

**MANAJEMEN STRATEGI PENINGKATAN
VOLUME PENJUALAN HOME INDUSTRY
DESA KARANG TENGAH CILONGOK BANYUMAS**
(Study Kasus di Home Industry Rumah Lidi Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

IAIN PURWOKERTO

OLEH:

UMMU HABIBAH

NIM. 1522201110

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ummu Habibah

NIM : 1522201110

Jenjang : S-1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Judul Skripsi : **Manajemen Strategi Peningkatan Volume Penjualan Home Industry Desa Karang Tengah Cilongok**

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 22 Juni 2019

Yang menyatakan,

IAIN PU



Ummu Habibah
NIM.1522201110



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp. (0281) 635624, 628250, Fax (028) 636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi berjudul

**MANAJEMEN STRATEGI PENINGKATAN
VOLUME PENJUALAN HOM INDUSTRY
DESA KARANG TENGAH CILONGOK BANYUMAS**

Yang disusun oleh Saudara/i **UMMU HABIBAH NIM. 1522201110** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari Jum'at tanggal 19 Juli 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M. Ag
NIP. 197412172003121006

Sekretaris Sidang/Penguji

H. Slamet Akhmadi, M.SI
NIDN.2111027901

Pembimbing

Iin Solikhin, M. Ag
NIP/197208052001121002

Purwokerto, 19 Juli 2019

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan,



Dr. Jamal Abdul Aziz, M. Ag
NIP. 197309212002121004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan FEBI IAIN Purwokerto
Di
Purwokerto

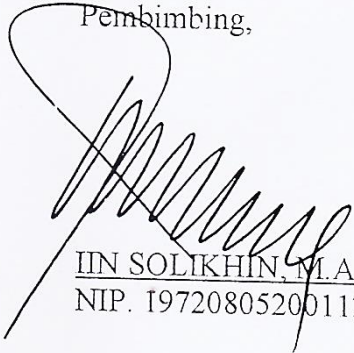
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Ummu Habibah, NIM 1522201110 yang berjudul:

MANAJEMEN STRATEGI PENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN HOME INDUSTRY DESA KARANG TENGAH CILONGOK

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan FEBI IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,

IIN SOLIKHIN, M.A.g.
NIP. 197208052001121002

MOTTO

وَيَذَرُونَ بِالْحَسَنَةِ السَّيِّئَةَ

“Balaslah kejahatan dengan kebaikan”

(QS. Ar Rad: 22)



PERSEMBAHAN

Dengan segenap cinta, ketulusan, dan keikhlasan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

Bapak dan Ibu penulis (Bapak Solichun dan Ibu Maslechatun) yang selalu mengiringi langkah penulis dengan untaian do'a beserta curahan kasih sayang. Mbah kakung, mbah putri, kakak penulis (Mahdi Zuhri) dan (Fatatun Halimah) beserta seluruh keluarga, terimakasih atas iringan do'a dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis.



IAIN PURWOKERTO

MANAJEMEN STRATEGI PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN HOME INDUSTRY DESA KARANG TENGAH CILONGOK BANYUMAS

Ummu Habibah
NIM 1223203012

E-mail: habibahummu481@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin lama semakin menonjol akan kompleksitas, persaingan, perubahan, dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antar perusahaan, sehingga memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan mengetahui manajemen strategi seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan *Home Industry* Rumah Lidi merupakan perusahaan kerajinan lidi yang membuat suatu produk dengan bahan dasar lidi. *Home Industry* Rumah Lidi menggunakan berbagai macam aspek strategi seperti online, *word of mouth* (mulut ke mulut) serta yang paling sering mengikuti seminar atau pameran yang di gelar di berbagai Daerah/ Kota.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Manajemen Strategi Peningkatan Volume Penjualan Home Industry Desa Karang Tengah Cilongok?” adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen strategi terhadap peningkatan volume penjualan home industry rumah lidi.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), dimana penulis mengumpulkan data dengan melakukan studi mendalam berupa wawancara dengan manajer/owner, observasi terhadap fenomena yang terjadi dan mendokumentasikan data tersebut. Kemudian data tersebut dianalisis menggunakan metode deskriptif-kualitatif yang dimaksudkan untuk mendiskripsikan situasi yang bersifat fakta.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil secara umum bahwa manajemen strategi peningkatan volume penjualan Desa Karang Tengah Cilongok menurut penulis sudah menjalankan manajemen strategi dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan kenaikan penjualan setiap tahunnya, dengan melakukan strategi STP (segmentasi, targeting, positioning) yaitu dimana strategi menerapkan target pasar yang cocok bagi perusahaan. Selain itu pengembangan dan penilaian kinerja karyawan selalu di pantau agar selalu menghasilkan produk yang memuaskan kepada konsumen.

Kata kunci: ***Home Industry, Manajemen Strategi dan Volume Penjualan, Pengembangan dan Penilaian Kinerja, Home Industry Desa Karang Tengah Cilongok.***

MANAGEMENT OF STRATEGY FOR IMPROVING HOME INDUSTRY SALES VOLUME IN KARANG TENGAH VILLAGE CILONGOK BANYUMAS

Ummu Habibah
NIM 1223203012

E-mail: habibahummu481@gmail.com

Department of Syari'ah Economics, Faculty of Economics and Business in Islam
The State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

Business developments in Indonesia are increasingly prominent in complexity, competition, change and uncertainty. This situation raises sharp competition between companies, forcing companies to pay more attention to the environment that can affect the company, so companies know the management of strategies such as what should be applied in the company. Home Industry Rumah Lidi is a handicraft company that makes a product with sticks. Rumah Lidi's Home Industry uses a variety of strategic aspects such as online, word of mouth and those who often attend seminars or exhibitions held in various regions / cities.

