasional variabel	70
Tabel 4.1. Hasil uji validitas	91
Tabel 4.2. Hasil uji reliabilitas	92
Tabel 4.3. Frekuensi jenis kelamin responden	93
Tabel 4.4. Frekuensi usia responden.	94
Tabel 4.5. Frekuensi jenis usaha responden	94
Tabel 4.6. Frekuensi lama usaha responden.....	95
Tabel 4.7. Frekuensi tingkat pendidikan responden	96
Tabel 4.8. jawaban responden terhadap jiwa kewirausahaan	96
Tabel 4.9. jawaban responden terhadap pelatihan	97
Tabel 4.10. jawaban responden terhadap pemasaran syariah	99
Tabel 4.11. jawaban responden terhadap pengembangan usaha.....	100
Tabel 4.12. Hasil uji multikoloniaritas	102
Tabel 4.13 Hasil analisis regresi linier berganda	105
Tabel 4.14. Hasil uji F	107
Tabel 4.15. hasil uji T	108
Tabel 4.16 Hasil uji koefisien diterminasi	110
Tabel 4.17. hasil uji variabel dominan	111

Daftar Gambar

Gambar 2.1. Daur hidup IKM.....	55
Gambar 2.2. KeberhasiIn pengembangan IKM.....	57
Gambar 2.3. Kerangka konseptual	67
Gambar 2.4. Kerangka berfikir	68
Gambar 4.1. Struktur organisasi forum IKM kota batu	88
Gambar 4.2. Normal probanility plot.....	101
Gambar 4.3. Sresid by ZPRED scatterplot.....	104



Daftar Lampiran

Lampiran 1. Data Kuesioner Penelitian

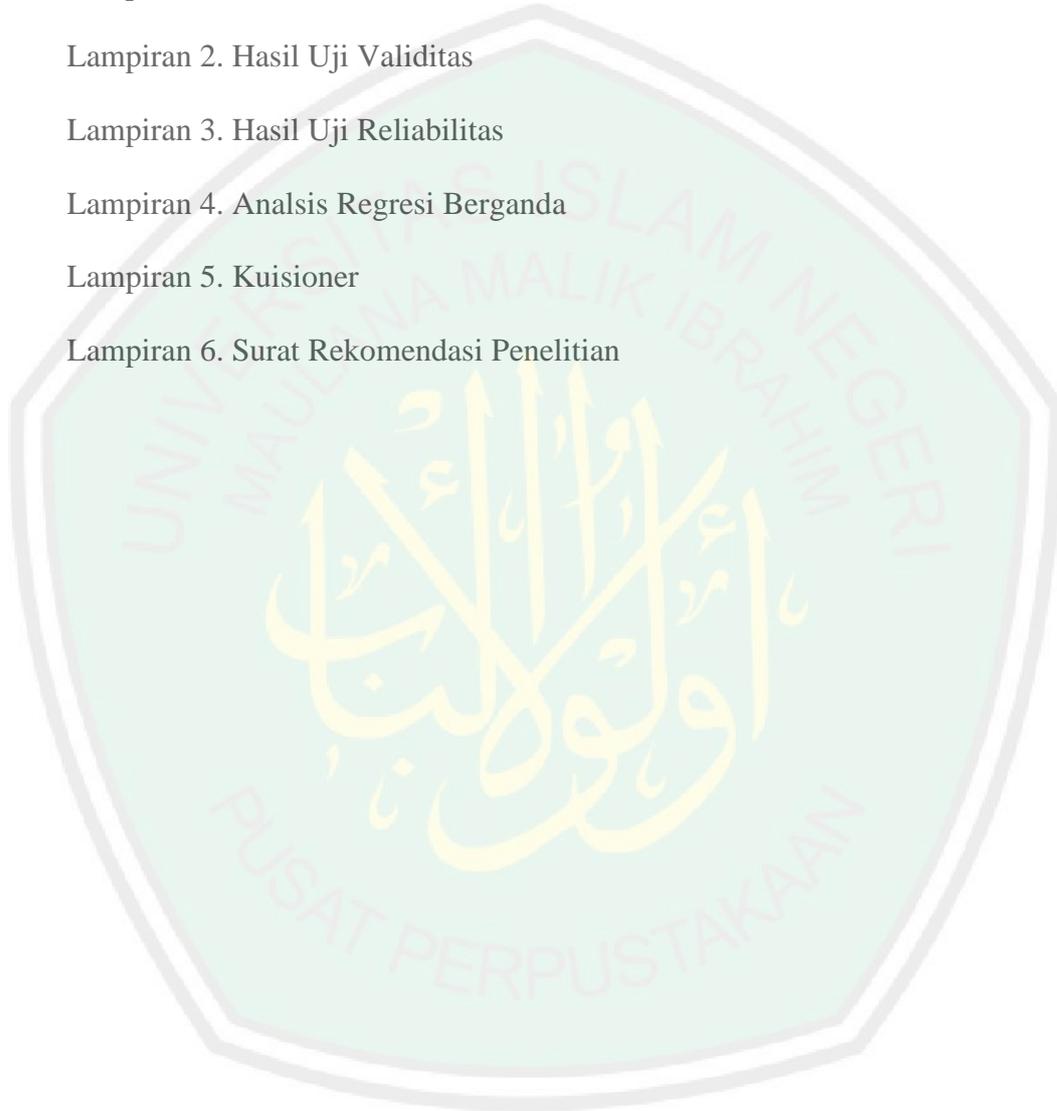
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas

Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 4. Analisis Regresi Berganda

Lampiran 5. Kuisisioner

Lampiran 6. Surat Rekomendasi Penelitian



ABSTRAK

Insiyah, cici'. 2018. *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan, Pelatihan, Dan Pemasaran Syariah Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Forum IKM Kota Batu)* Tesis, Jurusan Magister Ekonomi Syariah, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: (I) Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, S.Ag.,M.Si (II) Dr. Siswanto, SE., M.Si

Kata Kunci : Jiwa Kewirausahaan, Pelatihan, Pemasaran Syariah, dan Pengembangan Usaha Industri Kecil Menengah

Industri kecil menengah merupakan salah satu bagian terpenting dalam perekonomian suatu negara, tidak terkecuali di negara berkembang seperti Indonesia. Industri kecil berperan membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran dan tingkat kemiskinan yang selalu menjadi permasalahan utama yang dialami oleh negara berkembang. Sebagai bagian terpenting dalam perekonomian IKM harus dikelola dengan baik dan terus dikembangkan. Jiwa kewirausahaan, pelatihan dan pemasaran syariah memainkan peranan yang cukup signifikan dalam pengembangan usaha IKM. Dengan memiliki jiwa kewirausahaan, pelatihan dan pemasaran yang baik, bisa memberikan kontribusi bagi pengembangan usaha.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjelaskan: (1) variabel jiwa wirausaha, pelatihan, dan pemasaran syariah berpengaruh secara simultan terhadap pengembangan usaha IKM Kota Batu (2) variabel jiwa wirausaha, pelatihan, dan pemasaran syariah berpengaruh secara parsial terhadap pengembangan usaha IKM Kota Batu (3) variabel yang berpengaruh dominan terhadap pengembangan usaha IKM Kota Batu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 57 responden yaitu para pelaku usaha forum IKM Kota Batu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh yang signifikan jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha secara simultan. Berdasarkan hasil Uji-f = 4,992 > $f_{tabel} = 2,79$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$, yang berarti hipotesis diterima. (2) terdapat pengaruh yang positif jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha secara parsial. Berdasarkan hasil Uji-t pada variabel jiwa kewirausahaan sebesar $6,664 > t_{tabel} = 1,672$. Uji-t pada variabel pelatihan sebesar $2,596 > t_{tabel} = 1,672$. Uji-t pada variabel pemasaran syariah sebesar $2,201 > t_{tabel} = 1,672$. yang berarti hipotesis diterima. (3) terdapat variabel yang berpengaruh dominan terhadap pengembangan usaha IKM kota Batu yakni variabel jiwa kewirausahaan yang memiliki *standardized coefficient* paling besar yaitu 0,615.

ABSTRACT

Insiyah, Cici'. 2018. The influence of Entrepreneurship, Training and Syariah Marketing Toward Business Development (Study on IKM forum of Batu Town) Thesis, Magister of Islamic Economic, Postgraduate of State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, Guided by (I) Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, S.Ag.,M.Si (II) Dr. Siswanto, SE., M.Si

Keywords: Entrepreneurship, Training, Syariah Marketing, and Small and Medium Industry Business Development

Small and medium industries are one of the most important parts of a country's economy, including Indonesia. Small industries have the role in helping the government in reducing the degree of unemployment and poverty which have always become the main problems owned by most developing countries. As the most important part of the SME economy, it must be well managed and continuously developed for the entrepreneurship, training and syariah marketing plays a significant role in the development of IKM businesses. By having a good entrepreneurial spirit, training and marketing it can contribute to business development.

The purpose of this research is to explain: (1) the variables of entrepreneurial, training, and syaria marketing having a simultaneous influence on the development of business of IKM in Batu town (2) the influence of entrepreneurial spirit, training, and syaria marketing influence the development of urban IKM businesses to Batu town partially (3) the influence of the variable that has the most dominant influence on the business development of IKM in Batu town.

This research conducted using a quantitative approach with multiple linear regression analysis techniques. The type of data used is primary data obtained through a questionnaire. The sample in this study amounted to 57 respondents, namely business participants in the IKM Batu town.

The results showed that (1) there was a significant effect of entrepreneurial spirit, training, and syaria marketing on simultaneous business development. It was stated based on the results of the f-test which produced a count = 4.992 > f tabel = 2.79 with a significance level of 0.00 < 0.05, which means the hypothesis is accepted. (2) There is a significant influence on the spirit of entrepreneurship, training, and syaria marketing on partial business development. This is stated based on the results of the t-test on the entrepreneurial spirit variable which produces $t_{count} = 6.664 > t_{table} = 1.672$. The t-test on the training variable produces $t_{count} = 2,596 > t_{table} = 1,672$. The t-test on the Islamic marketing variable produces $t_{count} = 2.201 > t_{table} = 1.672$. which means the hypothesis is accepted. (3) There is a variable that has the most dominant influence on the business development of IKM Batu town, namely the independent variable which has the largest *standardized coefficient* on income, which is entrepreneurial spirit of 0.615.

مستخلص البحث

إنسية، جيحي.س. ٢٠١٨. أثر روح ريادة الأعمال ، التدريب، والتسويق الشرعي على تطوير الأعمال (دراسة منتدى في الصناعات الصغيرة المتوسطة بمدينة باتو) رسالة الماجستير، قسم الاقتصاد الشرعي كلية الدراسات العليا جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج، المشرف: (١) الدتورة إيلفي نور ديانا الماجستير (٢) الدكتور سيسواتو الماجستير

الكلمات الأساسية: روح ريادة الأعمال ، تدريب، التسويق الشرعي، وتطوير الأعمال في الصناعات الصغيرة المتوسطة إن الصناعة الصغيرة المتوسطة هي عبارة من الأمور الأهم في الاقتصاد في بلد ما، منها بلد إندونيسيا. فهذه الصناعة الصغيرة لها دور مساعد للحكومة في تقليل نسبة البطالة ونسبة الفقر اللتان تكونان المشكلة الرئيسية التي تواجهها البلد النامي دائماً. من الأمور المهمة في الاقتصاد ينبغي أن يدار إدارة جيدة والتطوير المستمر. إن روح ريادة الأعمال، التدريب، والتسويق الشرعي تلعب دوراً مهماً جداً في تطوير الأعمال. فامتلاك روح ريادة الأعمال ، والتدريب والتسويق الجيد فبماكانها أن تقدم مساهمة في تطوير الأعمال.

إن الهدف من هذا البحث هو لبيان أن: (١) متغير روح ريادة الأعمال . والتدريب والتسويق الشرعي له أثر بطريقة معية في تطوير الأعمال في الصناعات الصغيرة المتوسطة بمدينة باتو (٢) أثر متغير روح ، تدريب والتسويق الشرعي الذي تأثر بطريقة جزئية على تطوير الأعمال في الصناعات الصغيرة المتوسطة بمدينة باتو (٣) أثر متغير روح ، تدريب والتسويق الشرعي الذي تأثر أكثر هيمنة على تطوير الأعمال في الصناعات الصغيرة المتوسطة بمدينة باتو.

إن هذا البحث يستخدم المنهج الكمي بطريقة تحليل الانحدار الخطي. نوع البيانات المستخدم هو البيانات الأولية التي تحصل عن طريق الاستطلاع. العينة في هذا البحث عددها ٥٧ مستطلعاً وهم العاملون في الصناعات الصغيرة المتوسطة بمدينة باتو.

إن نتائج البحث تدل على أن (١) هناك أثر مهم من روح ريادة الأعمال، تدريب، والتسويق الشرعي على تطوير الأعمال بطريقة معية. وذلك بالاعتماد على نتيجة الاختبار . التي حصلت على $t_{hitung} = 992,4 = t_{tabel} > 79,2$ مع المستوى الأهمية $0,05 > 0,00$ ، وبهذا الفرض مقبول. (٢) هناك أثر مهم من روح ريادة الأعمال ، تدريب، والتسويق الشرعي على تطوير الأعمال بطريقة جزئية على تطوير الأعمال. وذلك بالاعتماد على نتيجة الاختبار t في متغير روح التي حصلت على $t_{hitung} = 6,664 > t_{tabel} = 1,672$. الاختبار t في متغير التدريب حصلت على $t_{hitung} = 2,096 > t_{tabel} = 1,672$. الاختبار t في متغير التسويق الشرعي حصل على $t_{hitung} = 2,201 > t_{tabel} = 1,672$. فبهذا الفرض مقبول. (٣) أن هناك المتغير المؤثر الأكثر هيمنة على تطوير الأعمال في الصناعات الصغيرة المتوسطة بمدينة باتو. يعني ذلك أن المتغير المستقل الذي لديه أكبر موحد على الدخل هو روح ريادة الأعمال بدرجة $0,615$.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini, maka dunia usaha turut mengalami perkembangan yang positif. Hal itu terlihat dari banyaknya unit-unit usaha yang semakin bertambah banyak, baik usaha dalam skala kecil, menengah maupun skala besar. Usaha kecil menengah (UKM) adalah sebuah usaha yang melakukan aktifitas dalam bentuk menjual kembali berbagai aneka jenis produk yang dihasilkan oleh IKM atau Industri besar. Sedangkan industri kecil menengah (IKM) adalah sebuah usaha yang memproduksi berbagai macam jenis produk yang digunakan dalam berbagai keperluan aktifitas makhluk hidup ataupun yang lainnya.¹

Mengingat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi maka peran sektor industri sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian di Indonesia. Disisi lain persaingan perindustrian saat ini semakin ketat. Hal inilah yang membuat produsen terpacu untuk melakukan pembenahan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan perindustrian. Industri kecil merupakan salah satu bagian terpenting dalam perekonomian suatu negara, tak terkecuali di negara berkembang seperti Indonesia. Industri kecil berperan membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat

¹<http://ausigeneral.blogspot.com/2016/09/memahami-pengertian-ukm-dan-ikm>. Diakses pada tanggal 5 januari 2019

pengangguran dan tingkat kemiskinan yang selalu menjadi permasalahan utama yang dialami oleh negara berkembang.²

IKM merupakan usaha yang mempunyai ketahanan akan krisis ekonomi. Hal ini terbukti saat terjadi krisis tahun 1998, IKM bisa bertahan dari keterpurukan yang dialami usaha besar lainnya. Bahkan jumlah IKM semakin meningkat pasca terjadinya krisis. Faktor pendukung IKM dapat bertahan dan cenderung meningkat jumlahnya pada masa krisis adalah: (1) sebagian besar IKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah, (2) sebagian besar IKM mempergunakan modal sendiri dan tidak mendapat modal dari bank ataupun lembaga keuangan lainnya. Sehingga pada masa krisis keterpurukan sektor perbankan dan naiknya suku bunga tidak berpengaruh terhadap IKM, (3) Terjadinya krisis ekonomi yang berkepanjangan menyebabkan sektor formal banyak memberhentikan pekerjaannya. Sehingga pengangguran yang ada melakukan kegiatan usaha yang berskala kecil, akibatnya jumlah IKM semakin meningkat.³

Berdasarkan data Kementrian Perindustrian (Kemenperin) mencatat bahwa pertumbuhan jumlah IKM mengalami kenaikan dari tahun ketahun, hal tersebut dapat dilihat dari 165.983 unit pada tahun 2016 yaitu meningkat 4,5 persen dibandingkan tahun 2015. Sementara pada tahun 2017, jumlah IKM ditargetkan mencapai 182.000 unit dengan target pertumbuhan wirausaha baru sebanyak 5000 unit dan revitalisasi 1.200 IKM dengan menyerap tenaga kerja sebanyak 400.000 orang. Tahun 2019 ditargetkan akan mencapai 20.000 wirausaha baru. Capaian kinerja kemenperin

²Farah Bonita, *Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik Di Kota Semarang*, Economics Development Analysis Journal 2 (3) (2013). 236

³Partomo, Tiktik Sartika Dkk., *Ekonomi Skala Kecil / Menengah Dan Koperasi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004). 2

dalam rangka penumbuhan populasi industri telah mencapai jumlah usaha 4,4 juta unit usaha pada tahun 2016 dan pada tahun 2017 meningkat menjadi 4,6 juta unit usaha⁴. Berikut capaian kinerja berdasarkan unit usaha dan tenaga kerja serta capaian kerja IKM berdasarkan jenis industri.

Tabel 1.1. Capaian kinerja IKM berdasarkan unit usaha dan tenaga kerja

Tahun	Jumlah Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja
2015	3,68	9,43
2016	4,41	10,10
2017	4,59	10,2

Sumber Kementerian Perindustrian (Kemenperin)

Berdasarkan pada table 1.1 diatas dapat di ketahui bahwa jumlah unit usaha dan tenaga kerja IKM mengalami peningkatan setiap tahunnya yaitu mulai dari tahun 2015-2017. Perluasan kesempatan kerja merupakan usaha untuk mengembangkan sektor-sektor yang mampu menyerap tenaga kerja. Usaha penyerapan tenaga kerja tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti pengembangan jumlah penduduk dan angkatan kerja, pertumbuhan ekonomi, tingkat produktivitas tenaga kerja dan kebijakan pemerintah dalam hal penyerapan tenaga kerja itu sendiri. Salah satu cara untuk memperluas penyerapan tenaga kerja adalah melalui pengembangan industry.

Keberadaan kota wisata mampu mendorong perkembangan sektor industri di Kota Batu, makanan dan minuman merupakan produk industri unggulan. Berdasarkan data BPS Kota Batu tahun 2015 Jumlah perusahaan industri menengah sebanyak 22 perusahaan. Perusahaan menengah adalah industri yang mempunyai tenaga kerja lebih dari 20-99 orang sedangkan industri kecil memiliki karyawan 5-19

⁴www.kemenperin.go.id

orang. Dari 22 perusahaan besar sedang yang bergerak pada bidang pengolahan makanan dan minuman sebanyak 13 perusahaan. Pada tahun 2015 tenaga kerja yang terserap dari industri besar sedang sebanyak 1.073 orang. Dari 1.073 tenaga kerja disektor industri sebanyak 32,17 persennya terserap bekerja dalam bidang produksi. Profil industri di Kota Batu tahun 2015 cenderung masih di dominasi industri kecil. Dominasi tersebut dapat dilihat dari jumlah industri kecil yang mencapai lebih dari 95 persen, jika di amati baik industri besar maupun industri kecil sebagian besar merupakan industri makanan dan minuman. Jenis-jenis makanan dan minuman yang diproduksi antara lain sari apel, kripik buah, kripik singkong, tempe, tahu, susu pasteurisasi, kue basah dan lain-lain. Hal ini sejalan dengan kondisi Kota Batu sebagai kota wisata sehingga produk yang dihasilkan oleh masyarakat adalah produk kebutuhan wisatawan untuk oleh-oleh misalnya kerajinan, makanan dan minuman.⁵

Kota Batu sebagai salah satu daerah yang menjadi tujuan wisata di Jawa Timur, memiliki potensi yang cukup besar dibidang pertanian, peternakan dan perdagangan. Pengembangan sektor pengolahan hasil pertanian (sektor primer) yang disinergikan dengan industri jasa, seperti obyek wisata dan perhotelan telah menjadi kekuatan yang menunjang aktivitas ekonomi masyarakat daerah Kota Batu. Sektor industri merupakan sektor strategis yang diharapkan dapat menjadi penyangga pertumbuhan ekonomi kota Batu. Usaha Industri Kecil sudah sejak lama menjadi sektor yang cukup mendapat perhatian di Kota Batu usaha ini ditetapkan sebagai sektor yang dapat mendorong pertumbuhan dan perubahan struktur ekonomi daerah. Hal ini menjadikan Kota Batu sebagai salah satu kota yang menarik dan berpotensi

⁵ Data Direktori Perusahaan Industry Kecil Menengah Kota Batu

untuk pengembangan dunia usaha dan pariwisata. Pengembangan IKM dan sektor pariwisata akan mempengaruhi secara signifikan peningkatan perekonomian baik individu maupun keseluruhan (PAD) Kota Batu.⁶

Berdasarkan data yang diperoleh dari direktori perusahaan industri kecil menengah kota Batu mencatat pertumbuhan IKM dari tahun 2006-2017 mencapai jumlah 904 unit usaha.⁷ Berikut gambaran data jumlah unit usaha industry kecil menengah di kota batu 2015-2017.

Table 1.2 Jumlah Unit Usaha Industri Kecil Menengah Kota Batu

Tahun	Unit Usaha	Tenaga Kerja
2015	759	3,795
2016	820	4,268
2017	904	4,589

Sumber, direktori perusahaan industry kecil menengah kota Batu

IKM memiliki Peranan yang sangat penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi masyarakat Batu dalam mewujudkan kehidupan yang sejahtera, karena IKM mempunyai ruang gerak dan kesempatan usaha yang luas, terutama yang menyangkut kepentingan kehidupan ekonomi rakyat.

Pesatnya perkembangan sektor pariwisata di Kota Batu menimbulkan efek berganda bagi munculnya sektor-sektor lain di Kota Batu, salah satunya adalah industri pengolahan makanan dan minuman yang berasal dari hasil pertanian. Pada dasarnya sektor industri merupakan sektor yang mampu menggerakkan laju perekonomian suatu daerah. Melalui sektor inilah lapangan kerja akan terbuka sehingga tenaga kerja dapat terserap dan pembangunan ekonomi masyarakat lokal

⁶Pradnya Paramita Hapsari., Abdul Hakim2, Saleh Soeaidy, *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah* (Studi Di Pemerintah Kota Batu): Jurnal Wacana Vol. 17, No. 2, 2014. 3

⁷Data Direktori Perusahaan Industry Kecil Menengah Kota Batu

dapat diwujudkan. Namun dalam kenyataannya saat ini, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Batu (2013) menunjukkan bahwa pada tahun 2012 profil industri di Batu cenderung masih di dominasi oleh industri kecil. Dominasi tersebut dapat dilihat dari presentase jumlah industri kecil yang mencapai lebih dari 95 persen. Selain itu saat ini pertumbuhan sektor industri di Kota Batu juga belum optimal, hal ini dapat dilihat melalui pertumbuhan ekonomi Kota Batu tahun 2009-2012 yang menunjukkan bahwa pada tahun 2012 untuk sektor industri pengolahan sendiri telah menunjukkan pertumbuhan yang cukup menggembirakan dibandingkan tiga tahun sebelumnya yaitu tumbuh sebesar 6,57%. Namun pertumbuhan tersebut masih dibawah angka pertumbuhan ekonomi tahun berjalan yaitu sebesar 8,25%.⁸

Tidak kurang 30 industri kecil dan menengah (IKM) baru tumbuh di Kota Batu setiap tahunnya. Kepala Seksi Pembinaan dan Pengembangan IKM Kota Batu Harijadi Agung mengatakan, “hanya saja meski pertumbuhannya cukup menggembirakan namun sektor IKM di Batu belum diikuti dengan penataan manajemen dan pemasaran yang memadai akibatnya sektor IKM yang ada di Batu belum mampu bersaing di pasar luar Batu”.Padahal pertumbuhan IKM di Batu termasuk cukup tinggi pertahun.⁹

Tentu hal tersebut menjadi kendala IKM kota Batu dalam menghadapi persaingan pada perdagangan bebas. Permasalahan tersebut bukan tanpa alasan, permasalahan terjadi karena umumnya IKM mempunyai SDM yang kurang berkualitas serta tidak memiliki jiwa *entrepreneur* yang tinggi, kurangnya inovasi

⁸ Nila Kurnia Wati, Choirul Saleh, Abdul Wachid, *Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Apel Berbasis Ekonomi Lokal (Studi Pada Dinas Koperasi, Ukm, Perindustrian Dan Perdagangan Kota Batu, Jurnal Administrasi Publik (Jap), Vol. 2, No. 1, 2013. 2*

⁹<http://batukota.bps.go.id>

dalam menghasilkan produk, terbatasnya modal usaha, tidak adanya tujuan jelas yang akan diraih oleh para pelaku usaha, serta kurangnya keahlian maupun pengetahuan untuk mengembangkan usaha. Hal-hal tersebut menyebabkan IKM kalah bersaing dan kurang berkembang.¹⁰

Dalam berwirausaha, seorang produsen selain menginginkan laba juga harus mampu bersaing dalam perdagangan bebas sehingga mampu mempertahankan keberlangsungan usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap pelaku usaha dituntut harus selalu mempunyai strategi baru untuk dapat mengembangkan dan mempertahankan persaingan usaha.¹¹ Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam upaya meningkatkan kemampuan mengembangkan IKM disini seorang pengusaha harus mempunyai jiwa kewirausahaan yang tangguh.

Kewirausahaan di Negara berkembang merupakan tiang penyangga dunia usaha dan industri. Kewirausahaan adalah kemampuan dan kemauan seorang dalam mengambil resiko dengan menginvestasikan dan mempertaruhkan waktu, uang dan usaha untuk memulai suatu usaha dan menjadikannya berhasil. Seorang *entrepreneur* menjalankan bisnis sebagai kepuasan (*self actualitation*) dan mencari keuntungan (*profit oriented*).¹² Dengan ditanamkannya jiwa wirausaha nantinya bisa membuat persaingan dalam dunia usaha meningkat. Hal ini dikarenakan adanya globalisasi dan modernisasi. Seorang pengusaha harus dapat mengelola sumber daya secara efektif dan efisien untuk pengembangan IKM. Sukses tidaknya seseorang wirausaha di

¹⁰ Solehuddin Murphi, *Business Plan Praktis Dan Dahsyat Untuk Umkm*, (Bekasi : Laskar Aksara, 2013).9.

¹¹ Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2007). 286.

¹² Fauzan, *Hubungan Religiusitas Dan Kewirausahaan : Sebuah Kajian Empiris Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Volume 10, Nomor 2, Juni 2014. 3

dalam mengelola usahanya tidak hanya dipengaruhi oleh banyaknya modal dan fasilitas yang dimiliki, yang lebih penting ialah usaha tersebut dikelola oleh seseorang yang berjiwa wirausaha dan tahu apa dan bagaimana bisnis tersebut harus dikelola dan dijalankan.

Pelatihan merupakan program yang dilakukan untuk memperbaiki kemampuan dalam melakukan pekerjaan secara individual atau kelompok dalam sebuah usaha.¹³ Dalam industri kecil menengah pelatihan merupakan hal yang penting untuk meningkatkan kreativitas, ketrampilan, dan pengetahuan dalam menjalankan usaha, mengingat masih banyak sumber daya manusia yang dimiliki IKM masih memiliki kemampuan terbatas. Perbaikan kemampuan melalui pelatihan akan dapat mendorong kegiatan usaha semakin lebih baik.

Pemasaran juga menjadi satu hal yang penting dalam sebuah usaha. Keberhasilan sebuah usaha dapat terus bertahan adalah karena produk yang mereka hasilkan dapat dipasarkan dengan baik dan dibeli konsumen. Pemasaran pada IKM menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan, karena dalam pemasaran IKM masih banyak yang mengalami kesulitan dalam promosi produk sehingga jangkauan pemasaran produk terbatas. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.¹⁴

¹³ Hadari Nawawi, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2005). 208.

¹⁴ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*, (Bandung : Alfabet, 2010). 57.

Terdapat beberapa penelitian yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Komala Inggarwati dan Arnold Kaudin yang meneliti tentang peranan faktor-faktor individual dalam mengembangkan usaha (studi kuantitatif pada wirausaha kecil di Salatiga), menyatakan bahwa faktor motivasi awal mendirikan usaha, *self-efficacy*, pelatihan, pendampingan (pembinaan dan pemberian motivasi lebih lanjut) mempunyai pengaruh yang nyata dalam perkembangan wirausaha kecil di Salatiga.¹⁵

Khairul Akhir Lubis dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelatihan dan motivasi kerja terhadap karyawan PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan, baik secara parsial maupun secara simultan. Metode pengumpulan data dilakukan dengan angket dan studi dokumentasi, model analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan dan motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan baik secara parsial maupun simultan.¹⁶

Hasil yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Widyastutik, Heti Mulyati, dan Eka Intan K. Putri mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan klaser UMKM alas kaki di Kota Bogor, aspek finansial berupa penguatan modal dari dana bantuan mempunyai pengaruh yang

¹⁵ Komala Inggarwati Dan Arnold Kaudin, *Peranan Faktor-Faktor Individual Dalam Mengembangkan Usaha Studi Kuantitatif Pada Wirausaha Kecil Di Salatiga*. (Jurnal Manajemen Bisnis, 2010).199.

¹⁶ Khairul Akhir Lubis, “ Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt Perkebunan Nusantara Iv (Persero) Medan”, Tesis, (Medan: Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2008)

sangat kecil. Untuk aspek non finansial berupa pemasaran, pelatihan dan dukungan pendampingan tidak berpengaruh terhadap pengembangan klaser UMKM alas kaki di Kota Bogor.¹⁷

Berdasarkan beberapa hasil penelitian-penelitian yang telah disebutkan di atas tentang beberapa variabel yang mempengaruhi perkembangan UMKM, masih belum menunjukkan hasil yang konsisten. Kemudian melihat pentingnya keberadaan IKM di kota Batu sebagai sektor penopang dan penggerak ekonomi rakyat, dimana pemerintah telah menunjukkan keberpihakan terhadap perkembangannya. Maka penting untuk mengetahui seberapa besar peran pemerintah dalam perkembangan IKM di kota Batu tersebut agar dapat diketahui secara nyata apa saja yang mempunyai pengaruh dan tidak mempunyai pengaruh terhadap perkembangan IKM kota Batu.

