

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pada setiap negara berkembang salah satu hal yang menjadi prioritas utama dalam melaksanakan kegiatan negaranya yaitu pembangunan nasional, begitu pula halnya dengan Indonesia. Untuk mewujudkan pembangunan nasional di bidang ekonomi bukan hanya menjadi tanggung jawab dari pemerintah pusat tetapi juga tanggung jawab dari pemerintah daerah Menurut (Huda Isra UI et al., 2020). Indonesia merupakan salah satu negara berkembang, sebagai negara yang sedang berkembang Indonesia masih mengalami tahap atau proses untuk membangun perekonomian yang lebih baik agar menjadi sebuah negara yang maju Pembangunan ekonomi suatu Negara pada dasarnya merupakan gabungan dari berbagai kelompok variabel antara lain Sumber Daya Manusia, Sumber Daya Alam, modal, teknologi dan lain-lain. Indonesia sebagai sebuah Negara dimana pembangunan nasional memiliki salah satu tujuan yaitu memajukan kesejahteraan Negara (Halim, 2020).

Masalah pembangunan nasional dibidang ekonomi diantaranya yaitu kemiskinan, pengangguran, ketimpangan dalam distribusi pendapatan.. Sebagai sebuah negara yang sedang berkembang dan sedang memperbaiki masalah perekonomiannya Indonesia tentu mempunyai masalah-masalah makro ekonomi, terdapat masalah pembangunan yang krusial terjadi di negara berkembang salah satunya yaitu pertumbuhan yang semakin meningkat sehingga menyebabkan pengangguran yang meningkat. untuk membangun perekonomian

dan mengurangi pengangguran masyarakat berbondong bondong untuk membuka Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Nasional. Peranan penting ini terutama ditunjukkan dalam aspek- aspek seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, berperan dalam menekan laju urbanisasi dan pemeratan pembangunan ekonomi pedesaan. UMKM dapat meningkatkan produktivitas, meningkatkan pendapatan masyarakat dan memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah (Rizaldi. A, 2021) Sektor UMKM pada kenyataannya mampu menunjukkan kinerja yang lebih tangguh dalam menghadapi masa-masa kritis pada saat terjadinya krisis ekonomi. UMKM cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. Mereka juga menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha lainnya, dan mereka juga cukup terdiversifikasi dan memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan (Kanaidi, dalam Huda Isra dkk 2020).

**Tabel 1.1 Jumlah data UMKM 2018-2023**

Tahun	2018	2019	2020	2021	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64,19	65,47	64	65,46	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	1,52%

*Sumber: Kadin Indonesia Data dan Statistik 2023*

Berdasar tabel data diatas UMKM di Indonesia yang setiap tahunnya terjadi peningkatan UMKM, sehingga pengusaha harus lebih gencar berupaya meningkatkan kinerja UMKM. Apalagi UMKM dibidang makanan merupakan salah satu unit

usaha yang sangat berpotensi baik tidak mudah padam. Berikut merupakan jumlah UMKM di Indonesia:

**Tabel 1.2 Data Jumlah UMKM Menurut Sektor Pada 2022**

Sektor	KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia)	Jumlah Unit
Makanan	KBLI 10	1.592.318
Minuman	KBLI 11	102.535

Sumber: Kadin Indonesia Data dan Statistik 2023

Pada tabel diatas merupakan jumlah UMKM makanan di Indonesia terbilang sangat banyak. sehingga setiap UMKM harus terus melakukan inovasi dalam mengembangkan produk, memperluas pemasaran, serta harus memanfaatkan bahan baku yang menjadi keunggulan yang ada di Indonesia. Terutama di kawasan Jawa Barat.