The formulation of the problem in this study is "How is the Management Strategy for Increasing the Sales Volume of the Home Industry of Karang Tengah Cilongok Village?" As for the purpose of this study is to find out how management strategies to increase the sales volume of home home industry.

This study is a type of field research (field research), where the author collects data by conducting in-depth studies in the form of interviews with managers / owners, observing the phenomena that occur and documenting the data. Then the data is analyzed using descriptive-qualitative method which is intended to describe the factual situation.

Based on the research that has been done, the general results show that the management strategy to increase the sales volume of Karang Tengah Cilongok Village, according to the author, has run the management strategy well. This is evidenced by the increase in sales every year, by implementing the STP strategy (segmentation, targeting, positioning) which is where the strategy applies to the target market that is suitable for the company. In addition, the development and assessment of employee performance is always monitored so as to always produce satisfying products to consumers.

Keywords: **Home Industry, Strategy Management and Sales Volume, Performance Development and Assessment, Karang Tengah Cilongok Village Home Industry.**

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama antara menteri agama dan menteri pendidikan dan kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	Ša	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	j	je
ح	Ĥ	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Žal	ž	ze (dengan titik diatas)
ر	ra'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	d'	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	za'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
فا	fa'	f	ef
ق	Qaf	q	qi
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	'el
م	Mim	m	'em
ن	Nun	n	'en
و	Waw	w	w
هـ	ha'	h	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

Konsonan Rangkap karena Syad>ah ditulis rangkap

متعدّدة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدّة	ditulis	<i>'iddah</i>

Ta' Marbūṭah di akhir kata Bila dimatikan tulis h

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali jika dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	ditulis	<i>Karāmah al-auliyā</i>
----------------	---------	--------------------------

- b. Bila *ta' marbūṭah* hidup atau dengan harakat, fathāh atau kasrah atau d'ammah ditulis dengan *t*.

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zakāt al-fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

Vokal Pendek

َ	Fathāh	Ditulis	a
ِ	Kasrah	Ditulis	i
ُ	d'ammah	Ditulis	u

Vokal Panjang

1.	Fathāh + alif	Ditulis	ā
	جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2.	Fathāh + ya' mati	Ditulis	ā
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	D'ammah + wawu mati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furūd'</i>

Vokal Rangkap

1.	Fathāh + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>

2.	Fatḥah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	<i>qaul</i>

Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furud</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alam, penulis panjatkan hanya kepada Allah atas segala karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi dengan judul “*Manajemen Strategi Peningkatan Volume Penjualan Home Industry Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas*”

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi sang pembawa rahmat bagi seluruh alam yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya di *yaumul qiyaamah* kelak.

Dengan selesainya penelitian ini pastinya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dan penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih atas bantuan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
2. Dr. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Terimakasih saya ungkapkan dalam do'a atas segala masukan dalam diskusi dan kesabarannya dalam memberikan bimbingan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga beliau senantiasa sehat dan mendapat lingkungan dari Allah SAW. Amin.
3. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi sekaligus Penasehat akademik Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
4. Iin Solikhin, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing. Terimakasih saya ungkapkan dalam do'a atas segala masukan dalam diskusi dan kesabarannya dalam memberikan bimbingan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga beliau senantiasa sehat dan mendapat lingkungan dari Allah SAW. Amin.
5. Segenap Dosen dan Staf Karyawan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang telah banyak membantu dalam penulisan dan penyelesaian studi penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan,

6. Subur subandi, Manager sekaligus pemilik Home Industry Rumah Lidi, dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi penelitian ini. Beserta segenap karyawan yang telah bersedia berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini,
7. Bapak Solichun dan Ibu Maslechatun, kedua orang tua penulis tercinta yang senantiasa mencurahkan cinta dan kasih sayang, do'a juga pengorbanan yang tiada henti-hentinya untuk penulis,
8. Teman-teman seperjuangan ES-C Angkatan 2015 yang selalu memberikan motivasi,
9. To The Best Partner Iqbal Adib Khawari yang paling pengertian dan sabar menghadapi penulis, mendengarkan keluh kesah dalam hari-hariku, serta selalu memberikan do'a, semangat, dan motivasi kepada penulis. Semoga kita selalu bersama dan selalu berbagi cerita,
10. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga semua partisipasi serta sumbangan pikir yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal sholeh dan mendapatkan amal balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari betul bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu juga penulis terbuka dengan kritik dan saran yang dapat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhirnya, marilah kita senantiasa berikhtiar dan memohon kepada Allah SWT agar membuka pintu rahmat bagi kita, sehingga kita selalu berada di jalan yang diridhoi-Nya. Penulis berharap semoga skripsi ini memberi manfaat, baik untuk penulis pada khususnya dan semua pihak pada umumnya, Amin.

Purwokerto, 22 Juni 2019



Ummu Habibah
NIM.1522201110

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Jumlah Karyawan
Tabel 2	Data Penjualan Produk



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Manajemen Strategi	16
1. Pengertian Manajemen.....	16
2. Pengertian Strategi	17
3. Pengertian Manajemen Strategi.....	18
4. Proses Manajemen Strategi	21
B. Model Manajemen Strategi.....	27
C. Konsep Volume Penjualan.....	28
1. Pengertian Penjualan	28
2. Jenis-Jenis penjualan	30
3. Tujuan Penjualan.....	31
4. Pengertian Volume Penjualan	32

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	37
1. Jenis Penelitian	37
2. Subjek dan Objek Penelitian	37
3. Teknik Pengumpulan Data	38
4. Teknik Analisis Data	41

