



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN UPAH KERJA TERHADAP LABA USAHA

(Studi Kasus Pada PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga

Tiga Bersaudara Kabupaten Cirebon)

Skripsi

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)
Pada Jurusan Muamalah Hukum Ekonomi Syariah (MEPI)
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam**

Disusun Oleh

ADE FARIDA

NIM: 14112210006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

2015



ABSTRAK

ADE FARIDA NIM.14112210006: “PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN UPAH KERJA TERHADAP LABA USAHA PADA PD. SUMBER SUMPYA DAN PRODUKSI RUMAH TANGGA TIGA BERSAUDARA”, Skripsi 2015.

PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara adalah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dengan produk kue sumpia. Di masa yang sekarang ini dengan banyaknya persaingan untuk mendapatkan apa yang menjadi visi dan misi perusahaan yaitu terus berkembang dan dapat mensejahterakan pemilik serta pekerja, maka setiap perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk jenis usaha yang di jalannya agar dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan yang akan berpengaruh pada laba usaha. Selain itu perusahaan juga tidak lupa memberikan kenyamanan dan kesejahteraan bagi pekerjanya yaitu memberikan upah yang sesuai dengan apa yang telah mereka kerjakan, dengan pemberian upah yang tepat waktu dan kebijaksanaan dalam pemberian upah tersebut, para pekerja dapat memberikan kontribusi yang baik bagi perusahaan dengan meningkatkan produktifitasnya. Oleh karena itu dengan memiliki strategi pemasaran yang tepat dan pemberian upah yang sesuai dan tepat waktu dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yaitu dapat meningkatkan laba usaha dari perusahaan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pemasaran dan upah kerja terhadap laba usaha pada PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara kabupaten Cirebon. Populasi dari penelitian ini adalah pekerja PD. Sumber Sumpia dengan jumlah sampel 40 pekerja dan Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara dengan jumlah sampel 31 pekerja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *random sampling*. Data primer yang olah dengan menggunakan uji instrument data, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Dari hasil uji regresi secara parsial, pada PD. Sumber Sumpia yaitu strategi pemasaran terhadap laba usaha, dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(8,115 > 1,685)$ Dan untuk upah kerja terhadap laba usaha dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $(1,802 > 1,685)$. Strategi pemasaran dan upah kerja berpengaruh secara simultan dan signifikan dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $76,189 > 3,25$. Hal ini juga dapat diketahui melalui nilai R yang terdapat pada tabel *model summary*, yaitu sebesar 0,805 atau 80,5%.

Sedangkan hasil uji regresi secara parsial, pada Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara yaitu strategi pemasaran terhadap laba usaha, dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(3,628 > 1,699)$ dan untuk upah kerja dengan hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $(1,432 < 1,699)$. Strategi pemasaran dan upah kerja berpengaruh secara simultan dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $8,815 > 3,35$. Hal ini juga dapat diketahui melalui nilai R yang terdapat pada tabel *model summary*, yaitu sebesar 0,386 atau 38,6%.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran, Upah Kerja, Laba Usaha.*



ABSTRACT

ADE FARIDA NIM.14112210006: "EFFECT OF MARKETING STRATEGY AND WAGE WORK ON OPERATING PROFIT IN PD. SUMPIA SUMBER AND PRODUKSI RUMAH TANGGA TIGA BERSAUDARA ", Thesis 2015.

PD. Sumber Sumpia and Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara is a company engaged in trade with sumpia pastry products. In the future today with a number of competition for what is the vision and mission of business that is constantly evolving and can prosper owners and workers, each company must have a marketing strategy that is appropriate for the type of business that live it in order to maintain and increase sales will effect on operating profit. In addition the company also did not forget to give comfort and welfare for workers that provide wages in accordance with what they have done, with remuneration timely and prudence in wages, workers can give a good contribution to the company by increasing produktifasnya. Therefore, by having the right marketing strategy and remuneration appropriate and timely can provide a positive impact for the company that is able to increase the operating profit of the company.

This study aims to determine how much influence the marketing strategies and wages to profits padaPD. Sumber Sumpia and Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara districts Cirebon. Populasi of this study are workers PD. Sumber Sumpia with a sample of 40 workers and Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara with a sample of 31 workers. This study uses a sample kuantitatif. Removal approach conducted using random sampling method. If the primary data by using a test instrument data, the classic assumption test, multiple regression analiasis, coefficient of determination, t test and F test

From the results of the partial regression test, the PD. Sumber Sumpia is marketing strategy for operating income, with the result $t_{hitung} > t_{tabel}$ namely $(8.115 > 1.685)$ and to wage against operating income with the result $t_{hitung} > t_{tabel}$ of $(1.802 > 1.685)$. Marketing strategy and wages simultaneously and significantly affect the results $F_{hitung} > F_{tabel}$, ie $76.189 > 3.25$. It can also be known through the R value contained in the model summary table, which amounted to 80.5% or 0,805.

While the partial regression test results, inProduksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara is marketing strategy for operating income, with the result $t_{hitung} > t_{tabel}$ namely $(3.628 > 1.699)$ and for wages with the result $t_{hitung} < t_{tabel}$ of $(1.432 < 1.699)$. Marketing strategy and wages influence simultaneously with the results $F_{hitung} > F_{tabel}$, namely $8.815 > 3.35$. It can also be known through the R value contained in the model summary table, which amounted to 0.386 or 38.6%.