**Gambar 1.1. Grafik Jumlah UMKM di Indonesia 2022**



Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM (diolah oleh CNBC, 2023)

Diatas gambar 1.1 merupakan grafik Jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2022. Dimana Jawa Barat merupakan Provinsi yang memiliki UMKM terbanyak di Indonesia. Banyak kota di Jawa Barat yang masyarakatnya beralih profesi menjadi UMKM sehingga Jawa Barat memiliki potensi yang cukup besar untuk perkembangan di sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) terutama di Kota Bandung. Menurut (Iffan dan Anggita, 2022) mengatakan kota Bandung sebagai salah satu kota paling kreatif di Indonesia sehingga dapat menciptakan dan mengembangkan bermacam jenis usaha. Bertumbuhnya UMKM ini menciptakan lowongan pekerjaan bagi warga sekitar sehingga akan mengurangi jumlah pengangguran yang menjadi dampak ke perekonomian Indonesia.

**Tabel 1.3 Jumlah UMKM Kab/Kota Jawa Barat 2020-2022**

Kabupaten/Kota	Banyaknya Usaha Mikro dan Kecil menurut Kabupaten/Kota (Unit)		
	2020	2021	2022
Bogor	52 852	45 013	43 138
Sukabumi	52 953	51 796	51 307
Cianjur	37 807	44 089	36 331
Bandung	42 385	40 136	41 220
Garut	54 630	62 842	69 365

*Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat*

Diatas merupakan tabel dari jumlah UMKM Kab/Kota Jawa Barat pada tahun 2020-2022 dimana Provinsi Jawa Barat khususnya di Kota Bandung menjadi salah satu kota yang terbilang banyak pelaku UMKM setiap tahunnya dan Bandung merupakan tempat yang memiliki destinasi wisata yang menarik, bevariatif serta didukung dengan cuaca yang sejuk. Salah satu wisata yang populer di luar kota Bandung adalah wisata kuliner. Makanan dan minuman

merupakan hal yang penting bagi kelangsungan hidup manusia yang tidak akan mudah redup sehingga banyak UMKM yang bergerak dibidang kuliner. Dengan mengkonsumsi makanan dan minuman, manusia mendapatkan energi yang dibutuhkan untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis di bidang kuliner untuk melancarkan bisnis yang menguntungkan. Makanan yang memiliki cita rasa khas sehingga menjadikan destinasi kuliner di Kota Bandung. Dengan keberadaan wisata kuliner ini dapat menjadi salah satu peluang untuk meningkatkan ekonomi Negara.

Salah satu destinasi tempat berkunjung kuliner di Kota Bandung yaitu Dago. Dimana Dago tidak jauh dari Kota Bandung dan tempat tujuan orang luar atau orang pribumi di Bandung salah satu tujuannya ke Dago dan Dago Atas merupakan tempat dengan letak geografis berada di daratan tinggi yang memiliki pemandangan indah yang akan memanjakan mata setiap konsumen sehingga banyak masyarakat luar tertarik dengan suasana Dago Atas. Pelaku UMKM harus memanfaatkan keadaan sekitar untuk memilih inovasi yang sesuai dengan lingkungan. Dilihat dari fenomena dimana Coffee merupakan minuman yang banyak disukai oleh semua kalangan menjadikan peluang usaha yang bisa diterapkan di Dago Atas dengan cuaca yang dingin, suasana yang pas dan tempat yang ikonik menjadikan sebuah Coffee merupakan minuman pilihan yang banyak diminati.

Dilihat dari fenomena dimana kopi merupakan minuman yang banyak disukai oleh semua kalangan. menjadikan peluang usaha yang bisa diterapkan. Ketika kita berbicara mengenai kopi maka kedai kopi merupakan tempat yang