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Perusahaan	44
1. Sejarah Home Industry	44
2. Lokasi Perusahaan	45
3. Struktur Organisasi	47
4. Bahan Baku Pembuatan Kerajinan dan Proses Pembuatan	48
B. Proses Manajemen Strategik Home Industry Rumah Lidi	49
1. Manajemen Strategi	49
2. Volume Penjualan	51

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin lama semakin menonjol akan kompleksitas, persaingan, perubahan, dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antar perusahaan, sehingga memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan mengetahui manajemen strategi seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan.¹ Tidak luput juga dengan halnya Home Industry yang dibangun oleh masyarakat. Perubahan tersebut terjadi akibat ada banyaknya persaingan yang bermunculan di dunia.² Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan, ini akan sangat membantu perusahaan dalam mengenal diri dan untuk lebih meningkatkan volume penjualan, memanfaatkan setiap peluang yang ada serta menghindari atau meminimalkan ancaman.³ Dalam persaingan diuntut untuk mampu beradaptasi dan bersaing di pasar. Lingkungan yang demikian membuat manajemen memerlukan gambaran secara akurat tentang lingkungan bisnis baru yang dihadapi sekarang dan masa depan. Salah satu tugas penting seorang manager adalah menjamin perusahaan yang dipimpinnya tetap berada dalam keadaan stabil dalam berbagai keadaan dan situasi yang ada.

Perusahaan “*home industry rumah lidi*” berada di Desa Karang Tengah Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas berdiri sekitar kurang lebih 2,5 tahun dari awal September 2016 sampai sekarang. Pembuatan kerajinan dari lidi yang dianyam dan menghasilkan suatu kerajinan dari bahan dasar lidi, Home Industri Rumah Lidi membuat kerajinan piring lidi menggunakan bahan dasar lidi dari pohon kelapa, pembuatan satu piring membutuhkan 100 lidi. Home Industry Rumah Lidi sudah mempunyai pelanggan yang cukup luas dari berbagai daerah sampai dari luar kota.

¹ Nurafirlita F, “*Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Pada PT SAMEKARINDO Indah di Samarinda*” *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 1. 2013, No.1, 2013, hlm 57

² Yusuf Iriantara, *Manajemen Strategi Public Relation*. (Jakarta: Ghali Indonesia, 2004), hlm 9

³ Ristianti Prasetijo, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta, Andi Offset 2005, hlm. 17

Home Industry Rumah Lidi mempunyai 15 karyawan, untuk memenuhi pemesanan pelanggan sering juga menolak permintaan pelanggan dikarenakan tenaga kerjanya yang kurang. Home Industry Rumah Lidi ini tidak hanya membuat piring lidi tetapi beraneka ragam, seperti, tempat snack, tempat buah, dan ukurannya pun berbeda-beda dari yang terkecil sampai yang terbesar.

Berikut ini adalah data jumlah karyawan di Home Industri Rumah Lidi :

Tabel 1.
Data Jumlah Karyawan

No.	Nama Karyawan	Pekerjaan
1.	Winarti	Membuat Anyaman
2.	Sukirah	
3.	Suratmi	
4.	Karsini	
5.	Karinah	
6.	Tiwen	Membersihkan Daun dari Batang
7.	Wartinah	
8.	Rohyati	
9.	Raminah	
10.	Taryati	
11.	Kamiyah	
12.	Dati	
13.	Karsem	
14.	Tarisem	
15.	Tuminah	

Proses untuk mendefinisikan misi perusahaan bagi sebuah bisnis yang spesifik mungkin paling baik dipahami dengan cara memikirkan bisnis yang akan dijalankan pada saat pertama kali didirikan. Sebuah bisnis dimulai dengan keyakinan, hasrat, dan cita-cita seseorang entrepreneur, yang biasanya memiliki keyakinan-keyakinan. Pada manajemen strategi terdapat prinsip, ada 3 hal penting pertama, (*strategi formulation*) ini sangat penting untuk dilaksanakan karena adanya keterbatasan yang dihadapi organisasi misal keterbatasan sumber dana dan kemampuan, jika dibanding dengan tujuan-tujuan yang diinginkan. Dalam kegiatan *strategi formulation* meliputi perumusan visi misi dan nilai, serta pencermatan lingkungan internal dan eksternal.

Kedua, implementai strategi (*strategy implementation*) adalah tindakan mengimplementasikan strategi yang telah di susun ke dalam berbagai alokasi sumber daya secara optimal. Dengan kata lain membuat strategi implementasi dengan

menggunakan informasi *strategy formulation* untuk membantu dalam pembentukan tujuan –tujuan kinerja, alokasi dan prioritas sumber daya.

Ketiga, evaluasi strategi (*strategy evaluation*) fokus utama dalam *strategi evaluation* adalah pengukuran kinerja dan penciptaan mekanisme umpan balik yang efektif. Pengukuran kinerja yang efektif merupakan tahap yang penting untuk melihat dan mengevaluasi pencapaian atau hasil pekerjaan yang telah dilakukan organisasi untuk mencapai tujuan yang menjadi pekerjaan tersebut.⁴

Dalam praktiknya manajemen strategi merupakan suatu proses yang membantu organisasi untuk mengidentifikasi apa yang ingin dicapai oleh manajer (manajemen). Dengan kata lain proses manajemen strategi adalah bagaimana menganalisis suatu kondisi dan arah mana yang harus dituju oleh para perencana strategi (manajer/manajemen) dalam menentukan sasaran sehingga pengambilan keputusan yang efektif dan efisien dapat dicapai. Dalam pelaksanaannya, proses manajemen strategik merupakan siklus, sebagaimana dikemukakan oleh Tourengau bahwa *the strategic management process is a cycle of events that deserves to be repeated.*

Kehadiran manajemen strategi dalam merupakan isu penting yang berorientasi pada kepentingan jangka panjang dengan memerhatikan berbagai unsur yang dimiliki organisasi. Manajemen strategi merupakan rasionalisasi yang komprehensif tentang isu-isu yang dihadapi oleh eksekutif dalam kepemimpinannya yang sifatnya organisasional. Sementara itu manajemen strategik dapat diartikan pula sebagai sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan. Manajemen strategik dapat dipandang sebagai seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*) dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategik antar fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan masa datang.