Keywords: Marketing Strategy, Wages, Operating Profit.



الملخص

أدي فريدا

14112210006

"تأثير استراتيجية التسويق إلى أرباح التشغيل في الشركة التجارية "سومبير سومبيا" و الإنتاج المحلي "تيكا برسوادارا"
(الرسالة 2015)

الشركة التجارية " سومبير سومبيا" و الإنتاج المحلي "تيكا برسوادارا" هما الشركة التي تتحركان في مجال التجارة بنتاج كعكة سومبيا. و في عصرنا الآن الذي فيه كثير من المنافسة لنيل كل ما يكون برؤية و رسالة الشركة و هي الإزدار ليمكن أن يزدهر أصحاب الشركة و عمّالها، و لذا ينبغي لكلّ الشركة أن تملك استراتيجية التسويق في نوع العمل كي تحفظ و تزداد البيع الذي له تأثير في أرباح التشغيل.

و ينبغي للشركة أن توفر الراحة و الأرباح لسائر عمّالها و هو إعطاء الربح بما قد فعلوا لها بإعطاء أرباحهم في وقته، و العمال يعملون أعمالهم بالإنتاج القصوى. ولذلك باستخدام استراتيجية الصحيحة و إعطاء الأجر المناسب بعمل العمال و يؤدّيه في وقته يستطيع أن يعطي الآثار الإيجابية للشركة المقصودة.

و أما هدف هذا البحث هو لأن نعرف ما تأثير استراتيجية التسويق إلى أرباح التشغيل في الشركة التجارية "سومبير سومبيا" و الإنتاج المحلي "تيكا برسوادارا" شريون. و عدد السكان في هذا البحث هو عمال الشركة التجارية "سومبير سومبيا" و الإنتاج المحلي "تيكا برسوادارا" بعدد 40 : 31 عاملا.

و هذا البحث بالمنهج الكمي و أخذ العينات بالعينات العشوائية. و البيانات الأولى التي تتمّ معالجتها باستخدام إختبار البيانات، و إختبار الإفتراض الكلاسيكي، و تحليل الإنحدار المتعدد، و معامل التحديد، و إختبار t و إختبار f .

من نتيجة إختبار الانحدار الجزئي في الشركة التجارية "سومبير سومبيا" التي هي استراتيجية التسويق لنيل أرباح العمل، بتحصيل $t_{hitung} > t_{tabel}$ و هو $(1,685 < 8,115)$ و لأرباح العمل إلى أرباح التشغيل بتحصيل $t_{hitung} > t_{tabel}$ و هو $(1,685 < 1,802)$ استراتيجية التسويق والأجور تتأثيران في وقت واحد وبشكل ملحوظ بتحصيل $f_{hitung} > f_{tabel}$ و هو $(3,25 < 76,189)$ و هذا نستطيع أن نعرفه أيضا من نتيجة R في جدوال نموذج الملخص و هو $(0,805$ أو $80,5\%)$. و أما نتيجة إختبار الانحدار الجزئي في الإنتاج المحلي "تيكا برسوادارا" هي استراتيجية التسويق لنيل أرباح العمل، بتحصيل $t_{hitung} > t_{tabel}$ و هو $(1,699 < 3,628)$ و لأجر العمل بتحصيل $t_{hitung} > t_{tabel}$ و هو $(1,699 < 1,432)$ و استراتيجية التسويق والأجور تتأثيران في وقت واحد وبشكل ملحوظ بتحصيل $f_{hitung} > f_{tabel}$ و هو $(3,35 < 8,815)$ و هذا نستطيع أن نعرفه أيضا من نتيجة R في جدوال نموذج الملخص و هو $(0,386$ أو $38,6\%)$.

الكلمة الدالة : استراتيجية التسويق، أجر العمل، أرباح التشغيل



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul "Pengaruh Strategi Pemasaran dan Upah Kerja Terhadap Laba Usaha Pada PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara" oleh Ade Farida, NIM. 14112210006 telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana program strata satu pada fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam.

Cirebon, 27 Agustus 2015

Sidang Munaqasyah

Ketua,

H. Juju Jumena, SH., MH.
NIP. 19720514 200312 1 003

Sekretaris,

Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

Anggota

Penguji I,

Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag
NIP. 19750601 200501 1 008

Penguji II,

Ridwan Widagdo, SE., M.Si
NIP. 19730304 200710 1 002



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
ABSTRACK	ii
ABSTRAK ARAB	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
NOTA DINAS	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
1. Identifikasi Masalah	8
2. Pembatasan Masalah	8
3. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Strategi Pemasaran	12
1. Pengertian Strategi Pemasaran	12
2. Konsep Strategi Pemasaran Syariah	15
3. Suri Tauladan Pemasaran Nabi Muhammad SAW	17
B. Upah Kerja	20
1. Pengertian Upah Kerja	20
2. Metode Pembayaran Upah	24
3. Kebijakan Upah.....	25
4. Waktu Pembayaran Upah.....	25
C. Laba Usaha	26
1. Pengertian Laba Usaha	26
2. Pertumbuhan Laba	29
D. Penelitian Terdahulu	30
E. Kerangka Pemikiran.....	34
F. Hipotesis Penelitian.....	36