Permasalahan yang menjadi pemicu kurang berkembangnya suatu usaha sebagaimana disebutkan diatas, menjadi suatu problem yang harus segera diselesaikan, oleh karena itu IKM kota Batu membutuhkan wadah atau forum yang bisa membantu meminimalisir permasalahan yang ada. Salah satu terobosan yang dilakukan dalam mengatasi permasalahan pengembangan IKM kota Batu adalah dengan membentuk suatu forum. Dimana forum tersebut diharapkan dapat membantu dan berperan besar dalam pengembangan IKM kota Batu.

Forum IKM Jatim Kota Batu merupakan perkumpulan kegiatan yang berkantor pusat di Jatim, yang berkedudukan di Surabaya memiliki anggota di setiap

¹⁷ Widyastutik, Dkk, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Klaser Umkm Alas Kaki Di Kota Bogor*, (Jurnal Manajemen Dan Agribisnis, 2010). 23

kabupaten/kota. Kegiatan terkait dengan UKM berbasis produksi, yaitu Produk Makanan Minuman dan Industri Kreatif, yang di dukung kelompok Pertanian, Perkebunan, Perikanan dan Perternakan yang merupakan unsur pendukung bahan baku bagi Industri kecil menengah tersebut. Forum ini memberi Informasi, Menjembatani dan mendampingi serta melakukan pendataan IKM di Wilayah Kota batu, Produk Industri kecil Kota Batu memiliki potensi yang besar namun memiliki kendala bagi pelaku usaha itu sendiri, dalam produk berdaya saing dan harga produksi yang tinggi perlu ada upaya penekanan biaya produksi, di butuhkan kesinambungan dalam usaha dalam memajukan ekonomi masyarakat kecil khususnya masyarakat Jawa Timur yang tergabung dalam Forum IKM Jatim Kota Batu, perlu pembinaan dan pengetahuan terkait berbagai macam kebutuhan pendukung dalam memproduksi baik dari sisi produk dan juga kemasan serta Pemasaran lokal Regional dan Nasional.¹⁸

Informasi awal kami dapat dari ketua forum IKM kota batu beliau menyampaikan bahwa forum ini dibentuk atas kesadaran para anggota untuk membantu perekonomian masyarakat dan peningkatan mutu produksi. Saat ini jumlah anggota FIKM kota Batu kurang lebih 57 orang dengan skitar 150 produk dan terus mengalami peningkatan karena banya pelaku IKM semakin percaya dengan hasil kerja forum, walaupun forum ini terbilang baru.¹⁹

Peningkatan produksi usaha kecil adalah kunci sukses keberhasilan Pemerintah sebagai perwujudan Program Nasional yaitu meningkatkan ekonomi

¹⁸www.ikmbatu.com

¹⁹ Wawancara dengan ketua Fom IKM kota Batu, bapak Eko Sumartono

rakyat dan peningkatan mutu produksi yang berkelanjutan. Untuk mencapai tujuan tersebut perlu adanya upaya atau langkah yang nyata yang dimaksud dapat menjadi perhatian dan kebijakan pemerintah khususnya dinas terkait yang mendukung kelancaran kegiatan IKM. Forum Ikm Jatim Kota batu sebagai sarana informasi kegiatan IKM, Pameran, Pelatihan informasi Produk dan membantu memperkenalkan Produk produk IKM Unggulan Kota Batu, serta serta Bersinergi dengan Pemerintah/Pemkot, Asosiasi Lokal, Plut dan tempat wisata yg ada di Kota Batu dalam meningkatkan dan memajukan Ikm Kota Batu yang lebih mandiri dan kreatif. Dalam bentuk memberikan kepedulian pengetahuan produk, yaitu informasi kerjasama terkait pengenalan Produk IKM, pemasaran serta mendukung pemerintah/Pemkot dalam hal sarana dan prasarana untuk memajukan IKM wilayah Kota Batu dan kota di Jawa Timur.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengambil judul pengaruh jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha (studi pada forum IKM kota Batu)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, maka dapat diambil titik permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah variabel jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah berpengaruh terhadap pengembangan usaha IKM kota Batu secara simultan?
2. Apakah variabel jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah berpengaruh terhadap pengembangan usaha IKM kota Batu secara parsial?

3. Variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap pengembangan usaha IKM kota Batu?

C. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang dikemukakan oleh penulis, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha IKM kota Batu secara simultan
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha IKM kota Batu secara parsial
3. Untuk menguji dan menganalisis variabel yang berpengaruh dominan terhadap pengembangan usaha IKM kota Batu

D. Manfaat Penelitian

Dari pernyataan di atas, maka hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga

Sebagai bahan masukan atau pertimbangan dalam pengembangan Industri Kecil dan Menengah dalam menentukan kebijakan dimasa yang akan datang. Serta hasil penelitian dapat bermanfaat bagi lembaga lain dalam mengembangkan industri yang sedang dikelola/di bina baik industri lama maupun industri baru.

2. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini peneliti ingin melihat pengaruh dari program pelatihan, bantuan pemasaran dan pendampingan terhadap pengembangan usaha Industri Kecil dan Menengah yang ada dilapangan. Serta hasil penelitian dapat digunakan untuk memperluas kajian ekonomi syariah

3. Bagi Pembaca

Sebagai informasi dan menambah wawasan pengetahuan untuk mempelajari konsep faktor pengembangan Industri Kecil dan Menengah, dalam tataran teoritis maupun praktis.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian disini yaitu untuk melihat bagaimana pengaruh variable-variabel jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan karakteristik *syariah marketing*, yang diterapkan di forum IKM kota Batu menjadi salah satu solusi dalam proses pengembangan IKM di daerah kota Batu. Mengingat bahwa IKM merupakan salah satu pilar terpenting dalam meningkatkan laju perekonomian nasional.

Industri Kecil Menengah (IKM) adalah usaha yang mempunyai ketahanan akan krisis ekonomi. Hal ini terbukti saat terjadi krisis tahun 1998, IKM bisa bertahan dari keterpurukan yang dialami usaha besar lainnya. Bahkan jumlah IKM semakin meningkat paska terjadinya krisis. Oleh karena itu adanya pertumbuhan IKM harus terus mendapat dukungan baik dari pemerintah maupun penduduk setempat, guna untuk terus memacu pertumbuhan perekonomian masyarakat.

F. Orisinalitas Peneltian

Dalam orisinalitas disini peneliti memberikan gambaran tentang perbedaan antara tema yang diangkat peneliti yaitu tentang pengaruh program pelatihan,

pemasaran dan pendampingan terhadap pengembangan industry (studi pada forum IKM kota Batu) dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya yang sudah dilakukan dengan melihat table di bawah ini:

Tabel. 1.3 Orisnalitas Penelitian

No	Judul, nama, dan tahun penelitian	Variabel penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan penelitian
1	Pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha jamur tiram, Ni Wayan Purnami Rusadi, Ketut Budi Susrusa, dan I Gede Setiawan AP, 2015	(X1) : jiwa kewirausahaan (Y) : keberhasilan usaha jamur tiram	dalam penelitiannya dapat diketahui bahwa Jiwa kewirausahaan (X1) terbukti memiliki hubungan yang positif dan sangat signifikan terhadap keberhasilan usaha jamur tiram (Y).	Perbedaan terletak pada jumlah variabel, serta lokasi dan tahun penelitian.
2	Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga, oleh Endang Purwanti, tahun 2012	(X1) : Karakteristik wirausaha. (X2) : Modal usaha. (X3) : Pemasaran. (Y) : Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga.	Terdapat pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran secara bersama terhadap perkembangan UMKM di desa Dayaan dan desa Kalilondo Salatiga. Terdapat pengaruh karakteristik wirausaha, Modal usaha, dan modal usaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM, sedangkan Strategi pemasaran tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan usaha.	Perbedaan terletak pada variabel yang digunakan, serta lokasi dan tahun penelitian.
3	Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Apel Berbasis Ekonomi Lokal (Studi pada Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Batu), oleh Nila	(X) :Pemberdayaan industri pengolahan apel (penyediaan sarana dan prasarana penunjang usaha, pelatihan teknologi dan pendampingan).	Hasilnya program pemberdayaan tersebut tidak terlalu berpengaruh pada perkembangan industri pengolahan apel di Kota Batu.	Perbedaan terletak pada tahun penelitian.

	Kurnia Wati, Choirul Saleh, dan Abdul Wachid, tahun 2013	(Y) :Perkembangan industri pengolahan apel di Kota Batu.		
4	Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan terhadap Pengembangan Usaha Kecil pada Program Kemitraan Bina Lingkungan <i>Community Development Centre</i> (CDC) PT. Telkom Cabang Pekanbaru, oleh Raden Rudi Alhempri dan Wismar Harianto, tahun 2014	(X1) : Pelatihan. (X2) : Pembinaan. (Y) : Pengembangan Usaha Kecil pada Program Kemitraan Bina Lingkungan <i>Community Development Centre</i> (CDC) PT. Telkom Cabang Pekanbaru.	Pelatihan dan pembinaan berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha kecil mitra binaan terhadap perkembangan usaha kecil pada usaha kecil mitra binaan <i>Community Development Centre</i> (CDC) PT. Telkom Cabang Pekanbaru.	Perbedaan terletak pada jumlah variabel yang digunakan dan lokasi penelitian
5	Pengaruh Pelatihan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil (Mikro) Di Kecamatan Lueng Bata Kota Banda Aceh Miksalmina, oleh Putri Bintusyi Sathi, tahun 2007	(X1) : pelatihan (X2) : pengembangan usaha	Pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Kecil (Mikro) Di Kecamatan Lueng Bata Kota Banda Aceh Miksalmina	Perbedaan terletak pada jumlah variabel, objek dan tahun penelitian

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Jiwa Kewirausahaan

1. Definisi Jiwa Kewirausahaan

Kata *entrepreneurship* sendiri sebenarnya berawal dari bahasa Prancis yaitu “*entreprendre*” yang berarti petualang, pencipta, dan pengelola usaha. Istilah ini diperkenalkan pertama kali oleh Richard Cantillon (1755). Istilah ini makin populer setelah digunakan oleh pakar ekonomi J.B Say (1803) untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu memindahkan sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat yang lebih tinggi serta menghasilkan lebih banyak lagi.²⁰

Geoffrey G. Meredith, mendefinisikan *entrepreneur* adalah orang yang memiliki kemampuan menemukan dan mengevaluasi peluang-peluang, mengumpulkan sumber-sumber daya yang diperlukan dan bertindak untuk memperoleh keuntungan dari peluang-peluang itu.

Dalam Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 4 tahun 1995 tanggal 30 Juni 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan, bahwasanya ; Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produksi baru dengan

²⁰ Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 24

meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.²¹

Sedangkan wirausaha menurut Eddy Soeryanto adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul. Seorang wirausaha haruslah jiwa seorang yang mampu melihat ke depan. Melihat ke depan dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya.²²

Bedasarkan dari beberapa penjelasan di atas dapat ditai kesimpulan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan seseorang dalam melihat peluang, menciptakan ide baru yang kemudian menjadiknnya sebagai suatu hal yang memiliki nilai ekonomis. Agar berwirausaha menjadi mudah diperlukan langkah-langkah untuk mengarahkan sebelum memulai usaha, antara lain:

- a. Berani memulai, tidak perlu menunggu besok ataupun lusa.
- b. Berani menanggung risiko, tidak perlu takut mengalami kerugian.
- c. Setiap tindakan yang dilakukan penuh perhitungan dan pertimbangan, tidak bertindak gegabah dalam melangkah atau mengambil keputusan.
- d. Mampu menyusun rencana sebagai pedoman dan alat kontrol sekarang dan yang akan datang.
- e. Tidak cepat puas dan putus asa, selalu ingin maju dan pantang menyerah.
- f. Setiap tindakan harus diiringi dengan sikap optimis dan penuh keyakinan.

²¹ Eman Suherman, *Desain Pembelajaran Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 6-7

²² Eddy soeryanto Soegoto, *Entrepreneurship Menjadi Pembisnis Ulung*, (Elex Media Computindo, 2009).

- g. Memiliki tanggung jawab, bertanggung jawab apa yang dilakukan terhadap semua pihak.
- h. Memiliki etika dan moral dalam bisnisnya.²³

Sukses tidaknya seseorang wirausaha di dalam mengelola usahanya tidak hanya dipengaruhi oleh banyaknya modal dan fasilitas yang dimiliki, yang lebih penting ialah usaha tersebut dikelola oleh seseorang yang berjiwa wirausaha dan tahu apa dan bagaimana bisnis tersebut harus dikelola dan dijalankan. Jiwa wirausaha yang harus dimiliki antara lain:

- a. Berani bermimpi, wirausaha seharusnya tidak takut untuk bermimpi, bermimpi pun membutuhkan keberanian.
- b. Berani mencoba, harus punya keberanian untuk mencoba karena keberhasilan bisnis sangat dipengaruhi oleh semangat kewirausahaan yang tinggi.
- c. Berani gagal, setiap manusia pasti pernah menghadapi masalah dan gagal. Dengan adanya masalah dan kegagalan akan menumbuhkan sifat yang menjadikan lebih baik ketika dapat mengambil hikmah pada suatu masalah.
- d. Membaca peluang, dapat melihat peluang bisnis yang ada disekitarnya. Untuk dapat melihat peluang tersebut, dibutuhkan keberanian, kejelian dan kreativitas.
- e. Berani memulai, memulai bisnis dengan penuh keyakinan dan semangat, mencari ide bisnis dari mana saja dan dengan berbagai cara.

²³Kasmir, *Kewirausahaan* , hlm. 14

f. Cerdas emosional, wirausaha yang memiliki kecerdasan emosional memiliki peluang lebih untuk mencapai keberhasilan. Dapat melihat peluang walaupun dalam keadaan krisis ekonomi.

g. Kreatif, kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru atau dapat menggabungkan unsur untuk menjadikan sesuatu berbeda. Sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas.²⁴

Berwirausaha tidak selalu memberikan hasil yang sesuai dengan harapan dan keinginan pengusaha. Tidak sedikit pengusaha yang mengalami kerugian dan akhirnya bangkrut. Namun, banyak juga pengusaha yang sukses karena ketekunannya dan semangatnya untuk terus mengembangkan usaha.

2. Indikator Jiwa Kewirausahaan

Watak, sifat, jiwa, dan nilai kewirausahaan muncul dalam bentuk perilaku kewirausahaan dapat dilihat sebagai berikut:²⁵

a. Percaya Diri (*Self Confidence*)

Kepercayaan diri merupakan suatu sikap keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan.²⁶ Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator Percaya Diri (*Self Confidence*) dibawah ini:²⁷

1) Keyakinan

2) Keberanian

²⁴ Abas Sunarya, et al., *Kewirausahaan*, hlm, 91-115.

²⁵ Geoffrey G. Meredith, *Kewirausahaan*, hlm. 5

²⁶ Soesarsono Wijandi, *Pengantar Kewiraswataan*. (Bandung: Sinar Baru, 1988), hlm .33

²⁷ Suryana. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hlm. 21

b. Berorientasi tugas dan hasil

Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil, adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan kerja keras. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator Berorientasi tugas dan hasil dibawah ini:

- 1) Ketekunan dan ketabahan
- 2) Kerja keras

c. Kepemimpinan

Seorang wirausaha harus memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, keteladanan. Ia selalu menampilkan produk dan jasa-jasa baru dan berbeda sehingga ia menjadi pelopor baik dalam proses produksi maupun pemasaran. Dan selalu memanfaatkan perbedaan sebagai suatu yang menambah nilai. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator Kepemimpinan dibawah ini:²⁸

- 1) Dapat bergaul dengan orang lain
- 2) Menanggapi saran-saran dan kritik

d. Berorientasi ke masa depan

Wirausaha harus memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan, kuncinya adalah dengan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang ada sekarang. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator berorientasi ke masa depan dibawah ini:²⁹

²⁸Suryana. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis*, hlm 22

²⁹Suryana. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis*, hlm 23

1) Pandangan ke masa depan

2) Perspektif

e. Keorsinilan : kreativitas dan inovasi

Nilai inovatif, kreatif dan fleksibel merupakan unsur-unsur keorsinilan seseorang. Wirausaha yang inovatif adalah orang yang kreatif dan yakin dengan adanya cara-cara baru yang lebih baik³⁰ Ciri-cirinya adalah :

- 1) Tidak pernah puas dengan cara-cara yang dilakukan saat ini, meskipun cara tersebut cukup baik
- 2) Selalu menuangkan imajinasi dalam pekerjaannya
- 3) Selalu ingin tampil berbeda atau selalu memanfaatkan perbedaan.

Menurut Suryana seorang yang memiliki jiwa kewirausahaan haruslah memiliki ciri-ciri sebagai berikut :³¹

1. Penuh percaya diri yaitu keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab.
2. Memiliki inisiatif yaitu penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif.
3. Memiliki motif berprestasi yaitu terdiri dari orientasi pada hasil dan wawasan ke depan.
4. Memiliki jiwa kepemimpinan yaitu berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak Berani mengambil risiko yaitu penuh perhitungan.

³¹ Suryana, M,Si, *Kewirausahaan*. (Jakarta; Selemba Empat, 2006).3

Berdasarkan kedua ciri jiwa kewirausahaan yang telah dijelaskan di atas tidak terlihat adanya perbedaan yang jauh, namun dalam penelitian ini peneliti memilih indikator yang pertama yang dijadikan sebagai indikator dalam penelitian ini, karena gambaran yang diberikan lebih jelas sehingga lebih tepat dijadikan sebagai indikator dalam penelitian ini.

3. Kewirausahaan dalam Perspektif Islam

Dalam ilmu ekonomi, aktifitas tersebut termasuk dalam proses produksi. Produksi dalam ekonomi Islam, aktifitas produksi yang terkait dengan halal dan haramnya suatu barang atau jasa dan cara memperolehnya. Islam memandang bahwa suatu barang atau jasa mempunyai nilai guna jika mengandung nilai kemaslahatan. Seperti yang diungkapkan oleh Al-Syaitibi, kemaslahatan hanya dapat dicapai dengan memelihara lima unsur pokok kehidupan, yaitu: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.³² Kewirausahaan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan kedalam masalah mu'amalah, yaitu masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal antar manusia dan tetap akan dipertanggungjawabkan kelak di akhirat. Dalam surat An-Najm ayat 39-42 mengingatkan kepada manusia:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ﴿٤٠﴾ ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ
الْأَوْفَىٰ ﴿٤١﴾ وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُنْتَهَىٰ ﴿٤٢﴾

Artinya: “dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan

³²Asafri jaya Bakri, *Konsep Maqasid Syariah Menurut Al-Syaitibi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 71

(kepadanya), kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna, dan sesungguhnya kepada Tuhanmulah kesudahannya (segala sesuatu)". (QS. An-Najm ayat 39-42)³³

Seperti hadits di bawah ini, Rasulullah saw mengajarkan umatnya supaya berusaha memenuhi hajat hidupnya dengan jalan apa pun menurut kemampuan asal jalan yang ditempuh halal.

Artinya: "*Sesungguhnya kalau seorang di antara kalian mengambil tali-temalnya, lalu ia datang dengan seikat kayu bakar di atas punggungnya, kemudian menjualnya, hingga dengannya ia dapat menjaga mukanya (menjaga kehormatannya dari minta-minta), itu lebih baik baginya daripada ia meminta-minta kepada orang, baik mereka memberi atau menolaknya.*" (HR.Bukhari)³⁴

Berusaha dengan bekerja kasar seperti mengambil kayu bakar di hutan itu lebih terhormat dari pada meminta-minta dan menggantungkan diri kepada orang lain. Begitulah didikan dan arahan Rasulullah saw untuk menjadikan umatnya sebagai insan-insan terhormat dan terpadang, bukan umat yang lemah dan pemalas.³⁵

Dalam pandangan Islam, aktivitas produksi merupakan bagian dari kewajiban *'imaratul kaun*, yakni menciptakan kemakmuran semesta untuk semua makhluk. Berkenaan dengan hal tersebut, Al-Syaibani menegaskan bahwa kerja yang merupakan unsur utama produksi mempunyai kedudukan yang penting dalam kehidupan karena menunjang pelaksanaan ibadah kepada Allah SWT, karenanya hukum bekerja adalah wajib. Hal ini disandarkan pada surat Al-Jumu'ah ayat 10.

³³ Depaetemen Agama

³⁴ Syaikh Muhammad Nashiruddin al-Albani, *Shahih*, hlm. 4

³⁵ Husaini A. Majid Hasyim, *Syarah Riyadhus Shalihin*, terj. Mu'ammal Hamidy dan Imron A. Manan, Surabaya: PT Bina Ilmu, 1993, hlm. 347

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠٦﴾

*“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”*³⁶

Orientasi bekerja menurut Al-Syaibani adalah hidup untuk meraih keridhaan Allah SWT. Disisi lain, kerja merupakan usaha untuk mengaktifkan roda perekonomian, termasuk proses produksi, konsumsi dan distribusi yang berimpilaksi secara makro meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Dengan demikian kerja mempunyai peranan penting dalam memenuhi hak Allah SWT, hak hidup, hak keluarga dan hak masyarakat.

B. Pelatihan

1. Definisi Pelatihan

Pelatihan berasal dari kata “latih” yang pengertiannya erat dengan kata “ajar” atau belajar, kemudian menjadi kata latih atau peltihan, yaitu suatu kegiatan yang berhubungan dengan proses belajar mengajar. Pelatihan merupakan setiap kegiatan yang menyangkut proses belajar untuk memperoleh dan meningkatkan keterampilan di luar sistem pendidikan yang berlaku dalam waktu yang relatif singkat, dan dengan metode yang lebih mengutamakan praktek dari pada teori.³⁷

Pelatihan merupakan sarana untuk mengembangkan sumber daya manusia menuju era globalisasi yang penuh dengan tantangan. Dalam konteks pengembangan

³⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Kudus: Menara Kudus, 2006), hlm. 933

³⁷I Komang Ardana, Ni Wayan Mujiati, Dan I Wayan Mudiarta Utama, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), Hlm. 92.

SDM, terutama dalam mengembangkan intelektual dan kepribadian manusia. Vethzal Rivai dan Ella Jauvanimengartikan pelatihan sebagai bagian dari pendidikan yang menyangkut proses belajar untuk memperoleh dan meningkatkan keterampilan diluar sitem pendidikan yang berlaku dalam waktu yang relatif singkat dengan menggunakan metode yang lebih mengutamakan praktek dari pada teori.³⁸

Istilah pelatihan mengacu pada serangkaian kegiatan yang memberikan peluang untuk mendapatkan dan meningkatkan kemampuan yang berkaitan dengan keterampilan. Program pelatihan diberikan baik kepada karyawan yang baru diterima maupun kepada karyawan lama, dengan maksud untuk menghadapi situasi-situasi yang berubah.³⁹ Sedangkan pelatihan menurut para ahli antara lain:

Berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelatihan adalah suatu proses belajar dan usaha yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan keterampilan kerja industri. Perbedaan antara pengembangan dan pelatihan yaitu, Pengembangan lebih ditujukan untuk meningkatkan kemampuan manajerial, sedangkan pelatihan lebih ditujukan untuk meningkatkan keterampilan teknis. Pengertian tentang pelatihan membuat penulis ingin membuktikan adakah hubungan antara pelatihan yang diberikan kepada karyawan untuk mengembangkan dan meningkatkan keterampilan kerja yang dikaitkan dengan kinerja karyawan. Proses belajar dan usaha yang dilakukan oleh anggota forum IKM kota Batu pada nantinya akan membuktikan apakah hal tersebut

³⁸Vethzal Rivai Dan Ella Jauvani, *Manajemen SDM Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 211

³⁹Amirullah Dan Haris Budiyo, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004), hlm. 210.

mempengaruhi tingkat kinerjanya dalam mencapai tujuan forum IKM kota Batu yang nantinya akan digunakan sebagai indikator dalam penelitian ini.

2. Tujuan Pelatihan

Tujuan pelatihan pada hakikatnya ialah perubahan kemampuan, dimana perubahan itu merupakan bagian dari perilaku, maka tujuan pelatihan dirumuskan dalam bentuk perilaku. Program pelatihan bertujuan untuk memperbaiki penguasaan berbagai keterampilan dan teknik pelaksanaan kerja tertentu untuk kebutuhan saat sekarang. Proses Pelatihan mempunyai fokus pada pelaksanaan pekerjaan dan penerapan pengetahuan pada pelaksanaan tugas tertentu. Sehingga adanya Pelatihan dapat meningkatkan ketrampilan seseorang agar kinerjanya meningkat.

Tujuan diselenggarakannya pelatihan diarahkan untuk membekali, meningkatkan, dan mengembangkan kompetensi kerja guna meningkatkan kemampuan, produktivitas dan kesejahteraan sumber daya manusia. Adapun tujuan-tujuan pelatihan secara lebih jelasnya menurut Simamora adalah sebagai berikut :⁴⁰

- a. Memperbaiki kinerja sumber daya manusia yang bekerja secara tidak memuaskan. Kekurangan keterampilan merupakan calon utama pelatihan, kendati tidak dapat memecahkan semua masalah kinerja yang efektif, program pelatihan dan pengembangan yang sehat sering berfaedah dalam meminimalkan masalah ini.
- b. Memuktahirkan keahlian para karyawan sejalan dengan kemajuan teknologi. Melalui pelatihan, pelatih memastikan bahwa sumber daya manusia dapat mengaplikasikan teknologi baru secara efektif. Perubahan teknologi pada

⁴⁰ Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta : Stie Ykpn, 2006), Hlm 276.

gilirannya, berarti bahwa pekerjaan senantiasa berubah dan keahlian serta kemampuan karyawan haruslah dimuktahirkan melalui pelatihan, sehingga kemajuan teknologi dapat diintegrasikan dalam organisasi secara sukses.

- c. Mengurangi waktu pembelajaran bagi karyawan baru agar kompeten dalam pekerjaan. Seorang karyawan baru sering kali tidak menguasai keahlian dan kemampuan yang dibutuhkan untuk menjadi "job comotent" yaitu mencapai output dan standar mutu yang diharapkan.
- d. Membantu memecahkan masalah operasional.
- e. Mempersiapkan karyawan untuk berkembang. Pelatihan adalah kunci dalam sistem pengembangan diri, dengan secara berkesinambungan mengembangkan dan mempromosikan sumber daya manusia melalui pelatihan, sumber daya manusia dapat berbobot, penuh motivasi dan mempunyai kinerja yang memuaskan.
- f. Mengorientasikan karyawan terhadap organisasi usaha.
- g. Memenuhi kebutuhan pertumbuhan pribadi dalam pekerjaan.

3. Indikator Pelatihan

Menurut Vethzal Rivai dan Ella Jauvani, terdapat beberapa indikator dalam pelatihan yaitu:⁴¹

⁴¹Vethzal Rivai Dan Ella Jauvani, *Manajemen SDM Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), Hlm. 225

a. peserta Pelatihan

Untuk mencapai sasaran program pelatihan hendaknya peserta dipilih yang benar-benar siap dilatih, artinya mereka yang mengikuti pelatihan adalah mereka yang secara mental telah dipersiapkan untuk mengikuti program.

b. Instruktur (pelatih)

Pelatih harus didasarkan pada keahlian dan kemampuannya untuk mentransformasikan keahlian tersebut pada peserta, karena pada dasarnya pelatih mempunyai peran besar terhadap kelancaran dan keberhasilan program pelatihan.

c. Materi (bahan) Pelatihan

Penyusunan materi pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan serta memperhatikan faktor-faktor seperti tujuan pelatihan, peserta pelatihan, harapan lembaga pelatihan dan lamanya waktu pelatihan.

d. Metode Pelatihan

Metode pelatihan harus disesuaikan dengan tingkat kemampuan peserta dan jenis pelatihan yang akan dilaksanakan

e. Tujuan dan Sasaran Pelatihan

Secara umum pelatihan dilakukan dengan tujuan untuk mengembangkan keahlian, dan mengembangkan pengetahuan sehingga dapat meningkatkan kreativitas dan keterampilan para peserta, dimana dengan adanya pelatihan ini dapat membantu para peserta dalam menyelesaikan suatu pekerjaan secara maksimal. Kegiatan pelatihan dimaksudkan untuk menghasilkan perubahan tingkah laku. Adapun yang dimaksud perubahan tingkah laku disini berupa

bertambahnya pengetahuan, keahlian keterampilan, perubahan sikap dan perilaku.

Adapun indikator pelatihan menurut Mangkunegara diantaranya:⁴²

a. Tujuan Pelatihan

Tujuan pelatihan harus konkrit dan dapat diukur, oleh karena itu pelatih yang akan diselenggarakan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kerja agar peserta mampu mencapai kinerja secara maksimal dan meningkatkan pemahaman peserta terhadap etika kerja yang harus diterapkan.

b. Materi

Materi pelatihan dapat berupa: pengelolaan (manajemen), tata naskah, psikologis kerja, komunikasi kerja, disiplin dan etika kerja, kepemimpinan kerja dan pelaporan kerja.

c. Metode Yang Digunakan

Metode pelatihan yang digunakan adalah metode pelatihan dengan teknik partisipatif yaitu diskusi kelompok, konferensi, simulasi, bermain peran (demonstrasi) dan games, latihan dalam kelas, test, kerja tim dan study visit (studi banding).

⁴² Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013). 62

d. Kualifikasi Peserta

Peserta pelatihan adalah pegawai perusahaan yang memenuhi kualifikasi persyaratan seperti karyawan tetap dan staf yang mendapat rekomendasi pimpinan.

e. Kualifikasi Pelatih (Instruktur)

Palatih/instruktur yang akan memberikan materi pelatihan harus memenuhi kualifikasi persyaratan antara lain: mempunyai keahlian yang berhubungan dengan materi pelatihan, mampu membangkitkan motivasi dan mampu menggunakan metode partisipatif.