paling di cari. Sehingga kedai kopi dengan nuansa modern menawarkan berbagai jenis, rasa dan penyajiannya yang lebih terkini. Usaha coffee shop merupakan usaha yang akan menguntungkan bagi pelaku bisnis bila dikelola dengan baik dan benar Coffee Shop memiliki banyak varian *Coffee* tetapi dalam makanan tidak terlalu banyak. Dengan menyajikan suasana santai, tempat yang nyaman, udara yang sejuk, pemandangan yang indah dan memiliki banyak fasilitasnya seperti musik, wifi, desain interior yang menarik, pelayanan yang ramah sehingga Coffee Shop menjadi tempat yang tepat untuk bersantai, menyantap makanan dan minuman, bertukar pikiran, reuni, menghilangkan penat, dan berbincang formal maupun non formal dan daerah Dago Atas merupakan daerah yang pas untuk merealisasikan hal tersebut. Minum kopi yaitu aktivitas yang tak peduli status sosial, tidak membedakan jenis kelamin, strata sosial, dan usia (Setiandika Igiyasi, 2017) Saat ini, konsumsi kopi telah muncul sebagai tren baru. Oleh sebab itu permintaannya yang terus meningkat sehingga pelaku usaha harus tepat dalam pemasarannya agar bisa bersaing dengan pesaingnya.

**Tabel 1.4 Jumlah Coffee Shop**

Jumlah Coffee Shop Bandung 2017	Jumlah Coffee Shop Dago Atas 2024
116	48

*Sumber : Diolah oleh penulis 2024*

Tabel 1.4 di atas merupakan data jumlah perkiraan Coffee Shop yang berada di Kota Bandung dan Dago Atas. Jumlah Coffee Shop itu bersumber dari Dinas Pariwisata Kota Bandung pada tahun 2017 dan untuk Jumlah Coffee Shop Dago Atas adalah perkiraan dari penulis yang telah observasi secara langsung terjun ke

lapangan pada tahun 2024. Dimana jumlah Coffee Shop di Dago Atas merupakan sebuah hal yang besar jumlahnya dari pada di daerah lain di Kota Bandung.

Berdasar survei yang peneliti lakukan. Di Coffee Shop Dago Atas banyak makanan dan minuman yang monoton seperti pada umumnya dimana bila ada tempat baru konsumen akan banyak berkunjung hanya sekedar mencoba namun tidak banyak orang yang menetap terus datang ke tempat yang sama sehingga pelaku bisnis harus menyiapkan antisipasi baru yang akan muncul terhadap turbulensi lingkungan yang lebih modern.

Pelaku bisnis harus sensitif dengan perubahan dan kemampuan yang dimiliki, sehingga pembisnis harus membangun kinerja usaha yang baik agar memiliki keunggulan dalam persaingan di pasar luas. Pembisnis harus secara tanggap mencermati berbagai permasalahan dan persaingan yang semakin ketat untuk memanfaatkan situasi dan kondisi yang ada. Para pelaku bisnis harus mencapai dua hal ketika mengembangkan usaha bisnis: mereka harus mampu memproduksi barang dan bersaing dengan pelaku bisnis lainnya (Faizah & Suib, 2019) Hal ini berlaku untuk semua bisnis yang melayani pasar lokal dan internasional (ekspor-impor).

Menurut Raza et al. dalam (Dipura et al., 2022) Peningkatan kinerja suatu perusahaan merupakan faktor yang sangat dipertimbangkan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam industri yang sama. Sehingga setiap pelaku usaha dapat menerapkan strateginya untuk memenangkan sumber daya manusia secara lebih banyak untuk memajukan sebuah perusahaan.

Dengan mempertimbangkan lingkungan bisnis modern, banyak peneliti membahas efek moderasi dimana akan mendukung perubahan ide baru mendorong pengambilan resiko dari turbulensi lingkungan antara inovasi dan kinerja bisnis (Tsai dan Yang, dalam Turulja & Bajgoric, 2019). Dan mereka menyetujui bahwa turbulensi lingkungan sangat berpengaruh dengan perubahan lingkungan yang cepat dan tidak dapat diprediksi baik itu internal maupun eksternal oleh karena itu setiap pengusaha harus berpikir cepat untuk mengenalkan produk dan layanan baru agar bisa meningkatkan daya saing dan kinerja bisnisnya. Lingkungan yang berubah ubah seperti cuaca, peraturan, persaingan dan keadaan teknologi yang semakin maju ini membuat para pelaku bisnis harus lebih jeli lagi. (Lee dan Tang dalam Turulja & Bajgoric, 2019) menyatakan bahwa turbulensi teknologi mendorong perusahaan untuk mengejar inovasi yang mengarah pada hasil kinerja yang lebih baik.

