

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. UMKM biasanya dikelola oleh individu atau kelompok dengan modal yang relatif kecil dibandingkan dengan perusahaan besar. Tujuan utama UMKM adalah memperoleh keuntungan dan mereka memiliki kemampuan untuk berkembang secara fleksibel sesuai dengan kondisi pasar.

Menurut Arifudin (2020) dalam (Damayanti, Rusmana. 2023.) UMKM merupakan usaha dalam berbagai bidang yang memiliki skala kecil dengan modal, aset, dan jumlah tenaga kerja yang terbatas. Meskipun UMKM beroperasi dengan modal yang tidak besar, mereka memainkan peran strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM seringkali mampu bertahan ketika perusahaan besar mengalami kebangkrutan atau saat perekonomian sedang memburuk. Oleh karena itu, UMKM diharapkan dapat mendorong stabilitas dan pertumbuhan ekonomi dalam berbagai situasi.

Menurut Labetubun (2021), UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian. UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru, meningkatkan pembentukan produk domestik bruto (PDB), dan meningkatkan nilai ekspor nasional (Yusra & Zulkarnain, 2021).

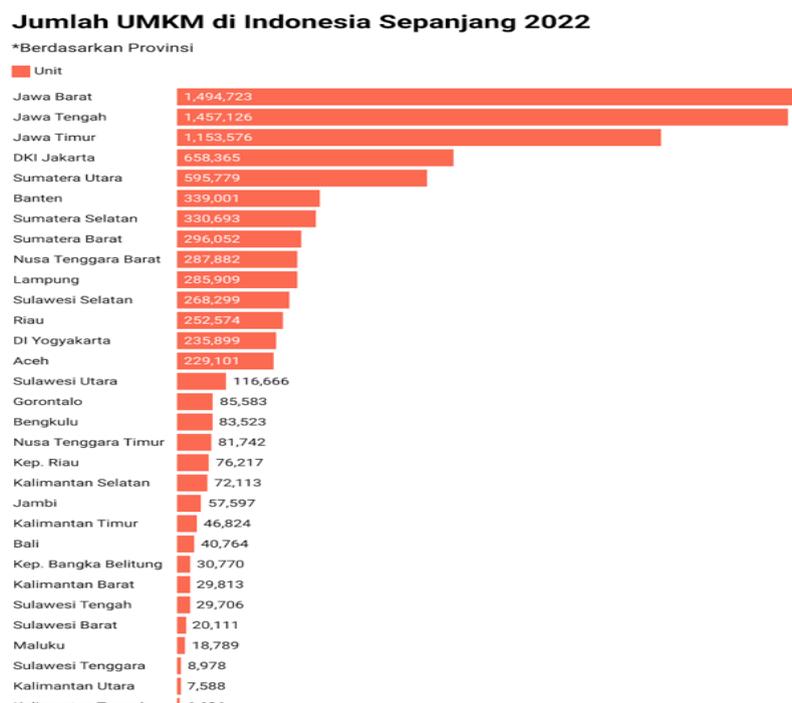
Pelaku UMKM menempati bagian terbesar dari seluruh aktivitas ekonomi rakyat, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Mereka dituntut untuk turut serta dalam pengembangan perekonomian negara, terutama melalui pengembangan produk guna memenuhi permintaan konsumen. Dengan demikian, produk UMKM diharapkan mampu bersaing di pasar global, terutama dalam era masyarakat ekonomi ASEAN (Yusra & Zulkarnain, 2021).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi UMKM, usaha berskala kecil di Indonesia menempati porsi sebesar 95%, menjadikannya kelompok usaha utama yang menyerap banyak tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa hampir seluruh usaha di Indonesia didominasi oleh usaha kecil, dengan hanya 5% terdiri dari usaha menengah dan besar (Anggraeni, 2021). Dominasi ini menegaskan pentingnya peran usaha kecil dalam mendukung ekonomi nasional, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan.

Selain itu, UMKM merupakan unit usaha yang lebih banyak tersebar dibandingkan dengan usaha besar, dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja serta bersaing di pasar. UMKM selalu ada karena selalu dibutuhkan oleh masyarakat, memenuhi berbagai kebutuhan yang tidak selalu bisa dipenuhi oleh usaha besar. Peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi negara sangat signifikan, tidak hanya karena jumlahnya yang banyak, tetapi juga karena kontribusinya terhadap inovasi, kewirausahaan, dan diversifikasi ekonomi.