Dari kedua indikator yang telah dijelaskan di atas memiliki fungsi yang tidak jauh berbeda yaitu untuk meningkatkan kemampuan seseorang, namun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator yang dijelaskan oleh Vethzal Rivai dan Ella Jauvani karena indikator pelatihan yang dijelaskan beliau lebih dengan penelitian ini yaitu pelatihan untuk pengembangan usaha sedangkan indikator yang dijelaskan oleh Mangkunegara lebih pada pengembangan kinerja karyawan.

4. Pelatihan dalam Islam

Dalam Islam pelatihan (*training*) dalam bidang pekerjaan merupakan bentuk ilmu untuk meningkatkan kinerja, dimana Islam mendorong ummatnya untuk bersungguh-sungguh dalam memuliakan pekerjaan. Islam mendorong untuk melakukan pelatihan para karyawan dengan tujuan untuk mengembangkan kompetensi

dan kemampuan teknis karyawan dalam menunaikan tanggung jawab pekerjaanya.⁴³

Hal ini sesuai dengan firman Allah al-Insyiqaq ayat 6 yang berbunyi:

يَأْتِيهَا إِلَّا نَسْنُ إِنَّكَ كَادِحٌ إِلَىٰ رَبِّكَ كَدًّا حَا فَمُلْقِيهِ ﴿٦﴾

*Artinya: Hai manusia, sesungguhnya kamu telah bekerja dengan sungguh-sungguh menuju Tuhanmu, maka pasti kamu akan menemui-Nya.*⁴⁴

Bekerja menurut Islam khususnya bagi yang punya tanggungan, wajib hukumnya. Bekerja merupakan aktivitas yang mulia, sebab dengan bekerja seorang muslim bisa meningkatkan berbagai dimensi kehidupan, baik urusan dunia atau agama. Sehingga, ia akan mendekatkan diri dan lebih mengenal Allah.

Selain bekerja, Islam juga memberikan tuntutan bagi setiap muslim untuk bekerja didalam bidang apapun agar bekerja secara profesional. Profesional adalah suatu nilai praktis berwujud keandalan dalam mengelola suatu perusahaan dan cekataan dalam menjalankan kegiatan.⁴⁵ Profesional tidak cukup diukur atau dilihat hanya berdasarakan penampilan atau keterampilan fisik seperti bangunan yang mewah, peralatan canggih, atau kalangan manajer yang berjas dan karyawan yang berdasi serta karyawati yang *berblezer*. Profesional dapat dilihat dari adanya keahlian dan kecakapan dalam bidang pekerjaan yang dilakukan. Berkenaan dengan keahlian dan kecakapan, Islam menetapkan bahwa seseorang yang akan diangkat posisi, jabatan, dan tugas tertentu, apalagi berkaitan dengan orang banyak, haruslah orang yang

⁴³Abu Sinn, Ahmad Ibrahim, *Manajemen Syariah*, (Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada, 2012), Hlm. 117

⁴⁴Departemen Agama Ri, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Jakarta: Mujamma' Al-Malik Fadh Li Thiba'at Al-Mush-Haf Asy-Syarif, 1971) Hlm. 589.

⁴⁵H. Ismil Uha, *Bisnis Syariah Pendekatan Ekonomi Dan Manajemen Doktrin, Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Cv Dwiputra Pustaka Jaya, 2012), Hlm. 739.

punya keahlian dan kecakapan dalam bidang itu. Sebagaimana dijelaskan dalam sebuah Hadits Nabi SAW :

إذ وسد الأمر إلى غير أهله فانتظر الساعة

Artinya: “jika suatu urusan (pekerjaan) diserahkan kepada orang yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya.” (HR. Bukhori).⁴⁶

Profesional dalam bisnis Islam meliputi unsur-unsur berikut.⁴⁷

- a. Kerapian pengelolaan perusahaan
- b. Kesepadanan struktur organisasi perusahaan dalam kegiatan yang dijalankan
- c. Keahlian dalam menangani tugas yang diberikan
- d. Kesigapan dalam menangani dan menanggapi pelanggan
- e. Ketersediaan sistem dalam mekanisme kerja perusahaan
- f. Ketersediaan sarana dan prasarana pendukung kegiatannya.

Profesionalisme tidak bisa dilihat dari fisik luarnya saja, namun profesional tercermin melalui kinerja nyata dari kegiatan dan usaha yang dijalankan. Upaya untuk menciptakan profesionalisme dalam dunia kerja ialah dengan kompetensi yang tinggikan bertanggung jawab untuk setiap tugas yang diberikan.

⁴⁶Muhammad Bin Ismail Abu Abdullah Al-Bukhari Al-Ju’fi, *Al-Jami’ Al-Musnad Al-Shahih Al-Mukhtasar Min Umuri Rasulullah Sawwa Sunnatihi Wa Ayyamihi*, Juz Viii, (T.T Dar Tauq Al-Najah, 1422 H). 21.

⁴⁷H. Ismil Uha, *Bisnis Syariah Pendekatan Ekonomi*. 740.

C. Pemasaran Syariah

1. Definisi Pemasaran syariah

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Pemasaran berarti bekerja dengan pasar, sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.⁴⁸

Menurut Kotler, yang dikutip oleh Moh. Nur Riyanto, *marketing* (pemasaran) merupakan suatu proses sosial individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, serta bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.⁴⁹ Bagi perusahaan, kegiatan pemasaran merupakan hal yang pokok dalam mencapai tujuan, karena langsung diarahkan pada penciptaan pertukaran yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

Sementara itu, pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu inisiator

⁴⁸Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*, (Jakarta : Salemba Empat, 2001), hlm 53.

⁴⁹M. Nur Riyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 6.

kepada *stakeholder*-nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam⁵⁰.

Pemasaran syariah atau *syariah marketing* merupakan ciri khusus dalam *syariah marketing* yang membedakan dengan *conventional marketing*. Menurut Kotler, yang dikutip oleh Moh. Nur Riyanto, *marketing* (pemasaran) merupakan suatu proses sosial individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, serta bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.⁵¹ Bagi perusahaan, kegiatan pemasaran merupakan hal yang pokok dalam mencapai tujuan, karena langsung diarahkan pada penciptaan pertukaran yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

Dalam kegiatan pemasaran ada yang disebut dengan promosi, promosi adalah semua kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Produk yang sudah direncanakan dengan baik, serta telah ditentukan harga jualnya secara tepat, belum menjamin keberhasilan pemasaran terhadap produk. Penjualan akan minim apabila produk yang sudah diproduksi dan sudah ditetapkan harganya itu tidak dapat dikenal oleh konsumen, promosi melalui berbagai pihak adalah salah satu cara efektif bagi usaha untuk memaksimalkan penjualan.⁵²

Seorang dalam berwirausaha harus mengikuti tahapan-tahapan atau proses pemasaran sebagai berikut:

- a. Pengenalan pasar yaitu usaha untuk mengetahui potensi atau konsumen dan mengetahui kebutuhannya. Konsep pemasaran muncul pada pertengahan

⁵⁰Ibid.

⁵¹M. Nur Riyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 6.

⁵²Sukanti, *Pemasaran Pada Perusahaan Kecil*, (Jurnal Ekonomi Bisnis, 2013), hlm 7-8.

1950.⁵³ Sebagai ganti filosofi “buat dan jual” yang berpusat pada produk. Kemudian, bergeserlah pada “pahami dan tanggap” yang berpusat pada konsumen.

Pasar syariah seringkali dikatakan sebagai pasar yang bersifat emosional (konsumen tertarik pada pasar syariah hanya karena alasan keagamaan semata tanpa memperhatikan keuntungan finansial), sementara pasar konvensional seringkali disebut pasar rasional (orang hanya mengharapkan keuntungan finansial saja tanpa peduli apakah proses bisnisnya telah bertentangan atau menyimpang dari ajaran Islam).⁵⁴

Saat ini, praktik bisnis tengah mengalami pergeseran mulai dari rasional, emosional kemudian spiritual. Pada level spiritual ini, pemasaran telah disikapi sebagai bisikan nurani dan panggilan jiwa. kembali pada fungsinya yang hakiki dan dijalankan dengan moralitas yang kental.

- b. Strategi pemasaran yaitu merupakan tindak lanjut dari pengenalan pasar, yang menyangkut strategi yang akan diterapkan dalam memasarkan produk agar dapat diterima oleh pasar.
- c. Bauran pemasaran merupakan alat yang digunakan dalam menjalankan strategi yang telah dipilih. Pada pemasaran ini akan ditentukan bagaimana unsur-unsur produk, harga, lokasi atau sistem distribusi dan promosi yang disatukan menjadi satu kesatuan sehingga sesuai dengan konsumen yang akan dituju.

⁵³M. Nur Riyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 6.

⁵⁴Ibid, hlm 16.

- d. Evaluasi yaitu harus dilakukan untuk melihat sejauh mana proses pemasaran dijalankan dan apakah ada perbaikan yang terjadi pada usaha yang dilakukan.

Intisari pemasaran yaitu menciptakan nilai pelanggan lebih besar dari pada yang diciptakan oleh pesaing. Jika pada pemasaran konvensional kita mengenal nilai sebagai hasil dari peningkatan manfaat dan penurunan harga, maka dalam pemasaran syariah sebenarnya lebih luas dari sebatas mempertimbangkan yang bersifat material saja. Sehingga nilai guna yang ada didalam pemasaran syariah dikenal dengan *maslahah*.⁵⁵

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa syariah berperan dalam pemasaran sebagai suatu pemahaman akan pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas dalam pemasaran. Diharapkan perusahaan tidak akan serta merta menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi saja, tetapi juga harus berusaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan dapat mengubah suatu nilai kepada para *stakeholder* sehingga perusahaan tersebut dapat menjaga keseimbangan bisnisnya.

2. Tujuan Pemasaran Syariah

Setiap tindakan yang dilakukan apakah oleh lembaga atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang. Kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut.

⁵⁵M. Suyanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia* (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm. 9.

Secara umum tujuan marketing adalah sebagai berikut:

- a. Memaximumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan secara berulang-ulang.
- b. Memaximumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan.
- c. Memaximumkan pilihan (ragam produk) dalam arti lembaga menyediakan berbagai jenis produk lembaga sehingga konsumen memiliki beragam pilihan pula.
- d. Memaximumkan mutu hidup dengan memberi berbagai kemudahan kepada konsumen dan menciptakan iklim yang efisien.

Menurut Corey dalam Fandy Tjiptono (2008) strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang sangat berkaitan. Kelima elemen tersebut adalah :

- a. Pemilihan pasar yaitu memilih pasar yang akan dilayani keputusan ini didasarkan pada faktor-faktor:
 - 1) Persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan didominasi.
 - 2) Keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlunya pemusatan (fokus) yang lebih sempit.
 - 3) Pengalaman kumulatif yang didasarkan pada trial and error didalam menanggapi peluang dan tantangan.
 - 4) Kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumber daya langka atau pasar yang terproteksi

- b. 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.
- c. Penetapan harga yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
- d. Sistem distribusi yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
- e. Komunikasi pemasaran (promosi) yang meliputi periklanan, personel selling, promosi penjualan, direct marketing dan public relations.

Berbagai praktik pemasaran dilakukan tidak jarang demi target usaha, beberapa perusahaan menghalalkan berbagai cara untuk mengejar keuntungan. Akibatnya, cara yang dilakukan tidak sedikit yang batil dan lepas dari nilai *tauhid*. Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula menyebut pemasaran yang menerapkan prinsip Islam dalam seluruh kegiatannya adalah pemasaran syariah.⁵⁶

⁵⁶ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, hlm. 26.

Ada beberapa cara yang dapat ditempuh dalam memperkenalkan produk hasil usaha kepada konsumen agar terjadi pembelian, cara-cara tersebut antara lain :⁵⁷

- a. Memperkenalkan produk baik barang atau jasa melalui iklan pada media, seperti : surat kabar, majalah, radio, surat pos, brosur, papan nama dan sebagainya.
- b. Memperkenalkan produk baik barang atau jasa dengan membujuk calon pembeli melalui jasa para pencari order atau tenaga penjual. Melakukan cara promosi jenis ini, pengusaha harus memilih para tenaga penjualnya yang betul-betul memiliki kemampuan menjual.
- c. Memperkenalkan produk baik barang atau jasa dengan menggunakan potongan harga (diskon), dan mengikuti pameran usaha atau bazaar/ekspo

Nilai inti dari pemasaran syariah adalah integritas dan transparansi, sehingga pemasar tidak boleh berbohong dan bagi orang yang membeli disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan. Adapun konsep bisnis (pemasaran) telah diatur di dalam al-Qur'an, Allah SWT. Berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿١٦﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa’: 29)

⁵⁷ Sukanti, *Pemasaran Pada Perusahaan Kecil*, hlm 7-8.

Referensi lain menyebut *syariah marketing* sebagai *spiritual marketing*. Seorang pemasar didorong untuk menjadikan kegiatan pemasaran sebagai ibadah dalam rangka menciptakan kemakmuran dan dakwah *fastabiqul khairah*.⁵⁸

3. Indikator Pemasaran Syariah

Syariah marketing atau pemasaran syariah ini dijadikan pedoman bagi seorang pemasar dalam menjalankan proses pemasarannya sesuai prinsip syariah. Ada empat Karakteristik pemasaran syariah yang menjadi pedoman bagi pemasar syariah yaitu⁵⁹:

a. Teistis (*rabbaniyah*).

Teistis (*rabbaniyah*) adalah ciri khas pemasaran syariah yang bersifat religius. Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religius, yang dipandang penting dan mewarnai aktifitas pemasaran agar tidak terperosok pada perbuatan yang dapat merugikan orang lain.⁶⁰ seorang *marketer* meyakini bahwa hukum-hukum *syari'at* Islam merupakan hukum yang paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, memusnahkan kebatilan, dan menyebarkan kemaslahatan.⁶¹

Implementasi dari teistis adalah *syariah marketer* akan segera mematuhi hukum-hukum syariah dalam segala aktifitasnya sebagai seorang pemasar. Mulai dari melakukan strategi pemasaran, memilah-milah pasar, memilih pasar yang menjadi fokusnya, hingga menetapkan identitas perusahaan yang harus senantiasa tertanam

⁵⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 9.

⁵⁹ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, hlm. 27-41

⁶⁰ Ibid, hlm. 28.

⁶¹ Ibid.

dalam benak pelanggannya. Kemudian, taktik yang dipilih serta *marketingmix*-nya senantiasa dijiwai oleh nilai-nilai religius.⁶²

Hal di atas mengantarkan seorang *syariah marketer* akan sangat hati-hati dalam perilaku pemasarannya dan berusaha untuk tidak merugikan konsumen. Apabila seorang pemasar syariah hanya berorientasi pada keuntungan, maka ia bisa saja melakukan janji palsu, namun pemasar syariah memiliki orientasi *masalah*, sehingga tidak hanya mencari keuntungan tetapi diimbangi dengan keberkahan.⁶³ pemasar syariah akan senantiasa merasa diawasi oleh Allah SWT. Allah SWT berfirman:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۖ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ۖ

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula.” (Q. S al-Zalzalah; 7-8)

Seorang pemasar syariah selain tunduk kepada hukum-hukum syariah, juga senantiasa menjauhi larangan-Nya, seperti, tidak melakukan penipuan, menghindari segala yang haram dan syubhat, tidak ingkar janji, tidak melakukan *riswah* (suap), bahkan sumpah palsu.⁶⁴

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa ketika hawa nafsu menguasai diri seorang pemasar syariah, kemudian ia melakukan pelanggaran terhadap perintah dan larangan syariah, (mengambil uang yang bukan haknya, memberi keterangan palsu, ingkar janji dan sebagainya), maka ia akan merasa

⁶²Ibid, hlm. 29.

⁶³M. Nur Riyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 22-23.

⁶⁴Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, hlm. 30.

berdosa, kemudian segera bertobat dan menyucikan diri dari penyimpangan yang dilakukan. Ia akan senantiasa memelihara hatinya dan memancarkan cahaya kebaikan dalam segala aktifitas bisnisnya.

b. Etis (*Akhlaqiyah*)

Etis (*Akhlaqiyah*) adalah ciri khas *syariah marketing* dimana *marketer* senantiasa mengedepankan akhlak (moral dan etika) dalam seluruh aspek kegiatannya.⁶⁵ Dengan demikian, *syariah marketing* adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tidak peduli apapun agamanya karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai bersifat universal yang diajarkan semua agama.⁶⁶

Perilaku manusia yang bergerak dalam dunia bisnis menjadi sangat penting. Satu bentuk masalah jika yang bersangkutan mempunyai perilaku yang kurang baik, dan dianggap bisa membawa kerugian dalam suatu perusahaan.⁶⁷ Menurut Johan Arifin dalam penelitian Anisa Agustina bahwa salah satu etika pemasaran yang menjadi prinsip bagi pemasar syariah yaitu bersikap adil.⁶⁸ Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam setiap hubungan kontrak bisnis.

⁶⁵ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, hlm. 32.

⁶⁶ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, hlm. 32

⁶⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami: Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: Malang UIN Press, 2008), hlm. 192.

⁶⁸ Anisa Agustina, "Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPRS Artha Mas Abadi Pati" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2011), hlm. 21.

Rasulullah SAW. bersabda:

“Di antara akhlak seorang mukmin adalah berbicara dengan baik, bila mendengarkan pembicaraan tekun, bila berjumpa orang dia menyambut dengan wajah ceria dan bila berjanji ditepati.” (H.R. Ad-Dailami)

Dari hadits tersebut dapat diketahui bahwa *syariah marketer* hendaknya berbicara baik (pemasar syariah akan jujur menceritakan kekurangan dan kelebihan produk yang ditawarkannya),⁶⁹ bersikap ramah, dapat mendengar dengan baik (mampu menghargai pendapat orang lain), rendah hati dan dapat melayani dengan tulus. Dengan ketulusan, semua bentuk pekerjaan yang berbentuk kebiasaan akan berubah menjadi ibadah.⁷⁰

c. Realistis (*al-Waqi'iyah*)

Realistis (*al-Waqi'iyah*) adalah ciri khas *syariah marketing* di mana *syariah marketer* bukan pemasar yang eksklusif, fanatik, dan kaku tetapi profesional dan fleksibel dalam bersikap dan bergaul, sangat memahami bahwa dalam situasi pergaulan di lingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama dan ras.⁷¹

pemasar syariah adalah pemasar yang profesional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja. Apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya, pemasar syariah tetap bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktifitas pemasarannya.⁷²

⁶⁹M. Nur Riyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 30.

⁷⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami; Tataran Teoritis dan Praktis*, hlm. 238.

⁷¹ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, hlm. 34-35.

⁷² Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, hlm. 36.

Allah SWT sengaja memberikan fleksibilitas agar penerapan syariah senantiasa realistis dan dapat mengikuti perkembangan zaman.⁷³ Sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW.

“Sesungguhnya Allah telah menetapkan ketentuan-Nya, janganlah kalian langgar. Dia telah menetapkan beberapa perkara yang wajib, janganlah kalian sia-siakan. Dia telah mengharamkan beberapa perkara, janganlah kalian langgar. Dan Dia telah membiarkan dengan sengaja beberapa perkara sebagai bentuk kasih-Nya terhadap kalian, jangan kalian permasalahkan” (H.R Al-Daruquthni)

Pada sisi inilah *syariahmarketing* berada, *syariah marketer* bergaul, bersilaturrehmi, melakukan transaksi bisnis ditengah-tengah realitas kemunafikan, kecurangan, kebohongan, penipuan sudah menjadi biasa dalam dunia bisnis. Akan tetapi, ia berusaha tegar dan *istiqamah* dalam mewujudkan pemasaran yang sesuai *syari'at* Islam.

d. Humanistis (*al-Insaniyyah*)

Keistimewaan *syariah marketing* yang lain adalah sifatnya humanistis universal. Pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agarderajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, sertasifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah.⁷⁴

Dengan memiliki nilai humanistis, seorang pemasar syariah menjadi manusia yang terkontrol dan seimbang bukan manusia yang serakah yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya, bukan

⁷³ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, hlm. 36

⁷⁴ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, hlm. 37-38.

menjadi manusia yang bisa bahagia di atas penderitaan orang lain atau manusia yang hatinya kering dengan kepedulian sosial.⁷⁵

Humanistis dapat diterapkan dengan cara; Memberikan informasi tanpa membedakan status, setiap konsumen yang membutuhkan pelayanan penjual harus dilayani tanpa memandang apakah ia seorang muslim ataukah non muslim, status sosial rendah ataukah status sosial yang tinggi.⁷⁶ Selain itu, perusahaan dan konsumen dalam pemasaran syariah diletakkan sebagai mitra sejajar, sehingga posisi keduanya sama.⁷⁷ Oleh karenanya, dibutuhkan adanya silaturahmi yang baik, mampu berkomunikasi sesuai dengan kemampuan pengusaha, bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pengusaha.

D. Pengembangan Industri Kecil Menengah

1. Devinisi Industri Kecil dan Menengah

Pengertian Industri Kecil Menengah (IKM) Industri Kecil Menengah menurut Badan Pusat Statistik (2002) dikutip oleh Fanny (2008) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan yang bertujuan untuk memproduksi barang ataupun jasa untuk diperniagakan secara komersial, yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak 200 juta rupiah dan mempunyai nilai penjualan pertahun sebesar 1 miliar rupiah atau kurang.⁷⁸

⁷⁵ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, hlm. 38.

⁷⁶ M. Nur Riyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 24.

⁷⁷ M. Nur Riyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm.31.

⁷⁸ Nila Kurnia Wati, Choirul Saleh, Abdul Wachid, Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Apel Berbasis Ekonomi Lokal (Studi Pada Dinas Koperasi, Ukm, Perindustrian Dan Perdagangan Kota Batu), *Jurnal Administrasi Publik (Jap)*, Vol. 2, No. 1,2013, Hlm 5

Menurut undang-undang no 9 tahun 1995 tentang usaha kecil, batasan usaha/industri kecil didefinisikan sebagai berikut : “Industri kecil adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perorangan atau rumah tangga maupun suatu badan, bertujuan untuk memproduksi barang ataupun jasa untuk diperniagakan secara komersial, yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta, dan mempunyai nilai perusahaan per tahun sebesar Rp. 1 Milyar atau kurang”.

Badan Pusat Statistik (BPS) menyusun kategori berdasarkan jumlah tenaga kerja. Menurut BPS, UKM adalah entitas bisnis yang memiliki tenaga kerja kurang dari 100 orang, dengan rincian kategori sebagai berikut : usaha rumah tangga dan mikro terdiri dari 1 sampai dengan 4 tenaga kerja, usaha kecil terdiri dari 5 sampai dengan 19 orang, usaha menengah terdiri dari 20 sampai dengan 99 orang, dan usaha besar memiliki tenaga kerja sebanyak 100 orang atau lebih.

Departemen Perindustrian dan perdagangan (Depperindag) dan Bank Indonesia memberikan batasan UKM berdasarkan nilai asset (tidak termasuk tanah dan bangunan), yaitu masing-masing sebesar kurang dari Rp 5 milyar dan Rp 10 milyar. Sedangkan departemen koperasi dan UKM (KUKM) memberikan batasan UKM berdasarkan nilai penjualan setahun, yaitu sebesar kurang dari Rp 50 milyar.⁷⁹

Perbedaan mengenai definisi IKM ternyata ditemui diberbagai negara, serta penggunaan istilah IKM digunakan secara bergantian dengan UKM atau UMKM atau UKMK. Perbedaan definisi ini membawa konsekuensi terhadap identifikasi IKM itu sendiri. Oleh karena itu berdasarkan definisi-definisi yang dikemukakan diatas maka

⁷⁹Karya Bersama Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya Dan Forum Daerah Ukm Jawa Timur. Kewirausahaan Ukm Pemikiran Dan Pengalaman. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2007 hlm. 8-9

dalam penelitian ini menggunakan standar dari BPS yaitu tenaga kerja sebagai pedomannya dengan alasan negara-negara di Asia Pasifik seperti Jepang, Korea, Filipina, Taiwan, Thailand, Kanada dan USA juga menerapkan kriteria tenaga kerja dalam sebuah IKM.

Kerja dan produksi mempunyai peran penting bagi perkembangan dan pertumbuhan industri untuk meningkatkan perekonomian. Tidak ada negara yang dapat mempertahankan kelestarian kemakmurannya, tanpa pengembangan industri.⁸⁰

Tingginya apresiasi Islam terhadap proses industri tersirat dalam surat Al Jumu'ah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

Serta diperkuat oleh hadist sebagai berikut :

Telah menceritakan kepada kami (Ubaidullah Bin Musa) mengabarkan kepada kami (Al Awza'iy) dari Atha dari Jabir Radhiallahu anhu berkata “ Dahulu orang-orang mempraktekan pemanfaatan tanah ladang dengan upah sepertiga, seperempat atau setengah maka Nabi bersabda “Siapa yang memiliki tanah ladang hendaklah dia garap untuk bercocok tanam atau dia hibahkan. Jika dia tidak lakukan maka hendaklah dia biarkan tanahnya”⁸¹

⁸⁰Masyhuri Machfudz. *Dekontruksi Model Ekonomi Islam yang terukur*. (Malang : Universitas Mulana Malik Ibrahim Malang Press, 2015), hal 65

⁸¹Imam Bukhori. *Shahihul Bukhori*. Kairo Mesir : Dar Ibnul Jauzi, 2011 hal 456

Posisi manusia sebagai khalifah Allah dan pemakmur bumi memperkuat faktor manusia dalam produksi dibanding faktor faktor yang lain. Dalam surat Al-baqarah ayat 30 :

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۗ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ



Artinya : Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi". Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui"

Yusuf al Qarhawi dalam Masyhuri menulis bahwa bumi (tanah) adalah lapangan dan medan, sementara manusia adalah pekerja giat dan sungguh-sungguh. Apa yang dikatakan para ekonom tentang faktor modal dan organisasi sebenarnya tidak keluar dari faktor kerja manusia. Organisasi dan sistem tidak lain adalah perencanaan dan arahan. Sedangkan modal dalam bentuk alat dan prasarana tidak lain dari hasil kerja manusia. Atas dasar itu kita lebih tepat mengatakan bahwa faktor yang paling penting dalam proses produksi adalah amal usaha yang dilakukan manusia. dengan amal usaha ini, bumi dan sumber daya alam yang lain, diolah dan dialokasikan serta diproses untuk diambil manfaat dan kebaikannya.

2. Kategori Industri Kecil dan Menengah

Menurut UU No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil pasal 14 merumuskan bahwa pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, ketenagakerjaan/kewirausahaan, teknologi dan pelayanan. Pengembangan usaha kecil, menengah dan koperasi (UKMK) tergantung pada beberapa faktor, yaitu :⁸²

- a. Kemampuan UKMK dijadikan kekuatan utama pengembangan ekonomi berbasis lokal yang mengandalkan sumber daya lokal.
- b. Kemampuan UKMK dalam peningkatan produktivitas, efisiensi dan daya saing
- c. Menghasilkan produk yang bermutu dan berorientasi pasar (domestik maupun ekspor)
- d. Berbasis bahan baku lokal
- e. Substitusi impor

Secara kriteria, usaha kecil dapat dikelompokkan atas dua pemahaman sebagai berikut :

- a. Ukuran dari usaha atau jenis kewirausahaannya/tahap pengembangan.

Dalam hal ini usaha kecil di klasifikasikan atas (a) *self employment* perorangan, (b) *self employment* kelompok, dan (c) industri rumah tangga, yang berdasarkan jumlah tenaga kerja dan modal usaha.

⁸²Musa Hubeis. *Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis*. Bogor : Ghalia Indonesia. 2009, Hal 11

Dari tahap pengembangan usahanya, usaha kecil dapat dilihat dari aspek pertumbuhan menurut pendekatan efisiensi dan produktivitas, yaitu (a) tingkat survival menurut ukurannya (*self employment* perorangan hingga industri rumah tangga), (b) tingkat konsolidasi menurut penggunaan teknologi tradisional yang diikuti dengan kemampuan mengadopsi teknologi modern serta (c) tingkat akumulasi menurut penggunaan teknologi modern yang diikuti dengan keterkaitannya dengan struktur ekonomi maupun industri.

b. Tingkat penggunaan teknologi

Dalam hal ini, usaha kecil terdiri atas (a) usaha kecil yang menggunakan teknologi tradisional yang nantinya meningkat menjadi modern dan (b) usaha kecil yang menggunakan teknologi modern dengan kecenderungan semakin menguat keterkaitannya dengan struktur ekonomi secara umum dan struktur industri secara khusus.⁸³

3. Pengembangan Industry Kecil Menengah

Kata pengembangan yang termuat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai proses, cara, pembuatan, dan mengembangkan.⁸⁴ Pamuji juga mengemukakan bahwa pengembangan adalah sebagai suatu pembangunan, yaitu merubah sesuatu sehingga menjadi baru dan memiliki nilai yang lebih tinggi.⁸⁵ Dengan demikian pengembangan juga mengandung makna sebagai pembaharuan yaitu melakukan usaha-usaha untuk membuat sesuatu menjadi lebih sesuai atau cocok dengan kebutuhan, menjadi lebih baik atau bermanfaat. Dalam memudahkan konsep

⁸³Ibid, hlm 18

⁸⁴Daryanto. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Lengkap*. (Surabaya: Apollo. 1997), hlm. 665.

⁸⁵ Pamudji, *Kerja Sama Antar Daerah Dalam Rangka Pembinaan Wilayah Suatu Tinjauan Dari Administrasin Negara* (Jakarta: Institut Ilmu Pemerintahan, 1985)

pengembangan maka pengembangan dapat didefinisikan sebagai usaha untuk memajukan atau meningkatkan atau memperbaiki sesuatu yang sudah ada. Atau dapat dikatakan juga sebagai proses yang dilakukan dalam meningkatkan sesuatu sehingga memiliki nilai yang lebih tinggi.

Pengertian industri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misal mesin.⁸⁶ Dari pengertian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa industri adalah suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk mengolah suatu bahan menjadi sesuatu yang mempunyai nilai ekonomi yang lebih tinggi. Adapun pengertian mengenai pengembangan industri yaitu upaya yang dilakukan oleh seseorang atau beberapa orang baik itu berbentuk perseorangan maupun organisasi dengan melakukan pemberian bantuan baik yang berupa materiil maupun non materiil dengan tujuan untuk menjadikannya lebih baik dari sebelumnya dengan mengolah sesuatu bahan yang mempunyai nilai ekonomi yang lebih tinggi.