Para pelaku bisnis harus menghasilkan sejumlah inovasi agar dapat bertahan dalam persaingan. Bahkan perusahaan yang baru merintis pun tidak ingin kalah saing, sehingga mereka memasuki pasar dengan memunculkan ide-ide baru atau mencari hal lain untuk membantu mereka bersaing dengan banyak pengusaha yang lebih dulu.

Oleh karena itu, pelaku usaha UMKM harus terus meningkatkan kinerja usahanya melalui inovasi produk yang sudah ada dan memunculkan inovasi baru dengan menyesuaikan trend baru yang harus berbeda dari sebelumnya, karena itu yang membuat konsumen terus datang dan menetap menjadi pelanggan. Melihat banyaknya usaha coffee shop di Kota Bandung yang terus bermunculan, hal ini

mengakibatkan persaingan usaha semakin ketat, performa bisnis ini harus terus diasah tidak boleh redup dengan melihat tren saat ini. ( Hana dalam (Dewi Anjaningrum et al., 2018) mengemukakan bahwa penting bagi industri melakukan inovasi dan meningkatkan kinerja perusahaan agar mampu memenangkan persaingan dan memperoleh pelanggan baru.

Tujuan utama peneliti adalah untuk menguji apakah kinerja bisnis memiliki peran dalam hubungan antara turbulensi dan inovasi. Seiring dengan tingkat persaingan, gejolak pasar dan teknologi juga akan menjadi bagian dari turbulensi lingkungan. Hal ini akan memberikan perspektif baru mengenai seberapa besar dampak lingkungan terhadap kemampuan organisasi untuk berinovasi dan berkinerja secara finansial kedepannya.

Perusahaan tanpa kreativitas dan inovasi tidak akan bersaing dan bertahan di era persaingan yang semakin tajam. (Suparman & Ruswanti, 2017) membuktikan bahwa inovasi merupakan kunci keunggulan bersaing. Pelaku usaha harus giat menciptakan kinerja usaha yang lebih unggul dari pesaingnya melalui inovasi produk dimana turbulensi lingkungan yang terus berubah-ubah.

**Tabel 1.5 Survei Awal Turbulensi Lingkungan**

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Apakah Anda dapat mengikuti perubahan tren yang terjadi di pasar saat ini?	30 (100%)	0 (0%)
Apakah usaha yang anda jalani dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi terbaru?	30 (100%)	0 (0%)
Apakah menurut Anda intensitas persaingan di usaha Coffee Shop saat ini ketat?	23 (77%)	7 (23%)

Sumber: Pelaku usaha Coffee Shop Dago Atas, 2024

Berdasarkan survei awal pada table 1.5 Turbulensi Lingkungan , sebanyak 77% responden dari pelaku usaha di bidang Coffee Shop menganggap intensitas persaingan yang sangat ketat antar pengusaha. Intensitas persaingan di Coffee Shop saat ini sangat ketat. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah Coffee Shop baru yang bermunculan di berbagai kota, baik dari pemain lokal maupun internasional. Konsumen kini memiliki banyak pilihan, sehingga Coffee Shop harus bersaing tidak hanya dalam hal kualitas kopi, tetapi juga dalam hal suasana, pelayanan, dan inovasi produk. Tren minum kopi yang terus berkembang, didukung oleh meningkatnya budaya nongkrong dan bekerja di Coffee Shop, mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi agar tetap relevan dan menarik di mata pelanggan. Ditambah lagi, faktor digitalisasi dan pemasaran melalui media sosial memperkuat kompetisi dengan membuat informasi dan promosi lebih mudah diakses oleh konsumen.