Kelompok usaha UMKM juga terbukti tahan terhadap guncangan ekonomi, seperti krisis finansial global atau resesi. UMKM dapat meningkatkan

produktivitas, meningkatkan pendapatan masyarakat dan memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah (Rizaldi. A 2021) Ketahanan ini sebagian besar disebabkan oleh fleksibilitas dan adaptabilitas UMKM dalam menghadapi perubahan pasar dan kondisi ekonomi. Pertumbuhan dan perkembangan UMKM cukup baik dari waktu ke waktu, menunjukkan dinamika positif dalam sektor ini yang berkontribusi terhadap stabilitas ekonomi nasional.



**Gambar 1. 1**  
**Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2022**

Sumber : databoks.katadata.co.id

Industri fashion di Kota Bandung sudah cukup berkembang. Sehingga tak salah bila Bandung sejak dulu tersohor sebagai kiblatnya dunia fashion Indonesia. Bahkan Bandung sering disebut sebagai paris van java (“Fakta Menarik Bandung, Kota Kembang Yang Penuh Kreativitas,” 2024). Menurut (Iffan dan Anggita, 2022) mengatakan kota Bandung sebagai salah satu kota paling kreatif di Indonesia sehingga dapat menciptakan dan mengembangkan bermacam jenis

usaha Bandung dikenal sebagai salah satu kota fashion diantara kota lainnya karena banyak melahirkan pelaku usaha kreatif di bidang ini. Salah satu produk fashion adalah pakaian berbahan kaos yang dihasilkan oleh banyak produsen di kota Bandung (Iriyanti & Azis, 2023)

Perkembangan dunia fashion saat ini semakin digemari oleh berbagai kalangan saat ini fashion dapat dikatakan sebagai kebutuhan yang bukan termasuk dalam kategori sekunder lagi, banyak orang yang mensejajarkan aspek fashion ini menjadi kebutuhan utama (talianfashionschool.id, 2020).

Salah satu jenis usaha fashion adalah distro yang menjual produk seperti Kaos, Jaket, Kemeja, Sweater, Flanne dan Celana. Di kota Bandung, terdapat banyak toko distro yang menonjolkan gaya dan karakteristik unik masing-masing. Produk-produk distro di Bandung sangat diminati oleh konsumen lokal, domestik, dan internasional karena kreativitas masyarakat Bandung. Distro, atau Distribution Outlet, merupakan jenis usaha yang memproduksi atau memasarkan barang berupa pakaian dan aksesoris, yang umumnya berasal dari brand lokal. Keunikan distro terletak pada produknya yang eksklusif dengan desain yang selalu up to date dan segar, sehingga mampu menarik minat konsumen (Reza Sukmana, 2023).

Keunikan distro terletak pada produk-produk eksklusifnya, desain yang selalu *up to date* dan segar, sehingga berhasil menarik perhatian konsumen. Di Kota Bandung, terdapat banyak pusat distro yang menarik minat pengunjung lokal, luar kota, bahkan mancanegara, seperti di kawasan Jl. Trunojoyo, Jl. Sultan Agung, Jl. Tirtayasa, Jl. Riau, Plaza Parahyangan, MD Plaza, dan Paris Van Java

Mall. Sejak dahulu, Bandung dikenal sebagai pusat perbelanjaan bagi masyarakat yang mencari hiburan dengan berbelanja produk-produk fashion. (Irawan & Mulyadi, 2016).

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Gerai Distro di Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung**

No	Nama Toko	No	Nama Toko	No	Nama Toko	No	Nama Toko
1	RSCH	12	Screamous	23	Pass the trend	34	Laurent
2	MRJN	13	Potmeetspop	24	Heavy weight	35	Insurgent
3	Bloods	14	Wormhoif	25	Phillip Works	36	Maticolic
4	Starcross	15	Juice Club	26	Owners store	37	Geofmax
5	Blankwear	16	Wised	27	Unkl 347	38	Sixpax
6	Meedle	17	Goodbye ex	28	United hart	39	Loud n clear
7	Cosmic	18	Russ	29	Stash	40	Heaven skateboards
8	Owners	19	MKS	30	Gummo	41	House of Smith
9	Noporty	20	Owners Roof air	31	Beat box	42	Evil
10	Project	21	Pride n'joy	32	Paper	43	Voundutch
11	GurlsClub	22	Dnd exe co	33	Wadezig	44	Palugada