Dengan demikian, merujuk pada berbagai batasan di atas, pada hakekatnya manajemen strategik mengandung 2 (dua) hal penting, yaitu:

⁴ Andon, *Strategic Manajemen For Education Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2009) hlm 79-85

- a. Manajemen strategi (*strategic manajement*) terdiri dari tiga macam proses manajemen yaitu pembuatan strategi, penerapan strategi, dan evaluasi/kontrol terhadap strategi.
- b. Manajemen strategi (*strategic management*) berfokus pada penyatuan atau penggabungan (*integrasi*) aspek-aspek pemasaran, riset dan pengembangan, keuangan /akuntansi dan produksi/ operasional dari sebuah bisnis.⁵

Tabel 2.
Data Penjualan Produk Rumah Lidi Pada Tahun 2018

No	Bulan	Jumlah Penjualan
1.	Desember	Rp 860.000
2.	Januari	Rp 1.5588.000
3.	Februari	Rp 1.690.000
4.	Maret	Rp 2.136.000

Dari data tabel penjualan yang di dapatkan menunjukkan bahwa Home Industry Rumah Lidi yang baru berdiri kurang lebih 2,5 tahun sudah mampu menghasilkan omset yang cukup besar dan setiap bulannya selalu mengalami kenaikan jumlah penjualannya, Sesuai tujuan Home Industri Rumah Lidi ingin memberikan manfaat dan menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar yang masih pengangguran, dan selalu memberikan citra baik bagi perusahaan dan pegawai. Meskipun karyawan yang minim tidak membuat patah semangat untuk meningkatkan volume penjualan. Perusahaan akan memberikan strategi manajemen dengan kinerja yang lebih baik lagi untuk meningkatkan volume penjualan memerlukan strategi yang mendukung di dalamnya.

Managemen strategi bagi perusahaan merupakan hal yang sudah tidak asing lagi. Strategi memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, elemen bauran pemasaran biaya bauran pemasaran. Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi penetapan harga , penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan.

⁵ AB Susanto, *Manjemen Strategik*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2005) hlm 34-37.

Managemen strategi dapat didefinisikan proses perencanaan, pengarahan (*directing*), pengorganisasian dan pegendalian berbagai keputusan dan tindakan strategis perusahaan dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif.⁶ Setiap organisasi bisnis dihadapkan kepada dua jenis "lingkungan", yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Semakin besar suatu perusahaan atau organisasi, makin kompleks pula bentuk, jenis dan sifat interaksi yang terjadi dalam menghadapi ke dua jenis "lingkungan" tersebut. Salah satu implikasi kompleksitas itu ialah proses pengambilan keputusan yang semakin sulit dan rumit. Setiap manajer pasti menyadari bahwa mengelola beraneka ragam kegiatan dengan berbagai seginya secara internal hanyalah sebagian dari tanggung jawab yang harus dipikul oleh pimpinan puncak organisasi betapa pun pentingnya kegiatan tersebut.⁷

Melihat dari eksistensi manajemen strategi sebagai sebuah strategi dalam meningkatkan penjualan produk maka peneliti berniat melakukan penelitian yang berfokus pada manajemen strategi dan peningkatan hasil penjualan dengan judul "*Manajemen Strategi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Home Industry Rumah Lidi Desa Karang Tengah, Cilongok*"

B. Definisi Operasional

1. Manajemen Strategi

Manajemen strategi dalam konteks ilmu manajemen memiliki cakupan yang luas. Dalam menjabarkan pengertian manajemen strategik para ahli memiliki kajian dan sudut pandang yang mungkin berbeda-beda akan tetapi tetap memiliki landasan berpikir yang cukup argumentatif, dengan kata lain pengertian tersebut akan tergantung dari filosofi, konteks, manfaat dan tujuan manajemen strategik.

Menurut Thomas Wellen dan David Hunger adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, sedangkan menurut Fred R. David menyatakan bahwa manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk memformulasi,

⁶ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Bandung: Pt. Gelora Aksara Pratama, 2012), hlm

⁷ Sondang Soagian, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), hlm 1

mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya.

Menurut Ibrahim manajemen strategi pada prinsipnya adalah kemampuan manajemen organisasi untuk mengadaptasi masa depan yang umumnya bersifat jangka pendek serta menengah. Strategi penting, karena merupakan proses untuk menentukan arah yang harus dijalani agar visi dan misi organisasi dapat tercapai. Strategi juga dapat memberikan dasar masuk akal untuk keputusan-keputusan yang akan menuntun kearah pencapaian tujuan organisasi. Keputusan strategi akan meningkatkan kemampuan pemimpin dalam menghadapi perubahan.