Pengembangan industri kecil menengah adalah suatu bentuk usaha kepada industri itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh pengusaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Perkembangan industri, kecil dan menengah adalah kemampuan seorang pengusaha untuk mensosialisasikan dirinya kepada kebutuhan pangsa pasar sehingga ada perbaikan taraf hidup pada diri seorang pengusaha. Perkembangan usaha bagi industri mikro, kecil dan menengah sebagai kesuksesan dalam berusaha yang dapat

⁸⁶Daryanto. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm 378.

dilihat dengan jumlah penjualan yang semakin meningkat dikarenakan dari kemampuan pengusaha dalam meraih peluang usaha yang ada, berinovasi, luasnya pasar yang dikuasai, mampu bersaing.⁸⁷

Definisi industri kecil dan menengah, menurut undang-undang adalah sebagai berikut:

- a. Sesuai dengan Undang-undang No. 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil, definisi usaha kecil termasuk industri dan dagang kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memenuhi kriteria sebagai berikut :
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (Dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau ;
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (Satu milyar rupiah)
- b. Sesuai dengan Inpres No. 10 tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah menyebutkan usaha menengah adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000,- (Dua ratus juta rupiah), sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,- (Sepuluh milyar rupiah)

Pengembangan IKM di Indonesia tentunya didasarkan pada definisi tersebut diatas dengan tujuan agar terwujudnya ; kesempatan berusaha, kesempatan bekerja, struktur industri yang kuat ditandai dengan meningkatnya keterkaitan antara industri kecil, menengah dan besar, upaya pelestarian seni/budaya, sistem distribusi barang dan jasa yang efisien, pembangunan di setiap daerah yang ditandai dengan

⁸⁷ Endang Purwanti, *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga*, (Jurnal Among Makarti, Stie Am Salatiga, 2012), hlm 21.

meningkatnya aktivitas perekonomian di setiap daerah, serta meningkatnya pemasaran dalam negeri dan ekspor.

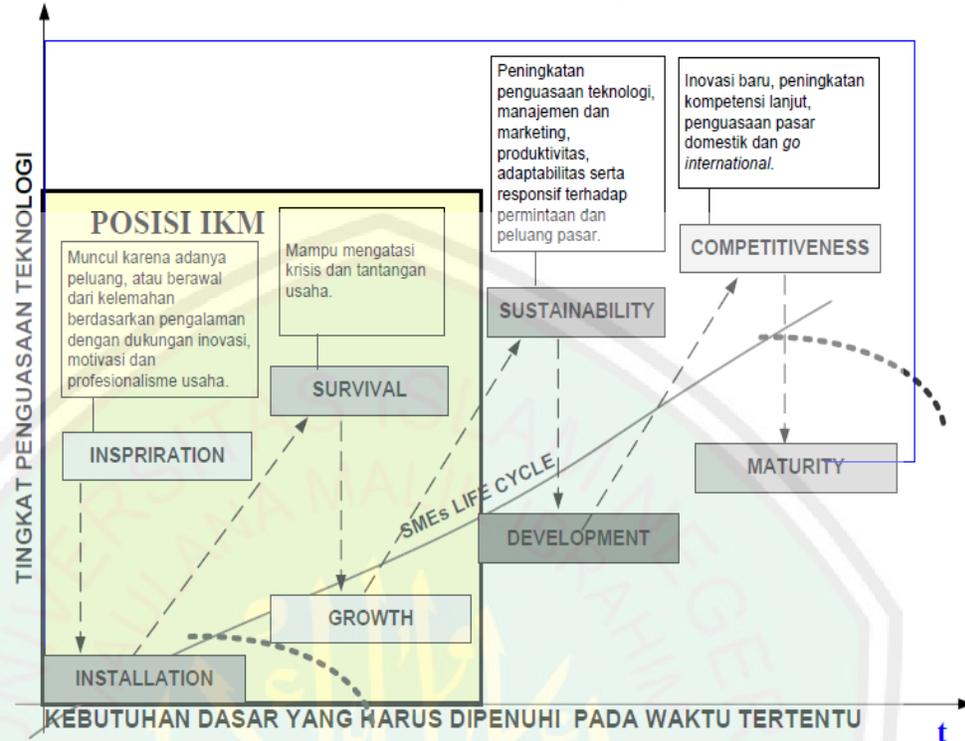
Di Negara berkembang seperti halnya Indonesia, pemerintah tidak sepenuhnya mampu menyediakan lapangan pekerjaan, sehingga IKM berperan besar sebagai kontributor dalam pertumbuhan ekonomi melalui : *pertama*, IKM tidak menerapkan teknologi canggih sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang memiliki tingkat pendidikan rendah. *Kedua*, melalui kemampuan kompetensi dan kemampuan kewirausahaan IKM dapat menjadi sumber pertumbuhan ekonomi dan inovasi. *Ketiga*, dengan semakin berkembangnya perusahaan IKM, persaingan semakin meningkat dan diharapkan mampu memacu pertumbuhan ekonomi suatu daerah. *Keempat*, IKM memberi kontribusi pada pemerataan pendapatan karena tidak terkonsentrasi pada suatu daerah.⁸⁸ Sehingga adanya IKM harus terus dikembangkan untuk menciptakan industri kecil yang tangguh dan mandiri.

4. Model Pengembangan Industri Kecil Menengah

Harits mengilustrasikan sebuah daur hidup (*life cycle*) perusahaan, menurutnya IKM saat ini berada pada tahap awal (*installation*) menuju pertumbuhan (*Growth*). Untuk mencapai pada tahap yang lebih tinggi, upaya yang perlu dilakukan pada setiap tahapnya divisualisasikan ke dalam bentuk gambar daur hidup industri kecil menengah yang kompetitif seperti pada Gambar berikut:

⁸⁸Bambang N Rachmadi, *Franchising The Most Practical and Excelent Way of Succeeding*, Cetakan Kedua (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm. 12

Gambar 2.1 Daur hidup IKM



Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa ada 2 koordinat yang harus dipenuhi untuk mencapai IKM yang memiliki daya saing yaitu koordinat X merupakan koordinat yang menjelaskan tentang kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh setiap IKM dalam kurun waktu tertentu, dan koordinat Y merupakan tingkat penguasaan teknologi. Pada tahap awal (*installation*) peran pemerintah diperlukan untuk mengatur pembentukan IKM baru dan memberikan kemudahan dalam pelayanan birokrasi, sehingga munculnya IKM baru akan memberikan rantai nilai yang positif yaitu terbukanya penyediaan lapangan kerja yang lebih luas. Jika IKM masuk pada tahap yang kedua (*Growth*), ini menunjukkan bahwa IKM telah mampu melewati masa kritis, sebab tidak jarang suatu badan yang baru dibentuk tidak dapat berkembang dan pada akhirnya terdeklinsi (garis putus-putus). Setiap peningkatan yang ditunjukkan pada gambar diatas akan memberikan rantai nilai yang sangat

positif, selain penyerapan lapangan kerja yang lebih luas, juga pengurangan kemiskinan, penyediaan pengusaha dan manajer yang baik, peningkatan pendapatan masyarakat, pendistribusian kepemilikan dan pendapatan yang lebih merata yang akhirnya akan menciptakan peningkatan produk nasional.

Dengan demikian maka diperlukan satu target yang lebih tegas dan spesifik bagi pengembangan IKM. Target ini seyogyanya tetap melayani target pembangunan karena kebijakan IKM adalah bagian dari kebijakan industri, sedangkan kebijakan industri adalah bagian dari kebijakan pembangunan. Target pengembangan IKM yang dianggap paling tepat adalah menciptakan industri kecil yang tangguh dan mandiri, yaitu industri yang mampu tumbuh, beradaptasi dengan lingkungannya dan berkembang dengan kemampuannya sendiri.⁸⁹

Dalam membahas model mengenai pengembangan IKM maka akan dibahas kriteria keberhasilan pengembangan IKM menurut Steinhoff & Burgess, Atomsa, Handoko, Famiola, Triandira, Chaneski, Sujana, Walker & Brown, Kim yaitu sebagai berikut :⁹⁰

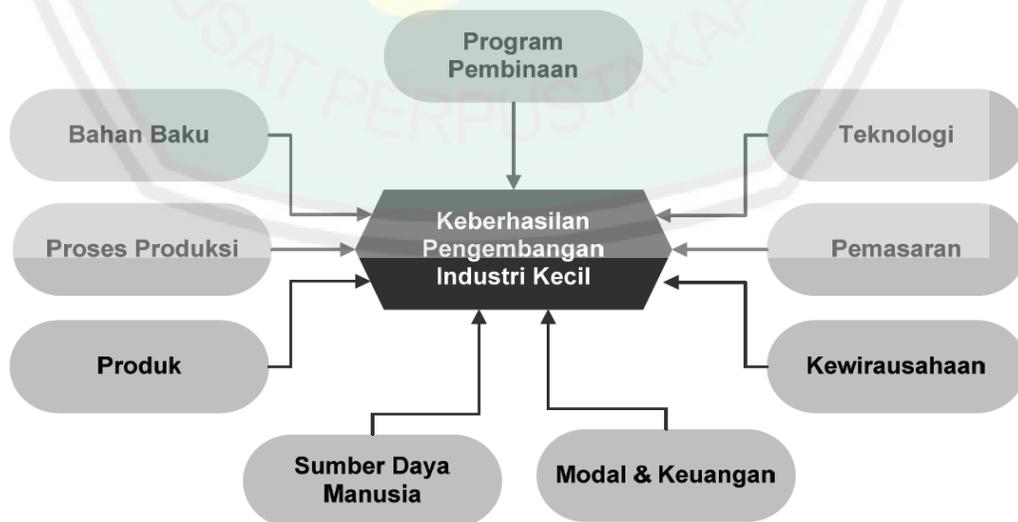
- a. Bahan Baku. Ketersediaan bahan baku (kualitas, kelangsungan, asal)
- b. Proses Produksi. Standar, inspeksi (pencegahan, bukan perbaikan, perawatan kemudahan akses memperoleh energi listrik, air, dll
- c. Produk. Orientasi pelanggan (penyesuaian produk, penentuan harga, kualitas produk

⁸⁹A Harits Nu'man *Kebijakan Pengembangan Industri Kecil Dan Menengah Sebagai Upaya Untuk Menghadapi Era Perdagangan Bebas* Volume Xxi No 3 Juli-September 2005. 411-412

⁹⁰Manajemen Industri Kecil Dan Menengah, Sistem Industri I Diklat Teknis Sistem Industri Aparatur-Departemen Perindustrian, 2010, hlm. 140-143

- d. Sumber Daya Manusia. Ketersediaan tenaga kerja, tingkat keterampilan (kualitas), tingkat upah, uraian pekerjaan. Manajemen
- e. Modal & Keuangan. Arus kas yang sehat, perencanaan keuangan, kelangsungan mendapatkan dana (milik sendiri, kredit, dll)
- f. Kewirausahaan. Perilaku wirausaha (mengorganisasikan, mengatur, mengasumsikan resiko, dll), keberhasilan menyesuaikan diri, mampu mengenali konsumen potensial, diversifikasi produk.
- g. Pemasaran. Lokasi pabrik dekat dengan pasar (hemat biaya), analisa perilaku pembeli, pemahaman daerah pemasaran, promosi
- h. Teknologi. Inovasi teknologi (karena pola perubahan drastis, pengertian teknologi, kemajuan teknologi
- i. Program Pembinaan. Perencanaan pelatihan tenaga kerja, pembinaan secara proaktif pelayanan konsultasi (informasi pasar, dukungan keuangan, promosi, dll)

Gambar 2.2 Keberhasilan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah



Terdapat beberapa permasalahan pokok yang dihadapi IKM Batu saat ini yaitu rendahnya tingkat produktivitas dan rendahnya kemampuan daya saing dalam memasarkan hasil produknya. Tentu ini menjadi salah satu pemicu kelambanan pertumbuhan industri itu sendiri. Di lain pihak peranan IKM adalah merupakan salah satu bagian terpenting dalam meningkatkan laju pertumbuhan perekonomian daerah dan nasional. Keberadaan IKM di wilayah Batu cukup potensial di samping itu IKM juga berperan besar dalam penanggulangan tenaga kerja serta ikut mengatasi kebutuhan rumah tangga masyarakat, yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap dinamika perekonomian masyarakat. Hal ini juga senada dengan salah satu penelitian yang menyatakan bahwa Keberadaan IKM ikut berperan dalam penanggulangan tenaga kerja serta membantu mengatasi permasalahan kebutuhan rumah tangga, yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap dinamika perekonomian masyarakat.⁹¹

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa terdapat 9 faktor keberhasilan dalam pengembangan industry kecil, yang tentu juga memiliki pengaruh dalam pengembangan IKM. Dari 9 factor yang telah disebutkan di atas, peneliti menggunakan 3 faktor yang dijadikan variabel yaitu jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah. Alasan dalam pemilihan 3 variabel disini didasarkan pada kesesuaian dengan permasalahan yang dihadapi IKM Kota Batu saat ini , sehingga 3 faktor inilah yang dijadikan variable bebas dan pengembangan industri sebagai variable terikat dalam penelitian ini.

E. Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Variabel Jiwa Kewirausahaan dengan Pengembangan Usaha

Jiwakewirausahaan merupakan nyawa kehidupan dalam kewirausahaan yang pada dasarnya merupakan sikap dan perilaku kewirausahaan yang ditunjukkan melalui sifat, karakter, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam

⁹¹Rachmad Hidayat1, Yudha Herlambang, *Pengembangan Tata Kelola Industri Kecilmenengah Di Madura* Jurnal Teknik Industri, Vol. 11, No. 1, Juni 2009, pp. 61-71 ISSN 1411-2485, hlm. 8.

mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif. Jiwa kewirausahaan adalah jiwa yang mampu menciptakan nilai tambah dari keterbatasan dalam upaya menciptakan nilai tambah, dengan menangkap peluang bisnis dan mengelola sumber daya untuk mewujudkannya. Hakekatnya modal tidak harus dalam bentuk uang. Otak kita yang kreatif adalah modal utama untuk memulai usaha. Jaringan persahabatan juga termasuk modal.⁹²

Pertama kali gagasan tentang kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi memiliki hubungan yang sangat erat dan positif disampaikan oleh Schumpeter pada tahun 1911, di mana peningkatan jumlah wirausaha menyebabkan peningkatan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Ada lima alasan yang melatarbelakangi gagasan Schumpeter ini, yakni: (1) wirausaha mengenalkan produk baru dan kualitas baru dari suatu produk, (2) wirausaha mengenalkan metode baru berproduksi yang lebih komersial, baik berdasarkan pengalaman maupun hasil kajian ilmiah dari suatu penelitian (3) wirausaha membuka pasar baru, baik dalam negeri ataupun di negara yang sebelumnya belum ada pasar (4) wirausaha menggali sumber pasokan bahan baku baru bagi industry setengah jadi atau industri akhir, dan (5) wirausaha menjalankan organisasi baru dari industri apapun.⁹³

Jiwa wirausaha mendorong peningkatan produktivitas yang selanjutnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi negara. Pentingnya kewirausahaan mendorong negara untuk merencanakan program kewirausahaan melalui amanat GBHN 1993. Pembinaan usaha ekonomi rakyat diutamakan pada pengembangan kewirausahaan

⁹² Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba empat, 2008), hlm. 25

⁹³ Sri Haryani, *Pengaruh Lingkungan Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Wirausaha Di Kabupaten Sleman* Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta, p-ISSN 2548 – 298X Akreditasi No. 80/DIKTI/Kep/2012 e-ISSN 2548 – 5024, 2017.

yang selanjutnya diimplementasikan melalui INPRES No. 4 Tahun 1995 Tentang Gerakan Nasional memasyarakatkan dan membudayakan Kewirausahaan. Dalam perkembangan terakhir ini, justifikasi perhatian pemerintah antara lain didasarkan pada data Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2013 jumlah keseluruhan unit usaha baik mikro, kecil, dan menengah maupun besar sebanyak 57.900.787, mampu menyerap 117.681.244 tenaga kerja, dan sumbangannya terhadap PDB sebesar 9.014.951,2. Pada umumnya wirausaha yang sukses mempunyai kebutuhan untuk berprestasi pada tingkat yang tinggi. Seseorang dengan efikasi diri tinggi mempunyai komitmen yang tinggi untuk menyelesaikan masalah dan tidak mudah menyerah ketika keputusan yang telah diambil tidak seperti yang diharapkan.⁹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Wayan Purnami Rusadi, Ketut Budi Susrusa, dan I Gede Setiawan AP tentang hubungan jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha, dalam penelitiannya dapat diketahui bahwa Jiwa kewirausahaan (X1) terbukti memiliki hubungan yang positif dan sangat signifikan terhadap keberhasilan usaha jamur tiram (Y). Hal ini dapat ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0.453 dengan t-statistik sebesar 5.990 (T-statistik > 2.72). Sehingga hipotesis (H1) jiwa kewirausahaan memiliki hubungan positif terhadap keberhasilan usaha jamur tiram dapat dibuktikan. Jiwa kewirausahaan memiliki hubungan positif dan sangat signifikan terhadap keberhasilan usaha jamur tiram yang ada di Kota Denpasar.⁹⁵ Penelitian lain oleh Susi Sulastri, hasil penelitian

⁹⁴ Ibid

⁹⁵ Ni Wayan Purnami Rusadi, Ketut Budi Susrusa, dan I Gede Setiawan AP, *Hubungan Antara Jiwa Kewirausahaan dan Manajemen Agribisnis terhadap Keberhasilan Usaha Jamur Tiram di Kota Denpasar*, (Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana, Universitas Udayana, Program Studi Agribisnis,

menyatakan bahwa signifikansi untuk variabel jiwa kewirausahaan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa H_a diterima sedangkan H_o ditolak, karena jiwa kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Pengaruh antara Jiwa Kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha ditunjukkan oleh R Square = 0,440 yang artinya bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi 0,441 atau 44,0% oleh Jiwa Kewirausahaan.⁹⁶

Sukses tidaknya seseorang wirausaha di dalam mengelola usahanya tidak hanya dipengaruhi oleh banyaknya modal dan fasilitas yang dimiliki, yang lebih penting ialah usaha tersebut dikelola oleh seseorang yang berjiwa wirausaha dan tahu apa dan bagaimana bisnis tersebut harus dikelola dan dijalankan. Memulai dan mengoperasikan bisnis sendiri memerlukan kerja keras, menyita banyak waktu dan membutuhkan kekuatan emosi. Wirausaha mengalami tekanan pribadi yang tidak menyenangkan seperti kebutuhan untuk menginvestasikan lebih banyak waktu dan tenaganya. Banyak wirausaha menggambarkan kariernya menyenangkan, tetapi sangat menyita segalanya. Wirausahawan memerlukan rasa percaya diri, daya saing, optimisme, dan semangat untuk meluncurkan dan mengoperasikan bisnis, tanpa kepastian mendapatkan gaji yang tetap, mereka bersedia mengambil risiko untuk memperoleh keuntungan financial atau tidak. Sehingga dengan adanya jiwa wirausaha dalam diri dapat membantu seseorang mendorong pengembangan usaha

Fakultas Pertanian, Universitas Udayana, Bali), Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 3, No. 2, Oktober 2015 ISSN: 2355-0759

⁹⁶ Susi Sulastri, *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Susu Kedelai Di Kecamatan Braja Sebah Lampung Timur*, (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Lampung Timur), Jurnal Dinamika Vol. 3 No. 2 Desember 2017, hlm. 44

yang dijalankan, Karena akan tertanam kuat motivasi untuk mengembangkan IKM dan siap bersaing pada pasar bebas.

2. Hubungan Variabel Pelatihan dengan Pengembangan Usaha

Perlu disadari bahwa adanya perkembangan teknologi yang semakin maju dari masa ke masa, membuat persaingan dalam dunia usaha meningkat. Hal ini dikarenakan adanya globalisasi dan modernisasi. Seorang produsen harus dapat mengelola sumber daya secara efektif dan efisien untuk pengembangan IKM. Tugas seorang produsen selain untuk mencapai laba, juga mampu bersaing dalam perdagangan bebas sehingga mampu mempertahankan keberlangsungan usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap pelaku usaha dituntut harus selalu mempunyai strategi baru untuk dapat mengembangkan dan mempertahankan persaingan usaha.⁹⁷ Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam upaya meningkatkan kemampuan dalam mengembangkan IKM disini, yaitu dengan mengikuti pelatihan.

Pelatihan merupakan suatu upaya untuk mengembangkan potensi manusia, sehingga mempunyai kemampuan untuk mengelola sumber daya alam yang tersedia dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat.⁹⁸ Kemampuan yang dikembangkan dari sumber daya manusia ini mencakup berbagai aspek, utamanya aspek non fisik diantaranya adalah kemampuan berfikir, penalaran, intelektual, keterampilan, dan sebagainya. Sistem pendidikan dalam masyarakat memeberikan peluang bagi individu untuk membekali dirinya dengan pengetahuan dasar dan keterampilan guna menghadapi lingkungan. Pelatihan adalah program untuk memperbaiki kemampuan

⁹⁷Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2007), hlm. 286.

⁹⁸Soekidjo Notoatmodjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : Pt Rineka Cipta, 2009), Hlm. 2.

dalam melakukan pekerjaan secara individual atau kelompok dalam sebuah usaha.⁹⁹ Dalam industri kecil menengah pelatihan merupakan hal yang penting untuk meningkatkan kreativitas, ketrampilan, dan pengetahuan dalam menjalankan usaha, mengingat masih banyak sumber daya manusia yang dimiliki IKM masih memiliki kemampuan terbatas. Perbaikan kemampuan melalui pelatihan akan dapat mendorong kegiatan usaha semakin lebih baik.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh Putri Bintusyi Sathi,¹⁰⁰ dapat disimpulkan bahwa pelatihan mempunyai pengaruh positif terhadap pengembangan usaha yang berarti keberadaan pelatihan akan meningkatkan kemampuan pengembangan usaha yang berarti keberadaan pelatihan akan meningkatkan kemampuan pengembangan usaha bagi pemilik usaha mikro.

Sehubungan dengan pentingnya peranan usaha mikro bagi pertumbuhan ekonomi daerah, diperlukan pengembangan usaha mikro yang berkelanjutan. Selain bantuan modal usaha, hal lain yang diperlukan dalam pengembangan usaha mikro adalah pelatihan, karena kebanyakan pelaku dalam kegiatan usaha kecil (mikro) belum memiliki jiwa wirausaha (entrepreneurship) yang besar.

Pelatihan pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan produksi yang kemudian diharapkan bisa memberikan keuntungan. Peningkatan produksi bisa dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya dengan pelatihan yang bisa meningkatkan skill (keahlian) peningkatan manajemen usaha, timbulnya ide

⁹⁹ Hadari Nawawi, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2005), Hlm 208.

¹⁰⁰ Putri Bintusyi Sathi, *Pengaruh Pelatihan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil (Mikro) Di Kecamatan Lueng Bata Kota Banda Aceh Miksalmina*, Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 6, No. 1, April 2007

melakukan ekspansi usaha atau membuka usaha baru, munculnya perubahan pendekatan (paradigma), terciptanya link, mendapatkan bantuan teknis serta modal untuk usaha mikro yang dimilikinya, dan lain sebagainya. Pengembangan usaha bisa diharapkan berkelanjutan dengan pembekalan pelatihan (training) bagi para pelaku usaha (bisnis) karena bisa meningkatkan produktifitas usaha mereka. Pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan para pengusaha sangat dianjurkan untuk dilakukan. Hal ini untuk membantu para pengusaha dalam melakukan pengembangan usahanya.

3. Hubungan Variabel Pemasaran Syariah dengan Pengembangan Usaha

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan usaha mikro dan kecil. Hasil studi lintas negara yang dilakukan James dan Akrasanee di sejumlah negara ASEAN menunjukkan bahwa termasuk *growth constrains* yang dihadapi oleh banyak pengusaha kecil menengah (kecuali Singapura). Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran adalah tekanan persaingan, baik pasar domestik dari produk serupa buatan usaha besar dan impor, maupun pasar ekspor. Selain itu, terbatasnya informasi bagi usaha kecil menengah, khususnya yang berlokasi di daerah-daerah pedalaman yang relatif terisolir dari pusat informasi, komunikasi.¹⁰¹

Setiap industri di dalam menjalankan usahanya tidak akan terlepas dari berbagai kendala, baik itu dari dalam pembelajaran produksi, pemasaran maupun personalia. Disamping itu setiap industri pasti akan menghadapi persaingan yang ketat dengan industri-industri yang lain. Dalam menghadapi persaingan industri harus

¹⁰¹ Sakur, *Kajian Faktor-Faktor yang Mendukung Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Studi Kasus di Kota Surakarta*, (Jurnal Jurusan Ilmu Administrasi FISIP Universitas Sebelas Maret, ISSN. 1907 – 0489, Spirit Publik Vol. 7, No. 2, Oktober 2011), hlm. 85

dapat mengambil kebijaksanaan yang tepat serta mampu memanfaatkan peluang-peluang secara jeli guna mempertahankan usaha industrinya. Pemasaran menjadi satu hal yang penting dalam sebuah usaha. Keberhasilan sebuah usaha dapat terus bertahan jika produk yang dihasilkan dapat dipasarkan dengan baik dan dibeli konsumen. Pemasaran pada IKM menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan, karena dalam pemasaran IKM masih banyak yang mengalami kesulitan dalam promosi produk sehingga jangkauan pemasaran produk terbatas. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu usaha. Betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.¹⁰²

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dalam hal ini pemasaran islami memiliki posisi yang sangat strategis, karena pemasaran islami merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW. Pemasaran islami merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* (nilai) dari satu inisiator (pemrakarsa) kepada *stakeholders*-nya, yang dalam

¹⁰² Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*, (Bandung : Alfabet, 2010), hlm 57.

keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip islam dan muamalah dalam islam.¹⁰³

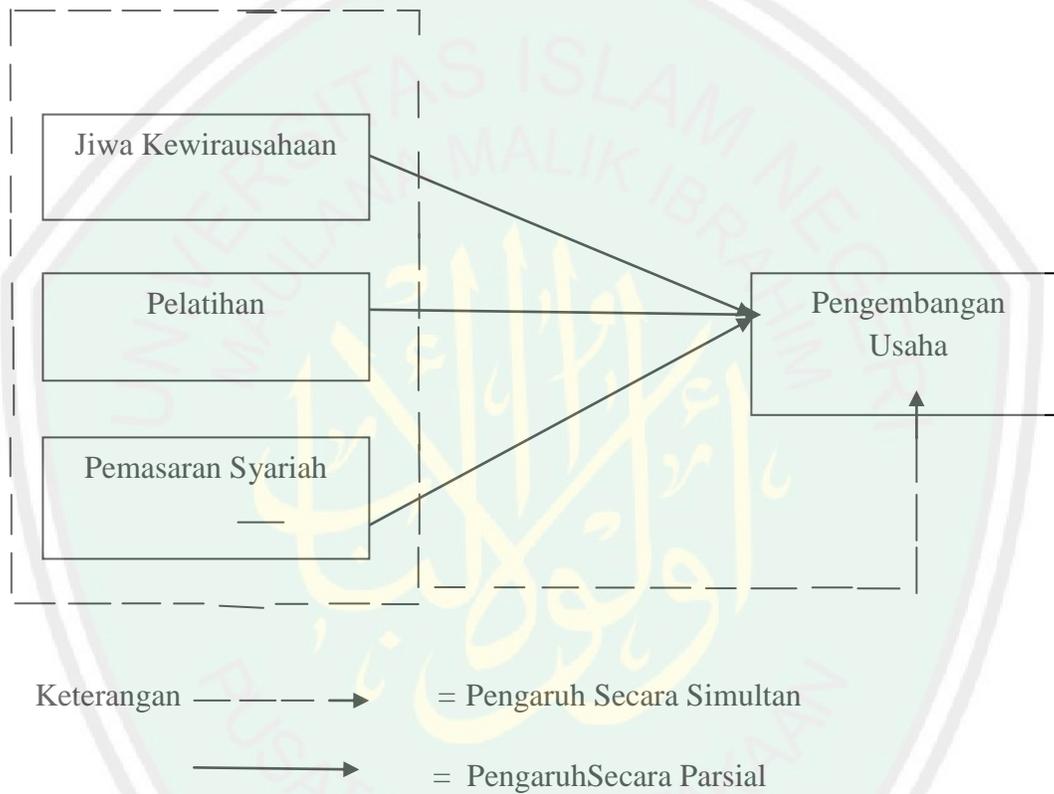
Tujuan suatu industri dalam melakukan kegiatan pemasaran, antara lain untuk memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk, untuk memberikan kepuasan semaksimal mungkin terhadappelanggannya, meningkatkan penjualan dan laba, menguasai pasar, menghadapi pesaing, dan memperbesarkegiatan usaha.Agar pemasaran dapat berkembang dengan baik sesuai denganmuamalah bisnis Islam maka diperlukanya manajemen pemasaran syari'ahselain terciptanya efektifitas dan efesiensi juga agar memperoleh keberkahan dunia dan akhirat.

¹⁰³ Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, hlm. 340.