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Tempat Penelitian.....	38
1. Lokasi Penelitian	38
2. Waktu Penelitian	38
B. Metode dan Pendekatan Penelitian	39
1. Metode Penelitian.....	39
2. Pendekatan Penelitian	39
C. Variabel Penelitian dan Oprasional Variabel	41
D. Populasi dan Sampel	43
E. Sumber Data	45
1. Data Primer	45
2. Data Sekunder	45
F. Teknik Pengumpulan Data	46
G. Instrumen Penelitian.....	47
1. Uji Validitas Data.....	47
2. Uji Realibilitas.....	48
H. Uji Asumsi Klasik	49
1. Uji Normalitas	49
2. Uji Multikolinearitas	50
3. Uji Heteroskedastisitas	50
4. Uji Autokorelasi	51
I. Teknik Analisis Data.....	52
1. Regresi Linier Berganda	52
2. Koefisien Determinasi Berganda.....	53
3. Uji Statistik t.....	54
4. Uji Statistik F.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Karakteristik responden PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara.....	55
1. Distribusi responden Menurut Jenis Kelamin	55
2. Distribusi Responden Menurut Usia	56
3. Distribusi responden Menurut Perkawinan	57
4. Distribusi Responden Menurut Pendidikan.....	58
5. Distribusi Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	59
6. Distribusi Responden Menurut Pendapatan	61
B. Kondisi Objektif PD. Sumber Sumpia	65
1. Sejarah Berdirinya PD. Sumber Sumpia.....	65
2. Struktur Organisasi PD. Sumber Sumpia.....	67
3. Proses Produksi PD. Sumber Sumpia	70
4. Pemasaran PD. Sumber Sumpia.....	73
5. Pembayaran Upah PD. Sumber Sumpia.....	75
6. Laba Usaha PD. Sumber Sumpia	76
C. Kondisi Objektif Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara.....	76
1. Sejarah Berdirinya Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara.....	76
2. Struktur Organisasi Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara.....	78
3. Proses Produksi Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara	79
4. Pemasaran Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara	82



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Pembayaran Upah Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara	83
6. Laba Usaha Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara.....	83
D. Deskripsi Data Penelitian PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara	84
1. Deskripsi Data Penelitian PD. Sumber Sumpia	84
a. Deskripsi Variabel Strategi Pemasaran PD. Sumber Sumpia	84
b. Deskripsi Variabel Upah Kerja PD. Sumber Sumpia.....	87
c. Deskripsi Variabel Laba Usaha PD. Sumber Sumpia	89
2. Deskripsi Data Penelitian Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara .	90
a. Deskripsi Variabel Strategi Pemasaran Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara.....	90
b. Deskripsi Variabel Upah Kerja Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara	93
c. Deskripsi Variabel Laba Usaha Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara	94
E. Transformasi Data Ordinal ke Interval.....	96
F. Hasil Penelitian Uji Instrumen PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara.....	97
1. Uji Validitas	97
2. Uji Reliabilitas.....	98
G. Hasil Penelitian PD. Sumber Sumpia.....	100
1. Uji Asumsi Klasik PD. Sumber Sumpia	100
2. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis Statistik PD. Sumber Sumpia	104
I. Hasil Penelitian Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara	109
1. Uji Asumsi Klasik Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara.....	109
2. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis Statistik Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara	113
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	119
B. Keterbatasan Penelitian	120
C. Saran.....	120

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut sejarah dan perkembangan, kebanyakan usaha atau bisnis besar berawal dari usaha kecil, di mana usaha atau bisnis kecil ini semakin lama akan semakin besar, dengan jumlah modal dan karyawan yang semakin banyak. Namun dari sekian banyak jumlah bisnis yang ada di masyarakat, sedikit sekali yang tergolong sebagai bisnis besar dan sebagiannya tergolong ke dalam usaha atau bisnis kecil.¹ Bisnis kecil adalah suatu usaha yang dimiliki dan dikelola secara bebas dan tidak mendominasi pasar. Selain itu juga bukan merupakan bagian atau cabang dari perusahaan lain. Yang menjalankan usaha ini adalah pemilik usaha tersebut, bekerja bebas sesuai dengan kesanggupan dan keinginannya yang bertujuan untuk melancarkan usahanya.²

Seperti halnya di bidang industri yang telah menunjukkan peran penting untuk perekonomian, baik itu menambah pendapatan Negara maupun dalam memberikan kesejahteraan bagi masyarakat luas. Dari sejarahnya industri berawal dari kerajinan tangan yang melibatkan hanya anggota keluarga sendiri sebagai tenaga kerja, yang sifatnya turun temurun, tradisional dan hasilnya disesuaikan dengan selera konsumen. Hal ini sering dikenal dengan istilah *Home industry*, jenis usaha ini dikatakan perusahaan kecil karena jenis usahanya dipusatkan di rumah dan *home industry* juga dapat diartikan sebagai industri rumah tangga, karena sistem pengolahannya termasuk dalam kategori usaha kecil yang di kelola keluarga. Jadi *home industry* adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil yang mengelola barang mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapat suatu keuntungan.³

¹ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung : Alfabeta, 2008), 94.

² Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, 96.

