# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha di Indonesia saat ini sangat pesat menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat dan harus berusaha bertahan ditengah semakin banyaknya pesaing. Maka dari itu setiap perusahaan diharuskan untuk selalu memahami, mengetahui, dan dapat memenuhi keinginan konsumen yang selalu berubah seiring perubahan trend yang terjadi di dunia. Persaingan usaha yang semakin ketat juga mengharuskan para pelaku usaha memiliki strategi yang tepat agar konsumen tertarik dan menggunakan produknya. Dengan begitu, baik perusahaan besar, maupun Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) akan bisa bersaing dengan pasar lama ataupun pasar baru. Sementara itu UMKM merupakan usaha yang memiliki peran penting yaitu sebagai alat untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran yang ada di Indonesia. Berikut ini tabel 1.1 yang menampilkan perkembangan UMKM di Indonesia dari tahin 2017 sampai 2018.

**Tabel 1.1**
**Perkembangan UMKM di Indonesia Tahun 2017-2018**

| No | Indikator | Satuan | Tahun 2017 | | Tahun 2018 | | Perkembangan 2017 – 2018 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Jumlah | Pangsa (%) | Jumlah | Pangsa (%) | Jumlah | Pangsa (%) |
| 1. | Usaha Mikro,Kecil,Menengah | Unit | 62.922.617 | 99,99 | 64.194.057 | 99,99 | 1.271.440 | 2,02 |
| 2. | Usaha Mikro | Unit | 62.106.900 | 98,70 | 63.350.222 | 98,68 | 1.243.322 | 2,00 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **3.** | Usaha Kecil | Unit | 757.090 | 1,20 | 783.132 | 1,22 | 26.043 | 3,44 |
| **4.** | Usaha Menengah | Unit | 58.627 | 0,09 | 60.702 | 0,09 | 2.075 | 3,54 |

*Sumber data : Kementrian Koperasi dan kecil dan menengah yang diolah dari data BPS*

Dari data perkembanngan UMKM yang terdapat pada tabel 1.1 menunjukan bahwa perkembangan UMKM dari tahun 2017 sampai tahun 2018 masih tergolong kecil karena masih dibawah 5 persen, seharusnya UMKM perkembangannya stabil dan terus meningkat tiap tahun karena UMKM mampu mengurangi pengangguran, meniptakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja. Dikutip dari Liputan6.com bahwa peranan Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada perekonomian Nasional terhitung cukup besar dengan jumlahnya mencapai 99,9 persen dari penyerapan tenaga kerja mencapai 97 persen.

Pertumbuhan UMKM terjadi di berbagai Provinsi di Indonesia dan salah satunya adalah Jawa Barat dengan jumlah UKM berdasarkan sensus ekonomi yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat yang terakhir dilakukan pada 2016 yang mencapai 4,5 Juta UKM atau 98,84% dari total usaha nonpotensial yang ada di Jawa Barat. Jawa barat sendiri sebagai salah satu Provinsi di Indonesia yang dikenal dengan wisatanya, Jawa Barat juga dikenal sebagai daerah penghasil industri kreatif salah satunya yang dikenal saat ini adalah usaha konveksi.

Di Jawa Barat sekarang ini bermunculan usaha-usaha yang bergarak di bidang konveksi. Persaingannya sudah ketat sejak bermunculannya trend berpakaian yang mulai beragam. Perubahan–perubahan gaya bepakaian yang mengikuti perkembangan jaman membuat usaha-usaha konveksi harus bisa menyesuaikan dengan cepat dan

memberikan perhatian lebih kepada konsumen. Dengan persaingan yang ketat ini usaha-usaha konveksi harus bisa menjadi mitra yang baik dan handal untuk konsumen. Dalam persaingannya usaha konveksi harus memperimbangkan agar produknya bisa diterima oleh konsumen, diantaranya produk-produk seperti baju, celana, gamis dan lain-lain. Salah satu daerah dengan usaha konveksi yang cukup banyak adalah Kabupaten Bandung.

