

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini persaingan di dunia bisnis begitu kian menegat, di mana setiap wirausahawan di dalam suatu perusahaan dituntut agar senantiasa selalu berkembang dan memiliki kemampuan inovasi untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan juga dapat bersaing di dalam pasar (Nedia Ayu Badzlina, 2021). Pertumbuhan ekonomi menyebabkan bermunculannya produk dan jasa yang ditawarkan semakin banyak, teknologi dan inovasi dalam dunia bisnis memperketat banyak perusahaan dalam persaingan. Perusahaan yang dapat mengembangkan orientasi bewirausaha perusahaannya, memiliki kemampuan dalam melakukan inovasi akan memiliki posisi yang lebih kuat dalam merespon dinamika pasar dan meraih keunggulan bersaing secara berkelanjutan.

Perusahaan dewasa ini harus bergulat dengan trend-trend revolusioner: akselerasi produk dan perubahan teknologi, persaingan yang di globalisasi, deregulasi, perubahan demografi, dan kecenderungan-kecenderungan ke arah masyarakat jasa dan zaman informasi. Trend-trend ini telah mengubah lapangan permainan yang di atasnya perusahaan perusahaan harus bersaing, sehingga perusahaan-perusahaan tersebut harus memahami kekuatan-kekuatan persaingan dan mampu mengembangkan daya saing. Dampak dari meningkatnya transaksi digital membuat dunia bisnis mulai meningkatkan transformasi digitalnya. Dari situlah perusahaan mulai menerapkan strategi dan rencana untuk memberikan

solusi kepada konsumen (Munandar et al., 2024).

Pada era globalisasi yang pesat ini berdampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mengalami peningkatan yang signifikan, dengan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang menyebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan IV-2023 terhadap tahun 2022 mengalami pertumbuhan sebesar 5,31 persen. Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga belaku mencapai angka 20 Triliun dan PDB per kapita mencapai 75 Juta Rupiah (BPS, 2024). Hal ini membuktikan bahwa semakin meningkatkan pertumbuhan ekonomi maka persaingan dalam berusaha juga akan terus meningkat.

Inovasi masyarakat dalam menjalankan usaha pada bidang yang dimaksud adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pertumbuhan dan pembangunan ekonomi sangat berperan penting dalam meningkatkan pendapatan ekonomi daerah termasuk dalam mensejahterakan rakyat. UMKM sebagai salah satu pendorong atau pendobrak perekonomian di Indonesia atau sebagai suatu alternatif lapangan kerja yang baru bagi masyarakat. Kini UMKM berperan sangat penting di berbagai daerah, khususnya daerah terpencil. UMKM adalah suatu usaha yang bersifat inisiatif dari masyarakat, yang tentunya akan menurunkan tingkat pengangguran.

Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2022, tercatat bahwa pelaku UMKM sebanyak 65,4 juta atau 99 persen dari jumlah pelaku usaha yang ada di Indonesia. Di sisi lain UMKM memiliki

sumbangan terhadap PDB atau Product Domestic Bruto untuk mendorong perekonomian Indonesia sebesar 61 persen, dan sisanya yaitu 39 persen disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya kurang dari 1 persen dari jumlah pelaku usaha (Kementrian Koperasi dan UKM, 2022).

Dampak dari berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi memberikan pengaruh untuk mendorong penciptaan usaha baru, mendorong inovasi, dan mempercepat laju bisnis (Nazhifah et al., 2023). Tak hanya itu, situasi semakin banyaknya usaha wedding fotografi yang bermunculan dewasa ini, sehingga mengharuskan perusahaan dapat meraih keunggulan bersaing dengan berkelanjutan. Menjadi seorang pengusaha yang berorientasi kewirausahaan merupakan alternative pemecahan masalah agar para pemuda bangsa di bimbing untuk dapat meraih jiwa *entrepreneurship* yang *out of the box* (Ismail & Wa'adarramah, 2021). Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan yang dikemukakan Noersasongko dan Edi (2018) bahwa dibutuhkan sebuah strategi kewirausahaan sehingga konsumen dapat merasakan jasa dan produk yang ditawarkan lebih unggul dari pesaing, hal ini dapat dilakukan apabila pelaku bisnis di Indonesia dapat meraih keunggulan bersaing dengan berkelanjutan.