Menurut Johnson dan Scholes keputusan strategi menaruh perhatian pada ruang lingkup aktivitas organisasi, penyesuaian aktivitas organisasi dan lingkungannya, alokasi dan realokasi sumber daya utama dalam organisasi, nilai, harapan, dan tujuan dari strategi yang berpengaruh, serta implikasi perubahan operasional pada seluruh organisasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa manajemen strategi adalah suatu proses yang dalam setiap tahapnya memerlukan partisipasi dari semua pihak, dan pertanggung jawaban dari pemimpin. Dengan demikian manajemen strategi meliputi penetapan kerangka kerja untuk melaksanakan berbagai proses tersebut.⁸

Keunggulan manajemen strategik dengan 5 (lima) pendekatan sebagai berikut:

- a. Fokus manajemen, model alur berpikir manajemen strategi berhubungan dengan kejutan-kejutan strategi dan perkembangan yang cepat dari ancaman (*treath*) dan kesempatan (*oppotunity*). Hal tersebut menekankan pada upaya prediksi lingkungan dinamis serta pertimbangan eksternal dalam merumuskan dan mengimplementasikan rencana organisasi.
- b. Cakupan proses, model alur berpikir manajemen strategi memiliki cakupan proses manajemen berskala besar dan luas. Proses ini merupakan reaksi terhadap meningkatnya ukuran dan jumlah organisasi pemain industri yang ikut serta dalam persaingan. Hal ini sejalan dengan luasnya komponen yang terlibat dalam proses pembentukannya. Luasnya cakupan proses manajemen strategik membawa organisasi pada tingkat yang lebih tepat dalam penentuan

⁸ <http://ejournal.unmus.ac.id/index.php/societas> volume 5 no 01 tahun 2016 hal 1-11

misi dan tujuan organisasi dalam konteks keberadaanya di lingkungan eksternal dan internalnya.

- c. Membangkitkan kesadaran bersama, istilah strategi mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai bagaimana, kapan, dan di mana ia harus “bersaing”, “melawan” siapa dan memberikan sekumpulan keputusan dan tindakan strategis untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan.
 - d. Menghubungkan peran faktor-faktor kunci organisasi. Sebagai sebuah proses manajemen atas fungsi keputusan-keputusan para manager, manajemen strategik menghubungkan tiga faktor kunci:
 - 1) Lingkungan tempat perusahaan melakukan kegiatan
 - 2) Sumberdaya yang dimiliki yang siap melayani serta harapan
 - 3) Tujuan berbagai kelompok dengan penunjang untuk kelangsungan hidupnya.
 - e. Proses perkembangan, hingga saat ini manajemen strategi dapat dicatat sebagai puncak penyempurnaan paling penting dalam proses manajemen yang terjadi sejak tahun 1970-an.
2. Volume Penjualan

Yang di maksud dengan strategi penjualan adalah memindahkan posisi pelanggan ke tahap pembelian (dalam proses pengambilan keputusan) melalui penjualan tatap muka. Umumnya tujuan penjualan dinyatakan dalam volume penjualan. Tujuan ini dapat dipecah berdasarkan penentuan apakah volume penjualan yang ingin dicapai itu berdasarkan perwilayah operasi atau peralesperson didalam suatu wilayah operasi. Tujuan operasi juga biasanya dinyatakan dalam target *gross margin*, tingkat pengeluaran maksimum, atau pencapaian tujuan tertentu seperti merebut pelanggan pesaing.⁹

Jumlah total yang di hasilkan dari kegiatan penjualan, semakin besar jumlah penjualan yang di hasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan di hasilkan perusahaan. Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar

⁹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta :ANDI,2008), hlm.249.

tidak rugi, jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan.¹⁰

Terdapat beberapa indikator dari volume penjualan yang dikutip dari Philip Kotler Oleh Basu Swastha yaitu:

- a. Mencapai volume penjualan
- b. Mendapatkan laba
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Program penjualan dan distribusi mencakup semua aktivitas berhubungan dengan kontak personal langsung dengan para pembeli khir atau dengan pedagang grosir atau perantara eceran. Proses perancangan dan pengevaluasian program meliputi empat langkah pokok, antara lain:

1. Menentukan tujuan penjualan dan distribusi dalam rangka menerapkan strategi pemasaran perusahaan.
2. Mengidentifikasi daya tarik penjual yang paling tepat untuk digunakan dalam pencapaian tujuan.
3. Menentukan dan menugaskan sumber daya manusia dan finansial yang dibutuhkan untuk program penjualan dan distribusi.
4. Mengevaluasi kinerja program dalam rangka menyesuaikan program bilamana perlu.¹¹

Dalam tingkat penjualan produk supaya penjualan semakin meningkat ma perusahaan juga haus dapat meningkatkan tingkat kepuasan pembeli atau konsumen. Perusahaan harus dapat membuat konsumen menjadi loyal terhadap produk perusahaan.

Sebagaimana dikutip Khofyanida, loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang telah menyediakan barang atau jasa kepadanya. Bila yang didapat sudah sesuai dengan harapan maka proses pembelian terus berulang. Hal ini dapat dikatakan bahwa telah timbul adanya kesetiaan. Loyalitas merupakan komitmen mendala secara psikologis untuk

¹⁰ <http://xrma.blogspot.com/2013/08/pengertian-volume-penjualan.html?m=1> di akses pada tanggal 2 desember 2018.

¹¹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta:ANDI, 2012), hlm. 394.

melakukan pembelian ulang dimasa mendatang meskipun terdapat tawaran menarik dari pesaing untuk berpindah merek.¹²

3. Manajemen Strategi Peningkatan Volume Penjualan

Memperoleh momentum keberhasilan sebagai model pengembangan strategi perusahaan di era tahun 1990-an di mana banyak perusahaan berskala besar merasakan manfaat dari penerapan manajemen strategi. Manajemen strategi peningkatan volume penjualan proses perencanaan, pengarahan (*directing*), pengorganisasian dan pengendalian berbagai keputusan dan tindakan strategis perusahaan dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif.¹³ untuk meningkatkan volume penjualan dalam menghadapi persaingan bisnis yang ada.