*Sumber : Observasi Penelitian (2024)*

Saat ini, terdapat peningkatan jumlah gerai di kawasan sekitar Sultan Agung dan Trunojoyo, dengan total 44 gerai yang terdata. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis distro semakin kompetitif, terutama karena beberapa gerai di kawasan tersebut sudah memiliki merek terkenal yang memunculkan persaingan. Konsumen pun cenderung memilih berbelanja di toko sesuai selera, kemampuan, dan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, untuk menghadapi persaingan yang ketat, diperlukan pengembangan daya saing dan sumber daya manusia yang berkualitas guna menjaga pertumbuhan bisnis. Dengan banyaknya kesamaan produk yang dijual oleh para pesaing, pelaku usaha harus melakukan inovasi terhadap produk mereka agar daya saing tetap berkembang dan berjalan.

Oleh karena itu, peneliti memilih pelaku usaha distro di kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung, Kota Bandung, sebagai studi kasus. Hal ini

disebabkan oleh peningkatan jumlah gerai dan tren brand-brand lokal yang sedang booming di kalangan Gen Z di kawasan tersebut. Para pelaku usaha harus mampu mengoptimalkan keunggulan mereka dengan terus mengutamakan pengembangan dan komitmen berwirausaha. Ini penting untuk menghadapi persaingan di sekitar mereka agar bisnis mereka tetap bertahan. Mereka juga harus mampu memenuhi permintaan atau kebutuhan pasar yang lebih luas dan membuat rencana untuk mengendalikan arah bisnis.

Untuk mencapai kestabilan dan keberlangsungan bisnis, pelaku usaha harus mengembangkan keunggulan kompetitif yang sangat baik. Keunggulan ini memungkinkan pengelolaan bisnis berjalan dengan efisien dan efektif. Dalam keunggulan bersaing adalah hasil dari upaya perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, memberikan manfaat dan kepuasan melalui produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan keunggulan bersaing, perusahaan akan dapat meraih keuntungan lebih besar dibandingkan dengan rata-rata pesaing dalam industri yang sama. Ini dapat memungkinkan perusahaan mencapai hasil finansial yang lebih baik dari pada kompetitor di pasar yang sama.

Keunggulan bersaing adalah inti dari performa perusahaan di pasar yang kompetitif, karena berakar pada nilai atau manfaat yang diciptakan untuk pelanggan. Ketika perusahaan berhasil menciptakan keunggulan melalui salah satu dari tiga strategi generik, mereka akan mampu memperoleh dan mempertahankan keunggulan bersaing. Menurut Muhammad Bukhori Dalimunthe (2017:20) dalam (Aminah,2022), keunggulan bersaing adalah kemampuan usaha menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat bersaing dengan competitor (Aminah, 2022).

Dari penjelasan diatas penulis melakukan survey awal dengan membagikan kuisisioner kepada para pelaku usaha distro di Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung mengenai keunggulan bersaing dengan menggunakan kuisisioner melalui angket dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. 2**  
**Survey Tanggapan Pelaku Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing**

Pertanyaan	Ya	Tidak
1. Apakah produk distro anda memiliki keunikan tersendiri dari distro lain ?	4 (20%)	16 (80%)
2. Apakah anda menggunakan bahan baku berkualitas tinggi untuk produk distro anda?	15 (75%)	5 (25%)
3. Apakah harga yang anda tetapkan sesuai dengan target pasar yang telah direncanakan ?	11 (55%)	9 (45%)

*sumber : Pelaku Usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung, 2024*

Berdasarkan tabel 1.2 hasil suvey awal kepada 20 responden terkait keunggulan bersaing pada distro di Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung terdapat masalah pada pertanyaan satu yaitu Apakah produk distro anda memiliki keunikan tersendiri dari distro lain ? sebesar 80% responden menjawab tidak karena pada setiap distro memiliki kesamaan hanya menjual pakaian yang sama namun hanya berbeda bahan dan corak yang berbeda disebabkan tidak ada keberanian untuk mencoba hal baru yang berbeda dengan distro lainnya kurangnya keberanian dalam mengambil resiko untuk itu masih banyak distro yang tidak berani keluar dari zona nyaman untuk memiliki keunikan tersendiri dibanding distro lainnya dan ditambah pemahaman yang kurang juga menjadi salah satu faktor dalam permasalahan pada pertanyaan satu.