Tyas dan Arista (2022) mengatakan aktivitas industri kreatif di tanah air terus melaju yang merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengimplementasikan informasi dan kreativitas dengan menggunakan suatu ide dan inovasi. Salah satu bidang ekonomi kreatif adalah bidang fotografi. Fotografi adalah salah satu bidang bisnis jasa yang menjadi perhatian industri bisnis kreatif di Indonesia. Hal ini di dukung oleh penelitian Indrawan et al (2023) yang

menunjukkan fotografi menjadi ladang bisnis yang bersifat komersial seiring dengan perkembangan zaman era digital, kamera yang digunakan semakin canggih sehingga fotografi bukan sekedar hiburan belaka.pilar

Eksistensi bisnis fotografi sangat terlihat jelas dan berkontribusi terhadap PDB Indonesia, dari data yang diberikan oleh Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif (2021) bisnis fotografi menduduki peringkat ke 6 dengan diantaranya yang teratas yaitu fashion, kuliner, kriya, design, animasi/film/video. Berikut pada Tabel 1.1 adalah peringkat Industri kreatif.

Tabel 1.1
Kontributor PDB Industri Kreatif di Indonesia 2020

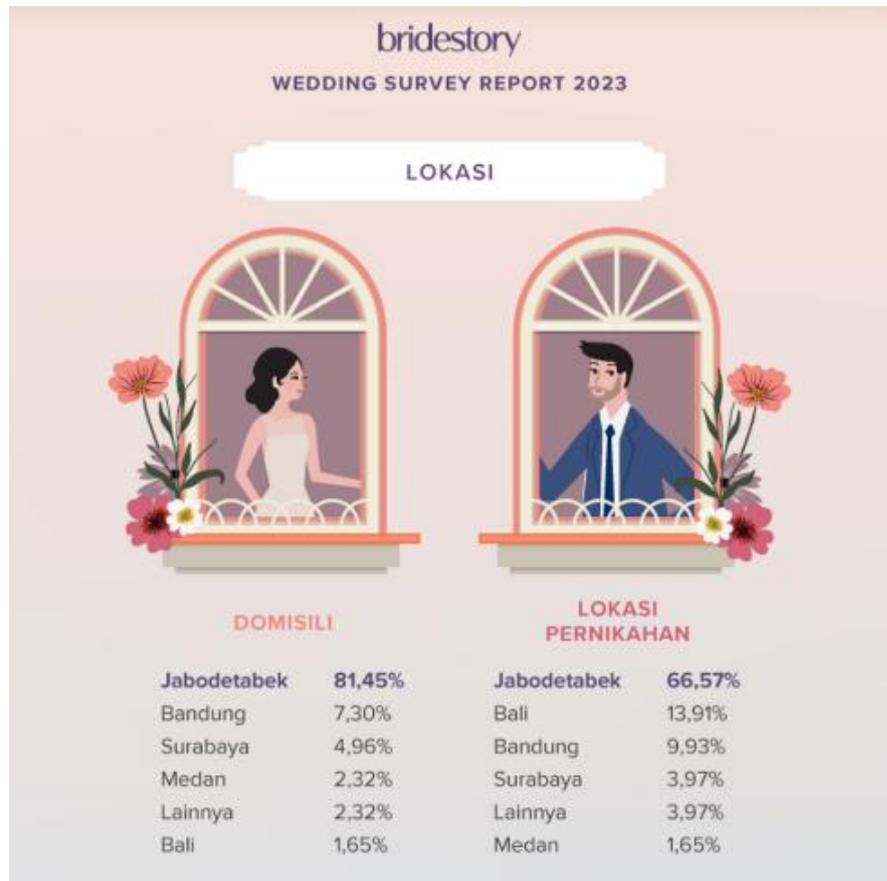
Peringkat	Bidang	Persentase (%)
1.	Fashion	60
2.	Kuliner	42
3.	Kriya	32
4.	Design	19
5.	Animasi/film/video	4,8
6.	Fotografi	1,8

Sumber: Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif 2021

Dari Tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa bahwa yang menduduki peringkat pertama kontribusi PDB dari industri kreatif pada tahun 2020 yaitu fashion dengan persentase 60 persen, lalu diperingkat kedua dengan bidang kuliner dengan persentase 42 persen, pada peringkat ketiga terdapat kriya dengan persentase 32 persen, selanjutnya bidang design menduduki peringkat ke 4 dengan persentase 19 persen, lalu animasi/film/video di peringkat ke 5 dengan persentase 4,8 persen, yang yang terakhir bidang industri kreatif menduduki peringkat ke 6 dengan persentase 1,8 persen.