³ Lisnawati Iryadini, *Analisis Faktor Produksi Industri Kecil Kerupuk Kabupaten Kendal* (Kearsipan Fakultas Ekonomi : Universitas Diponegoro Semarang, 2010), 13.

Pada umumnya kegiatan yang berbasis rumahan ini adalah keluarga itu sendiri dengan mengajak beberapa orang yang berada di sekitar rumahnya untuk menjadi karyawannya. Hal ini memungkinkan agar mempermudah komunikasi, dari kemudahan dalam berkomunikasi ini diharapkan dapat memicu etos kerja yang tinggi. Karena masing-masing merasa bahwa kegiatan ekonomi ini adalah milik keluarga, kerabat dan juga warga sekitar. Oleh karena itu dalam komunikasi yang mudah ini diharapkan menjadi tanggung jawab bersama dalam upaya meningkatkan perusahaan. Meskipun skalanya tidak terlalu besar akan tetapi kegiatan ekonomi ini dapat membuka lapangan pekerjaan dan membantu mengurangi jumlah pengangguran untuk sanak saudara ataupun tetangga yang ada disekitarnya. Dengan demikian, perusahaan kecil ini secara tidak langsung dapat membantu program pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran.

Memulai segala bentuk karier dalam bisnis akan selalu menyenangkan. Membuat usaha sendiri akan sangat mengesankan. Usaha sekecil apapun bentuknya, bila dikembangkan dan dilakukan secara profesional maka akan menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* dalam diri kita. *Entrepreneur* adalah orang yang memiliki gabungan unsur-unsur kewirausahaan secara internal, mengelola dan berani menanggung risiko unruk memanfaatkan peluang usaha dan menciptakan sesuatu yang baru dengan keterampilan yang di miliki.⁴ dengan wirausaha kita akan memiliki pengalaman yang bisa di pelajari, bagaimana mengelola dan menjalankan suatu bisnis dengan baik dan benar serta bagaimana cara agar bisnis dapat berkembang menjadi suatu usaha yang besar.

Wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang lalu menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Zaman dulu orang beranggapan bahwa kewirausahaan adalah suatu bakat bawaan sejak lahir yang hanya dapat di peroleh dari hasil praktek di tingkat lapangan yang tidak dapat diajari atau dipelajari, namun sekarang kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang dapat dipelajari dan

⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung : Alfabeta, 2013), 137.



diajarkan kepada siapa saja. Dalam konteks bisnis kewirausahaan merupakan hasil dari suatu disiplin ilmu, keinovasian dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar. Wirausahawan yang sukses adalah orang yang mampu melihat kedepan yaitu berfikir dengan penuh perhitungan dan mencari pilihan dari berbagai alternatif dan solusinya. Adapun ciri-ciri wirausahawan sebagai berikut :⁵

- a. Percaya diri
- b. Berorientasi pada tugas dan hasil
- c. Memiliki jiwa kepemimpinan
- d. Berani mengambil resiko
- e. Berorientasi pada masa depan

Kesalahan yang sering membuat orang tidak tertarik untuk terjun berwirausaha adalah faktor yang timbul dari luar dirinya. Misalnya terlalu perhitungan untung rugi, keadaan tidak mendukung, kondisi finansial terbatas dan minimnya pengetahuan atau wawasan yang dimiliki pada bidang yang diminati. Banyak orang lupa bahwa justru faktor yang terpenting untuk bisa mengalahkan semua hambatan itu adalah apa yang ada di dalam dirinya. apapun bisa, bila di landasi dengan niat dan tekad yang bulat. Faktor dari dalam diri itulah yang akan membedakan antara mereka yang bisa menikmati hidup dengan memiliki banyak pengalaman mengesankan untuk dikisahkan atau mereka yang hidupnya biasa-biasa saja.

Menjadi seorang pengusaha memang tidak mudah, kita dituntut membangun dari nol dan bertanggung jawab sepenuhnya hanya untuk kelangsungan hidup usaha tersebut. Rugi dan gagal selalu mengancam setiap saat. Berbeda dengan dengan karyawan yang hanya melakukan tugas yang telah ditentukan dan mendapat imbalan gaji. Tapi hal tersebut tidaklah selalu benar karena banyak pengusaha yang bisa lebih menikmati hidup dan lebih santai dibandingkan saat masih berstatus seorang pekerja, asalkan kita tepat dalam memilih bidang usaha yang akan di ambil. Untuk menjadi seorang wirausahawan atau pengusaha harus dapat memulai dari

⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 135 - 137.



dalam diri sendiri, karena tentunya segala sesuatu yang berasal dari diri sendiri itu jauh lebih baik. Berawal dengan membuka wawasan seluas mungkin, jalin relasi dan amati peluang yang ada di sekitar kita.

Kuncinya adalah mencari dan menemukan bidang usaha yang kita sukai dan nyaman saat kita terlibat didalamnya. Selain itu dengan melihat banyaknya persaingan dalam dunia bisnis, dengan hal ini menuntut setiap perusahaan baik kecil maupun besar untuk lebih dapat mengunggulkan segala kemampuan dalam memasarkan produknya. Karena setiap perusahaan memiliki visi dan misinya masing-masing untuk memajukan usahanya. Setiap perusahaan ingin maju dan berkembang pesat ditengah persaingan yang saat ini semakin ketat. Tujuan tersebut akan tercapai apabila perusahaan memiliki strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Dalam strategi perusahaan memiliki tujuan untuk target jangka pendek atau jangka panjang. Dalam perusahaan dagang seperti ini strategi yang harus dimiliki oleh perusahaan adalah strategi pemasaran untuk jangka panjang. Karena diharapkan dengan strategi yang tepat akan menjadi kunci dari keberhasilan dari perusahaan tersebut.