Dengan demikian, maka yang di maksud dengan judul penelitian di atas yaitu manajemen strategi peningkatan volume penjualan Home Industri Rumah Lidi adalah memperoleh momentum keberhasilan sebagai model pengembangan strategi perusahaan. Selain itu perusahaan juga harus dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, dan membuat konsumen menjadi loyal terhadap produk perusahaan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, pokok permasalahan yang diteliti adalah: Bagaimana manajemen strategi peningkatan volume Penjualan Home Industry Rumah Lidi Desa Karang Tengah Cilongok.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Untuk mengetahui bagaimana manajemen strategi terhadap peningkatan volume penjualan home industry rumah lidi.

¹² Khofyanida, “Pengaruh Peneapan Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BPRS Artha Mas Abdi Pati)”, *Skripsi*. Purwokerto:STAIN Purwokerto, 2014, hlm.30.

¹³ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*...hlm. 64.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini di harapkan dapat mmberikan manfaat antara lain:

- a. Penelitian ini diharapkan agar kerajinan rumah lidi semakin berkembang.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan di bidang ekonomi islam dan menjadi bahan penelitian yang lebih lanjut.
- c. Bagi ilmu pengetahuan hasil penelitian ini dapat menambah referensi keilmuan dimasa yang akan datang dalam mengembangkan keilmuan.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini di maksudkan untuk mengemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah yang di teliti. Dari segi ini, maka telaah pustaka akan menjadi dasar pemikiran dalam penyusunan penelitian. Penulis juga akan melakukan penelaahan terhadap penelitian- penelitian yang relevan, kemudian peneliti juga melihat dari sisi lain dengan penelitian sebelumnya.

J.David Hunger dan Thomas L. Wheelen yang berjudul manajemen strategi, buku ini menjelaskan bahwa manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajer yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, yang meliputi tahap pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian.¹⁴

Ismail Solihin dalam bukunya yang berjudul manajemen srategik, menjelaskan bahwa manajemen strategik adalah proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengendalian berbagai keputusan dan tindakan strategis perusahaan dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif¹⁵

Dalam skripsi Ahmad Saifudin Zainur Ridho, mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang berjudul “*Manajemen Strategik Perspektif Ekonomi Islam di Home Industry Batik Anto Djamil Sokaraja, Banyumas*” dijelaskan bahwa

¹⁴ J.David Hunger dan Thomas L.W, *Manajemen Strategi, Terj. Julianto Agung* (Yogyakarta:Andi, 1996) hlm.4.

¹⁵ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Penerbit Erlangga,2012) hlm. 64.

menerapkan fungsi manajemen dalam upaya mempertahankan perusahaan meski banyaknya persaingan.¹⁶ Persamaan penelitian yang ditulis saudara Ahmad Saifudin Zainur Ridho dengan penulis adalah sama-sama membahas manajemen strategi. Perbedaan peneliti yang ditulis oleh saudara Ahmad Saifudin Zainur Ridho dengan penulis ambil disini antara lain lokasi penelitian dan analisis dimana penulis meneliti manajemen strategi dalam meningkatkan volume penjualan sedangkan saudara Ahmad Saifudin Zainur Ridho meneliti manajemen strategi dalam perspektif ekonomi Islam.

Dalam skripsi Nurlela, mahasiswi Universitas Jenderal Soedirman yang berjudul "*Penerapan Manajemen Strategi Dalam Pengambilan Keputusan Pada Perusahaan Meubel Budi Group Purwokerto*", di sebutkan pemilihan strategi yang paling menguntungkan bagi perusahaana meubel budi group dengan menggunakan analisis SWOT dalam penelitian ini hanya menguraikan secara teoritis tentang analisis kualitatif perumusan strategi, pada matrik ini digambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yan di hadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki yang akan menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi yaitu strategi strenghts oppotuenities dsn menggunakan matriks perencanaan strategi kuaitatif / QSPM (*quantitative strategi planing matix*) analisis strategi untuk mengevaluasi pilihan strategi alternative secara objektif berdasarkan faktor-faktor sukses internal-eksternal yang telah didefinisikan sebelumnya.¹⁷ Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama membahas tentang penerapan manajemen strategik dalam pengambilan keputusan sedangkan penelitian penulis membahas manajenmen strategik secara teoritik.

Dalam skripsi Futihatun Nikmah, mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang berjudul "*Strategi Pemasaran Meningkatkan Volume Penjualan*", disini menggunakan strategi sistem lelang dan tradisional, yaitu menawarkan produk dengan harga lebih tinggi dan kemudian menjual barang kepada pnawar harga

¹⁶ Ahmad Saifudin Zainur Ridho, *Manajemen Strategik Perspektif Ekonomi Islam Di Home Industry Batik Anto Djamil Sokaraja, Banyumas*, 2016 Skripsi IAIN Purwokerto

¹⁷ Nurlela, *Penerapan Manajemen Strategi Dalam Pengambilan Keputusan Pada Perusahaan Meubel Budi Group Purwokerto*, 2010, Universitas Jendral Soedirman, Diakses Tanggal 2 Desember 2018.

tertinggi. Persamaan dalam skripsi ini menggunakan penelitian lapangan dengan wawancara langsung ke pemilik perusahaan.¹⁸

Budi Sulistyono dengan judul “*Analisis Manajemen Strategi Perusahaan Pada Pt Adira Finance*”. Pada penelitian dijelaskan bahwa manajemen strategi merupakan komponen penting dalam pengelolaan perusahaan karena melalui manajemen strategi inilah sebuah perusahaan merencanakan taktik yang akan dipilih untuk dilaksanakan dan diterapkan sehingga perusahaan dapat unggul dalam dunia bisnis.¹⁹ Kesamaan yang peneliti dan penulis lakukan adalah salah satu fokus penelitian yang membahas mengenai manajemen strategi dan adapun metode yang digunakan juga sama yaitu metode penelitian kualitatif. Perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah penggunaan manajemen strategi pada perusahaan secara umum, sedangkan yang dilakukan penulis saat ini adalah berfokus pada manajemen strategi dalam peningkatan volume penjualan.