Fotografi merupakan aktivitas mengabadikan atau merekam momen penting di dalam hidup, momen sehari-hari atau juga pada saat perayaan tertentu. Fotografi juga merupakan suatu seni dalam visualisasi dan memahami suatu objek untuk melihat dunia dengan cara yang berbeda dengan yang lain. Peralatan fotografi dulu sangatlah mahal, hanya kalangan tertentu yang dapat melakukan aktivitas fotografi sebagai media dokumentasi. Namun, sekarang alat fotografi dan perlengkapannya tergolong lebih terjangkau bagi masyarakat yang ingin menggeluti bidang ini. Ide bisnis di sector industri kreatif fotografi menjadi daya tarik bagi wirausaha dengan membuka jasa dokumentasi seperti membuka studio foto, foto pernikahan atau dokumentasi acara lainnya.

Fotografi pernikahan sekarang sekarang beralih menjadi kebutuhan mewah sebuah pernikahan. Lebih dari 2 juta orang menikah di Indonesia setiap tahunnya. Pernikahan dengan jumlah tamu undangan sebanyak 300 pax dapat memakan biaya sebesar 300 Juta rupiah (\$22.500 USD) angka ini hamper menyentuh 5 kali lipat dari pendapatan rata-rata setiap tahun. Disamping itu, selain wedding fotografi *prewedding* menjadi tren yang besar di Indonesia. Industri ini mengarah kepada tren pasar yang baru. Dengan keindahan alam yang dimiliki, konsep arsitektur café dan juga hotel, Bandung menjadi destinasi terpopuler. (Majalah Vice, 2017). Seperti yang dikatakan Tito Rikardo pemilik perusahaan The Upper Most kepada wartawan BBC Indonesia Jerome Wirawan (2015) Tren media sosial memberikan dampak yang juga signifikan dalam peluar pasar untuk melakoni bisnis wedding fotografi ini, hasil karya yang dapat dilihat oleh dunia, dan juga branding dari mulut ke mulut dapat menarik konsumen. (BBC Indonesia, 2015).



Gambar 1.1
Wedding Survey Report 2023

Sumber: bridestory.com pada tahun 2023

Berdasarkan Gambar 1.1 tersebut bahwa peringkat Bandung menduduki posisi Ke-2 sebesar 7,30% pada data domisili yang melakukan pernikahan melalui website bridestory, dengan Jabodetabek menduduki posisi pertama sebesar 81,45%, selanjutnya Surabaya sebesar 4,96%, lalu Medan sebesar 2,32%, lalu lainnya sebesar 2,32%, dan Bali sebesar 1,65%. Adapun dengan data lokasi pernikahan dengan Bandung menduduki posisi ke-3, posisi pertama Jabodetabek sebesar 66,57%, selanjutnya Surabaya sebesar 3,97%, lainnya sebesar 3,97%, Medan sebesar 1,65%. (Bridestory, 2023).

Inovasi mempunyai peran yang vital dalam perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan mempertahankan keunggulan bersaing. Kondisi pasar global diwarnai dengan persaingan yang ketat dan kompleks. Wirausaha senantiasa dituntut agar selalu berinovasi dalam meningkatkan layanan jasa atau produk yang diberikan kepada konsumen. Dinamika persaingan lingkungan bisnis yang tidak pasti mendorong jiwa wirausaha untuk berinovasi . Perusahaan yang memiliki tingkat inovasi tinggi akan dapat adaptasi untuk mengembangkan ide dan kemampuan baru dalam keunggulan bersaing.

Permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha UMKM wedding fotografi di Kota Bandung berkaitan dengan kurangnya kemampuan dalam mengelola sumber daya manusia yang mengakibatkan mudahnya usaha wedding fotografi untuk ditiru dan juga digantikan menjadikan perusahaan rentan dalam keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Seorang wirausahawan dicirikan dengan karakteristik mempunyai sikap untuk selalu bertanggung jawab dalam hal bisnis dan sosial, selalu berkomitmen terhadap tugas, cepat melihat peluang, berorientasi ke masa depan, memiliki skill dalam berorganisasi, toleransi terhadap ambisi, fleksibilitas tinggi, dengan karakteristik yang dimiliki seorang wirausaha tersebut, seorang wirausaha diharapkan mampu meningkatkan keunggulan yang berkelanjutan dalam hal persaingan guna mencapai tujuan dari perusahaan.

Pada salah satu sentra UMKM yang ada di Kota Bandung, yaitu Jasa wedding fotografi, saat ini mengalami perkembangan yang cukup baik dalam hal usaha produksi foto atau video, namun pada perkembangan yang terjadi pada dunia usaha saat ini, UMKM jasa wedding fotografi ini menghadapi beberapa

kendala terkait dengan manajemen perusahaan dan persaingan yang semakin ketat. Agar dapat mengetahui bagaimana UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung menerapkan komponen yang berkaitan dengan variable. Maka dari itu penulis melakukan survey awal.