**Tabel 1.6 Survei Awal Kinerja Usaha**

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Apakah penjualan produk Coffee Shop Anda mengalami peningkatan dalam beberapa bulan terakhir?	22 (73%)	8 (27%)
Apakah penambahan modal dari investor sudah cukup untuk meningkatkan kinerja Coffee Shop saat ini?	13 (43%)	17 (57%)
Apakah jumlah tenaga kerja yang anda miliki sudah sesuai dengan kebutuhan?	19 (63%)	11 (37%)
Apakah strategi pemasaran Coffee Shop anda sudah dilakukan secara digitalisasi?	28 (93%)	2 (7%)
Apakah terdapat peningkatan laba di Coffee Shop dalam beberapa bulan terakhir?	21 (70%)	9 (30%)

Sumber: Pelaku usaha Coffee Shop Dago Atas, 2024

Berdasarkan survei awal pada table 1.6 Kinerja Usaha, sebanyak 57% responden dari pelaku usaha di bidang Coffee Shop menganggap penambahan modal dari investor kurang cukup, kompetisi yang semakin ketat sehingga membutuhkan dana yang cukup lebih besar untuk ikut bersaing dengan pelaku usaha lain. Penambahan modal dari investor merupakan langkah strategis yang berpotensi besar untuk meningkatkan kinerja Coffee Shop saat ini. Dengan suntikan dana baru, Coffee Shop dapat memperluas kapasitas operasionalnya, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta menjalankan strategi pemasaran yang lebih agresif. Selain itu, modal tambahan juga memungkinkan Coffee Shop untuk mengadopsi teknologi baru dan memperbaiki infrastruktur yang ada, sehingga efisiensi kinerja usaha dapat meningkat. Namun, keberhasilan peningkatan kinerja tidak hanya bergantung pada modal tambahan, tetapi juga pada kemampuan manajemen untuk mengelola dana tersebut secara efektif dan inovatif dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat.

**Tabel 1.7 Survei Awal Inovasi Produk**

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Apakah Coffee Shop anda memiliki produk yang lebih bervariasi?	29 (97%)	1 (3%)
Apakah anda meniru produk yang sedang banyak di gemari masa kini?	6 (20%)	24 (80%)
Apakah di Coffee Shop anda menciptakan produk baru yang belum ada di pasaran?	15 (50%)	15 (50%)

*Sumber: Pelaku usaha Coffee Shop Dago Atas, 2024*

Berdasarkan survei awal pada table 1.7 inovasi produk, sebanyak 80% responden dari pelaku usaha di bidang Coffee Shop tidak melakukan peniruan

produk yang sedang banyak digemari saat ini, berkomitmen untuk menghadirkan sentuhan unik dan khas dalam setiap produk yang di tawarkan. Maka dengan itu perusahaan mengalami kehilangan peluang untuk berinovasi untuk mengembangkan produk baru yang relevan dan menarik bagi konsumen. Sehingga yang harus dilakukan oleh pelaku usaha harus memastikan bahwa setiap menu yang disajikan memiliki karakteristik dan kualitas yang mencerminkan identitas dan visi bisnis.

Hal ini dilihat dari survey awal diatas mengidentifikasi bahwa UMKM Coffee Shop di Dago Atas belum maksimal dalam hal memajukan perusahaan dengan memaksimalkan keadaan secara signifikan.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang penelitian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di daerah tersebut tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak turbulensi lingkungan terhadap kinerja bisnis dengan judul **“Pengaruh Turbulensi Lingkungan Terhadap Kinerja Usaha Melalui Inovasi Produk Di Kota Bandung : Studi Kasus UMKM Coffee Shop Kawasan Dago Atas Bandung”**