G. KERANGKA KONSEPTUAL

Berdasarkan kajian teori yang telah dipaparka diatas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut:

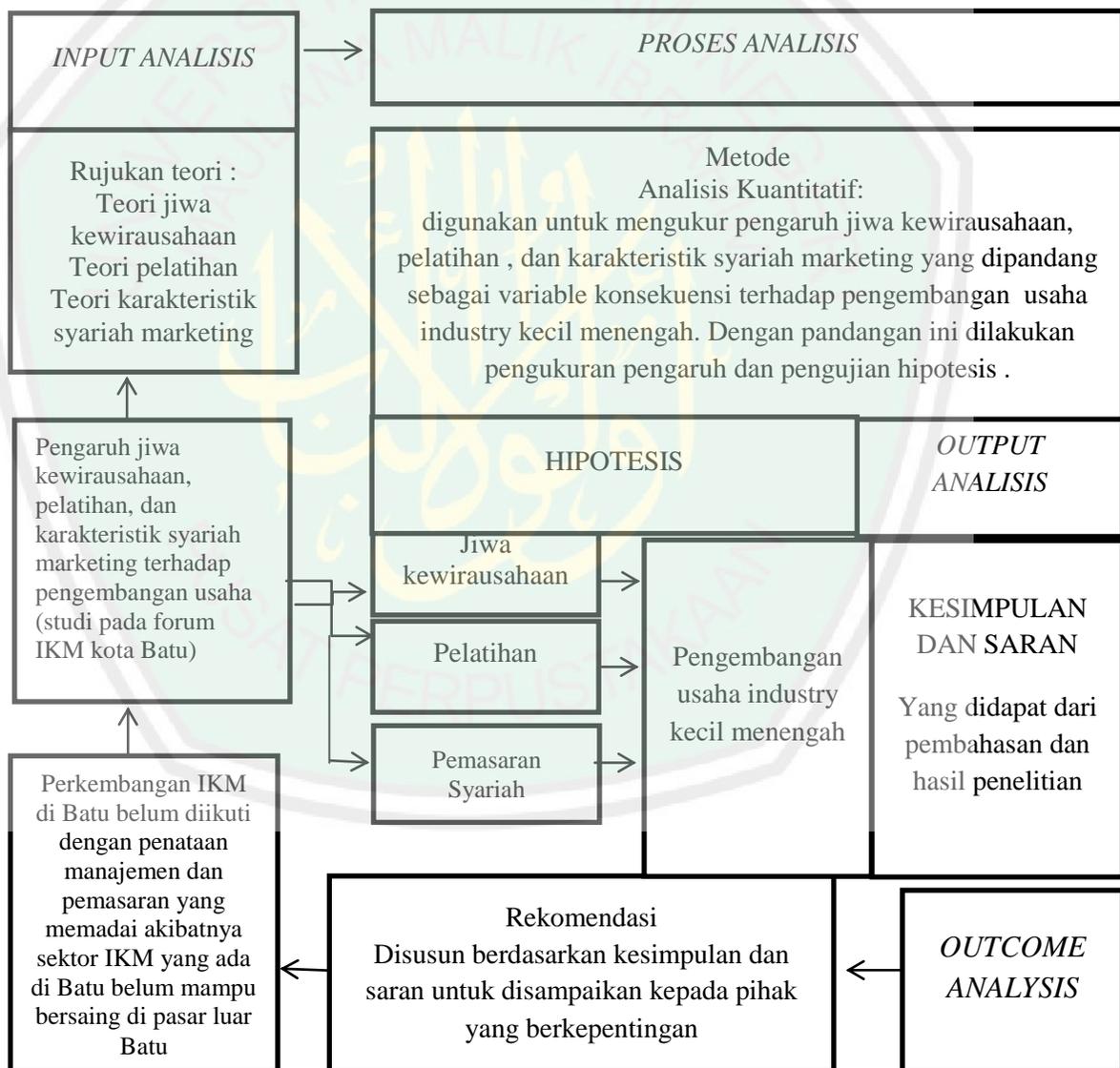
Gambar 2.3
Kerangka Konseptual



F. KERANGKA BERFIKIR

Berdasarkan kajian teori yang telah dipaparka diatas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut:

Gambar 2.4
Kerangka Berfikir



H. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis merupakan suatu jawaban yang sifatnya sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui uji hipotesis dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.¹⁰⁴ Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, kajian teori hingga hubungan antar variabel, maka hipotesis penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha forum IKM kota Batu secara simultan.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha forum IKM kota Batu secara parsial.
3. Jiwa kewirausahaan merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap pengembangan usaha forum IKM kota Batu

¹⁰⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 110.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹⁰⁵

Penelitian ini menggunakan data berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh pengaruh jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha (studi pada forum IKM Kota Batu). Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, maka variabel yang dilibatkan ada dua macam, yaitu variabel X (*independent variable*) dan variabel Y (*dependent variable*).

Adapun operasional variabel yang digunakan adalah:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator Variabel	Item Pernyataan	Skala
1	Jiwa Wirausahaan (X ₁) Geoffrey G. Meredith	a. Percaya diri	1. Berani memulai usaha 2. Berani menghadapi resiko	Likert
		b. Berorientasi pada tugas dan hasil	3. Setiap tindakan dilakukan dengan penuh kehati-hatian 4. Tekun dalam bekerja	
		c. Kepemimpinan	5. Mampu berkomunikasi dengan	

¹⁰⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), Hlm.8.

			baik	
		d. Berorientasi ke masa depan	6. Terbuka dengan saran dan kritik 7. Berpandangan ke masa depan 8. Mampu menyusun rencana dan melihat orientasi ke depan	
		e. Keorsinilan (inovasi dan kreativitas)	9. Mampu memunculkan ide-ide baru dalam menghasilkan produk 10. Mengikuti trend terbaru dan mampu memunculkan produk yang berbeda	
2	Pelatihan (X ₂) Vethzal Rivai dan Ella Jauvani	a. Peserta Pelatihan	11. Aktif dalam setiap menghadiri program pelatihan 12. Memperoleh tambahan pengetahuan dan pengalaman dalam hal usaha	Likert
		b. Pelatih Pelatihan	13. Mampu mengajak dan mempengaruhi peserta 14. Mampu menyampaikan materi dengan baik	
		c. Materi Pelatihan	15. Materi sesuai dengan kebutuhan 16. Materi sesuai dengan tema	
		d. Metode Pelatihan	17. Membantu mempermudah pemahaman terhadap materi yang disampaikan 18. Metode yang digunakan tidak membosankan	
		e. Tujuan dan Sasaran Pelatihan	19. Materi dapat menunjang perkembangan usaha 20. Materi yang disampaikan tepat sasaran	
3	Pemasaran Syariah (X ₃), Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula	a. Teistis (<i>Rabbaniyah</i>)	21. Memperhatikan masalah dalam setiap pemasaran yang dilakukan 22. Memasarkan produk dengan jujur	
		b. Etis (<i>Akhlaqiyah</i>)	23. Bersikap sopan santun 24. Melayani dengan tulus dan rendah hati	
		c. Realistis (<i>Al-Waqi'iyah</i>)	25. Menguasai produk yang ditawarkan 26. Mampu membangun kepercayaan dengan pembeli	
		d. Humanistis	27. Mampu berkomunikasi	

		(<i>Al-Insaniyyah</i>)	dengan baik 28.Membangun silaturahmi dengan baik	Likert
4	Pengembangan Usaha (Y), Departemen Perindustrian	a. Bahan Baku.	29.Bahan baku mudah didapatkan 30.Bahan baku memiliki kualitas yang bagus	
		b. Produk.	31.Produk berorientasi pada kebutuhan pasar 32.Produk memiliki tampilan yang berbeda	
		c. Sumber Daya Manusia.	33.Tenaga kerja sesuai dengan kebutuhan 34.Pemberian upah sesuai dengan hasil kerja	
		d. Modal & Keuangan.	35.Modal yang digunakan berasal dari modal sendiri dan mitra bisnis 36.Melakukan pemkuan pada setiap transaksi	
		e. Teknologi.	37.Membantu dalam melancarkan bisnis 38.Mempercepat proses pemasaran	

B. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya.¹⁰⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota forum IKM kota Batu, yaitu berjumlah 57 anggota forum IKM Kota Batu.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹⁰⁷ Prosedur pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi

¹⁰⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, hlm.80

¹⁰⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, hlm.81.

digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sample.¹⁰⁸ Sehingga sampel yang harus diambil yaitu berjumlah 57 anggota forum IKM Kota Batu.

C. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian adalah kuisisioner (angket) dan dokumentasi dengan gambaran sebagai berikut:

1. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh data dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal lain yang perlu diketahui.¹⁰⁹ Kuisisioner terbagi menjadi dua yaitu:¹¹⁰

- a) Angket terbuka, yaitu yang di sajikan dalam bentuk sederhana sehingga responden dapat memberikan isian sesuai dengan kehendak dan keadaanya .
- b) Angket tertutup, yaitu angket yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan memberi tanda silang atau *checlish*(y).

Pada penelitian ini yang digunakan adalah angket tertutup, dengan memberi tanda *checlish* (y) pada jawaban yang telah disediakan. Maksudnya angket diberikan

¹⁰⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, hlm.85.

¹⁰⁹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2010), hlm. 16.

¹¹⁰ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.26-27

kepada para anggota forum IKM kota Batu dan di dalamnya sudah disediakan jawabannya.

2. Dokumentasi

Berupa data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari literatur, artikel, data perusahaan, dan lain-lain yang di anggap relevan dengan penelitian.

D. Pengumpulan Data

Berikut pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti dan uraian langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan di forum IKM kota Batu sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data Melalui Angket

- a) Peneliti datang ke lokasi penelitian yaitu forum IKM kota Batu dan langsung menemui subjek penelitian.
- b) Peneliti memberikan angket kepada responden.
- c) Peneliti mengambil kembali dari responden untuk dilakukan penilaian.
- d) Mengelompokkan dan mentabulasikan setiap jawaban dari kuesioner yang telah disebar, kemudian menghitung frekuensi dan persentasinya.
- e) Memberikan pembobotan untuk setiap jawaban dari pertanyaan tertutup yang berskala ordinal. Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan akan diberi skor 5-4-3-2-1 (menggunakan *Rating scale*).

2. Pengumpulan Data Melalui Dokumentasi

- a) Peneliti mendatangi lokasi penelitian yaitu forum IKM kota Batu

- b) Peneliti menemui dan bertanya pada sumber informasi untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan arsip-arsip.
- c) Peneliti mencari informasi untuk dicatat sesuai dengan variabel yang telah ditentukan.

E. Analisis Data

Untuk dapat mengolah data penelitian maka diperlukan suatu analisis data, karena dengan adanya analisis data maka diperoleh hasil sehingga dapat memperoleh kesimpulan yang benar dan dapat dipertanggung jawabkan. Menurut Cartwright, analisis data merupakan metode penggambaran secara objektif, sistematis dengan menggunakan teknik deskriptif kuantitatif dari setiap perilaku simbolis.¹¹¹ Adapun langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Mencari Data Mentah

Data mentah yang diperoleh merupakan data primer yaitu langsung dari sumber yang diteliti berupa hasil angket dari anggota forum IKM kota Batu.

2. Statistik Deskriptif

Untuk memberikan gambaran demografi responden penelitian dan diskripsi mengenai variabel penelitian pengaruh jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan IKM (studi pada forum IKM kota Batu).

3. Uji Kualitas Data

Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrument penelitian dapat dievaluasi melalui uji *validitas* dan *reliabilitas*.

¹¹¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 86.

a. Validitas menunjukkan tingkat kemampuan instrumen penelitian, mengikuti apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Menurut Sugiyono,¹¹² validitas merupakan hasil penelitian dimana terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Pengujian validitas dalam penelitian ini mempergunakan analisis korelasi *product moment*, dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *product moment*,¹¹³ sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi antara item (x) dengan skor total (y)

X = skor setiap item

Y = skor total

n = jumlah responden

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- a) Apabila probabilitas < 0,05 atau nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pertanyaan valid.
- b) Apabila probabilitas > 0,05 atau nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tidak valid.

¹¹² Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, hlm 250.

¹¹³ Ibid, hlm. 97.

- b. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji keajegan hasil pengukuran suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika instrumen tersebut apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan hasil yang sama.¹¹⁴ Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach alpha* (α), suatu variabel dikatakan reliabel, apabila $\alpha \text{ cronbach} > 0,60$, dan tidak reliabel jika $< 0,60$.¹¹⁵

4. Metode Analisis Kuantitatif

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis Regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel tidak bebas (terikat). Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh terhadap tingkat pengaruh jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha (studi pada forum IKM kota Batu) dengan menggunakan rumus regresi linear berganda.¹¹⁶ Dalam Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan persamaan:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_e$$

Keterangan:

Y = pengembangan usaha (variabel terikat)

a = konstanta

¹¹⁴ Ibid.,

¹¹⁵ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 175.

¹¹⁶ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm, 301.

- X_1 = Variabel bebas pertama (jiwa wirausaha)
 X_2 = Variabel bebas kedua (Pelatihan)
 X_3 = Variabel bebas pertama (pemasaran syariah)
 X_n = Variabel bebas ke-n
 e = Standar *error*

Dalam analisis regresi ada beberapa jenis kriteria ketepatan yaitu :

a) Uji Serentak (Uji F)

Uji serentak yaitu uji statistik bagi koefisien regresi yang serentak atau bersama-sama mempengaruhi Y. Uji ini menggunakan uji F yaitu:¹¹⁷

$$F_0 = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)} \quad \text{atau} \quad F_0 = \frac{\frac{R^2(\sum y^2)}{K}}{\frac{(1-R^2)(\sum y^2)}{n-k-1}}$$

keterangan:

n = jumlah subjek

k = jumlah variabel bebas

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat variabel

1) Formulasi hipotesis

H_0 : tidak ada pengaruh $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ terhadap Y

H_a : ada pengaruh $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ terhadap Y

- 2) Jika $F_{hitung} > F_{(a;k-1,n-k)}$ dan atau probability < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tersebut secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap

¹¹⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta : Bumi Aksara, 2010), hlm.107.

variabel terikat (Terima H_a). Sebaliknya Jika $t <$ dari t_{tabel} ($\alpha; k-1, n-k$) dan atau probability di atas 0,05 maka dapat dikatakan tidak signifikan (Tolak H_a).

b) Uji Individual/ Uji Parsial (Uji t)

Uji individual yaitu uji statistik bagi koefisien regresi dengan hanya satu koefisien regresi yang mempengaruhi Y . Uji ini menggunakan uji t , yaitu:¹¹⁸

$$t_0 \frac{b_i B_i}{S_{b_i}}, \quad i = 1, 2, 3, \dots$$

Keterangan

b_i = koefisien b ke $-i$

S_{b_i} = standart error koefisien b ke- i

b_i = merupakan penduga dari β_i

- 1) Jika $t >$ dari t_{table} ($\alpha/2, n-k$) dan atau probability $<$ 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa peubah bebas tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap peubah terikat (Terima H_a). Sebaliknya
- 2) Jika $t <$ dari t_{tabel} ($\alpha/2, n-k$) dan atau pobability di atas 0,05 maka dapat dikatakan tidak signifikan (Tolak H_a).

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) di gunakan untuk mengetahui sampai sejauh atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok observasi. Koefisien dertiminasi menggambarkan bagian dari variasi diterangkan oleh model.

¹¹⁸ Iiqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta : Bumi Aksara, 2010),, hlm.108.

Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka dikatakan semakin baik. Sifat yang dimiliki koefisien determinasi adalah

- 1) nilai R^2 selalu positif karena merupakan nisbah dari jumlah kua

$$\text{nilai } R^2 = \frac{\text{JK regresi}}{\text{JK total terkoreksi}}$$

- 2) nilai $0 < R^2 < 1$

$R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.

$R^2 = 1$, garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.¹¹⁹

- d) Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk menilai baik tidaknya model regresi yang dikembangkan dalam penelitian ini.

- 1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat di definisikan sebagai adanya hubungan atau korelasi yang cukup kuat antara sesama variable bebas yang disertakan dalam model.¹²⁰ Selanjutnya, istilah multikolinieritas digunakan dalam arti yang lebih luas yaitu untuk terjadinya korelasi linear yang tinggi di antara variable-variabel penjelas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$).¹²¹

¹¹⁹ Setiawan Dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrika*, (Yogyakarta: Andi, 2010), hlm.64-65

¹²⁰ Sri Subanti Dan Arif Rahman Hakim, *Ekonometri*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm.19

¹²¹ Setiawan Dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrika*, hlm.82.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut: ¹²²

- (a) Nilai koefisien determinasi (R^2) yang cukup tinggi dan dengan *F-test* signifikan, namun *t-test* tidak ditemukan adanya koefisien yang signifikan, dan kalau pun ada koefisien yang signifikan, jumlah relative sangat sedikit sekali. Kondisi yang seperti ini juga mengindikasikan adanya multikolinieritas.
- (b) Multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat koefisien korelasi antara variable independen. Jika ada di antara variable bebas tersebut yang berkorelasi cukup tinggi, maka hal itu merupakan indikasi multikolinieritas.
- (c) *Overall Significance* dari *Auxiliary Regression*. Kita membuat membuat regresi *Auxiliary* atau variable-variabel yang di curigai mengalami multikolinieritas dan menghitung *Overall Significance* (*F-test*). Regresi *Auxiliary* mendukung dugaan adanya multikolinieritas.

2) Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah penyimpangan nilai absolut model yang tidak sama untuk setiap nilai variable bebas sepanjang periode observasi. Dengan kata lain model yang di peroleh memiliki varian C yang tidak homogen. ¹²³

¹²²Sri Subanti Dan Arif Rahman Hakim, *Ekonometri*, hlm.20-21.

¹²³Sri Subanti Dan Arif Rahman Hakim, *Ekonometri*, hlm. 25.

Deteksi heterokedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati residual kuadrat yang menunjukkan suatu pola tertentu. Bentuk prosedur formal yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas berupa *park test*, *glejser test*, *breusch/pagan test* atau *whit test*. Prosedur pertama, mengasumsikan bahwa ketika varian residual tidak konstan maka model akan berhubungan dengan satu atau lebih variabel dalam spesifikasi yang linier. Sedangkan prosedur kedua dapat diterapkan langsung pada sub menu output hasil regresi.¹²⁴

3) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dan SPSS.

¹²⁴Sri Subanti Dan Arif Rahman Hakim, *Ekonometri*, hlm. 27.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Forum Industry Kecil Menengah Kota Batu

Forum IKM kota Batu merupakan Perkumpulan kegiatan yang berkantor pusat di propinsi Jawa timur berkedudukan di Surabaya memiliki Anggota di setiap kabupaten/ kota. kegiatan terkait dengan UKM berbasis Produksi dan Pemasaran ,yaitu Produk Makanan Minuman dan Industri Kreatif, yang di dukung kelompok Pertanian, Perkebunan, Perikanan dan Perternakan, kerajinan Yang merupakan unsur pendukung bahan baku dan juga unsur pendukung pemasaran yg di dukung oleh para pelaku pariwisata/dinas terkait agar dapat berkesinambungan dalam segala lini dan sektor sehingga bisa saling menguntungkan satu dan lainnya .

Forum IKM kota Batu yang memberi Informasi, Menjembatani dan Pendampingan serta melakukan pendataan IKM di Wilayah Kota batu ,Produk Industri kecil Kota Batu memiliki potensi yang besar namun memiliki kendala bagi pelaku usaha itu sendiri, dalam produk berdaya saing dan harga produksi yang tinggi perlu ada upaya penekanan biaya produksi, di butuhkan kesinambungan dalam usaha dalam memajukan ekonomi masyarakat kecil khususnya masyarakat jawa timur yang tergabung dalam Forum IKM Jatim Kota Batu, perlu pembinaan dan pengetahuan terkait berbagai macam kebutuhan pendukung dalam memproduksi baik dari sisi produk dan juga kemasan.serta Pemasaran lokal Regional dan Nasional.

Kegiatan yang dilakukan Forum IKM Kota Batu berupa Program Pendampingan untuk meningkatkan kinerja Industri Kecil Menengah agar mampu berinovasi, berkreasi dan berdaya saing, menggali Potensinya serta mampu mengatasi permasalahan yang terjadi baik yang timbul dari pihak internal maupun eksternal sehingga memiliki ketangguhan, kemandirian sehingga dapat menghasilkan Produk produk Unggulan yang kompetitif untuk Produk lokal Regional, Nasional, hal yang paling penting adalah tujuan Forum IKM Jatim Kota Batu menciptakan Produk berkualitas dan kuantitas agar diminati oleh konsumen sebagai produk makanan Higienis sehari ,Serta menjadikan produk craft sebagai industri kreatif anak bangsa Adapun wadah yang dibutuhkan Industri Kecil Menengah agar konsisten dalam memproduksi dan menghasilkan pendapatan ekonomi keluarga,perlu wadah Promosi dan Penjualan berupa pusat oleh oleh yang melengkapi kebutuhan yang terdiri dari beberapa Kota/kabupaten di wilayah Jawa Timur.

Peningkatan produksi usaha kecil adalah kunci sukses keberhasilan Pemerintah sebagai perwujudan Program Nasional yaitu meningkat ekonomi rakyat dan peningkatan Mutu Produksi yang berkelanjutan untuk mencapai tujuan tersebut perlu adanya upaya atau langkah yang nyata yang dimaksud dapat menjadi perhatian dan kebijakan pemerintah khususnya dinas terkait yang mendukung kelancaran kegiatan IKM Menyampaikan hal tersebut diatas, keberadaan forum ikm jatim Kota Batu yang merupakan perkumpulan IKM Produksi terbesar di Jawa Timur perlu adanya keterkaitan pemerintah/Pemkot Kota Batu untuk ikut serta dalam melakukan program yg mendukung pelaku usaha kecil yang di Kota Batu

Forum IKM kota Batu sebagai sarana informasi kegiatan IKM, Pameran, Pelatihan informasi Produk dan membantu memperkenalkan Produk produk IKM Unggulan Kota Batu, serta serta Bersinergi dengan Pemerintah/Pemkot,Asosiasi Lokal,Plut Dan tempat wisata yg ada di Kota Batu dalam meningkatkan dan memajukan Ikm Kota Batu yang lebih mandiri dan kreatif Dalam bentuk memberikan kepedulian pengetahuan produk, yaitu informasi kerjasama terkait pengenalan Produk Ikm, pemasaran serta mendukung pemerintah/ Pemkot dalam hal sarana dan prasarana untuk memajukan IKM wilayah Kota Batu dan kota di jawa timur. membentuk tenaga tenaga ahli dalam pendampingan IKM yg memiliki wawasan Produk dan Pemasaran ,kreatif, Mandiri dengan membangun kebersamaan dalam memajukan ekonomi usaha kecil menengah. Didirikan atas Dasar kepedulian terhadap Ikm, dalam rangka membangun jembatan komunikasi yang merata dalam pemberian informasi agar mencakup Ikm yang ada di Kota Batu. Sehingga terwujud komunitas yang berlegalitas hukum dalam menunjang sarana informasi Ikm. Dan berkedudukan disurabaya sebagai pusat dan memiliki Perwakilan wilayah di kota Batu dengan pengurus wilayah yang membangun kebersamaan Ikm untuk memajukan IKM dalam bentuk Mandiri dan Kreatif.

2. Visi dan Misi Forum Industry Kecil Menengah Kota Batu

Visi : maju bersama membangun usah di segala sektor

Misi: forum ikm kota batu yaitu Memberikan rekomendasi, mempersiapkan dan mendukung para pemangku kepentingan IKM dalam kemajuan kegiatan ekonomi /

UKM yang berbasis produksi, Memperjuangkan terwujudnya, pelaku usaha yang sejahtera dan mandiri.

- a. Membangun kekuatan dan kerjasama kolektif agar tercipta Rantai Nilai dan Iklim Usaha yang Kondusif serta memiliki Akses terhadap kebijakan Pemerintah & Stakeholder lainnya yang mendukung pelaku usaha dalam hal proses pelatihan dan informasi IKM Jawa timur.
- b. Membangun jaringan kerjasama wadah antar IKM di Jawa Timur dan Nasional .
- c. Memberikan Manfaat buat ikm
- d. Jalinan Informasi, usaha / bisnis yang terintegrasi, Terhubung dalam jejaring dan kolaborasi dilingkungan dunia usaha IKM dengan berbagai rantai nilai jenis produk dari Hulu ke hilir/kota ke Desa
- e. Membangun kinerja IKM secara mandiri dengan Sarana & Prasarana kerja serta sumber daya yang ada.
- f. Menyediakan Konsultasi IKM diantaranya memberi solusi IKM baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Kontak Komunikasi yang disediakan.
- g. Mempromosikan hasil produk / usaha melalui sarana publikasi yang tersedia, yaitu: media cetak & media on-line
- h. Mengikuti sertakan dalam Pameran, Mengikuti Training / Pelatihan, Workshop & Seminar menurut bidang usahanya sesuai kriteria.
- i. Membangun kebersamaan antar wilayah IKM dalam mendapatkan informasi terkait dengan Produk dan kegiatan IKM

- j. Meningkatkan kemajuan, kemakmuran IKM yang kuat melalui kegiatan ekonomi dan usaha berbasis produksi.
- k. Menjadikan IKM berbasis produksi memiliki unggulan serta berkualitas di Jawa Timur dan Nasional.
- l. Meningkatkan kinerja & kreatifitas IKM serta inovasi produk yang berorientasi Ramah Lingkungan.

3. Kegiatan Forum Ikm Kota Batu

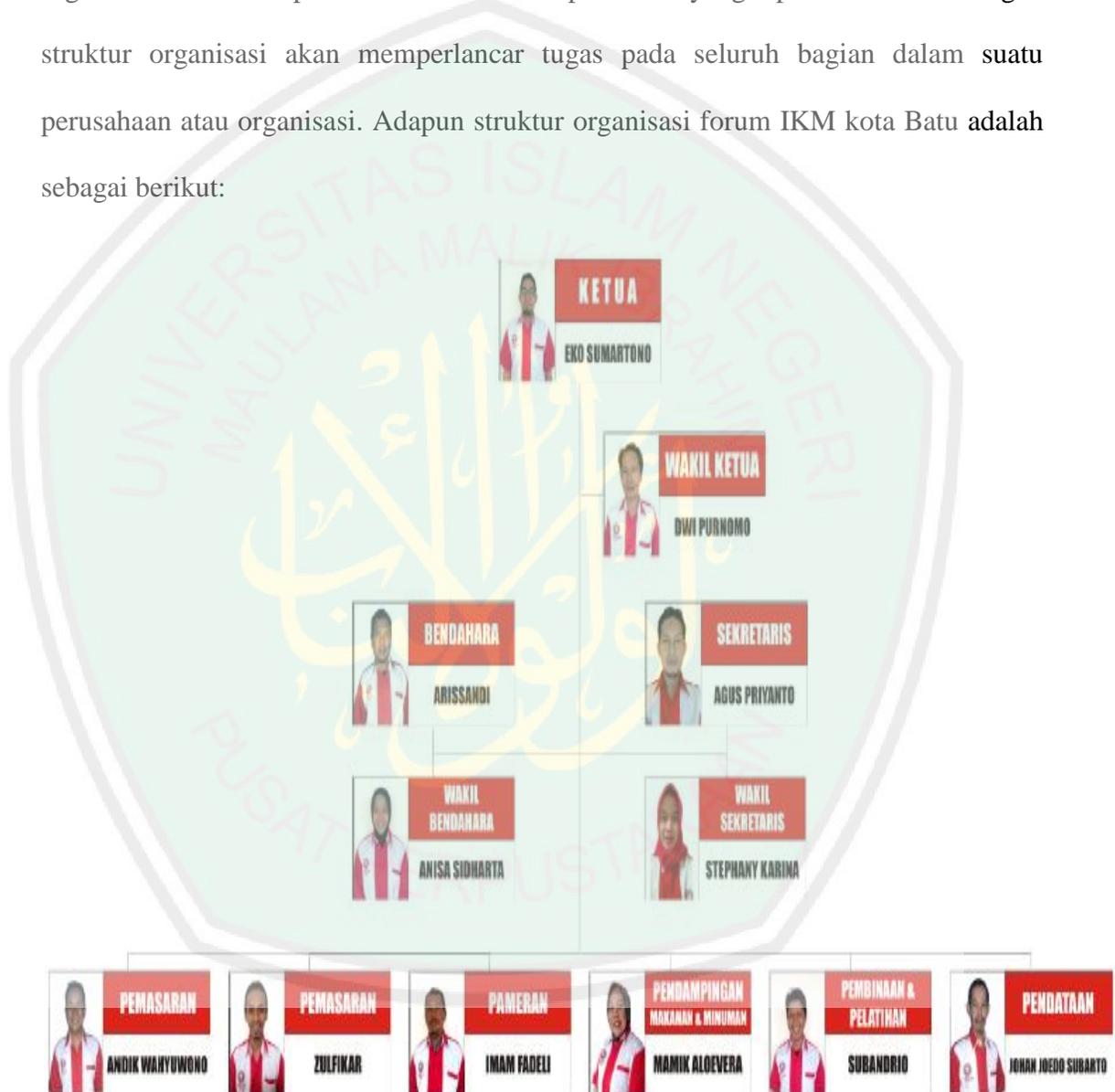
Adapun kegiatan yang dilakukan oleh forum IKM kota Batu ialah mengadakan Pendataan IKM di daerah di Kota Batu , mempromosikan Media sosial/ Internet IKM Kota Batu, Seminar, Talkshow, Pembinaan IKM, Pelatihan IKM, Penilaian Produk IKM, Konsultan IKM, Riset IKM, Menginformasikan Pameran bersama IKM serta Memasarkan/ mempromosikan produk produk Unggulan IKM Kota Batu dengan Sistem Satu Pintu, Pemasaran Online dan Offline, pembuatan WEB e-commerce/ Toko Online bersama, pembuatan katalog, pengajuan, halal, merk, nutrisision facts, barcode, desain kemasan.