Dari yang telah peneliti disampaikan, kemudian peneliti melakukan survey awal pada UMKM Jasa Wedding Fotografi yang ada di Kota Bandung melalui kuisisioner dan wawancara. Untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Dalam proses survey tersebut peneliti memiliki sebanyak 31 responden dalam mendukung penelitian yang disajikan dalam table berikut ini:

Tabel 1.2
Survey Awal Orientasi Kewirausahaan

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Apakah anda selalu mencari konsep-konsep yang unik dalam pemotretan pernikahan, seperti pose, teknik edit, atau komposisi fotografi. <i>(Inovatif)</i>	27 (87%)	4 (13%)
Apakah anda aktif menggunakan sosial media dengan sebaik mungkin untuk mencari pelanggan dan menjaga hubungan dengan pelanggan. <i>(Proaktif)</i>	26 (84%)	5 (14%)
Apakah anda berani untuk menerima sesi pemotretan dengan lokasi yang sulit dan	12 (39%)	19 (69%)

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
beresiko seperti pegunungan, lautan, tebing, hutan dll. <i>(Berani mengambil resiko)</i>		
Rata-rata jawaban	21,6 (70%)	9,4 (30%)

Berdasarkan tabel survey awal tentang Orientasi Kewirausahaan pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung diatas, terdapat masalah pada faktor-faktor yang terjadi adalah pelau usaha masih belum berani untuk mengambil resiko. Yaitu seperti mengambil sesi pemotretran dengan situasi yang menantang dengan jawaban negatif sebesar 69%. Rata-rata jawaban positif responden 70 %. Bahwa orientasi kewirausahaan UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung sudah cukup efektif untuk mengembangkan usaha perusahaan.

Tabel 1.3
Survey Awal Kemampuan Inovasi

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Apakah anda melatih tim untuk dapat bekerja secara multitasking. Contohnya seperti fotografer yang dilatih agar dapat menjadi seorang videographer atau editor, dan juga sebaliknya. <i>(Kemampuan inovasi proses)</i>	14 (45%)	17 (55%)
Apakah usaha anda dapat menghasilkan sebuah hasil foto atau album yang baru dan unik sehingga disukai oleh pelanggan. Contohnya	20 (64%)	11 (36%)

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
seperti pembaharuan teknik color grading dalam foto atau design pada album. <i>(Kemampuan inovasi produk)</i>		
Apakah usaha anda memiliki kemampuan dalam mengembangkan strategi pemasaran atau promosi usaha dengan mengikuti tren yang modern. Contohnya seperti mengikuti tren tiktok atau BrideStory.com <i>(Kemampuan Inovasi Pasar)</i>	26 (84%)	5 (14%)
Rata-rata jawaban	20 (64%)	11 (36%)

Berdasarkan tabel survey awal tentang Kemampuan Inovasi pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung diatas, dimana pada data survey diatas dengan rata-rata jawaban positif hanya 45%. Terkait dengan indikator kemampuan inovasi proses, bahwa pelaku usaha belum melatih tim nya agar dapat bekerja secara multitasking. Hal ini sangat perlu dilakukan mengingat dengan upaya tersebut dapat mengurangi biasa produksi perusahaan dan juga meningkatkan efisiensi pada kinerja perusahaan

Tabel 1.4
Survey Awal Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Apakah anda memerikan pelatihan kepada tim anda	29 (93%)	2 (7%)

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
<p>untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, sehingga usaha anda dipromosikan kepada orang lain. Contohnya seperti konsumen anda memberikan tanggapan positif dan mempromosikan kepada kerabat atau orang terdekat.</p> <p><i>(Bernilai)</i></p>		
<p>Apakah di dalam tim anda terdapat satu atau lebih orang yang memiliki kemampuan dalam pengambilan foto, video, atau editing yang berbeda dengan para pesaing.</p> <p><i>(Langka)</i></p>	27 (87%)	4 (13%)
<p>Apakah produk atau layanan jasa anda dapat dengan mudah ditiru oleh kompetitor.</p> <p><i>(Sulit untuk ditiru)</i></p>	12 (39%)	19 (61%)
<p>Apakah usaha anda sulit untuk digantikan oleh orang lain.</p> <p><i>(Sulit untuk digantikan)</i></p>	10 (32%)	21 (68%)
Rata-rata jawaban	19,5 (62%)	11,5 (38%)

Dari data survey diatas terkait Keunggulan Bersaing Berkelanjutan diperoleh bahwa dengan rata-rata jawaban positif 62%. Bahwa perusahaan sudah cukup baik dalam mengelola perusahaan. Namun masih terdapat permasalahan yang cukup krusial dalam mengelola perusahaan, yaitu perusahaan masih mudah ditiru dan juga digantikan. Hal ini menjadi resiko besar pada jangka panjang,

dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama dalam persaingan pasar.