Kabupaten Bandung sendiri sudah lama dikenal sebagai salah satu daerah yang terdapat banyak industri konveksi di Jawa Barat. Usaha konveksi di Kabupaten Bandung ini tersebar di sekitar daerah Soreang, Rancaekek, Jelekong dan lain-lain. Kecamatan Soreang menjadi daerah di Kabupaten Bandung sebagai ibu kota, pusat pemerintahan Kabupaten Bandung dan yang paling banyak terdapat usaha konveksinya di Kabupaten Bandung. Salah satu desa di Kecamatan Soreang yang terkenal dengan banyaknya usaha konveksi yaitu desa Karamat Mulya.

Menurut Bapak Ridwan Selaku Sekertaris Desa Karamat Mulya menyatakan memang Desa Karamat Mulya sudah lama menjadi desa dengan jumlah pengusaha konveksi yang banyak, dan Desa Karamat Mulya ini dijuluki dengan sebutan Kampung Gamis, produk dari Konveksi Desa Karamat Mulya sebagian besar di kirim ke luar kota (Kantor Desa Karamat Mulya 19 Mei 2020). Perkembangan usaha konveksi di Desa Karamat Mulya sendiri tergantung pada bagaimana pelaku usaha memikirkan untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat ini. Banyak usaha konveksi yang bangkrut akibat tidak dapat bersaing dengan

kompetitornya akibat Tidak memiliki keunggulan bersaing. Menurut (Kotler dalam Kusuma dan Susilo 2017) keungguan bersaing adalah keunggulan atas pesaing yang didapat dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan haga yang lebih tinggi.

Sehubungan dengan hal ini maka penulis melakukan survey awal tentang keunggulan bersaing dengan menyebarkan koisioner pada 12 responden yang merupakan pelaku usaha Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang Kabupaten Bandung.

**Tabel 1.2**
**Survey Awal Variabel Keunggulan Bersaing Pelaku Usaha Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang**

| No | Pertanyaan | Jawaban | |
|---|---|---|---|
| | | Ya | Tidak |
| **1.** | Apakah Produk yang dipasarkan mempunyai keunikan yang berbeda dengan toko sejenis lain? | **6**<br>**50%** | **6**<br>**50%** |
| **2.** | Apakah Toko anda sudah menerapkan nilai nilai organisasi? | **4**<br>**33.33%** | **8**<br>**66.66%** |
| **3.** | Menurut anda toko anda sudah mempunyai strategi yang handal? | **7**<br>**58,33%** | **5**<br>**41,66%** |

*Sumber : Pra penelitian pada Pelaku Usaha Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang*

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada pelaku usaha konveksi Desa Karamat Mulya Soreang Kabupaten Bandung, mengenai keunggulan bersaing dapat dilihat pada tabel 1.2 di atas yang menunjukan bahwa responden sudah memiliki strategi dengan membuat iklan berupa

pemasangan bander pada tempat konveksi mereka dan membuat iklan pada social media seperti facebook guna menarik konsumen, dengan demikian dapat membuat usaha unggul dan dapat bersaing, akan tetapi sebanyak 50% responden menyatakan bahwa mereka belum memiliki keunikan pada produknya sehingga membuat konsumen jenuh karena produk masih kurang mempunyai karakter yang mebedakan dari produk lainya yang sejenis. Dan 70 % responden menanggapi bahwa masih belum diterapkannya nilai organisasi, adapun nilai organisasi yang dimaksud seperti disiplin karyawan dan integritas, yang berarti disiplin dalam menjalankan tugas masih belum maksimal sehingga dalam menjalankan usahanya masih belum efektif dan efisien, adapun faktor yang mempengeruhi disiplin dan integritas karyawan adalah sumber daya manusianya sendiri yang masih kurang dan itu dapat dilihat dari tingkat pendidikannya yang kurang baik. Karena Keunikan Produk yang masih kurang dari pesaing dan nilai organisasi yang belum diterapkan berpengaruh pada karakter dari usaha konveksi yang menjadikan usaha konveksi tersebut menjadi sama saja seperti konveksi-konveksi yang lain, dan berpengaruh pada sulitnya konveksi tersebut untuk unggul dan bersaing.