Saat ini semakin disadari bahwa semakin meningkat tingkat pesaingan antar perusahaan yang satu dengan lainnya, maka perusahaan harus memperhatikan strategi dalam pemasaran oleh karena itu perusahaan di tuntut untuk bisa membaca situasi dan jeli dalam menempatkan diri pada posisi yang baik dalam suatu pasar. Setiap menjalankan bisnis dalam bentuk usaha apapun tentunya akan ada istilah pemasaran, upah dan laba usaha. Karena setiap perusahaan sudah memiliki strateginya masing-masing dalam menjalankan usahanya, tidak ada pengusaha yang ingin rugi dalam menjalankan usahanya baik itu usaha kecil maupun usaha yang berskala besar. Oleh karena itu semakin ketatnya pesaingan dan semakin cepatnya perubahan lingkungan menuntut pemimpin perusahaan menentukan strategi yang tepat bagi perusahaannya. Salah satunya adalah di bidang pemasaran, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok untuk mempertahankan, mengembangkan dan meningkatkan laba perusahaan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Pemasaran merupakan unsur yang menentukan masa depan usaha tersebut. Dengan strategi pemasaran yang baik, semakin tinggi atau meningkat dapat menjamin kelangsungan usaha dan menjamin kesejahteraan dari karyawan maupun pemilik. Oleh karena itu perlu menyusun sistem pemasaran yang memadai untuk meningkatkan laba usaha yaitu dengan peningkatan dan menjaga kualitas dan kuantitas mulai dari tempat, promosi barang, harga, produk dan penyaluran barangnya. Oleh karena itu strategi pemasaran ini sangat menekankan kepada kepuasan konsumen dan keinginan konsumen dan perusahaan juga harus mengetahui apa yang saat ini dan untuk saat yang akan datang yang dibutuhkan oleh konsumen dan bagaimana memenuhinya secara efektif.⁶ Karena makin besar proporsi penjualan memperbesar keuntungan tersebut. Tingkat keuntungan yang tinggi apabila pendapatan di kurangi biaya-biaya menunjukkan hasil positif yaitu laba. Oleh karena itu perusahaan harus mampu merancang strategi dalam menjalankan usaha-usahanya di bidang produksi pemasaran agar mampu bertahan. Setiap perusahaan harus tau kelemahan dan kekuatan perusahaan dalam persaingan karena untuk memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari segala bentuk ancaman. Strategi pemasaran merupakan upaya untuk mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri atau perusahaan.

Tidak bisa dipungkiri setiap orang bekerja karena adanya tujuan yang ingin mereka dapatkan, banyak sekali tujuan orang bekerja. kebanyakan karena adanya kebutuhan yang harus segera di penuhi, adanya keinginan untuk di akui atas hasil kerja mereka dengan di berikan imbalan dan imbalan disini adalah upah. Dalam menjalankan suatu usaha dalam bentuk apapun sangat diperlukan sistem manajerial yang bertujuan untuk meningkatkan prestasi kerja perusahaan, produktifitas pekerja yang didalamnya termasuk meningkatkan laba perusahaan. Salah satu yang menentukan tinggi rendahnya laba perusahaan adalah pemberian upah yang memungkinkan pekerja tersebut merasa nyaman dan meningkatkan

⁶ Lerbin R. Aritonang R., *Riset Pemasara* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2007), 01.



produktifitasnya yang akan meningkatkan penjualan perusahaan dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Upah adalah segala sesuatu yang diterima karyawan atau buruh atau pekerja sebagai balas jasa atas kerja yang telah dilakukannya dan di ukur dalam satuan rupiah. Upah juga bisa dikatakan sebagai imbalan yang di berikan kepada tenaga kerja langsung, yang hasil kerjanya dapat di ukur dengan satuan tertentu dan akan lebih baik jika pemberian upah kepada buruh atau pekerja hendaknya berdasarkan atas jasa asas keadilan yang artinya adil bagi buruh atau pekerja atas apa yang di kerjakannya serta mampu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang layak.⁷

Upah kerja juga berpengaruh secara positif terhadap produktivitas pekerja, dan hal ini akan mempengaruhi penjualan dan juga akan mempengaruhi laba usaha yang di dapat oleh perusahaan. Pada umumnya upah itu adalah untuk memberikan jaminan kehidupan yang layak bagi pekerja, mencerminkan atas hasil kerja karyawan, dan untuk mendorong peningkatan produktivitas pekerja. Dalam kehidupan nyata dan kondisi yang sulit seperti sekarang ini masalah upah sangat menentukan untuk membuat orang mau bekerja, apapun alasannya upah sangat memeberikan motivasi untuk bekerja.⁸ Pemberian upah yang adil dan setimpal akan memicu motivasi kerja yang tinggi sehingga kinerja para pekerja menjadi lebih baik dan tentunya akan berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan.