Berdasarkan uraian latar belakang, peneliti berminat untuk meneliti dan membedah bisnis umkm jasa fotografi dengan menggunakan metode kuantitatif, menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner untuk mendapatkan hasil survei terbaik. Maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam serta memberi judul skripsi ini : **“Pengaruh Orientasi Kewirasahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Kemampuan Inovasi Pada UMKM Jasa Wedding Fotografi di Kota Bandung”**.

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti menemukan fenomena yang menjadi masalah di dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung belum berani untuk mengambil resiko dalam mengambil sesi pemotretan yang menantang.
2. Pelaku UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung belum mampu untuk melatih sumber daya agar bekerja secara multitasking.
3. UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung masih mudah untuk ditiru oleh pesaing.

4. UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung masih mudah untuk digantikan usahanya oleh competitor.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa yang menjadi pokok perhatian, adapun permasalahan yang timbul adalah:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Orientasi Kewirausahaan pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kemampuan Inovasi pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung?
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh Kemampuan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung?
6. Seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kemampuan Inovasi pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung?

7. Seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Kemampuan Inovasi pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data, fakta, dan informasi yang diperlukan sesuai dengan uraian yang terdapat pada rumusan masalah mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan. Selain itu diinterpretasikan guna usulan penelitian pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dibedakan menjadi 2 tujuan yaitu, tujuan umum dan tujuan khusus:

1. Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian yang telah dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui kemampuan inovasi pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung.

2. Tujuan Khusus

- A. Mengetahui tanggapan responden mengenai Orientasi Kewirausahaan pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung.
- B. Mengetahui tanggapan responden mengenai Kemampuan Inovasi pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung.
- C. Mengetahui tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung.
- D. Mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung .
- E. Mengetahui besar pengaruh Kemampuan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung.
- F. Mengetahui besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kemampuan Inovasi pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung.
- G. Mengetahui besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Kemampuan Inovasi pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegiatan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan pelaku usaha dapat mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui kemampuan inovasi pada jasa wedding fotografi di Kota Bandung. Sehingga pelaku usaha dapat melakukan perkembangan terhadap usaha.

2. Pihak Terkait

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan bahan pertimbangan yang mungkin dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut khususnya mengenai Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha terhadap Keberhasilan usaha.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Penyusun

Penelitian ini akan memberikan manfaat bagi Penyusun berupa wawasan ilmu pengetahuan, yang dapat diaplikasikan kedalam kehidupan pribadi. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya cara berpikir penulis dalam hal pengetahuan dan pengalaman.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan pada umumnya, dan pengembangan ilmu

hukum mengenai tanggung jawab wanprestasi oleh jasa foto wedding pada khususnya.

4. Bagi Pengembangan Ilmu

Sebagai sumber informasi bagi mahasiswa atau peneliti lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut, serta sebagai bentuk kontribusi kepada Universitas Komputer Indonesia secara umum dan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen dengan Spesialisasi Manajemen Bisnis secara khusus sebagai wujud dari tanggung jawab dan pengabdian.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian menjelaskan tentang tempat penulis melakukan penelitian dan waktu yang dibutuhkan penulis untuk bisa menyelesaikan penelitian ini, disertai dengan tabel jadwal penelitian agar penelitian bisa diselesaikan tepat pada waktunya.

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dan pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis yaitu berlokasi di coffee shop yang ada di kawasan Dago.

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu yang dilakukan dalam penelitian ini dimulai dari bulan April 2024 sampai dengan Mei 2024.

Tabel 1. 5
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu kegiatan																			
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survey tempat penelitian	■																			
2	Pengajuan surat ke perusahaan		■																		
3	Menerima surat balasan dari perusahaan			■																	
4	Melakukan survey awal dan penelitian			■	■	■	■	■	■												
5	Mencari data						■	■	■												
6	Seminar																				
7	Revisi																				
8	Penelitian lapangan																				
9	Bimbingan																				
10	Sidang Akhir																				

Sumber: Diolah Oleh Peneliti 2024