Keunggulan bersaing pelaku usaha Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang Kabupaten Bandung bisa didapatkan dengan menerapkan variabel orientasi kewirausahaan dan strategi yang menitik beratkan pada sumber daya usahanya. Orientasi kewirausahaan merupakan sumber staregis organisasi dengan potensi menghasilkan keunggulan bersaing. Menurut Pendapat (Ireland & Webb dalam defin

2013) menyatakan bahwa strategi yang digunakan bagi perusahaan untuk mengeksploasi sumber daya keunggulan kompetitif untuk masa akan datang dan mengeksploitasi inovasi untuk saat ini yang akan menjadi dasar keunggulan kompetitif secara terus menerus.

Ada sesuatu yang harus diperhatikan oleh perusahaan dengan meningkatnya persaingan, perubahan dalam kebutuhan konsumen di mana mereka menyadari harus selalu berada di pasarnya. Keunggulan bersaing dapat dicapai dengan orientasi kewirausahaan, kemampuan kewirausahaan akan berpengaruh kepada kemampuan mengakses dan mengadaptasi lingkungan eksternal yang akan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan (Ferdinand, 2016).

Berikut ini penulis melakukan survey awal variabel orientasi kewirausahaan pada 12 responden yang merupakan pelaku usaha Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang Kabupaten Bandung.

**Tabel 1.3**
**Survey Awal Variabel Orientasi Kewirausahaan Pelaku Usaha Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang**

| No | Pertanyaan | Jawaban | |
|---|---|---|---|
| | | Ya | Tidak |
| **1.** | Apakah usaha anda ini sudah melakukan inovasi? | **7**<br>**58,33%** | **5**<br>**41,66%** |
| **2.** | Apakah usaha anda proaktif dalam menghadapi perubahan yang ada dilapangan? | **6**<br>**50%** | **6**<br>**50%** |
| **3.** | Apakah usaha anda breani menambil resiko ? | **3**<br>**25%** | **9**<br>**75%** |

*Sumber : Pra penelitian pada pelaku usahaKonveksi Desa Karamat Mulya Soreang*

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang Kabupaten Bandung mengenai

orientasi kewirausahaan dapat dilihat pada tabel 1.3 di atas yang menunjukan bahwa responden sudah melakukan berbagai inovasi, para pelaku usaha Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang Kabupaten Bandung melakukan inovasi dengan mengikuti peerkembangan jaman dengan memperhatikan cara dan gaya berpakaian yang terus berubah, bahakan dengan adanya wabah covid-19 yang saat ini terjadi di seluruh dunia membuat usaha konveksi melakukukan inovasi dengan membuat alat perlindungan diri berupa masker, hal ini dilakukan seiring dengan minat konsumen akan pakaian yang menurun akibat wabah covid-19. Kemudian sebanyak 50% responden menanggapi bahwa usahanya masih belum proaktif dengan perubahan yang ada seperti apa yang terjadi saait ini, dalam beberpa tahun ke belakang biasanya usaha konveksi selalu mendapatkan pesanan pakaian, apalagi Desa Karamat Mulya dengan julukannya yaitu Kampung Gamis menjelang hari raya idul fitri seperti saat ini biasanya mendapat banyak pesanan pakaian muslim yang memang sudah menjadi budaya pada masyarakat menjelang hari raya idul fitri, tetapi dengan wabah covid-19 yang sedang melanda sekarang ini menuntut usaha konveksi untuk proaktif menghadapi perubahan dengan bergerak cepat merubah produksi sesuai dengan yang dibutuhkan sekarang ini seperti alat perlindungan diri untuk tenaga medis dan masyarakat umum sesuai dengan standar kesehatan. Sebanyak 25% responden menanggapi tidak berani mengambil resiko, tidak beraninya usaha konveksi dalam mengambil resiko seperti menambah modal untuk produksi yang lebih banyak membuat berkurangnya peluang seperti profitabilitas/pemasukan yang bisa lebih

besar tetapi karena tidak mau mengambil resiko peluang itu menjadi hilang sehingga usaha menjadi stagnan dan tidak berkembang. Seharusnya para pemilik usaha lebih proaktif dengan mengikuti perkembangan yang terjadi dari waktu ke waktu dan mengikuti trend yang ada saat ini, dan pemilik usaha seharusnya berani mengambil resiko untuk membuka peluang yang lebih besar walaupun kemungkinan untuk rugi selalu ada, dengan upaya tersebut akan meningkatkan kinerja usaha dan berpengaruh pada daya saing.