Dalam menjalankan suatu bentuk usaha apa pun yang paling utama adalah meraih laba atau profit yang sebesar-besarnya. Dalam meraih laba atau keuntungan merupakan tujuan dari bisnis itu sendiri, dan laba ini merupakan cerminan dari pertumbuhan harta yang dimiliki oleh perusahaan.⁹ Tak satu pun perusahaan yang akan bertahan tanpa adanya laba sebagai penunjang kelangsungan perusahaan karena Keberhasilan suatu perusahaan dapat di lihat pada tingkat laba bersih yang diperoleh perusahaan itu sendiri.

⁷ Heidjrahman dan Suad Husnan, *Manajemen Personalia Edisi 4* (Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 2005), 14.

⁸ Jusmaliani, *Pengelolaan Sumber Daya Insani* (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2011), 116-117.

⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 137.



Banyak kisah inspiratif yang bisa dijadikan contoh bila kita memiliki niat dan kemauan untuk maju dan berkembang menjadi seorang pengusaha. Semua orang bisa dan memiliki kemampuan untuk menjadi seorang Wirausahawan, tak peduli siapapun dan apa latar belakangnya. Seperti halnya di Kabupaten Cirebon pada umumnya industri- industri kecil atau usaha dalam rumah tangga tumbuh dengan pesat.

PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara merupakan salah satu perusahaan yang ada di Kabupaten Cirebon yang bergerak di bidang produksi kue sumpia dan mempunyai prospek yang bagus untuk jangka panjang, hal ini dapat dilihat dari antusias masyarakatnya salah satunya di Desa Kubang di mana penulis berdomisili disini yang mayoritas penduduknya selain bertani juga bekerja di perusahaan kue sumpia terutama Ibu-ibu. Selain di Desa Kubang usaha kue sumpia ini sudah masuk ke Desa-desa yang termasuk Kabupaten Cirebon seperti Desa Sarwadadi, Desa Tenjolayar, Desa Kerandon, Desa Wanasaba, dan Desa Kecomberan.

Pekerjaan yang mereka tekuni ini merupakan usaha di mana telah menciptakan lapangan kerja bagi penduduk setempat dan dapat menciptakan suatu produk yang dapat bersaing di pasaran dengan baik. Perusahaan yang memproduksi kue sumpia ini dari tahun ketahun semakin maju dan berkembang, hal ini dapat dilihat dari wilayah pemasaran yang semakin meluas dan pekerja yang bertambah dari tahun ke tahun. Penulis mengetahui hal ini karena penulis pernah bekerja di Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara dan sedang bekerja di PD. Sumber Sumpia.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN UPAH KERJA TEHADAP LABA USAHA** (Studi Kasus Pada PD. Sumber Sumpia yang beralokasi di Jalan P. Cakrabuana Kelurahan Kemantren Blok Mentrik Kecamatan Sumber Kabupaten Cirebon dan Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara Jalan Syekh Nurjati Desa Kubang Blok Manis Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon).



B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi dalam penelitian ini adalah :

a. Wilayah Kajian

Kajian masalah dalam penelitian ini tenaga kerja dan hubungan industrial.

b. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif

c. Jenis Masalah

Jenis masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah masalah pengaruh strategi pemasaran dan upah kerja terhadap laba usaha.

2. Pembatas Masalah

Untuk menghindari kesalahan pemahaman dan kekeliruan dalam masalah yang akan di bahas maka penulis hanya membatasi masalah pada :

Strategi pemasaran, upah kerja dan laba usaha.

3. Rumusan Masalah

Dengan menggunakan bahasan dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang berupa pertanyaan penelitian yang diajukan adalah:

- a. Berapa besar pengaruh strategi pemasaran terhadap laba usaha pada PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara?
- b. Berapa besar pengaruh upah kerja terhadap laba usaha pada PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara?
- c. Berapa besar pengaruh strategi pemasaran dan upah kerja secara bersama-sama terhadap laba usaha pada PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara?



C. Tujuan

Sesuai dengan perumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pemasaran terhadap laba usaha pada PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga. Tiga Bersaudara .
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh upah kerja terhadap laba usaha pada PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga. Tiga Bersaudara.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pemasaran dan upah kerja secara bersama-sama terhadap laba usaha pada PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga. Tiga Bersaudara.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan ilmiah
 Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang strategi pemasaran dan upah kerja terhadap laba usaha.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi masyarakat, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran dan upah kerja.
 - b. Bagi akademisi, semoga hasil penelitian dapat membantu dalam menambah wawasan dan referensi keilmuan mengenai strategi pemasaran dan upah kerja terhadap laba usaha.
 - c. Bagi pemerintah, semoga dengan hasil penelitian ini dapat membantu memberikan informasi mengenai penerapan strategi pemasaran dan upah kerja sebagai salah satu alternatif meningkatkan laba usaha.



E. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui dan mempermudah pembahasan serta memperoleh gambaran dari keseluruhan, maka dalam penulisan penelitian ini dijelaskan sistematika penulisan berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut:

Pada Bab I Pendahuluan, diuraikan secara garis besar latar belakang masalah, perumusan masalah yang meliputi identifikasi, pembatas masalah dan rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Setelah memaparkan Bab Pendahuluan selanjutnya Bab II Kajian pustaka meliputi Landasan Teori yang dimulai dengan penjelasan mengenai variabel-variabel penelitian antara lain: strategi pemasaran, upah kerja dan laba usaha. Selain itu dikemukakan juga tentang penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian. Adapun referensi yang digunakan adalah buku-buku sumber yang relevan dengan pokok bahasan.