Elly Puspita dengan judul “*Analisis Manajemen Strategi Pada PT Garuda Indonesia Berdasarkan Balanced Scorecard Tahun 2010-2011*”. Pada penelitian ini ingin mengganti dan mengetahui apakah manajemen pada PT Garuda Indonesia tahun 2010-2011 dengan cara analisa manajemen strategi berdasarkan *balanced scorecard* data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari mengunduh data yang telah dikeluarkan PT Garuda Indonesia. Berdasarkan hasil analisa PT Garuda Indonesia belum sepenuhnya menggunakan manajemen strategi dalam mencapai target dan tujuannya.²⁰ Kesamaan dari penelitian ini terletak pada keinginan untuk mengetahui manajemen strategi dari perencanaan dan pengimplementasian. Letak perbedaan penelitian sebelumnya menggunakan data sekunder pada penelitiannya sedangkan penulis menggunakan data langsung dan pengamatan obyek penelitian.

Moh. Abdul Muchlis dengan judul implementasi manajemen strategi dalam upaya peningkatan mutu pendidikan di pondok pesantren darul ulum rejos peterongan

¹⁸ Futihatun Nismah, *Strategi Pemasaran Meningkatkan Volume Penjualan*, 2010, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, diakses tanggal 15 Mei 2019

¹⁹ Budi Sulistyono, “*Analisis Manajemen Strategi Perusahaan Pada PT Adira Finance*” (Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi, Jakarta, 2003) hlm 13

²⁰ Elly Puspita, *Analisis Manajemen Strategi Pada PT Garuda Indonesia Berdasarkan Balanced Scorecard tahun 2010-2011* (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi : Yogyakarta, 2012) hal 17

Jombang Jawa Timur tujuan penelitian ini ingin mengetahui penerapan manajemen strategi dalam upaya pendidikan di Pondok Pesantren Darul Ulum Rejos Peterongan Jombang Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan studi lapangan dalam pengumpulan data. Kesamaan yang peneliti dan penulis lakukan adalah salah satu fokus pada penelitian ini yang membahas mengenai manajemen strategi. Dan adapun metode penelitian yang digunakan juga sama yaitu metode penelitian kualitatif.²¹

F. Sistematika Penulisan

Bagian awal dari skripsi ini berisi halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman nota dinas pembimbing, halaman pengesahan, halaman abstrak, kata pengantar, pedoman transliterasi, dan daftar isi. Bagian utama skripsi ini diuraikan dalam lima bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN terdiri dari latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI, bagian ini memaparkan teori yang terkait dengan manajemen strategi dalam meningkatkan volume penjualan.

BAB III METODE PENELITIAN terdiri dari jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, metode penelitian data, sumber data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PENELITIAN PEMBAHASAN meliputi pertama gambaran umum yang terdiri dari sejarah singkat dan perkembangan perusahaan. Kemudian visi dan misi, lokasi perusahaan, struktur organisasi dan ketenagakerjaan.

BAB V PENUTUP terdiri dari kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup. Sedangkan bagian akhir dari skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.

²¹ Moh. Abdul Muchlis , *“Implementasi Manajemen Strategi Alam Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan di Pondok Pesantren Darul Ulum Rejoso Peterongan Jombang Jawa Timur”* (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah: Yogyakarta, 2010) hlm 2

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis di *home industry* rumah lidi, berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan berkaitan dengan manajemen srategik peningkatan volume penjualan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dalam melaksanakan kegiatan bisnis untuk bisa berkembang dengan sangat baik, maka perusahaan menggunakan metode yang dilakukan dalam sebuah bisnis yang bisa menunjang perusahaan dalam beroperasi.

1. Upaya yang dilakukan oleh Home Industri Rumah Lidi dalam meningkatkan volume penjualan, sebagai berikut:

a. Memberikan Pelayanan Yang Baik

Dalam meningkatkan volume penjualan, upaya yang dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, seperti menjaga kualitas dan mutu.

b. Menepati Janji Terhadap Konsumen

Memberikan barang permintaan konsumen sesuai tanggal yang sudah di sepakati sejak awal. Agar konsumen lebih loyal dan menjaga kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

c. Etika dan Estetika Perusahaan Kepada Konsumen

Berbuat baik dan sopan dalam berbicara, memberikan raut muka yang ramah ketika ada konsumen datang.

2. Manajemen Strategik Yang Dilakukan Oleh *Home Industry* Rumah Lidi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan, Yaitu:

a. Aspek Produk

Dalam hal produk, produk harus diperhatikan, karena konsumen ketika membeli bukan hanya sekedar ingin tapi juga membutuhkan dan harus kita perhatikan kepuasan konsumen terhadap produk yang kita tawarkan. Salah satunya inovasi produk terbaru, *home industry* rumah lidi

memproduksi kerajinan lidi tidak hanya satu produk, melainkan berbagai varian kerajinan seperti, piring, tempat snack, tempat buah, tempat sendok.

b. Aspek Harga

Dalam menentukan harga yang kita tawarkan kepada konsumen, karena harga juga menentukan konsumen, ingin membelinya atau tidak. Salah satunya yaitu dengan memberikan harga yang terjangkau untuk kriteria konsumen bawah dengan tidak mengabaikan mutu dan kualitas. Dengan harga yang murah konsumen akan merasa tidak terbebani untuk membelinya.

c. Aspek Promosi

Strategi dalam mengkomunikasikan informasi produk dari perusahaan ke konsumen. Home industry rumah lidi memberikan bonus produk ketika pembelian dalam jumlah banyak. Bonus ini sebagai bentuk terima kasih dari perusahaan ke konsumen karena sudah membeli produknya, makan dengan cara seperti itu konsumen akan tertarik membeli produknya kembali mengingat ada bonus ketika membeli jumlah banyak.