4. Tugas Pokok Forum Ikm Kota Batu

- a. Pendataan
- b. Pembinaan
- c. Pelatihan
- d. Pemasaran
- e. Perlindungan

5. Struktur Organisasi Tugas Pokok Forum Ikm Kota Batu

Struktur organisasi adalah suatu jenjang urutan dalam pendelegasian wewenang dan tanggung jawab yang ada di dalam suatu organisasi. Struktur organisasi mutlak diperlukan untuk mencapai hasil yang optimal karena dengan struktur organisasi akan memperlancar tugas pada seluruh bagian dalam suatu perusahaan atau organisasi. Adapun struktur organisasi forum IKM kota Batu adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Forum IKM Kota Batu

Berikut ini adalah tugas, wewenang, dan tanggung jawab setiap lini dari struktur organisasi forum IKM kota Batu:

a. Ketua

Mengatur roda organisasi agar berjalan sesuai standart, dan membangun komoniksi dengan pihak luar

b. Wakil Ketua

Menggantikan posisi ketua apabila ketua berhalangan hadir dalam setiap acara

c. Sekretaris

Membangun koordinasi internal, membuat agenda pertemuan pengurus dan anggota

d. Wakil Sekretaris

Menggantikan fungsi administrasi organisasi (pendaftaran anggota, notulen, dan penyimpanan administrasi)

e. Bendahara

Mengelola keuangan organisasi, penagihan hasil penjualan atas nama organisasi

f. Wakil Bendahara

Mencata segala transaksi keuangan organisasi (pendaftaran anggota, penjualan, dll)

g. Pemasaran

Memasarkan setiap produk anggota FIKM

h. Pembinaan dan Pelatihan

Melakukan kunjungan ke industri dan memberikan masukan

B. Uji Instrumen Penelitian

Kuisisioner yang digunakan sebagai alat pengumpulan data terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen penelitian. Pengujian yang dilakukan adalah pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengukur tingkat ketepatan dan kehandalan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas kuisisioner penelitian dapat dijelaskan sebagaimana di bawah ini:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji instrumen, yaitu apakah instrumen yang digunakan dapat memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Uji validitas digunakan untuk mengukur atas pernyataan kuisisioner masing-masing variabel atau indikator. Tujuannya yaitu item-item pertanyaan tersebut merupakan bagian dari indikator. Hal ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yaitu dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan r_{hitung} untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dimana n adalah jumlah sampel dan *alpha* (α 5%). Apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$) dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid, begitu pula sebaliknya apabila r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} ($r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$) maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Pada penelitian ini, besarnya df adalah 55 dan *alpha* 0.05 (α 5%) sehingga didapat r_{tabel} 0,266. Selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan data penelitian

menggunakan program SPSS, diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Item	Koefisien Korelasi	Korelasi Tabel	Ket
Jiwa Kewirausahaan (X1)	Percaya diri	X1.1	0,914	0,266	Valid
		X1.2	0,886	0,266	Valid
	Orentasi pada tugas dan hasil	X1.3	0,863	0,266	Valid
		X1.4	0,859	0,266	Valid
	Kepemimpinan	X1.5	0,870	0,266	Valid
		X1.6	0,878	0,266	Valid
	Orentasi masa depan	X1.7	0,861	0,266	Valid
		X1.8	0,801	0,266	Valid
	Inovasi dan kreativitas	X1.9	0,691	0,266	Valid
		X1.10	0,777	0,266	Valid
Pelatihan (X2)	Peserta	X2.1	0,722	0,266	Valid
		X2.2	0,857	0,266	Valid
	Pelatih	X2.3	0,871	0,266	Valid
		X2.4	0,791	0,266	Valid
	Materi	X2.5	0,759	0,266	Valid
		X2.6	0,798	0,266	Valid
	Metode	X2.7	0,813	0,266	Valid
		X2.8	0,852	0,266	Valid
	Tujuan	X2.9	0,742	0,266	Valid
		X2.10	0,780	0,266	Valid
Pemasaran Syariah (X3)	Teistis	X3.1	0,846	0,266	Valid
		X3.2	0,828	0,266	Valid
	Etis	X3.3	0,872	0,266	Valid
		X3.4	0,891	0,266	Valid
	Realistis	X3.5	0,849	0,266	Valid
		X3.6	0,917	0,266	Valid
	Humanistis	X3.7	0,874	0,266	Valid
		X3.8	0,854	0,266	Valid
Pengembangan Usaha (Y)	Bahan baku	Y1	0,847	0,266	Valid
		Y2	0,844	0,266	Valid
	Produk	Y3	0,864	0,266	Valid

		Y4	0,697	0,266	Valid
	Sumber daya manusia	Y5	0,832	0,266	Valid
		Y6	0,808	0,266	Valid
	Modal dan keuangan	Y7	0,791	0,266	Valid
		Y8	0,882	0,266	Valid
	Tekhnologi	Y9	0,892	0,266	Valid
		Y10	0,846	0,266	Valid

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} pada kolom koefisien korelasi untuk tiap item pertanyaan pada kuesioner memiliki r_{hitung} yang lebih besar dan positif dibandingkan dengan r_{tabel} dengan $df = 55$ dan $alpha$ 0,05 yaitu $r_{tabel} = 0,266$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari keempat variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk melihat jawaban atau tanggapan dari responden akan menghasilkan hasil yang sama jika dilakukan pada tempat dan waktu yang berbeda. Apabila nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel $> 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut reliabel. Jika nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel $< 0,60$, maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini sebagaimana terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Jiwa kewirausahaan (X1)	0,954	Reliabel
Pelatihan (X2)	0,936	Reliabel
Pemasaran syariah (X3)	0,951	Reliabel
Pengembangan usaha (Y)	0,949	Reliabel

Berdasarkan ringkasan hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian diketahui bahwa semua variabel menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6. Dengan demikian item pertanyaan/kuisisioner pada semua variabel tersebut dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel tersebut, sehingga dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini.

C. Deskripsi Data Responden

1. Identitas Responden

a. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.3 Frekuensi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	26	45,6%
Perempuan	31	54,4%
Total	57	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 57 responden yang terlibat dalam penelitian ini paling banyak sebesar 54,4% merupakan pengusaha perempuan dengan jumlah 31 orang. Sementara sisanya sebesar 45,6% merupakan pengusaha laki-laki dengan jumlah 26 orang.

b. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Identitas responden berdasarkan usia dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Frekuensi Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
≤ 25 tahun	1	1,8%
26 - 40 tahun	13	22,8%
41 - 50 tahun	24	42,1%
51 - 55 tahun	11	19,3%
≥ 56 tahun	8	14,0%
Total	57	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 57 responden yang terlibat dalam penelitian ini paling banyak sebesar 42,1% berusia 41-50 tahun, sedangkan responden sebesar 22,8% berusia 26-40 tahun. Kemudian responden yang berusia 51-55 tahun memiliki persentase sebesar 19,3%. Selanjutnya responden yang berusia di atas 56 tahun memiliki persentase sebesar 14,0%. Sementara sisanya sebesar 1,8% responden berusia dibawah 25 tahun.

c. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Identitas responden berdasarkan jenis usaha dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.5 Frekuensi Jenis Usaha Responden

Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
Makanan dan Minuman	33	57,9%
Fashion	5	8,8%
Kerajinan	19	33,3%
Total	57	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 57 responden yang terlibat dalam penelitian ini paling banyak sebesar 57,9% memiliki jenis usaha makanan dan minuman dengan jumlah 33 orang, sedangkan sebesar 33,3% responden

memiliki jenis usaha kerajinan dengan jumlah 19 orang. Kemudian responden yang paling sedikit memiliki jenis usaha fashion dengan persentase sebesar 8,8% dengan jumlah 5 orang.

d. Identitas Responden Berdasarkan Lama Usaha

Identitas responden berdasarkan lamanya mendirikan usaha para responden dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Frekuensi Lama Usaha Responden

Lama Bekerja	Frekuensi	Persentase
≤ 5 tahun	26	46,6%
6 - 10 tahun	19	33,3%
11 - 20 tahun	12	21,1%
Total	57	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 57 responden yang terlibat dalam penelitian ini paling banyak sebesar 46,6% merupakan responden yang telah lama mendirikan usaha selama kurang dari 5 tahun dengan jumlah 26 orang, sedangkan sebesar 33,3% merupakan responden yang telah mendirikan usaha selama 6-10 tahun dengan jumlah 19 orang. Kemudian responden yang telah mendirikan usaha selama 11-20 tahun memiliki persentase sebesar 21,1% dengan jumlah 12 orang.

e. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Identitas responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 4.7 Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
Tidak Sekolah	0	0%
SD atau Sederajat	12	21,0%
SMP atau Sederajat	15	26,3%
SMA atau Sederajat	25	43,9%
Perguruan Tinggi	5	8,8%
Total	57	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 57 responden yang terlibat dalam penelitian ini paling banyak masing-masing sebesar 43,9% berpendidikan SMA atau sederajat, sedangkan sebesar 26,3% responden berpendidikan SMP atau sederajat. Kemudian responden yang berlatar pendidikan perguruan tinggi memiliki persentase sebesar 8,8%. Sementara sisanya sebesar 21,0% responden berpendidikan SD atau sederajat.

2. Jawaban Responden

a. Jawaban Responden Terhadap Jiwa Kewirausahaan

Jawaban responden pada variabel Jiwa Kewirausahaan dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Jiwa Kewirausahaan

Item	STS		TS		N		S		SS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					18	31.58	22	38.6	17	29.82	57
2			1	1.75	13	22.81	28	49.12	15	26.32	57
3					25	43.86	25	43.86	7	12.28	57
4					29	50.88	20	35.09	8	14.04	57
5					12	21.05	25	43.86	20	35.09	57
6					9	15.79	27	47.37	21	36.84	57
7			3	5.26	22	38.6	23	40.35	9	15.79	57
8					17	29.82	30	52.63	10	17.54	57
9					9	15.79	37	64.91	11	19.3	57

10			1	1.75	3	5.263	25	43.86	28	49.12	57
----	--	--	---	------	---	-------	----	-------	----	-------	----

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju dan sangat setuju terhadap item-item jiwa kewirausahaan. Hal ini menunjukkan adanya jiwa kewirausahaan yang baik para pelaku usaha forum IKM kota Batu.

Pada beberapa item pertanyaan di atas, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 37 pelaku usaha dengan persentase sebesar 64.91% yaitu pada item pertanyaan kesembilan, hal ini menunjukkan bahwa jiwa kewirausahaan dalam kreatifitas yang dituangkan dalam ide – ide baru dapat meningkatkan kualitas dan keragaman produk yang yang dihasilkan para pelaku usaha forum Ikm kota Batu. Sedangkan jawaban paling kecil tidak setuju sebanyak 2 pelaku usaha masing-masing 1 responden dengan persentase sebesar 1,75% yaitu terdapat pada item pertanyaan kedua dan kesepuluh, hal ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha belum sepenuhnya siap menanggung setiap resiko dalam usahanya dan belum siap mengikuti trend bisnis yang terus berkembang.

b. Jawaban Responden Terhadap Pelatihan

Jawaban responden pada variabel Pelatihan dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.9 Jawaban Responden Terhadap pelatihan

Item No	STS		TS		N		S		SS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					30	52.63	20	35.09	7	12.28	57
2					13	22.81	23	40.35	21	36.84	57
3					9	15.79	26	45.61	22	38.6	57
4			3	5.26	24	42.11	20	35.09	10	17.54	57

5					18	31.58	28	49.12	11	19.3	57
6			2	3.51	24	42.11	27	47.37	4	7.018	57
7			1	1.75	24	42.11	28	49.12	4	7.018	57
8			2	3.51	14	24.56	31	54.39	10	17.54	57
9					10	17.54	37	64.91	10	17.54	57
10					5	8.772	23	40.35	29	50.88	57

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju dan sangat setuju terhadap item-item pelatihan. Hal ini menunjukkan adanya pelatihan yang baik bagi para pelaku usaha forum IKM kota Batu.

Pada beberapa item pertanyaan di atas, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 37 pelaku usaha dengan persentase sebesar 64.91% yaitu pada item pertanyaan kesembilan, hal ini menunjukkan bahwa materi pelatihan yang diberikan kepada para pelaku usaha forum Ikm kota Batu sudah terpenuhi. Sedangkan jawaban paling kecil tidak setuju sebanyak 1 pelaku usaha dengan pesentase sebesar 1,75% yaitu terdapat pada item pertanyaan ketujuh, hal ini menunjukan bahwa metode pelatihan yang disampaikan pelatih kepada para pelaku usaha forum Ikm kota Batu belum terpenuhi secara maksimal.

c. Jawaban Responden Terhadap Pemasaran syariah

Jawaban responden pada variabel Pemasaran syariah dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Pemasara Syariah

Item	STS		TS		N		S		SS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					6	10.53	29	50.88	22	38.6	57
2			1	1.75	20	35.09	29	50.88	7	12.28	57
3					5	8.772	24	42.11	28	49.12	57
4					6	10.53	29	50.88	22	38.6	57
5			1	1.75	21	36.84	23	40.35	12	21.05	57
6					17	29.82	22	38.6	18	31.58	57
7			1	1.75	13	22.81	28	49.12	15	26.32	57
8				0	24	42.11	25	43.86	8	14.04	57

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju dan sangat setuju terhadap item-item pemasaran syariah. Hal ini menunjukkan adanya pemasaran syariah yang baik para pelaku usaha forum IKM kota Batu.

Pada beberapa item pertanyaan di atas, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 29 pelaku usaha dengan persentase sebesar 50,88% yaitu pada item pertanyaan pertama, kedua, dan item pertanyaan keempat, hal ini menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha forum Ikm kota Batu menekankan pada kemaslahatan, memasarkan dengan jujur dan memberikan pelayanan dengan tulus dan rendah hati sudah terpenuhi. Sedangkan jawaban paling kecil tidak setuju sebanyak 3 pelaku usaha dengan masing-masing pesentase sebesar 1,75% yaitu terdapat pada item pertanyaan kedua, kelima, dan ketujuh, hal ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha forum Ikm kota Batu belum mampu memasarkan hasil produknya dengan maksimal, salah satu penyebabnya kurangnya penguasaan terhadap produk, dan belum mampu berkomoniksai dengan baik.

d. Jawaban Responden Terhadap pengembangan usaha

Jawaban responden pada variabel Pengembangan usaha dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.11 Jawaban Responden Terhadap pengembangan usaha

Item No	STS		TS		N		S		SS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1			2	3.51	24	42.11	27	47.37	4	7.018	57
2			1	1.75	24	42.11	28	49.12	4	7.018	57
3			2	3.51	14	24.56	31	54.39	10	17.54	57
4					10	17.54	37	64.91	10	17.54	57
5					3	5.263	24	42.11	30	52.63	57
6					6	10.53	29	50.88	22	38.6	57
7			1	1.75	20	35.09	29	50.88	7	12.28	57
8					5	8.772	24	42.11	28	49.12	57
9					6	10.53	29	50.88	22	38.6	57
10			1	1.75	21	36.84	23	40.35	12	21.05	57

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju dan sangat setuju terhadap item-item pengembangan usaha. Hal ini menunjukkan adanya pengembangan usaha yang baik para pelaku usaha forum IKM kota Batu.

Pada beberapa item pertanyaan di atas, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 37 pelaku usaha dengan persentase sebesar 64,91% pada item pertanyaan keempat, hal ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha forum Ikm kota Batu mengenai tampilan produk yang berbeda dengan yang lainnya sudah terpenuhi. Sedangkan jawaban paling kecil tidak setuju sebanyak 3 pelaku usaha dengan masing-masing persentase sebesar 1,75% yaitu terdapat pada item pertanyaan kedua, kelima, dan sepuluh, hal ini menunjukkan bahwa bahan baku

yang dibutuhkan, proses pemerolehan modal dan teknologi sebagai alat dalam percepatan pemasaran produk para pelaku usaha forum Ikm kota Batu belum terpenuhi secara maksimal.

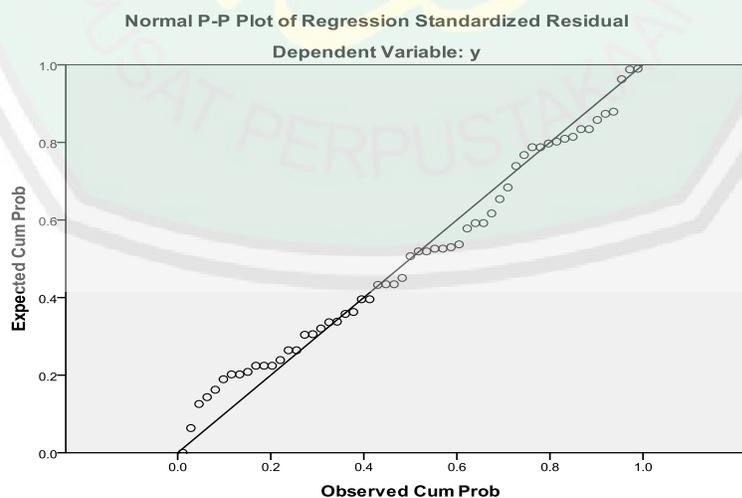
D. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai baik tidaknya model regresi yang dikembangkan dalam penelitian ini. Adapun pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan terikat yang keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal/mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *normal probability plot*, dan statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik *normal probability plot*, yaitu:

Gambar 4.2 normal probability plot



Sumber: Data primer diolah, 2018.

Hasil output SPSS tersebut, pada grafik *normal probability plot* menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas sehingga dapat disimpulkan pada uji asumsi normalitas grafik *probability plot* berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Salah satu cara yang dipakai untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas adalah melihat nilai *tolerance* dan lawannya serta nilai VIF (*Varian Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas tiap variabel:

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel independen	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Jiwa kewirausahaan	0.155	8.246
Pelatihan	0.135	7.383
Pemasaran Syariah	0.170	4.370

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Dari hasil pengujian multikolinearitas diatas, diperoleh nilai *tolerance* variabel independen jiwa kewirausahaan (X_1), pelatihan (X_2), dan pemasaran syariah (X_3) masing-masing 0.155, 0.135 dan 0.170 sedangkan nilai VIF masing-masing 8.246, 7.383 dan 4.370. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel bebas $> 0,10$, begitupun nilai VIF masing-masing VIF yaitu < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

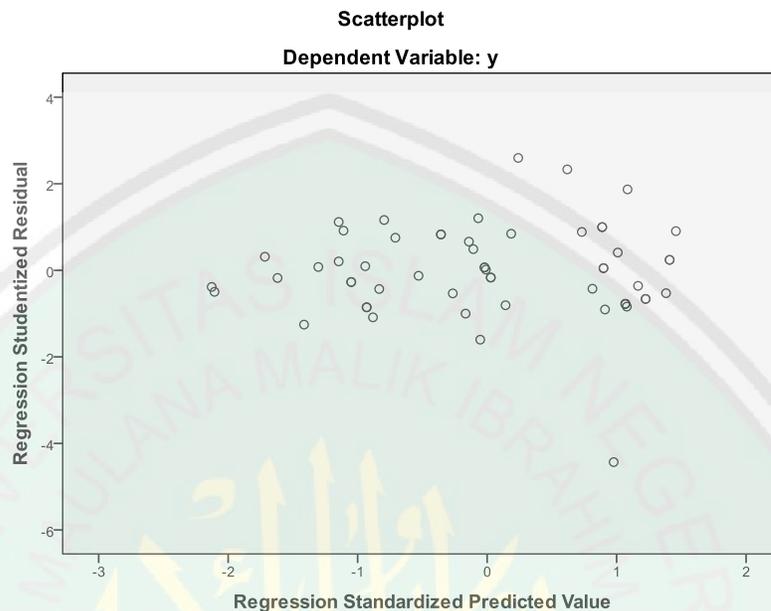
3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengujian ini untuk mengetahui ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik diagram pencar (scatterplot), apabila grafik membentuk pola khusus maka model regresi yang diajukan terdapat heteroskedastisitas. tetapi jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹²⁵

Pendeteksian ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya dengan menggunakan uji grafik *plot* yang dihasilkan dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

¹²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011). 141.

Gambar 4.3
SRESID by ZPRED Scatterplot



Sumber: Data primer diolah, 2018.

Dari gambar 4.3 scatterplot diatas memperlihatkan bahwa tidak adanya pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini. Sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Pengujian asumsi heteroskedastisitas pengaruh jiwa kewirausahaan, pelatihan dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha forum IKM kota Batu.

E. Pembuktian Hipotesis

Hipotesis Penelitian Dengan Judul “pengaruh jiwa kewirausahaan, pelatihan dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha (Studi Pada Forum Ikm Kota Batu), Sebagaimana Tertera Pada Bab 3 Adalah Sebagai Berikut:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini model persamaan regresi berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh baik secara simultan dan parsial pengaruh jiwa kewirausahaan, pelatihan dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha Pada Forum Ikm Kota Batu adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*) versi 16, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.061	3.886		2.075	.043
	X1	.654	.098	.615	6.664	.000
	X2	.239	.092	.220	2.596	.012
	X3	1.037	.471	.184	2.201	.032

a. Dependent Variable: Y

Sember: data spss diolah 2018

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 4.15 di atas diperoleh koefisien variabel independen jiwa kewirausahaan (X1) = 0.654, pelatihan (X2) = 0.239, pemasaran syariah (X3) = 1.037, dan konstanta (a) sebesar 8.061, sehingga model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 8.061 + 0.654X_1 + 0.239X_2 + 1.037X_3$$

Dari model persamaan regresi linear berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 8,061 menjelaskan bahwa apabila jiwa kewirausahaan, pelatihan dan pemasaran syariah bernilai konstan (tidak berubah) maka besar pengukuran pengembangan usaha adalah sebesar 8,061
- 2) Koefisien jiwa kewirausahaan (X_1) sebesar 0.654 menjelaskan bahwa jiwa kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha. Hal ini berarti terjadinya semakin tinggi jiwa kewirausahaan, maka cenderung dapat meningkatkan pengembangan usaha.
- 3) Koefisien pelatihan sebesar 0.239 mengindikasikan bahwa pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha. Hal ini berarti terjadinya semakin tinggi pelatihan, maka cenderung dapat meningkatkan pengembangan usaha.
- 4) Koefisien tingkat pemasaran syariah sebesar 1.037 mengindikasikan bahwa tingkat pemasaran syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha. Hal ini berarti terjadinya semakin tinggi tingkat pemasaran syariah, maka cenderung dapat meningkatkan pengembangan usaha.

2. Uji F (Simultan)

Pengujian hipotesis simultan digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian menyatakan apabila statistik uji $F \geq F$ tabel atau probabilitas \leq

level of significance (α) maka terdapat pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) etika bisnis islami, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan. Hasil pengujian hipotesis simultan dapat diketahui melalui tabel berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	288.014	3	96.005	40.992	.000 ^a
	Residual	124.127	53	2.342		
	Total	412.140	56			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Pengujian hipotesis secara simultan pengaruh jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha menghasilkan statistik uji F sebesar 40,992 dengan probabilitas sebesar 0.000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan statistik uji F > F tabel (2.79). atau probability < *level of significance* ($\alpha = 5\%$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha.

3. Uji Parsial

Pengujian hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian menyatakan apabila statistik uji t > t_{tabel} atau probabilitas < *level of significance* ($\alpha = 0,05$) maka terdapat pengaruh signifikan secara parsial (individu)

jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha.

Hasil pengujian hipotesis parsial dapat diketahui melalui tabel berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.061	3.886		2.075	.043
	X1	.654	.098	.615	6.664	.000
	X2	.239	.092	.220	2.596	.012
	X3	1.037	.471	.184	2.201	.032

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah, 2018.

1) Uji hipotesis parsial antara konstanta terhadap pengembangan usaha

Pengujian hipotesis secara parsial Konstanta terhadap pengembangan usaha menghasilkan statistik uji t (parsial) sebesar 2,075 dengan probabilitas sebesar 0.043. Hasil pengujian tersebut menunjukkan statistik uji $t > t_{tabel}$ (1,672). atau probabilitas $< level\ of\ significance$ ($\alpha = 5\%$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan Konstanta terhadap pengembangan usaha.

2) Uji hipotesis parsial antara jiwa kewirausahaan terhadap pengembangan usaha

Pengujian hipotesis secara parsial jiwa kewirausahaan terhadap pengembangan usaha menghasilkan statistik uji T (parsial) sebesar 6,664 dengan probabilitas sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan hasilstatistik uji $t > t_{tabel}$ (1,672) dan probabilitas $< level\ of\ significance$

($\alpha=5\%$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan jiwa kewirausahaan terhadap pengembangan usaha. Maka dengan hasil uji T (parsial) jiwa kewirausahaan terhadap pengembangan usaha.

3) Uji hipotesis parsial antara pelatihan terhadap pengembangan usaha

Pengujian hipotesis secara parsial pelatihan terhadap pengembangan usaha menghasilkan statistik uji t sebesar 2,596 dengan probabilitas sebesar 0,012. Hasil pengujian tersebut menunjukkan hasil statistik uji t $>$ t_{tabel} (1,672). atau probabilitas $>$ *level of significance* ($\alpha= 5\%$). Hal ini berarti terdapat pengaruh tidak signifikan pelatihan terhadap pengembangan usaha.

4) Uji hipotesis parsial antara pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha.

Pengujian hipotesis secara parsial tingkat pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha menghasilkan statistik uji t sebesar 2,201 dengan probabilitas sebesar 0,032. Hasil pengujian tersebut menunjukkan hasil bahwa statistik uji t $<$ t_{tabel} (1,672) atau probabilitas $>$ *level of significance* ($\alpha= 5\%$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang tidak signifikan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam merepresentasikan variabel dependen. Koefisien determinasi dapat diketahui melalui nilai R square. Sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.699	.682	1.530

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Koefisien determinasi (*adjusted R square*) yang dihasilkan oleh model regresi pengaruh jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha 0,682. Hal ini berarti pengembangan usaha (Y) mampu dijelaskan oleh jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah sebesar 68,2%, atau dengan kata lain kontribusi jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha sebesar 68,2%, sedangkan sisanya sebesar 32,8% merupakan kontribusi dari faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5. Pengaruh Variabel Dominan

Pengaruh dominan variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat melalui *standardized coefficient* yang paling besar tanpa memperhatikan tanda koefisien positif ataupun negatif, sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.17 Hasil Uji Variabel Dominan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.061	3.886		2.075	.043
	X1	.654	.098	.615	6.664	.000
	X2	.239	.092	.220	2.596	.012
	X3	1.037	.471	.184	2.201	.032

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Hasil estimasi yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel independen yang memiliki *standardized coefficient* paling besar terhadap pengembangan usaha adalah jiwa kewirausahaan sebesar 0,615. Dengan demikian jiwa kewirausahaan merupakan variabel yang paling berpengaruh atau memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap pengembangan usaha dibandingkan pelatihan dan pemasaran syariah dalam penelitian ini.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan, Pelatihan, dan Pemasaran Syariah Secara Simultan Terhadap Pengembangan Usaha

Untuk mengetahui pengaruh jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah secara simultan terhadap pengembangan usaha para pelaku usaha industri kecil menengah forum IKM kota Batu dengan melihat dari hasil uji F (simultan), sebagaimana pada tabel 4.14 bahwa hasil dari F hitung adalah 4,992 dan probabilitasnya sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa statistik Uji F > F tabel (2,79) atau probabilitas > *level of significance* ($\alpha=5\%$). Hal ini menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah secara simultan terhadap pengembangan usaha forum IKM kota Batu.

Fenomena terkait jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran para pelaku usaha pada objek penelitian ini dapat mengembangkan usaha dari hasil produksi sendiri, karena keberadaan alam yang subur sehingga bahan baku yang digunakan dalam menghasilkan produk seperti makanan dan minuman, kerajinan, dan produk olahan lainnya mudah didapatkan di daerah sendiri, selain itu keberadaan wisata juga menjadi salah satu pendorong pertumbuhan industri Kota Batu. Hal ini bisa dilihat dari hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.16 menunjukkan hasil bahwa koefisien determinasi (*adjustR-square*) pengaruh jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah sebesar 0.682. dengan kata

bahwa variabel pengembangan usaha dapat dijelaskan oleh jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah sebesar sebesar 68,2%.

Kota Batu sebagai salah satu daerah yang menjadi tujuan wisata di Jawa Timur, memiliki potensi yang cukup besar dibidang pertanian, peternakan dan perdagangan. Pengembangan sektor pengolahan hasil pertanian (sektor primer) yang disinergikan dengan industri jasa, seperti obyek wisata dan perhotelan telah menjadi kekuatan yang menunjang aktivitas ekonomi masyarakat daerah Kota Batu. Sektor industri merupakan sektor strategis yang diharapkan dapat menjadi penyangga pertumbuhan ekonomi kota Batu. Hal tersebut menjadi pemicu meningkatnya gairah bisnis para pelaku usaha forum IKM kota Batu untuk terus mengembangkan usahanya, dengan terus mengasah pengetahuan mengenai kewirausahaan, mengikuti pelatihan bisnis dan memperbaiki sistem pemasaran, sehingga tercipta industri kecil yang tangguh dan mandiri, yakni industri yang mampu tumbuh beradaptasi dengan lingkungannya dan berkembang dengan kemampuannya sendiri. Karena bagi para pelaku usaha khususnya anggota forum IKM kota Batu adanya IKM disini mampu memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan perekonomian.

Berdasarkan hasil uji F dan keberadaan lokasi penelitian ini senada dengan apa yang disampaikan Bambang N Rachmadi dalam bukunya *Franchising The Most Practical and Excelent Way of Succeeding* bahwa di Negara berkembang seperti halnya Indonesia, pemerintah tidak sepenuhnya mampu menyediakan lapangan pekerjaan, sehingga IKM berperan besar sebagai kontributor dalam pertumbuhan ekonomi melalui : *pertama*, IKM tidak

menerapkan teknologi canggih sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang memiliki tingkat pendidikan rendah. *Kedua*, melalui kemampuan kompetensi dan kemampuan kewirausahaan IKM dapat menjadi sumber pertumbuhan ekonomi dan inovasi. *Ketiga*, dengan semakin berkembangnya perusahaan IKM, persaingan semakin meningkat dan diharapkan mampu memacu pertumbuhan ekonomi suatu daerah. *Keempat*, IKM memberi kontribusi pada pemerataan pendapatan karena tidak terkonsentrasi pada suatu daerah.¹²⁶

Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Endang Purwanti. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat pengaruh karakteristik dan pemasaran yang positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM di Desa Kayaan dan Desa Kalilondo salatiga. penelitian dan analisis tentang pengembangan usaha juga pernah dilakukan oleh Putri Bintusyi Sathi,¹²⁷ dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelatihan mempunyai pengaruh positif terhadap pengembangan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan jiwa kewirausahaan, pelatihan dan pemasaran dapat meningkatkan kemampuan pengembangan usaha yang berarti keberadaan jiwa kewirausahaan, pelatihan dan pemasaran akan meningkatkan kemampuan pengembangan usaha bagi pemilik usaha industri kota Batu.

Dalam Islam Kerja dan produksi mempunyai peran penting bagi perkembangan dan pertumbuhan industri untuk meningkatkan perekonomian.