Bab III Metode Penelitian sebagai gambaran proses penelitian di lapangan disesuaikan dengan teori atau konsep-konsep relevan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Di mana metodologi yang maksud meliputi: tempat dan waktu penelitian, metode dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, variabel penelitian dan operasional variabel, teknik instrument penelitian, teknik analisis data dan hipotesis statistik.

Hasil yang di peroleh dari lapangan melalui metodologi akan di deskripsikan dan di analisis dalam Bab IV hasil penelitian dan analisis data. Dalam Bab ini akan diuraikan mengenai deskripsi data, persyaratan uji hipotesis, pengujian hipotesis, pembahasan hasil penelitian, dan keterbatasan penelitian.

Pada Bab V Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari hasil penelitian. Kesimpulan merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disajikan dalam rumusan masalah, setelah melalui



analisis pada bab sebelumnya. Sementara itu, sub bab saran berisi rekomendasi dari peneliti mengenai permasalahan yang diteliti sesuai hasil kesimpulan yang diperoleh.

- 
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
 2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ Pada PD. Sumber Sumpia yaitu t_{hitung} sebesar 8,115 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,685 dan pada Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,628, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,699. maka dapat dikatakan bahwa variabel (X1) strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba usaha pada PD. Sumber Sumpia dan Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara.
2. Dari hasil analisis data diatas menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ Pada PD. Sumber Sumpia yaitu memiliki t_{hitung} sebesar 1,802, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,685. Dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ Pada Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara yaitu nilai t_{hitung} sebesar 1,432, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,699. Maka dapat dikatakan bahwa variabel (X2) upah kerja berpengaruh secara signifikan terhadap laba usaha pada PD. Sumber Sumpia dan variabel (X2) upah kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba usaha pada Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara.
3. Dari hasil analisis data menunjukan bahwa besarnya pengaruh variabel strategi pemasaran dan upah kerja terhadap laba usaha PD. Sumber Sumpia sebesar 80,5% dan sisanya sebesar 19,5% di pengaruhi oleh faktor yang lain. Berdasarkan hasil perhitungan uji F di dapat nilai F_{hitung} sebesar 76,189 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3,25. Dan Besarnya pengaruh variabel strategi pemasaran dan upah kerja terhadap laba usaha Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara sebesar 38,6% dan sisanya sebesar 61,4% di pengaruhi oleh faktor yang lain. Berdasarkan hasil perhitungan uji F di dapat nilai F_{hitung} sebesar 8,815 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3,35. maka hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dengan demikian dapat dinyatakan variabel strategi pemasaran dan upah kerja berpengaruh

signifikan terhadap laba usaha pada PD. Sumber Sumpia dan produksi rumah tangga tiga bersaudara.

B. Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa keterbatasan yang muncul dalam penelitian ini yang menyebabkan penelitian yang dilakukan ini kurang sempurna. Diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Variabel yang mempengaruhi laba usaha dalam penelitian ini hanya ada dua variabel, yaitu strategi pemasaran dan upah kerja. Sedangkan masih banyak variabel lain yang mempengaruhi laba usaha.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuisisioner, yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan yang sebenarnya.

C. Saran

Beberapa saran yang dapat diberilakn peneliti setelah melakukan penelitian sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dan upah kerja pada PD. Sumber Sumpia memiliki pengaruh sebesar 80,5%, yang artinya bahwa variasi pada variabel independen yang digunakan pada model mampu menjelaskan sebesar 80,5% variasi variabel dependen dan yang sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Prosentase angka tersebut sangat besar karena lebih dari 50%, oleh karena itu PD. Sumber Sumpia harus dapat mempertahankan kualitas dari produknya tersebut yaitu kue sumpia dan kenyamanan bagi pekerjanya agar mampu memberikan kontribusi yang baik dan memuaskan bagi perusahaan. Sedangkan Strategi pemasaran dan upah kerja pada Produksi Rumah Tangga Tiga Bersaudara memiliki pengaruh sebesar 38,6%, yang artinya bahwa variasi pada variabel independen yang digunakan pada model mampu menjelaskan sebesar 38,6% variasi variabel dependen dan yang sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Prosentase ini lebih kecil dari PD. Sumber Sumpia dikarenakan Produksi Rumah Tangga hanya ada satu strategi pemasaran saja dan perusahaan ini lebih kecil dari PD. Sumber Sumpia. Oleh karena itu Produksi Rumah



Tangga Tiga Bersaudara harus dapat meningkatkan kualitas, kenyamanan bagi para pekerja dan menambah strategi pemasaran.

2. Lebih selektif menentukan pasar sasaran yang akan dituju, dengan memiliki strategi yang baik agar mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang lain khususnya perusahaan yang memproduksi kue sumpia.
3. Perlu dilakukan penelitian selanjutnya, dengan harapan objek penelitian dapat lebih diperbesar setidaknya untuk lingkup yang lebih luas. Tujuannya adalah agar hasil penelitian dapat lebih variatif dan peneliti dapat mengetahui serta membandingkan kendala yang muncul dan dihadapi pada saat penelitian.





DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Sambas Muhidin dan Maman Abdurahman. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung : CV. Pustaka Setia, 2007.
- Agung, Bhuono Nugroho, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta : ANDI, 2005.
- Algifari. *Analisis Regresi Teori, Kasus dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2000.
- Alma, Buchari. *Pengantar Bisnis*. Bandung : Alfabeta, 2008.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung : Alfabeta, 2009.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung : Alfabeta, 2013.
- Budiarto, Eko. *Pengantar Epidemiologi*. Jakarta : EGC, 2001.
- Bungin, M. Burhan. *Metodologi penelitian Kuantitatif* . Jakarta : Kencana, 2006
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif* . Bandung : Rosda, 2013.
- Heidjrahman dan suad husnan. *Manajemen Personalia Edisi 4*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 2005.
- Hasan, M. Iqbal. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Jakarta : Ghalia Indonesia, 2002.
- _____. *Pokok-pokok Statistik 2*. Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2008.
- Jusmaliani. *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2011.
- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- _____. *Kerirusahaan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Kasmir dan Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Jakarta : Kencana, 2006.
- Kotler, Philip. *Manajemen pemasaran “Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian” jilid 1*. Jakarta : Erlangga, 1996.
- Kuncoro, Murod. *Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta : Erlangga, 2006.
- Lerbin R Aritonang R. *Riset Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2007.
- M, Mahduh Hanafi Dan Abdul Halim, *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat, 2004.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Melayu, H. S. P. Hasibuan. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2001.

Muhammad, Ahmad Al-‘Assal dan Fathi Abdul Karim. *Sistem, Prinsip dan tujuan Ymat Islam*. Bandung : Pustaka Setia, 1994.

Nawawi, Haidir. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 1998.

Riduwan dan Sunarto. *Pengantar Statistik untuk Penelitian: Pendidikan, sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2009.

Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro. *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung : Alfabeta, 2011.

Samsudin, Sadili. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : Pustaka Setia, 2006.

Santoso, Singgih. *Statistik Multivaria*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2010.

_____. Buku latihan SPSS. Edisi kedua.. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2001.

Siregar, Syofian *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pres. 2010.

J. Sudarsono. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1992.

Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2009.

_____. *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung: Alfabeta, 2012).

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2010.

J. Supranto. *Statistik Edisi 5*. Jakarta : Erlangga, 1998.

_____. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Erlangga, 2000.

Suprayitno, Eko. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang : Sukses Offset, 2008.

Soemarso S.R. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta : Salemba Empat, 2009.

Tisnawati Ernie Sule dan Kurniawan Saefullah. *Pengantar Manajemen Edisi Pertama*. Jakarta : Kencana, 2005.

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



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

_____. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka, 2005.

Usman, Husaini dan Purnomo Setiadi Akbar. *Pengantar Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.

Yadiati, Wiwin. *Tori Akuntansi : Suatu Pengantar*. Jakarta : Kencana, 2007.

Yamin, Sofyan, dkk. *Regresi dan Korelasi dalam Genggaman Anda..* Jakarta: Salemba, 2011.

Wibisono, Dermawan. *Konsep Desain & Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta : Erlangga, 2006.

_____. *Riset Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2003.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Skripsi

- Astari, Tika. *Analisis Rasio Keuangan dan Kebijakan Deviden dalam Memprediksi Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Perbankan*. Kearsipan Fakultas Ekonomi dan Bisnis : Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.
- Iryadini, Lisnawati. *Analisis Faktor Produksi Industri Kecil Kerupuk Kabupaten Kendal*. Kearsipan Fakultas Ekonomi : Universitas Diponegoro Semarang, 2010.
- Nasir, Nadia. *Analisis Tingkat Upah, Masa Kerja, Usia Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja*. Kearsipan fakultas ekonomi : universitas Brawijaya Malang, 2008.
- Rahmat, Reny Maulidia. *Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Koko Jaya Prima Makassar*. Kearsipan Fakuktas Ekonomi dan Bisnis : Universitas Hasannudin, 2012.
- Riba, Armeinda. *Pengaruh Upah, Produktivitas, Modal dan Non Upah Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja*. Kearsipan Fakultas Ekonomi : Universitas Negeri Papua Monarki, 2008.
- Suyono, Bambang, *Perencanaan Strategi Untuk Meningkatkan Daya Saing pada PT. Pancamas Elite Karanglo Malang*. Kearsipan Fakultas Ekonomi : Universitas Islam Negeri Malang, 2006.
- Syamsuri. *Analisis Penerapan Strategi Pemasaran pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang*. Kearsipan Fakultas Ekonomi : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2010.

Web site

- <http://Eviindrawanto.com/2011/02/bagaimana-meningkatkan-laba-dmb/>.Diakses 22 Februari 2015 pukul 13.18.
- file:///H:/Pengertian%20Upah%20dalam%20Konsep%20Islam%20_%20ilmu%20manajemen.htm.Diakses 25 Juni 2015 Pukul. 11.30.
- <http://cyberdakwah.com/2014/09/etoka-mengambil-laba-dalam-islam/> diakses 30 Agustus 2015. Pukul 22.15