B. Saran

Dari kesimpulan di atas, maka penulis menyumbangkan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan proses pengembangan lebih lanjut. Adapun saran-saran yang dimaksud di antaranya sebagai berikut:

1. Pelaksanaan manajemen strategik pada home industry rumah lidi sudah cukup baik, namun di perlukan nya promosi yang lebih kreatif agar bisa lebih mendapatkan hasil pendapatan yang lebih maksimal.
2. Perlu adanya penambahan staf/karyawan sesuai kemampuan yang dimiliki, sehingga dapat terkontrol lagi untuk bisa memenuhi banyaknya permintaan konsumen.
3. Terus tingkatkan lagi pameran, seminar di bebaga desa/ kota agar masyarakat tahu *home industry* rumah lidi mempunyai pelayanan dan kualitas barang yang baik, sehingga akan lebih menghasilkan jumlah penjualan yang lebih maksimal dari tahun-tahun sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Saifudin Zainur Ridho, *Manajemen Strategik Perspektif Ekonomi Islam di Home Industry Batik Anto Djamil Sokaraja, Banyumas*, 2016 Skripsi IAIN Purwokerto
- Aminudin Aziz Fathul, 2012, *Manajemen Dalam Perspektif Islam* , Cilacap : Pustaka El-Bayan
- Andon, 2009, *Strategic Manajemen For Education Manajemen* ,Bandung: Alfabeta
- Elly Puspita, 2012, *Analisis Manajemen Strategi Pada PT Garuda Indonesia Berdasarkan Balanced Scorecard tahun 2010-2011*, Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi : Yogyakarta
- Fandy Tjiptono Dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*,Yogyakarta:ANDI.
- Freddy Rangkuti, 2009, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* , Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Iriantara Yusuf , 2004, *Manajemen Strategi Public Relation*. Jakarta: Ghali Indonesia.
- J.David Hunger dan Thomas L.W, 1996, *Manajemen Strategi, Terj. Julianto Agung* Yogyakarta:Andi.
- Khofyanida,2014, “*Pengaruh Peneapan Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BPRS Artha Mas Abdi Pati)*”, Skripsi. Purwokerto:STAIN Purwokerto.
- Lent Robin dan Genevieve Tour, *Strategi Penjualan Eksklusif* , Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Margono,2003, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta
- Muchlis, Moh. Abdul, 2010, “*Implementasi Manajemen Strategi Alam Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan di Pondok Pesantren Darul Ulum Rejoso Peterongan Jombang Jawa Timur*” (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah: Yogyakarta
- Nikmah Futihatun , 2010, *Strategi Pemasaran Meningkatkan Volume Penjualan*,Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

- Nurafrilita F,2013, ”*Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Pada PT SAMEKARINDO Indah Disamarinda jurnal administrasi bisnis*”, Volume 1. 2013, No.1, 2013.
- Nurlela, *Penerapan Manajemen Strategi Dalam Pengambilan Keputusan Pada Perusahaan Meubel Budi Group Purwokerto*, 2010, Universitas Jendral Soedirman, Diakses Tanggal 2 Desember2018
- Ristianti Prasetiyo,2005, *Perilaku Konsumen, Andi Offset*. Yogyakarta.
- Riswaya Asep Ririh, *Sistem Penjualan Tunai dan Kredit Property, Jurnal Computech dan Bisnis*. Vol. 7, No. 2
- Soagian Sondang ,1998, *Manajemen Strategi*, Jakarta: Bumi Aksara
- Solihin ismail, 2012, *Manajemen Strategik*, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Sugiyono, 2007,*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sukandarrumidi,2012, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sukmadinata, Nana Syaodih, 2013, *Metode Penelitian pendidikan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya*
- Sulistyo Budi, 2003, “*Analisis Manajemen Strategi Perusahaan Pada PT Adira Finance*” Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi, Jakarta
- Suryabrata, Sumadi, 1992, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali
- Susanto Ab, 2005, *Manajemen Strategik*, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Swastha Basu ,2004, *Azas-Azas Marketing Edisi Ketiga* , Yogyakarta: Liberty
- Widyawati, Siska Dwi , *Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning, Dalam Penjualan Produk Kecap Cap Koki Dollar di Tulungagung*, 2014 Skripsi Universitas Pembangunan Nasional, diakses tanggal 16 Mei 2019
- Wijaya Hari dan Hani Sirine, “*Strategi Segmenting,Targeting Ositioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap*”, Vol. 01,No. 03 September 2016, diakses pada tanggal 17 Mei 2019 pukul 15.30
- Winardi, *Kamus Ekonomi*, Bandung: Alumni

Internet :

<http://arnotblogspotvolumepenjualan.blogspot.com/2016/03/pengertian-volume-penjualan-menurut.html> , diakses pada tanggal 14 Mei 2019

<http://belajarilmukomputerdaninternet.blogspot.com/2009/11/pengertian-volume-penjualan>, diakses pada tanggal 14 Mei 2019

<http://definisimu.blogspot.com/2012/11/definisi-strategi.html>, diakses pada tanggal 6 november 2018

<http://xrma.blogspot.com/2013/08/pengertian-volume-penjualan.html?m=1> di akses pada tanggal 2 desember 2018

<http://ejournal.unmus.ac.id/index.php/societas> volume 5 no 01 tahun 2016 di akses pada tanggal 5 desember 2018