¹²⁶Bambang N Rachmadi, *Franchising The Most Practical and Excelent Way of Succeeding*, Cetakan Kedua (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm. 12

¹²⁷ Putri Bintusyi Sathi, *Pengaruh Pelatihan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil (Mikro) Di Kecamatan Lueng Bata Kota Banda Aceh Miksalmina*, Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 6, No. 1, April 2007

Tidak ada negara yang dapat mempertahankan kelestarian kemakmurannya, tanpa pengembangan industri.¹²⁸

Tingginya apresiasi Islam terhadap proses industri tersirat dalam surat Al Jumu'ah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

Serta diperkuat oleh hadist sebagai berikut :

Telah menceritakan kepada kami (Ubaidullah Bin Musa) mengabarkan kepada kami (Al Awza'iy) dari Atha dari Jabir Radhiallahu anhu berkata “ Dahulu orang-orang mempraktekan pemanfaatan tanah ladang dengan upah sepertiga, seperempat atau setengah maka Nabi bersabda “Siapa yang memiliki tanah ladang hendaklah dia garap untuk bercocok tanam atau dia hibahkan. Jika dia tidak lakukan maka hendaklah dia biarkan tanahnya”¹²⁹

Posisi manusia sebagai khalifah Allah dan pemakmur bumi memperkuat faktor manusia dalam produksi dibanding faktor faktor yang lain. Dalam surat Al-baqarah ayat 30 :

¹²⁸Masyhuri Machfudz. *Dekontruksi Model Ekonomi Islam yang terukur*. (Malang : Universitas Mulana Malik Ibrahim Malang Press, 2015), hal 65

¹²⁹Imam Bukhori. *Shahihul Bukhori*. Kairo Mesir : Dar Ibnul Jauzi, 2011 hal 456

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۗ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن
يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا
تَعْلَمُونَ ﴿٣١﴾

Artinya : Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi". Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui"

Yusuf al Qarhawi dalam Masyhuri menulis bahwa bumi (tanah) adalah lapangan dan medan, sementara manusia adalah pekerja giat dan sungguh-sungguh. Apa yang dikatakan para ekonom tentang faktor modal dan organisasi sebenarnya tidak keluar dari faktor kerja manusia. Organisasi dan sistem tidak lain adalah perencanaan dan arahan. Sedangkan modal dalam bentuk alat dan prasarana tidak lain dari hasil kerja manusia. Atas dasar itu kita lebih tepat mengatakan bahwa faktor yang paling penting dalam proses produksi adalah amal usaha yang dilakukan manusia. Dengan amal usaha ini, bumi dan sumber daya alam yang lain, diolah dan dialokasikan serta diproses untuk diambil manfaat dan kebaikannya.

- B. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan, Pelatihan, dan Pemasaran Syariah Secara parsial Terhadap Pengembangan Usaha**
- 1. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Usaha**

Pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap pengembangan usaha sebagaimana dijelaskan pada bab IV dalam tabel 4.15 menghasilkan statistik uji T (parsial) sebesar 6,664 dengan probabilitas sebesar 0,000. Hasil uji pengaruh etika bisnis Islami terhadap pendapatannya ini menunjukkan bahwa statistik uji $T > T$ tabel (1,672) dan juga probabilitasnya $< level\ of\ significance (\alpha = 5\%)$. Dengan demikian bahwa terdapat pengaruh signifikan jiwa kewirausahaan terhadap pengembangan usaha forum IKM kota Batu. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesisnya, artinya pengaruh secara parsial jiwa kewirausahaan terhadap pengembangan usaha dapat diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Abas Sunarya, dalam bukunya “kewirausahaan”, beliau menyatakan bahwa sukses tidaknya seseorang wirausaha di dalam mengelola usahanya tidak hanya dipengaruhi oleh banyaknya modal dan fasilitas yang dimiliki, namun hal yang lebih penting ialah usaha tersebut dikelola oleh seseorang yang berjiwa wirausaha dan tahu apa dan bagaimana bisnis tersebut harus dikelola dan dijalankan, sehingga mampu melihat peluang dan merubahnya menjadi sesuatu yang bernilai ekonomis.¹³⁰ Jiwa kewirausahaan merupakan nyawa kehidupan dalam kewirausahaan yang pada dasarnya merupakan sikap dan perilaku kewirausahaan yang ditunjukkan melalui sifat, karakter, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif.

¹³⁰Abas Sunarya, et al., *Kewirausahaan*, hlm, 91-115.

Jiwa kewirausahaan adalah jiwa yang mampu menciptakan nilai tambah dari keterbatasan dalam upaya menciptakan nilai tambah, dengan menangkap peluang bisnis dan mengelola sumber daya untuk mewujudkannya. Hakekatnya modal tidak harus dalam bentuk uang. Otak kita yang kreatif adalah modal utama untuk memulai usaha. Jaringan persahabatan juga termasuk modal dalam menjalankan bisnis.¹³¹ Karena jiwa wirausaha mendorong peningkatan produktivitas yang selanjutnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi negara.

Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ni Wayan Purnami Rusadi, Ketut Budi Susrusa, dan I Gede Setiawan AP dalam penelitiannya tentang hubungan jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha, dalam penelitiannya dapat diketahui bahwa Jiwa kewirausahaan (X1) terbukti memiliki hubungan yang positif dan sangat signifikan terhadap keberhasilan usaha jamur tiram (Y). Hal ini dapat ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0.453 dengan t-statistik sebesar 5.990 ($T\text{-statistik} > 2.72$). Sehingga hipotesis 1 (H1) jiwa kewirausahaan memiliki hubungan positif terhadap keberhasilan usaha jamur tiram dapat dibuktikan. artinya jiwa kewirausahaan memiliki hubungan positif dan sangat signifikan terhadap keberhasilan usaha jamur tiram yang ada di Kota Denpasar.¹³²

Kewirausahaan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan kedalam masalah mu'amalah, yaitu masalah yang

¹³¹ Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba empat, 2008), hlm. 25

¹³² Ni Wayan Purnami Rusadi, Ketut Budi Susrusa, dan I Gede Setiawan AP, *Hubungan Antara Jiwa Kewirausahaan dan Manajemen Agribisnis terhadap Keberhasilan Usaha Jamur Tiram di Kota Denpasar*, (Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana, Universitas Udayana, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana, Bali), *Jurnal Manajemen Agribisnis* Vol. 3, No. 2, Oktober 2015 ISSN: 2355-0759

berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal antar manusia dan tetap akan dipertanggungjawabkan kelak di akhirat. Dalam surat An-Najm ayat 39-42 mengingatkan kepada manusia:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ﴿٤٠﴾ ثُمَّ يُجْزَاهُ
الْجَزَاءَ الْأَوْفَىٰ ﴿٤١﴾ وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُنْتَهَىٰ ﴿٤٢﴾

Artinya: “dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya), kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna, dan sesungguhnya kepada Tuhan mulah kesudahannya (segala sesuatu)”. (QS. An-Najm ayat 39-42)¹³³

Seperti hadits di bawah ini, Rasulullah saw mengajarkan umatnya supaya berusaha memenuhi hajat hidupnya dengan jalan apa pun menurut kemampuan asal jalan yang ditempuh halal.

Artinya: “Sesungguhnya kalau seorang di antara kalian mengambil tali-temalnya, lalu ia datang dengan seikat kayu bakar di atas punggungnya, kemudian menjualnya, hingga dengannya ia dapat menjaga mukanya (menjaga kehormatannya dari minta-minta), itu lebih baik baginya daripada ia meminta-minta kepada orang, baik mereka memberi atau menolaknya.” (HR.Bukhari)¹³⁴

Berusaha dengan bekerja kasar seperti mengambil kayu bakar di hutan itu lebih terhormat dari pada meminta-minta dan menggantungkan diri kepada orang lain. Begitulah didikan dan arahan Rasulullah saw untuk menjadikan umatnya sebagai insan-insan terhormat dan terpanchang, bukan umat yang lemah dan pemalas.¹³⁵

¹³³ Depaetemen Agama

¹³⁴ Syaikh Muhammad Nashiruddin al-Albani, *Shahih*, hlm. 4

¹³⁵ Husaini A.Majid Hasyim, *Syarah Riyadhush Shalihin*, terj. Mu`ammal Hamidy dan Imron A. Manan, Surabaya: PT Bina Ilmu, 1993, hlm. 347

Sukses tidaknya seseorang wirausaha di dalam mengelola usahanya tidak hanya dipengaruhi oleh banyaknya modal dan fasilitas yang dimiliki, yang lebih penting ialah usaha tersebut dikelola oleh seseorang yang berjiwa wirausaha dan tahu apa dan bagaimana bisnis tersebut harus dikelola dan dijalankan. Jiwa wirausaha yang harus dimiliki keberanian dalam bermimpi, harus berani mencoba, tidak takut gagal, bisa membaca peluang, berani memulai, cerdas emosional, dan mampu mengasah kreatifitas, artinya mampu untuk menciptakan sesuatu yang baru atau dapat menggabungkan unsur untuk menjadikan sesuatu yang berbeda. Sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas.¹³⁶

Memulai dan mengoperasikan bisnis sendiri memerlukan kerja keras, menyita banyak waktu dan membutuhkan kekuatan emosi. Para pelaku usaha mengalami tekanan pribadi yang tidak menyenangkan seperti kebutuhan untuk menginvestasikan lebih banyak waktu dan tenaganya. Banyak Para pelaku usaha menggambarkan kariernya menyenangkan, tetapi sangat menyita segalanya. Para pelaku usaha memerlukan rasa percaya diri, daya saing, optimisme, dan semangat untuk meluncurkan dan mengoperasikan bisnis, tanpa kepastian mendapatkan gaji yang tetap, mereka bersedia mengambil risiko untuk memperoleh keuntungan financial atau tidak. Sehingga dengan adanya jiwa wirausaha dalam diri dapat membantu seseorang mendorong pengembangan usaha yang dijalankan, Karena akan tertanam kuat motivasi untuk mengembangkan IKM dan siap bersaing pada pasar bebas.

¹³⁶ Abas Sunarya, et al., *Kewirausahaan*, hlm, 91-115.

Jiwa kewirausahaan memiliki peran penting bagi para pelaku usaha industri kecil menengah kota Batu, karena hal tersebut menjadi salah satu bekal dalam membangun usaha mandiri yang kuat, siap bersaing di pasar bebas, dan hal yang tidak kalah pentingnya adalah bagi pengembangan usaha mereka, sebagaimana hasil dari penelitian ini. Jadi, dalam menjalankan dan mengelola bisnisnya para pelaku industri kota batu selalu mengasah kemampuan dan meningkatkan kreativitasnya dengan terus mengikuti trend bisnis yang semakin berkembang, demi kemajuan dan perkembangan usahanya. Hal tersebut tergambar pada tabel 4.8 tentang jawaban responden yang paling tinggi yaitu sebanyak 37 responden dengan persentase 64,91% menyatakan setuju pada pernyataan item kesembilan yang menunjukkan bahwa para pelaku usaha selalu mengasah tingkat kreatifitasnya dengan menuangkan ide-ide baru dalam menciptakan keragaman produk serta terus meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu juga, sangat jelas besarnya pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap pengembangan usaha memberikan sembarang hasil uji T (parsial) 6,664, hasil sumbangan ini jauh lebih tinggi di atas dua variabel independen (bebas) lainnya yaitu pelatihan dan pemasaran syariah.

2. Pengaruh Pelatihan Terhadap Pengembangan Usaha

Hasil pengujian secara parsial pengaruh pelatihan terhadap pengembangan usaha menunjukkan statistik uji T sebagaimana bab sebelumnya pada tabel 4.15 hasil uji T (parsial) sebesar 2,596 dengan probabilitas sebesar 0,012. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hasil uji $t > t$ tabel (1,672) atau nilai probabilitas $> level\ of\ significance$ ($\alpha = 5\%$). Dengan hasil tersebut dapat

disimpulkan bahwa hipotesisnya diterima, dimana terdapat pengaruh yang tidak signifikan pelatihan terhadap pengembangan usaha forum IKM kota Batu.

Salah satu cara yang dilakukan forum IKM kota Batu dalam upaya meningkatkan kemampuan dalam mengembangkan IKM disini, yaitu dengan mengikuti pelatihan. Mengenai pelatihan yang dilaksanakan forum IKM kota Batu untuk meningkatkan pengetahuan dan memperluas pengetahuan para anggota tentang bagaimana menjalankan bisnis dengan baik, disini dilakukan setiap 3-6 bulan sekali. namun tidak jarang jika ada pelatihan yang berkaitan dengan usaha atau bisnis yang dijalankan baik didalam maupun diluar kota para anggota ikut serta demi pengembangan usahanya. Bagi para anggota forum IKM kota batu adanya pelatihan dirasa sangatlah penting karena bagi mereka dengan adanya pelatihan dapat membantu mereka dalam menegembangkan potensi yang dimiliki sehingga menjadi bekal dalam menjalankan usahanya.

Penelitian ini sejalan dengan pernyataan Soekidjo Notoatmodjo bahwa pelatihan merupakan suatu upaya untuk mengembangkan potensi manusia, sehingga mempunyai kemampuan untuk mengelola sumber daya alam yang tersedia dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat.¹³⁷ Kemampuan yang dikembangkan dari sumber daya manusia ini mencakup berbagai aspek, utamanya aspek non fisik diantaranya adalah kemampuan berfikir, penalaran, intelektual, keterampilan, dan sebagainya. Sistem pendidikan dalam masyarakat memeberikan peluang bagi individu untuk membekali dirinya dengan pengetahuan dasar dan keterampilan guna menghadapi lingkungan. Pelatihan

¹³⁷Soekidjo Notoatmodjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : Pt Rineka Cipta, 2009). 2.

adalah program untuk memperbaiki kemampuan dalam melakukan pekerjaan secara individual atau kelompok dalam sebuah usaha.¹³⁸ Dalam industri kecil menengah pelatihan merupakan hal yang penting untuk meningkatkan kreativitas, ketrampilan, dan pengetahuan dalam menjalankan usaha, mengingat masih banyak sumber daya manusia yang dimiliki IKM masih memiliki kemampuan terbatas. Perbaikan kemampuan melalui pelatihan akan dapat mendorong kegiatan usaha semakin lebih baik.

Adanya perkembangan teknologi yang semakin maju dari masa ke masa, membuat persaingan dalam dunia usaha terus meningkat. Hal ini dikarenakan adanya globalisasi dan modernisasi. Seorang wirausaha harus mampu mengelola sumber daya secara efektif dan efisien untuk pengembangan usahanya. Tugas seorang wirausaha tidak hanya mencapai laba, namun juga mampu bersaing dalam perdagangan bebas sehingga mampu mempertahankan kelangsungan usahanya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa setiap pelaku usaha dituntut harus selalu mempunyai strategi baru untuk dapat mengembangkan dan mempertahankan persaingan usaha.¹³⁹ Sehingga tidak hanya laba saja yang harus ditingkatkan namun kemampuan seorang wirausaha harus terus diasah keberlangsungan usaha.

Dalam Islam pelatihan (*training*) dalam bidang pekerjaan merupakan bentuk ilmu untuk meningkatkan kinerja, dimana Islam mendorong ummatnya untuk bersungguh-sungguh dalam memuliakan pekerjaan. Islam mendorong

¹³⁸ Hadari Nawawi, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2005), Hlm 208.

¹³⁹Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2007). 286.

untuk melakukan pelatihan para karyawan dengan tujuan untuk mengembangkan kompetensi dan kemampuan teknis karyawan dalam menunaikan tanggung jawab pekerjaanya.¹⁴⁰ Hal ini sesuai dengan firman Allah al-Insyiqaq ayat 6 yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا إِلَّا نَسْنُ إِنَّكَ كَادِحٌ إِلَىٰ رَبِّكَ كَدًّا حَافِمُلَقِيهِ ۖ

Artinya: Hai manusia, sesungguhnya kamu telah bekerja dengan sungguh-sungguh menuju Tuhanmu, maka pasti kamu akan menemui-Nya.¹⁴¹

Bekerja menurut Islam khususnya bagi yang punya tanggungan, wajib hukumnya. Bekerja merupakan aktivitas yang mulia, sebab dengan bekerja seorang muslim bisa meningkatkan berbagai dimensi kehidupan, baik urusan dunia atau agama. Sehingga, ai akan mendekatkan diri dan lebih mengenal Allah.

Selain bekerja, Islam juga memberikan tuntutan bagi setiap muslim untuk bekerja didalam bidang apapun agar bekerja secara profesional. Profesional adalah suatu nilai praktis berwujud keandalan dalam mengelola suatu perusahaan dan cekataan dalam menjalankan kegiatan.¹⁴² Profesional tidak cukup diukur atau dilihat hanya berdasrakan penampilan atau keterampilan fisik seperti bangunan yang mewah, peralatan canggih, atau kalangan manajer yang berjas dan karyawan yang berdasi serta karyawati yang *berblezer*. Profesional dapat dilihat

¹⁴⁰Abu Sinn, Ahmad Ibrahim, *Manajemen Syariah*, (Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada, 2012), Hlm. 117

¹⁴¹Departemen Agama Ri, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Jakarta: Mujamma' Al-Malik Fadh Li Thiba'at Al-Mush-Haf Asy-Syarif, 1971) Hlm. 589.

¹⁴²H. Ismil Uha, *Bisnis Syariah Pendekatan Ekonomi Dan Manajemen Doktrin, Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Cv Dwiputra Pustaka Jaya, 2012), Hlm. 739.

dari adanya keahlian dan kecakapan dalam bidang pekerjaan yang dilakukan. Berkenaan dengan keahlian dan kecakapan, Islam menetapkan bahwa seseorang yang akan diangkat posisi, jabatan, dan tugas tertentu, apalagi berkaitan dengan orang banyak, haruslah orang yang punya keahlian dan kecakapan dalam bidang itu. Sebagaimana dijelaskan dalam sebuah Hadits Nabi SAW :

إِذَا وَسَدَ الْأَمْرَ إِلَىٰ غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ

Artinya: “jika suatu urusan (pekerjaan) diserahkan kepada orang yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya.” (HR. Bukhori).¹⁴³

Profesionalisme tidak bisa dilihat dari fisik luarnya saja, namun profesional tercermin melalui kinerja nyata dari kegiatan dan usaha yang dijalankan. Upaya untuk menciptakan profesionalisme dalam dunia kerja ialah dengan kompetensi yang tinggi dan bertanggung jawab untuk setiap tugas yang diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis tentang pelatihan terhadap pengembangan usaha yang telah dilakukan oleh Putri Bintusyi Sathi,¹⁴⁴ dari hasil penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pelatihan mempunyai pengaruh positif terhadap pengembangan usaha. Peneliti tersebut sesuai dengan pelatihan pada pelaku usaha dimana keberadaan pelatihan akan meningkatkan kemampuan pengembangan usaha yang berarti keberadaan pelatihan akan meningkatkan kemampuan pengembangan usaha bagi pemilik

¹⁴³Muhammad Bin Ismail Abu Abdullah Al-Bukhari Al-Ju'fi, *Al-Jami' Al-Musnad Al-Shahih Al-Mukhtasar Min Umuri Rasulullah Sawwa Sunnatihi Wa Ayyamihi, Juz Viii*, (T.T Dar Tauq Al-Najah, 1422 H), hlm. 21.

¹⁴⁴ Putri Bintusyi Sathi, *Pengaruh Pelatihan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil (Mikro) Di Kecamatan Lueng Bata Kota Banda Aceh Miksalmi*, Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 6, No. 1, April 2007

usaha mikro, sehingga adanya pelatihan harus benar-benar diperhatikan agar bisa membantu para pelaku usaha forum IKM kota Batu dalam mengembangkan usahanya. Hasil jawaban responden mengenai pelatihan dapat dilihat pada sebelumnya yang terdapat pada tabel 4.9 tentang jawaban responden mengenai pernyataan pelatihan, dimana mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan setuju sebanyak 37 responden dengan persentase sebesar 64,91%, hal ini menunjukkan bahwa pemberian materi dalam pelatihan sangat membantu para pelaku usaha dalam pengembangan usaha forum IKM kota Batu.

3. Pengaruh Pemasaran Syariah Terhadap Pengembangan Usaha

Pengaruh pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha menunjukkan hasil uji T sebesar 2,201 dengan probabilitas sebesar 0,032. Hasil ini menyatakan bahwa hasil uji $t < t$ tabel (1,672) atau probabilitasnya $> level\ of\ significance$ ($\alpha = 5\%$). Hal ini dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha forum IKM kota Batu.

Pemasaran menjadi satu hal yang penting dalam sebuah usaha. Keberhasilan sebuah usaha dapat terus bertahan karena produk yang mereka hasilkan dapat dipasarkan dengan baik dan dibeli konsumen. Dalam kegiatan pemasaran ada yang disebut dengan promosi. Promosi adalah semua kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Produk yang sudah direncanakan dengan baik, serta telah ditentukan harga jualnya secara tepat, belum menjamin keberhasilan pemasaran terhadap produk. Penjualan akan minim apabila produk yang sudah diproduksi dan sudah ditetapkan harganya itu

tidak dapat dikenal oleh konsumen, promosi melalui berbagai pihak adalah salah satu cara efektif bagi usaha untuk memaksimalkan penjualan.¹⁴⁵

Pemasaran pada forum IKM kota Batu menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan, karena dalam hal pemasaran IKM masih banyak yang mengalami kesulitan dalam promosi produk sehingga jangkauan pemasaran produk terbatas, sekalipun proses pemasaran telah dilakukan dengan media online yaitu melalui website dan media lainnya maupun via offline dengan cara mendatangi toko atau swalayan untuk bisa bekerja sama. Hal ini dilakukan forum IKM kota Batu mengingat bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.¹⁴⁶ Bagi perusahaan, kegiatan pemasaran merupakan hal yang pokok dalam mencapai tujuan, karena langsung diarahkan pada penciptaan pertukaran yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

Berkenaan dengan pemasaran yang dilakukan oleh forum IKM kota Batu tidak hanya berorientasi pada hasil semata, hal lain yang mereka perhatikan adalah nilai-nilai islam, bagi mereka keberkahan merupakan hal penting dalam sebuah usaha jadi selain memperhatikan perkembangan usaha mereka memperhatikan pemasaran yang dilakukan agar tidak menyimpang dari syariah Islam. Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula meyakini bahwa

¹⁴⁵Sukanti, *Pemasaran Pada Perusahaan Kecil*, (Jurnal Ekonomi Bisnis, 2013), hlm 7-8.

¹⁴⁶Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*, (Bandung : Alfabet, 2010), hlm 57.

berbagai praktik pemasaran dilakukan tidak jarang demi target usaha, beberapa perusahaan menghalalkan berbagai cara untuk mengejar keuntungan semata. Akibatnya, cara yang dilakukan tidak sedikit yang batil dan lepas dari nilai *tauhid*. Beliau juga menyebutkan bahwa pemasaran yang menerapkan prinsip Islam dalam seluruh kegiatannya dikenal dengan istilah *syariah marketing*.¹⁴⁷

Apabila seorang pelaku usaha atau produsen hanya berorientasi pada keuntungan semata, maka bisa saja mereka melakukan janji palsu, namun ketika mereka memiliki orientasi *masalah*, sehingga para pelaku usaha tidak hanya mencari keuntungan tetapi diimbangi dengan keberkahan.¹⁴⁸ Pelaku usaha akan senantiasa merasa diawasi oleh Allah SWT. Allah SWT berfirman:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۖ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ۖ

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula.” (Q. S al-Zalzalah; 7-8)

Seorang pelaku usaha selain tunduk kepada hukum-hukum syariah, juga senantiasa menjauhi larangan-Nya, seperti, tidak melakukan penipuan, menghindari segala yang haram dan syubhat, tidak ingkar janji, tidak melakukan *riswah* (suap), bahkan sumpah palsu.

Hal tersebut menandakan bahwa ketika hawa nafsu menguasai diri seorang pelaku usaha, kemudian ia melakukan pelanggaran terhadap perintah

¹⁴⁷ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, hlm. 26.

¹⁴⁸ M. Nur Riyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 22-23.

dan larangan syariah, (mengambil uang yang bukan haknya, memberi keterangan palsu, ingkar janji dan sebagainya), maka ia akan merasa berdosa, kemudian segera bertobat dan menyucikan diri dari penyimpangan yang dilakukan. Ia akan senantiasa memelihara hatinya dan memancarkan cahaya kebaikan dalam segala aktifitas bisnisnya.

Hal ini senada dengan Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, dalam bukunya *Manajemen Bisnis Syariah*, beliau menyatakan bahwa tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dalam hal ini pemasaran Islami memiliki posisi yang sangat strategis, karena pemasaran syariah merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.

Nilai inti dari *syariah marketing* adalah integritas dan transparansi, sehingga pemasar tidak boleh berbohong dan bagi orang yang membeli disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan. Adapun konsep bisnis (pemasaran) telah diatur di dalam al-Qur'an, Allah SWT. Berfirman:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿١٦٠﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan

yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”(Q.S An-Nisa’: 29)

Pemasaran syariah atau *Syariah marketing* sebagai *spiritual marketing* mendorong seorang pemasar untuk menjadikan kegiatan pemasaran sebagai ibadah dalam rangka menciptakan kemakmuran dan dakwah *fastabiqul khairah*.¹⁴⁹ Pemasaran syariaah merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* (nilai) dari satu inisiator (pemrakarsa) kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Islam dan muamalah dalam islam.¹⁵⁰

Perilaku manusia yang bergerak dalam dunia bisnis menjadi sangat penting. Satu bentuk masalah jika yang bersangkutan mempunyai perilaku yang kurang baik, dan dianggap bisa membawa kerugian dalam suatu perusahaan.¹⁵¹ Menurut Johan Arifin dalam penelitian Anisa Agustina bahwa salah satu etika pemasar yang menjadi prinsip bagi *syariah marketer* yaitu bersikap adil.¹⁵² Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam setiap hubungan kontrak bisnis.

Rasulullah SAW. bersabda: “*Di antara akhlak seorang mukmin adalah berbicara dengan baik, bila mendengarkan pembicaraan tekun, bila berjumpa*

¹⁴⁹Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010). 9.

¹⁵⁰ Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta). 340.

¹⁵¹Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami; Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: Malang UIN Press, 2008), hlm. 192.

¹⁵²Anisa Agustina, “Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPRS Artha Mas Abadi Pati” (Institut Agama Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2011), hlm. 21.

orang dia menyambut dengan wajah ceria dan bila berjanji ditepati.” (H.R. Ad-Dailami)

Dari hadits tersebut dapat diketahui bahwa pelaku usaha hendaknya berbicara baik (jujur ketika menceritakan kekurangan dan kelebihan produk yang ditawarkannya),¹⁵³ bersikap ramah, dapat mendengar dengan baik (mampu menghargai pendapat orang lain), rendah hati dan dapat melayani dengan tulus. Dengan ketulusan, semua bentuk pekerjaan yang berbentuk kebiasaan akan berubah menjadi ibadah.¹⁵⁴

Pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha Forum IKM kota Batu tidak hanya berorientasi pada laba, namun para pelaku juga mencari keberkahan dalam usaha yang dijalankan dengan menanamkan nilai-nilai keIslaman dalam usaha mereka dengan memasarkan produk dengan secara jujur, menghindari penipuan, serta memberikan pelayanan dengan tulus dan rendah hati. Hal ini tergambar pada tabel 4.10 dimana mayoritas responden menyatakan setuju pada item pernyataan pertama, kedua, dan keempat, dengan masing- masing respondek sebanyak 29 pelaku usaha dengan persentase sebesar 50,88%.

C. Pengaruh Variabel Paling Dominan Antara Jiwa Kewirausahaan, Pelatihan, dan Pemasaran Syariah Terhadap Pengembangan Usaha

Pengujian atas pengaruh variabel paling dominan antara jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha merupakan jawaban dari hipotesis Nomor 3 yakni, “ jiwa kewirausahaan

¹⁵³M. Nur Riyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 30.

¹⁵⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami; Tataran Teoritis dan Praktis*, hlm. 238.

merupakan variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap pengembangan usaha forum IKM kota Batu.” Hasil dari pengujian hipotesis ini terjawab sebagaimana pada tabel 4.17 bahwa dengan memperhatikan nilai *standardized coefficients* dapat diketahui bahwa variabel jiwa kewirausahaan dengan nilai 0,615 merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap pengembangan usaha para pelaku usaha industri kecil menengah forum IKM kota Batu.

Dapat diketahui bahwa variabel jiwa kewirausahaan merupakan variabel independen paling berpengaruh terhadap pendapatan, hal ini senada dengan analisis deskriptif responden terkait dengan ditanamkannya jiwa wirausaha pada diri para anggota forum IKM kota Batu yang nantinya bisa membuat persaingan dalam dunia usaha meningkat. Hal ini dikarenakan adanya globalisasi dan modernisasi. Seorang pengusaha harus dapat mengelola sumber daya secara efektif dan efisien untuk pengembangan IKM sektor industri yang merupakan sektor strategis yang diharapkan dapat menjadi penyangga pertumbuhan ekonomi kota Batu. Usaha Industri Kecil sudah sejak lama menjadi sektor yang cukup mendapat perhatian di Kota Batu usaha ini ditetapkan sebagai sektor yang dapat mendorong pertumbuhan dan perubahan struktur ekonomi daerah. Ini menjadikan Kota Batu sebagai salah satu kota yang menarik dan berpotensi untuk pengembangan dunia usaha.¹⁵⁵

¹⁵⁵Pradnya Paramita Hapsari., Abdul Hakim2, Saleh Soeaidy, *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi Di Pemerintah Kota Batu): Jurnal Wacana Vol. 17, No. 2, 2014, Hlm. 3*

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, peneliti akan menarik kesimpulan bahwa analisis pengaruh jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha para pelaku IKM kota Batu adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha forum IKM kota batu. Hal ini berarti bahwa baik jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah secara simultan mempunyai pengaruh dan mempunyai kecenderungan dapat meningkatkan keberhasilan pengembangan usaha forum IKM kota Batu.
2. Terdapat pengaruh yang positif secara parsial jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha forum IKM kota batu.
3. Variabel jiwa kewirausahaan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi pengembangan usaha para pelaku usaha forum IKM kota Batu dibandingkan variabel lain yang juga di uji pada penelitian ini, yakni pelatihan dan pemasaran syariah.

B. Implikasi Penelitian

Implikasi teoritis sehubungan dengan temuan penelitian terhadap pengembangan suatu teori atau konsep yang berkenaan dengan jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha sebagaimana pada penelitian sebelumnya yang sesuai dengan penelitian ini, serta dapat menepis penelitian sebelumnya yang tidak sesuai dengan hasil penelitian ini.