Manusia, sebagai makhluk sosial, secara alami berupaya menjaga keberlangsungan hidupnya dengan melakukan berbagai usaha untuk memenuhi

kebutuhan hidupnya. Peningkatan wawasan pengusaha sangatlah penting untuk mengelola usahanya secara efektif, karena wawasan wirausaha memegang peranan krusial bagi kesuksesan seorang wirausahawan. Seorang wirausahawan yang dianggap berhasil adalah mereka yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kualitas individu yang diperlukan (Rachmat, 2023)

Semakin mendalam pengetahuan tentang kewirausahaan, semakin luas pandangan seseorang tentang bidang tersebut. Biasanya, pengetahuan tentang kewirausahaan diperoleh melalui pendidikan formal seperti mata pelajaran kewirausahaan atau program khusus di lembaga pendidikan. Memiliki wawasan yang luas menjadi kunci untuk bersaing secara efektif di pasar, dan selain itu, keberhasilan dalam kewirausahaan juga bergantung pada kreativitas dan sikap yang mendukung (Rachmat et al., 2023).

Oleh karena itu penulis melakukan survey awal dengan membagikan kuisisioner kepada para pelaku usaha distro di Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung mengenai wawasan wirausaha dengan menggunakan kuisisioner melalui angket dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. 3**  
**Survey Awal Tangapan Pelaku Usaha Terhadap Wawasan Wirausaha**

Pertanyaan	Ya	Tidak
1. Apakah anda telah memahami tugas – tugas yang termasuk dalam lingkup tanggung jawab anda sebagai pengusaha?	13 (65%)	7 (35%)
2. Apakah Anda telah melakukan upaya untuk usaha Anda?	12 (60%)	8 (40%)
3. Apakah solusi yang anda berikan selalu tepat dalam memecahkan masalah?	7 (35%)	13 (65%)
4. apakah produk yang anda jual memiliki unsur kreatifitas?	15 (75%)	5 (25%)

*sumber : Pelaku Usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung, 2024*

Berdasarkan tabel 1.3 hasil survei awal kepada 20 responden mengenai

variabel wawasan wirausaha pada distro di Usaha Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung, terdapat masalah pada pertanyaan ketiga, yaitu apakah solusi yang Anda berikan selalu tepat dalam memecahkan masalah ? Sebanyak 65% pengusaha menjawab tidak. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman para pengusaha dalam mengidentifikasi dan mempertimbangkan masalah yang mungkin terjadi di sekitar mereka. Akibatnya, para pengusaha kurang tepat dalam mencari solusi karena mereka mengaku bahwa masalah yang terjadi terkadang diluar prediksi mereka.

Kurangnya pengetahuan terkait masalah dapat menyulitkan individu dalam memahami masalah dan melihat alternatif solusi yang tepat untuk mengatasinya. Selain itu, ada kecenderungan untuk segera menemukan solusi, sehingga terkadang pengusaha tidak sabar dan tidak ingin membuang waktu untuk memahami masalah secara komprehensif (Pasolong, 2023).

Selain itu, inovasi juga merupakan faktor yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing, karena inovasi berfungsi sebagai mekanisme untuk menghasilkan produk, proses, dan manajemen yang diperlukan untuk menyesuaikan dengan perubahan pasar (Jannah, 2023). Inovasi biasanya melibatkan terobosan-terobosan baru yang dihasilkan melalui penelitian dan tindakan yang terencana oleh sang inovator.

Mengembangkan inovasi menjadi solusi bagi UMKM untuk meningkatkan kinerjanya. Namun, kenyataannya tidak semua UMKM mampu melakukan inovasi, yang menyebabkan mereka belum berkembang secara maksimal dan cenderung kalah dalam persaingan (Santoso, 2020).

Oleh karena itu penulis melakukan survey awal dengan membagikan kuisisioner kepada para pelaku usaha distro di Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung mengenai Inovasi dengan menggunakan kuisisioner melalui angket dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. 4**  
**Survey Awal Tanggapan Pelaku Usaha Terhadap Inovasi**

Pertanyaan	Ya	Tidak
1. Apakah distro anda menambahkan lini pakaian baru dengan desain, gaya, atau tema yang berbeda dengan koleksi yang telah ada?	13 (65%)	7 (35%)
2. Apakah produk anda meniru yang sedang trend saat ini ?	11 (55%)	9 (45%)
3. Apakah distro anda bekerja sama dengan artis, influencer, atau desainer lain untuk meluncurkan produk baru edisi terbatas?	6 (30%)	14 (70%)

*sumber : Pelaku Usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung, 2024*

Berdasarkan tabel 1.4 hasil suvey awal kepada 20 responden terkait variabel Inovasi pada distro di Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung. Terdapat permasalahan pada pertanyaan ketiga yaitu, Apakah distro anda bekerja sama dengan artis, influencer, atau desainer lain untuk meluncurkan produk baru edisi terbatas? Sebanyak 70% pengusaha menjawab tidak. Disebabkan karena merek distro dengan brand lokal belum memiliki banyak pengalaman berkolaborasi, belum mengetahui cara menemukan mitra yang tepat, sulit menemukan mitra yang memiliki visi yang sama. Padahal distro dengan meluncurkan produk kolaborasi dengan pihak lain yang menghasilkan produk edisi terbatas akan bisa menjadi cara efektif untuk meningkatkan daya tarik merek, menarik pelanggan baru, meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada dan menjadi peluang untuk membedakan diri dari kompetitor dan memperluas pasar secara signifikan.

Menurut Curatman (2016) Inovasi produk dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan produk pesaing, apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen (Curatman et al., 2016)

Berdasarkan penjelasan hasil survey awal dan fenomena – fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan judul “ Pengaruh Wawasan Wirausaha Terhadap Keunggulan bersaing Melalui Inovasi Produk Pada Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung ”

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan survey awal pada latar belakang penelitian diatas yang berkaitan dengan wawasan wirausaha terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Pelaku usaha distro di kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung belum mampu memiliki keunikan tersendiri dari distro lain.
2. Pelaku usaha distro di kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung masih kurang pemahaman untuk dapat mengidentifikasi masalah.
3. Pelaku usaha distro di kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung masih kurang memiliki keterampilan dalam menemukan ide dan berinovasi untuk dapat menambah produknya.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini mempunyai perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Wawasan Wirausaha pada Pelaku Usaha di DistroTrunojoyo dan Sultan Agung Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing pada Pelaku Usaha di DistroTrunojoyo dan Sultan Agung Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Inovasi Produk pada Pelaku Usaha di DistroTrunojoyo dan Sultan Agung Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Pelaku Usaha Distro Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap Inovasi Produk pada Pelaku Usaha Distro Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Pelaku Usaha Distro Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung.
7. Seberapa besar pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap Keunggulan Bersaing melalui Inovasi Produk pada Pelaku Usaha Distro Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung.

### **1.3 Maksud dan Tujuan**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk lebih mengetahui bagaimana pengaruh Wawasan Wirausaha dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing pada pelaku usaha distro di kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Bedasarkan paparan di atas yang dikemukakan, terdapat tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Wawasan Wirausaha pada Pelaku usaha Distro Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing pada Pelaku usaha Distro Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Inovasi Produk pada Pelaku usaha Distro Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Pelaku usaha Distro Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung
5. Mengetahui seberapa besar pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap Inovasi Produk pada Pelaku usaha Distro Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung
6. Mengetahui seberapa besar pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap

Keunggulan Bersaing pada Pelaku usaha Distro Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung

7. Mengetahui seberapa besar pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap Keunggulan Bersaing melalui Inovasi Produk pada Pelaku usaha Distro Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Penulis

Semoga dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk penulis terkait Wawasan Wirausaha terhadap Keunggulan Bersaing melalui Inovasi Produk pada pelaku usaha Distro di kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung.

2. Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku usaha bagaimana wawasan wirausaha dan inovasi produk yang baik dalam meningkatkan keunggulan bersaing sehingga para pelaku usaha dapat memahami dan melakukan evaluasi dalam meningkatkan kinerjanya.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan dan mungkin dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut khususnya mengenai wawasan wirausaha terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk.

## 1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilaksanakan peneliti untuk mengumpulkan data yaitu di Clothing Distro di kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa barat

### 1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan maret 2024 sampai dengan bulan agustus 2024. adapun jadwal penelitian penulis sebagai berikut :

**Tabel 1. 5**  
**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*