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

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

1. Pelaku bisnis di Coffee Shop Dago Atas belum memaksimalkan peluang di tengah persaingan yang sangat ketat.

2. Pelaku bisnis di Coffee Shop Dago Atas belum memaksimalkan penambahan modal dari investor dan belum mengambil langkah-langkah strategis untuk kemajuan kinerja usaha.
3. Pelaku bisnis di Coffee Shop Dago Atas belum memaksimalkan potensi inovasi produk yang sedang banyak digemari saat ini.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas maka pokok rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Turbulensi Lingkungan pada Coffee Shop di Dago Atas Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Inovasi Produk pada pelaku bisnis Coffee Shop di Dago Atas Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kinerja usaha pada pelaku usaha bisnis Coffee Shop di Dago Atas Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Turbulensi Lingkungan terhadap kinerja usaha pada UMKM Coffee Shop di Dago Atas Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh Turbulensi Lingkungan terhadap Inovasi Produk pada UMKM Coffee Shop di Dago Atas Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh Inovasi Produk terhadap kinerja usaha pada UMKM Coffee Shop di Dago Atas Bandung.
7. Seberapa besar pengaruh Turbulensi Lingkungan terhadap Kinerja Usaha melalui Inovasi Produk pada pelaku usaha Coffee shop di Dago Atas Bandung.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi, fakta, dan data yang diperlukan sehubungan dengan permasalahan terkini seputar turbulensi lingkungan terhadap kinerja Coffee Shop di Dago Atas Bandung melalui inovasi produk.

#### **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 dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh turbulensi lingkungan terhadap kinerja Coffee Shop melalui inovasi produk bisnis di Dago Atas Bandung Jawa Barat

##### **2. Tujuan Khusus**

- 1) Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Turbulensi Lingkungan pada Coffee Shop di Dago Atas Bandung.
- 2) Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai inovasi produk pada pelaku bisnis Coffee shop di Dago Atas Bandung.
- 3) Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kinerja usaha pada pelaku usaha bisnis Coffee shop di Dago Atas Bandung.
- 4) Mengetahui seberapa besar pengaruh Turbulensi Lingkungan terhadap kinerja usaha pada UMKM Coffee Shop di Dago Atas Bandung.
- 5) Mengetahui seberapa besar pengaruh Turbulensi Lingkungan terhadap Inovasi Produk pada UMKM Coffee Shop di Dago Atas Bandung.

- 6) Mengetahui seberapa besar pengaruh Inovasi Produk terhadap kinerja usaha pada UMKM Coffee Shop di Dago Atas Bandung.
- 7) Mengetahui seberapa besar pengaruh Turbulensi Lingkungan terhadap Kinerja Usaha melalui Inovasi Produk pada pelaku usaha Coffee shop di Dago Atas Bandung.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegiatan Praktis**

Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu para pelaku bisnis dapat mengetahui pengaruh yang akan di hasilkan oleh turbulensi lingkungan terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk bisnis, dan diharapkan kedepanya akan menjadi bahan evaluasi pengusaha UMKM Coffe Shop agar bisa bersaing secara sehat.

### **1.4.2 Kegiatan Akademis**

#### **1. Bagi Penulis**

Diharapkan dengan melakukan penelitian ini, penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari dalam perkuliahan ke dalam situasi dunia nyata berdasarkan fenomena yang diamati. Selain itu, penulis juga dapat menambah wawasan dan pengalaman serta memperoleh pemahaman yang lebih luas dengan mengembangkan kemampuan penelitian dan diharapkan untuk menerapkan bila penulis memulai usaha kedepanya.

#### **2. Bagi Pembaca**

Temuan penelitian ini diyakini akan memberikan informasi yang berguna untuk mengetahui bagaimana masalah ini muncul dan bagaimana

cara mengatasinya yang akan membantu orang-orang yang memiliki permasalahan yang sama menerapkan penyelesaiannya.

### 1.5 Waktu Penelitian

**Tabel 1.8 Pelaksanaan Penelitian**

No	Uraian	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	Melakukan Penelitian			■	■																	
3	Mencari Data				■	■	■	■														
4	Membuat Proposal				■	■	■	■														
5	Seminar							■	■													
6	Revisi								■	■	■	■										
7	Penelitian Lapangan												■	■								
8	Bimbingan													■	■	■	■	■				
9	Sidang																		■	■		

*sumber: data diolah peneliti*