Selanjutnya peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang keilmuan, khususnya yang berkaitan dengan IKM serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pengembangan IKM. Kontribusi dan implikasi tersebut antara lain:

1. Industri kecil menengah (IKM) merupakan sektor penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Oleh karena itu, diharapkan bagi para pelaku wirausaha untuk terus memperhatikan dan membenahi usahanya dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan perkembangan usahanya. Mengingat pesatnya pertumbuhan IKM di Indonesia, langkah lebih baiknya jika *stakeholder* mampu menyediakan fasilitas guna menunjang keberhasilan pengembangan usaha IKM. Dalam hal ini pemerintah dan instansi terkait diharapkan dapat memberikan fasilitas yang dibutuhkan seperti pelatihan-pelatihan guna meningkatkan jiwa kewirausahaan dalam diri para pelaku IKM agar bisa bersaing lebih baik lagi dengan usaha lainnya.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat bagi peneliti selanjutnya mengenai keberhasilan pengembangan IKM dan dapat menjadi rujukan bagi penelitian yang berkaitan dengan tema ini.

C. Saran

1. Bagi pemerintah dan instansi terkait di daerah setempat untuk ikut andil dalam membantu kemajuan para pengusaha industri kecil dan menengah dengan membuat kebijakan dalam perkembangan usaha, dengan memberikan dukungan kepada para pengusaha berupa pelatihan yang dibutuhkan guna meningkatkan jiwa kewirausahaan serta menambah wawasan yang lebih luas untuk memacu kreativitas serta memunculkan inovasi baru dalam menghadirkan produk yang lebih baik, sehingga mampu menyesuaikan diri dengan perubahan zaman dan memberikan terobosan baru dalam menghadirkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen guna mempertahankan kelangsungan dan keberhasilan usaha
2. Bagi Akademisi, diharapkan untuk terus melakukan kajian terkait dengan faktor-faktor pengembangan industri kecil menengah selain dari faktor jiwa kewirausahaan, pelatihan dan pemasaran. Sehingga sumbangan pemikiran semakin banyak dan bisa dinikmati oleh para pelaku industri dalam mencapai keberhasilan usahanya.
3. Bagi Peneliti selanjutnya, untuk terus melakukan penelitian terkait pengembangan usaha IKM, terutama dengan menguji variabel-variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Anisa *Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPRS Artha Mas Abadi Pati* Institut Agama Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2011.
- Alhempri, Raden Rudi dan Wismar Harianto, 2013, *Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan terhadap Pengembangan Usaha Kecil pada Program Kemitraan Bina Lingkungan*. Media Riset Bisnis dan Manajemen, volume 13, Nomor 1, April 2013.
- Alhempri, Raden Rudi Dan Wismar Harianto, *Pengaruh Pelatihan Dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Pada Program Kemitraan Bina Lingkungan Community Development Centre (Cdc) Pt. Telkom Cabang Pekanbaru*, Jurnal Media Riset Bisnis & Manajemen, 2013.
- Amirullah Dan Haris Budiyo, *Pengantar Manajemen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004.,
- Anindya Ayu Pranaputrika, *Pemberdayaan Ukm Oleh Kemenkop*, (Jurnal Bisnis Indonesia, 2015.
- Ardana, I Komang, Ni Wayan Mujiati, Dan I Wayan Mudiarta Utama, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2012.
- Bukhori, Imam, *Shahihul Bukhori*. Kairo Mesir, Dar Ibnul Jauzi, 2011.
- Hapsari., Pradnya Paramita, Abdul Hakim², Saleh Soeaidy, *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi Di Pemerintah Kota Batu)*: Jurnal Wacana Vol. 17, No. 2, 2014,
- Hasan, Iqbal, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta PT. Bumi Aksara, 2010.
- Herdiana, Abdurrahman, Nana, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung, Pustaka Setia, 2015.
- Hubeis, Musa, *Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis*. Bogor, Ghalia Indonesia. 2009.
- Inggarwati, Komala Dan Arnold Kaudin, *Peranan Faktor-Faktor Individual Dalam Mengembangkan Usaha Studi Kuantitatif Pada Wirausaha Kecil Di Salatiga*. (Jurnal Manajemen Bisnis, 2010
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* Jakarta, Bumi Aksara, 2010.
- Jonathan Sarwono, *Buku Pintar Ibm Spss Statistics 19* Jakarta, Elex Media Komputindo, 2011.
- Karya Bersama Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya Dan Forum Daerah Ukm Jawa Timur. *Kewirausahaan Ukm Pemikiran Dan Pengalaman*. Yogyakarta, Graha Ilmu, 2007.

- Lubis, Khairul Akhir, *Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt Perkebunan Nusantara Iv (Persero) Medan*, Tesis, (Medan: Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2008)
- Machfudz, Masyhuri, *Dekontruksi Model Ekonomi Islam yang terukur*. Malang, UIN MALIKI Press, 2015.
- Manajemen Industri Kecil Dan Menengah, Sistem Industri I Diklat Teknis Sistem Industri Aparatur-Departemen Perindustrian, 2010.
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta, Pt Raja Grafindo Persada, 2010.
- Moekijat, *Latihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Cetakan 4, Bandung, Mandar Maju, 1991.
- Murphi, Solehuddin, *Business Plan Praktis Dan Dahsyat Untuk Umkm*, Bekasi, Laskar Aksara, 2013
- Nawawi, Hadari, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta, Gadjah Mada University Press, 2005.
- Notoatmodjo, Soekidjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta, Pt Rineka Cipta, 2009.
- Nu'man, A Harits, *Kebijakan Pengembangan Industri Kecil Dan Menengah Sebagai Upaya Untuk Menghadapi Era Perdagangan Bebas Volume Xxi No 3 Juli-September 2005*. 411-412
- Nuridin, Muhamad, *Analisis Pengaruh Pemberian Modal Kerja, Pelatihan, Dan Pendampingan Terhadap Peningkatan Pendapatan Mustahiq Kota Semarang (Studi Kasus Pada Program Misykat Laz Dpu Dt Cabang Semarang)*, (Jurnal Iain Walisongo Semarang, 2011.
- Partomo, Tiktik Sartika Dkk.. *Ekonomi Skala Kecil / Menengah Dan Koperasi*. Bogor, Ghalia Indonesia, 2004.
- Purwanti, Endang, *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga*, Jurnal Among Makarti, Stie Am Salatiga, 2012.
- Rachmadi, Bambang N, *Franchising The Most Practical And Excelent Way Of Succeeding*, Cetakan Kedua, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Ratih, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*, Bandung, Alfabet, 2010..
- Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Bandung, Alfabeta, 2009.

Rivai, Vethzal Dan Ella Jauvani, *Manajemen SDM Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta, Rajawali Pers, 2010.

Setiawan Dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, Yogyakarta: Andi, 2010.

Sriyana, Jaka. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) : Studi Kasus Di Kabupaten Bantul*, Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Subanti Sri, Dan Arif Rahman Hakim, *Ekonometri*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2014.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* Bandung, Alfabeta, 2010.

Suharto, Edi, *Pendampingan Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin: Konsep dan Strategi*, http://www.policy.hu/suharto/modul_a/makindo

Suharto, Edi, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat (Kaiian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Social Dan Kesejahteraan Sosial)*, Bandung, Refika Aditama, 2014.

Suhartono, Edi, *Membangun Masyarkat Memberdayakan Rakyat*, Bandung, PT. Adi Tama, 2008.

Sukarsih, Icih, Eti Kurniati, Gani Gunawan, Respitawulan, *Perluasan Jangkauan Pasar Pelaku Ukm Sepatu Cibaduyut Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Internet Marketing* , Jurnal: Vol 4, No.1, Januari 2016.

Tim Ppuk Disperindagkop Jateng, *Entrepreneurial Learning Model (Elm)*, Modul Pedoman Pendampingan Usaha, 2014.

Wati, Nila Kurnia, Choirul Saleh, Abdul Wachid, *Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Apel Berbasis Ekonomi Lokal (Studi Pada Dinas Koperasi, Ukm, Perindustrian Dan Perdagangan Kota Batu)*, *Jurnal Administrasi Publik (Jap)*, Vol. 2, No. 1, 2013.

Wati, Nila Kurnia, Choirul Saleh, Abdul Wachid, *Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Apel Berbasis Ekonomi Lokal (Studi Pada Dinas Koperasi, Ukm, Perindustrian Dan Perdagangan Kota Batu)*, *Jurnal Administrasi Publik (Jap)*, Vol. 2, No. 1, 2013,

Wibowo, *Manajemen Kinerja*, Jakarta, Pt Rajagrafindo Persada, 2007

Widyastutik, Dkk, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Klaser Umkm Alas Kaki Di Kota Bogor*, Jurnal Manajemen Dan Agribisnis, 2010.

[Http://Batukota,Bps.Go.Id](http://Batukota,Bps.Go.Id)

Www.Bpskotabatu.Co.Id

www.Ikmbatu.Com

Www.Kemenperin.Go.Id

LAMPIRAN 1

Data Kuesioner Penelitian

No	X1										X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	47
2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	44
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	46
6	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
7	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	35
8	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
9	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
10	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
11	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
12	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	45
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	34
15	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	45
16	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
17	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	33
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
19	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
20	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	35
21	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	35
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
25	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	47
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
27	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
28	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
29	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	39
30	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	35
31	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	46
32	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
33	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	39
34	4	4	3	3	4	4	3	3	4	5	37
35	3	4	3	3	3	4	3	3	4	5	35
36	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42

37	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	31
38	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	30
39	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	37
40	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	27
41	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	36
42	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	47
43	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
44	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	35
45	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	47
46	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
47	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
48	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	43
49	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	45
50	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
51	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	33
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
53	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
54	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	35
55	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
57	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	35

No	X2										X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	46
2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
3	3	5	5	4	4	3	3	4	4	4	39
4	3	5	5	3	4	4	4	4	4	5	41
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	45
6	5	3	3	3	3	4	4	4	4	5	38
7	3	5	5	5	3	3	3	4	4	4	39
8	5	4	4	4	4	3	3	3	3	5	38
9	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	45
10	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	45
11	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	35
12	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	43
13	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	47
14	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	36
15	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	46
16	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
17	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	33
18	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	39

19	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	45
20	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	33
21	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
22	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
23	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
25	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	44
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
27	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	36
28	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	45
29	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	40
30	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	34
31	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	33
33	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	39
34	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	37
35	3	3	4	3	3	3	3	4	4	5	35
36	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
37	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	31
38	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	27
39	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
40	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	27
41	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	34
42	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
43	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	45
44	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	34
45	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	46
46	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
47	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	37
48	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	43
49	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	46
50	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
51	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	33
52	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	37
53	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	45
54	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	33
55	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
56	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
57	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38

No	X3								X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	
1	4	4	5	5	4	5	5	4	36
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	5	5	4	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	4	4	38
6	5	5	5	4	4	5	5	5	38
7	4	4	4	4	4	3	3	3	29
8	5	4	5	5	4	5	5	5	38
9	5	4	5	5	4	4	4	4	35
10	5	4	5	5	4	4	4	4	35
11	4	3	4	4	3	4	4	3	29
12	5	4	5	5	4	5	5	4	37
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	4	3	4	4	3	3	3	3	27
15	5	5	5	5	4	5	5	4	38
16	4	4	5	4	3	4	4	4	32
17	4	3	4	4	3	3	3	3	27
18	5	4	4	4	4	4	4	4	33
19	5	4	5	5	5	5	5	4	38
20	4	3	4	4	3	4	4	3	29
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	5	4	5	5	5	5	5	5	39
23	4	3	4	4	4	3	3	3	28
24	4	3	4	4	3	3	3	3	27
25	5	4	5	5	5	5	5	5	39
26	4	2	4	4	3	3	3	3	26
27	4	3	5	4	3	4	4	3	30
28	5	4	5	5	5	5	5	4	38
29	4	3	4	4	4	4	4	3	30
30	4	3	4	4	3	3	4	3	28
31	5	4	5	5	5	5	5	4	38
32	4	3	4	3	3	3	3	3	26
33	4	4	5	4	4	4	4	4	33
34	5	4	5	4	3	4	4	3	32
35	4	3	4	4	3	3	4	3	28
36	4	4	5	5	5	4	4	4	35
37	4	3	4	4	3	3	3	3	27
38	3	3	3	3	3	3	3	3	24
39	4	4	4	4	4	5	4	5	34
40	3	3	3	3	2	3	2	3	22
41	3	4	4	4	3	4	4	3	29

42	5	4	5	5	4	5	4	5	37
43	4	4	5	5	4	4	4	4	34
44	3	3	3	3	3	3	4	3	25
45	4	4	5	5	4	5	5	4	36
46	3	3	3	3	3	3	3	3	24
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	5	5	5	5	5	4	4	4	37
49	5	5	5	5	4	5	5	4	38
50	4	4	5	4	3	4	4	4	32
51	4	3	4	4	3	3	3	3	27
52	5	4	4	4	4	4	4	4	33
53	5	4	5	5	5	5	5	4	38
54	4	3	4	4	3	4	4	3	29
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	5	4	5	5	5	5	5	5	39
57	4	3	4	4	4	3	3	3	28

No	Y										Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
1	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
6	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
7	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
8	3	3	3	3	5	5	4	5	5	4	40
9	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	46
10	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	46
11	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	35
12	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	44
13	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	47
14	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	37
15	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
16	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	40
17	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	34
18	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	40
19	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
20	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	34
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	46
23	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39

24	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	34
25	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
26	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3	33
27	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	37
28	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
29	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	40
30	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	35
31	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
32	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	35
33	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
34	4	3	4	4	5	5	4	5	4	3	41
35	3	3	4	4	5	4	3	4	4	3	37
36	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
37	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	35
38	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	28
39	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
40	2	3	2	3	4	3	3	3	3	2	28
41	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	34
42	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	44
43	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
44	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
45	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
46	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
47	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
48	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
49	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
50	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	40
51	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	34
52	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	40
53	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
54	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	34
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	46
57	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39

Lampiran 2

Uji Validitas

X1

Correlations

	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1
x1.1 Pearson Correlation	1	.897**	.814**	.770**	.735**	.749**	.717**	.790**	.494**	.680**	.914**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x1.2 Pearson Correlation	.897**	1	.724**	.686**	.668**	.742**	.730**	.726**	.554**	.697**	.886**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x1.3 Pearson Correlation	.814**	.724**	1	.914**	.685**	.624**	.708**	.602**	.595**	.587**	.863**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x1.4 Pearson Correlation	.770**	.686**	.914**	1	.697**	.685**	.733**	.558**	.569**	.600**	.859**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x1.5 Pearson Correlation	.735**	.668**	.685**	.697**	1	.904**	.763**	.668**	.553**	.631**	.870**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x1.6 Pearson Correlation	.749**	.742**	.624**	.685**	.904**	1	.756**	.689**	.538**	.683**	.878**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x1.7 Pearson Correlation	.717**	.730**	.708**	.733**	.763**	.756**	1	.635**	.543**	.608**	.861**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57

N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x2.4 Pearson Correlation	.667**	.749**	.773**	1	.590**	.427**	.439**	.524**	.501**	.538**	.791**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x2.5 Pearson Correlation	.508**	.624**	.662**	.590**	1	.521**	.556**	.543**	.506**	.538**	.759**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x2.6 Pearson Correlation	.460**	.561**	.574**	.427**	.521**	1	.922**	.765**	.571**	.647**	.798**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x2.7 Pearson Correlation	.514**	.579**	.585**	.439**	.556**	.922**	1	.776**	.600**	.602**	.813**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x2.8 Pearson Correlation	.471**	.663**	.674**	.524**	.543**	.765**	.776**	1	.805**	.639**	.852**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x2.9 Pearson Correlation	.467**	.546**	.549**	.501**	.506**	.571**	.600**	.805**	1	.457**	.742**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x2.10 Pearson Correlation	.609**	.593**	.639**	.538**	.538**	.647**	.602**	.639**	.457**	1	.780**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x2 Pearson Correlation	.722**	.857**	.871**	.791**	.759**	.798**	.813**	.852**	.742**	.780**	1	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X3

Correlations

	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	x3.7	x3.8	x3
x3.1 Pearson Correlation	1	.643**	.785**	.787**	.702**	.688**	.656**	.648**	.846**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x3.2 Pearson Correlation	.643**	1	.673**	.643**	.687**	.724**	.646**	.725**	.828**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x3.3 Pearson Correlation	.785**	.673**	1	.870**	.641**	.750**	.726**	.644**	.872**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x3.4 Pearson Correlation	.787**	.643**	.870**	1	.771**	.757**	.729**	.648**	.891**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x3.5 Pearson Correlation	.702**	.687**	.641**	.771**	1	.693**	.659**	.707**	.849**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x3.6 Pearson Correlation	.688**	.724**	.750**	.757**	.693**	1	.897**	.815**	.917**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x3.7 Pearson Correlation	.656**	.646**	.726**	.729**	.659**	.897**	1	.708**	.874**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x3.8 Pearson Correlation	.648**	.725**	.644**	.648**	.707**	.815**	.708**	1	.854**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
x3	Pearson Correlation	.846**	.828**	.872**	.891**	.849**	.917**	.874**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Y

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	y
y1	Pearson Correlation	1	.922**	.765**	.571**	.584**	.557**	.593**	.714**	.678**	.644**	.847**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
y2	Pearson Correlation	.922**	1	.776**	.600**	.570**	.518**	.603**	.672**	.688**	.655**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
y3	Pearson Correlation	.765**	.776**	1	.805**	.632**	.566**	.619**	.711**	.677**	.623**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
y4	Pearson Correlation	.571**	.600**	.805**	1	.448**	.369**	.430**	.505**	.507**	.568**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.005	.001	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
y5	Pearson Correlation	.584**	.570**	.632**	.448**	1	.799**	.646**	.781**	.799**	.686**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
y6	Pearson Correlation	.557**	.518**	.566**	.369**	.799**	1	.643**	.785**	.787**	.702**	.808**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
y7	Pearson Correlation	.593**	.603**	.619**	.430**	.646**	.643**	1	.673**	.643**	.687**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
y8	Pearson Correlation	.714**	.672**	.711**	.505**	.781**	.785**	.673**	1	.870**	.641**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
y9	Pearson Correlation	.678**	.688**	.677**	.507**	.799**	.787**	.643**	.870**	1	.771**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
y10	Pearson Correlation	.644**	.655**	.623**	.568**	.686**	.702**	.687**	.641**	.771**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
y	Pearson Correlation	.847**	.844**	.864**	.697**	.832**	.808**	.791**	.882**	.892**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 3

Hasil Uji Reliabilitas

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.954	.954	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	35.65	28.482	.888	.913	.946
x1.2	35.63	29.058	.855	.862	.947
x1.3	35.95	29.908	.829	.893	.948
x1.4	36.00	29.607	.822	.873	.949
x1.5	35.49	29.326	.835	.866	.948
x1.6	35.42	29.641	.847	.882	.947
x1.7	35.96	28.820	.819	.712	.949
x1.8	35.75	30.439	.755	.706	.951
x1.9	35.60	31.959	.634	.539	.956
x1.10	35.23	30.679	.727	.582	.952

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.936	.937	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	35.37	26.523	.653	.624	.934
x2.2	34.82	24.933	.814	.871	.926

x2.3	34.74	25.305	.835	.898	.925
x2.4	35.32	25.006	.725	.722	.931
x2.5	35.09	26.189	.697	.518	.932
x2.6	35.39	26.098	.747	.871	.929
x2.7	35.35	26.232	.768	.879	.929
x2.8	35.11	25.167	.809	.829	.926
x2.9	34.96	27.106	.689	.688	.932
x2.10	34.54	26.431	.728	.640	.930

X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.951	.953	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3.1	27.96	19.249	.801	.696	.946
x3.2	28.51	19.040	.775	.643	.948
x3.3	27.84	19.064	.833	.821	.944
x3.4	27.96	18.963	.858	.848	.943
x3.5	28.44	18.251	.794	.722	.947
x3.6	28.23	17.715	.884	.881	.941
x3.7	28.25	18.296	.828	.816	.944
x3.8	28.53	18.825	.807	.733	.946

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.949	.950	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	36.46	25.110	.807	.874	.943
y2	36.42	25.391	.805	.876	.943
y3	36.18	24.469	.824	.834	.943
y4	36.04	26.784	.635	.708	.950
y5	35.56	25.858	.794	.735	.944
y6	35.75	25.653	.761	.756	.945
y7	36.30	25.427	.736	.612	.946
y8	35.63	25.094	.852	.850	.941
y9	35.75	25.046	.864	.857	.941
y10	36.23	24.251	.797	.758	.944

X1, X2, X3 dan Y**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.980	.982	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	111.25	248.867	.951	.963	.975
x2	111.91	261.331	.955	.958	.973
x3	118.63	283.737	.959	.965	.974
Y	110.84	263.635	.952	.960	.973

Lampiran 4

Analisis Regresi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.699	.682	1.530

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	288.014	3	96.005	40.992	.000 ^a
	Residual	124.127	53	2.342		
	Total	412.140	56			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

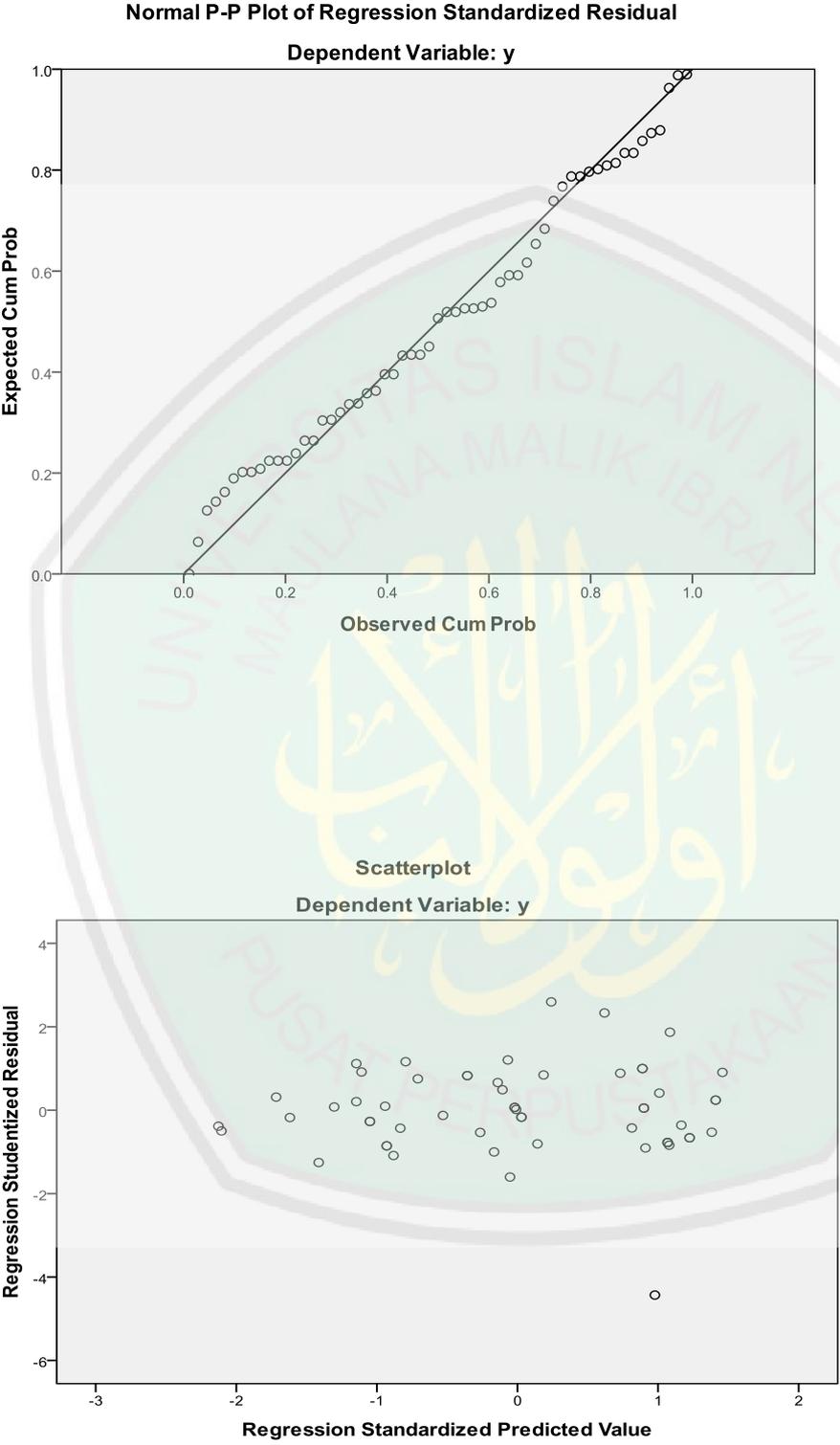
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.061	3.886		2.075	.043
	X1	.654	.098	.615	6.664	.000
	X2	.239	.092	.220	2.596	.012
	X3	1.037	.471	.184	2.201	.032

a. Dependent Variable: Y

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.11323317
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.076
	Negative	-.095
Kolmogorov-Smirnov Z		.718
Asymp. Sig. (2-tailed)		.681

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.



Lampiran 4

KUISIONER

Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Pengisian ini dilakukan dengan memberikan tanda *checklist* (√) pada kolom jawaban yang menurut bapak/ibu/saudara/i dianggap sesuai.
2. Setiap pernyataan/pertanyaan hanya memiliki satu alternatif jawaban.
3. Penilaian atau pilihan jawaban terdiri dari 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu:
 - a. Sangat setuju (SS) dengan skor 5
 - b. Setuju (S) dengan skor 4
 - c. Ragu (R) dengan skor 3
 - d. Tidak setuju (TS) dengan skor 2
 - e. Sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1

Identitas responden

1. Nama responden :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :
4. Pendidikan terakhir :
5. Jenis usaha :
6. Produk yang dihasilkan :
7. Lama usaha :

KUISIONER PENELITIAN

Jiwa Kewirausahaan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya berani memulai dan tidak suka menunda-nunda kesempatan untuk menjalankan usaha	5	4	3	2	1
2	Saya berani menanggung resiko jika suatu saat mengalami kerugian dalam usaha saya	5	4	3	2	1
3	Setiap tindakan saya lakukan dengan penuh perhitungan dan pertimbangan, tidak gegabah dalam melangkah dan mengambil keputusan	5	4	3	2	1
4	Ketekunan yang saya lakukan selama ini dapat mengembangkan bisnis yang saya jalankan	5	4	3	2	1
5	Saya dapat berkomunikasi dengan baik mulai dari kalangan mitra bisnis hingga para pembeli	5	4	3	2	1
6	Saya bersedia menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi proses perbaikan bisnis	5	4	3	2	1
7	Saya memiliki pandangan masa depan dalam menghadapi persaingan pasar bebas terhadap usaha yang saya jalani	5	4	3	2	1
8	Saya mampu menyusun rencana sebagai pedoman serta alat kontrol demi tercapainya tujuan perusahaan	5	4	3	2	1
9	Kreatifitas yang saya tuangkan dalam ide-ide baru dapat meningkatkan kualitas dan keragaman produk yang dihasilkan	5	4	3	2	1
10	Saya selalu mengikuti trend bisnis dan mencoba hal-hal baru dengan menampilkan produk yang berbeda dari sebelumnya	5	4	3	2	1

Pelatihan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya berpartisipasi aktif dalam menghadiri pelaksanaan pogram pelatihan forum ikm kota batu dan berani bertanya ketika ada yang belum dimengerti	5	4	3	2	1
2	Saya memperoleh tambahan pengetahuan dan pengalaman dalam hal usaha setelah mengikuti pelatihan	5	4	3	2	1

3	Instruktur atau pelatih mampu mengajak dan mempengaruhi peserta pelatihan.	5	4	3	2	1
4	Instruktur atau pelatih menyampaikan materinya dengan baik sehingga mudah dimengerti oleh peserta.	5	4	3	2	1
5	Materi yang diberikan merupakan materi yang dibutuhkan dalam pelatihan.	5	4	3	2	1
6	Materi yang di berikan sesuai dengan tema	5	4	3	2	1
7	Metode-metode pelatihan yang digunakan (seperti pengajaran, diskusi, demonstrasi dll) membantu saya dalam memahami materi.	5	4	3	2	1
8	Metode pelatihan yang di gunakan menyenangkan, sehingga membantu dalam menyerap teori yang disampaikan oleh pelatih	5	4	3	2	1
9	Materi yang diajarkan dalam pelatihan dapat menunjang kemajuan usaha saya.	5	4	3	2	1
10	Materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta pelatihan.	5	4	3	2	1

Pemasaran Syariah (X3)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya sebagai pengurus atau anggota forum ikm kota batu memperhatikan <i>maslahat</i> (manfaat dan berkah) dalam memasarkan produk	5	4	3	2	1
2	Saya memasarkan produk dengan jujur dan menghindari penipuan	5	4	3	2	1
3	Ketika menawarkan produk saya bersikap santun dan ramah kepada setiap para pembeli	5	4	3	2	1
4	Saya melayani para pembeli dengan tulus dan rendah hati	5	4	3	2	1
5	Saya menguasai setiap produk yang akan saya tawarkan	5	4	3	2	1
6	Saya mampu membangun kepercayaan para pembeli dan tidak kaku dalam bergaul	5	4	3	2	1
7	Saya mampu berkomunikasi dengan baik	5	4	3	2	1
8	Saya selalu menjaga ikatan persaudaraan dan mampu membangun silaturrahi dengan baik	5	4	3	2	1

Pengembangan Usaha (Y)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Bahan baku yang dibutuhkan mudah didapatkan dan mudah dijangkau	5	4	3	2	1

2	Kualitas bahan baku yang saya gunakan sesuai dengan kebutuhan	5	4	3	2	1
3	Produk yang dihasilkan berorientasi pada kebutuhan pasar	5	4	3	2	1
4	Produk yang saya produksi memberikan tampilan yang berbeda dengan yang lain	5	4	3	2	1
5	Pengambilan tenaga kerja yang saya lakukan sesuai dengan kebutuhan bisnis yang saya jalankan	5	4	3	2	1
6	Penentuan upah yang saya berikan kepada para tenaga kerja disesuaikan dengan kualitas keterampilan	5	4	3	2	1
7	Proses memperoleh modal tidak hanya berasal dari saya sendiri tapi jga berasal dari mitra bisnis	5	4	3	2	1
8	Pentingnya pembukuan keuangan yang saya lakukan untuk memudahkan suatu pengambilan keputusan	5	4	3	2	1
9	Tekhnologi mampu membantu saya dalam berkomunikasi secara cepat dengan mitra bisnis	5	4	3	2	1
10	Tekhnologi dapat mempercepat pemasaran produk yang saya produksi	5	4	3	2	1

TERIMA KASIH