Faktor lainnya yang harus diperhatikan pengusaha dan mempengaruhi keunggulan bersaing adalah strategi Resource Based yaitu dengan menggunakan sumber daya strategis yang terdiri dari asset tangible dan intangible serta kapabilitas yang dimiliki perusahaan merupakan kompetensi utama untuk menerapkan strategi strategi tersebut. Resource Based Theory atau dikenal dengan teori berbasis sumber daya menggunakan pendekatan berbasis sumber daya dalam analisis keunggulan bersaing, merupakan suatu pemikiran yang berkembang dalam manajemen strategik dan keunggulan kompetitif perusahaan yang menganalasis dan mengimpretasikan sumber daya organisasi.

Berdasarkan konsep resource based teori, jika perusahaan mampu mengelola sumber daya secara efektif maka akan dapat menciptakan keunggulan kompetitif disbanding dengan pesaing. Sumber daya manusia yang memiliki keterampilan dan kompetensi tinggi merupakan keunggulan kompettitif bagi perusahaan apabila bisa dimanfaatkan dan mengelola potensi yang dimiliki karyawan dengan baik, maka ini

dapat meningkatkan produktifitas karyawan dan dengan adanya produktivitas maka kinerja perusahaan akan meningkat. Penguasaan pengelolaan dan pengembangan sumber daya strategis yang dimiliki perusahaan dapat digunakan untuk merumuskan dan menentukan strategi bersaing dengan tepat dalam rangka mencapai keunggulan bersaing. Meunrut (Masakowski dalam Kharisma 2016) menyatakan bahwa kemampuan penggunaan sumberdaya internal yaitu sumberdaya keunggulan, fisik, manusia, teknologi, dan reptasi organisasi dalam mencapai keunggulan bersaing.

Berikut ini penulis melakukan survey awal variabel trategi resource based pada 12 responden yang merupakan pelaku usaha Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang Kabupaten Bandung.

**Tabel 1.4**
**Survey Awal Variabel Strategi Resource Based Pelaku Usaha Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang**

| No | Pertanyaan | Jawaban | |
|---|---|---|---|
| | | Ya | Tidak |
| **1.** | Apakah sumberdaya keuangan sudah memadai? | **5**<br>**41,66%** | **7**<br>**58%** |
| **2.** | Apakah sumberdaya fisik sudah memadai? | **8**<br>**66,66%** | **4**<br>**33,33%** |
| **3.** | Sumberdaya teknologi sudah memadai? | **8**<br>**66,66%** | **4**<br>**33,33%** |

*Sumber : Pra penelitian pada Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang.*

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang Kabupaten Bandung mengenai strategi resource based dapat dilihat pada tabel 1.4 di atas yang menunjukan bahwa responden menanggapi bahwa sumber daya fisik berupa infrastuktur untuk konveksi Desa Karamat Mulya memadai, Sumberdaya teknologi berupa alat untuk

memproduksi pakaian yaitu mesin jahit memadai, tetapi sebesar 41,66% responden menanggapai bahwa sumberdaya keuangan berupa modal yang terbatas untuk mengembangkan usahanya, apalagi dengan keadaan usaha konveksi yang sedang tertekan akibat wabah covid-19 yang sedang melanda, modal untuk memproduksi menjadi berkurang seiring menurunnya minat masyarakat untuk membeli pakaian, karena masyarakat lebih memprioritaskan untuk kebutuhan sehari hari  seperti alat kebrsihan, makanan, dan alat perlindungan diri untuk dapat bertahan ditengah krisis ekonomi akibat covid-19. Dengan begitu berimbas pada tidak adanya biaya untuk memberikan gaji pada karyawan, dan sulit mencari karyawan yang sudah berpengalaman sudah teruji keahliannya karena untuk orang yang memang sudah berpengalaman dan teruji keahliannya dalam bidang konveksi seperti kehlian menjahit, memotong pola dan pengobrasan lebih memilih untuk bekerja di industri konveksi yang besar, kebanyakan tingkat pendidikan karyawan di konveksi Desa Panyirapan rendah dan baru memulai untuk bekerja pada usaha konveksi.

Alasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini adalah karena Kabupaten Bandung dikenal dengan jumlah Perusahaan konveksi yang banyak baik perusahaan besar maupun UKM apalagi jumlah usaha konveksi ini terus bertambah seiring dengan kebutuhan masyarakat akan pakaian yang terus bertambah karena mengikuti perubahan gaya berpakaian yang semakin beragam. Dan ditengah wabah covid-19 ini membuat usaha konveksi mengalami kesulitan akibat kurang minat masyarakat akan pakaian. Dan penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi

pada ilmu pengetahuan dalam bidang kewirausahaan, terutama untuk meningkatkan keunggulan bersaing usaha-usaha yang sedang berkembang sehingga dapat digunakan sebagai pendukung konsep-konsep terdahulu serta sebagai acuan untuk peneliti lain yang berkaitan dengan permaslahan yang berhasil diungkapkan dalam penelitian.

Berdasarkan uraian, fenomena dan penelitian terdahulu di atas, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh langsung maupun tidak langsung strategi resource-based dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang Kabupaten Bandung, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul ”PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN STRATEGI RESOURCE BASED TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (UMKM KONVEKSI DESA KARAMAT MULYA SOREANG)”

## 1.2 Identifikasi masalah dan rumusan masalah

### 1.2.1 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diketahui masalah-masalah sebagai berikut :

1. Belum adanya keunikan yang bisa membedakan produk dengan pesaingnya dengan usaha sejenis.
2. Kurangnya nilai-nilai organisasi seperti disiplin karyawan di dalam menjalankan tugas.

3. Kurang proaktif dalam melihat perubahan kebutuhan konsumen atau peluang yang ada sekarang.
4. Kurangnya keberanian untuk menentukan sikap berani mengambil resiko.
5. Sumberdaya keuangan kurang memadai ditengah sepinya permintaan akibat wabah covid-19.

### 1.2.2 Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai orientasi kewirausahaan di Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai strategi resource based di Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang.
3. Bagaiman tanggapan responden mengenai keunggulan bersaing di konveksi Desa Karamat Mulya.
4. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan dan strategi resource based terhadap keunggulan bersaing di Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang secara parsial maupun simultan.

## 1.3 Maksud dan tujuan penelitian

### 1.3.1 Maksud penelitan

Peelitian ini dimaksudkan untuk pengumpilan data, fakta dan informasi yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam rumusan masalah mengenani pengaruh orientasi kewirausahaan dan strategi resource based terhadap keunggulan bersaing di Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang. Dan diinterpretasikan guna untuk usulan penelitian di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

### 1.3.2 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai orientasi kewirausahaan di Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai strategi resource based di Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keunggulan bersaing di Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh orientasi kewirausahaan dan strategi resource based terhadap keunggulan bersaing di Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang secara parsial maupun simultan.

## 1.4 Kegunaan penelitian

### 1.4.1 Kegunaan praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

a) Bagi peneliti sebagai tambahan pengetahuan yaitu dengan mengetahui fakta dilapangan secara langsung, sehingga dapat mengaplikasikan teori yang diperoleh serta untuk mengetahui sampai seberapa jauh hubungan antara teori yang diterima dengan prakteknya. Selain itu juga mengetahui faktor apa saja yang dapat meningkatkan keberhailan Usaha.
b) Bagi penelitian selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya.
c) Bagi mahasiswa penelitian ini dapat dijadikan sebagai motivasi dan bahan pertimbangan akan pentingnya berwirausaha sebagai arah menentukan masa depan.

### 1.4.2 Kegunaan akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber rujukan tambahan dalam penelitian lanjutan tentang pengaruh orientasi kewirausahaan dan strategi resource based terhadap keunggulan bersaing di Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang**.**

## 1.5 Lokasi dan waktu penelitian

### 1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data penulis melakukan penelitian di Konveksi Desa Karamat Mulya Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung.

### 1.5.2 Waktu Penelitian

**Tabel 1.4**
**Pelaksanaan Penelitian**

| No | Uraian | Waktu Kegiatan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Maret | | | | 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 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Survey Tempat Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Melakukan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Mencari data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Membuat Proposal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Sidang UP | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Revisi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7. | Penelitian Lapangan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8. | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9. | Sidang | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |