

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dengan semakin ketatnya persaingan dibidang usaha dan perdagangan yang ada di Indonesia khususnya bagi usaha yang berskala kecil dan menengah. Maka Perusahaan dituntut untuk melakukan berbagai cara sehingga dapat meningkatkan daya saing dan agar dapat memenuhi kebutuhan pasar sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Persaingan yang ada di Indonesia semakin meningkat dengan pesat, maka perusahaan harus lebih meningkatkan mutu serta kualitas kompetensi atau kemampuan dan pengetahuan dalam hal berbisnis agar kemampuan perusahaan dalam hal mencapai keunggulan persaingan akan dapat terwujud. Hal tersebut harus diterapkan disegala bidang usaha baik itu usaha yang beskala besar ataupun usaha yang berskala kecil dan menengah.

Kehadiran suatu usaha merupakan bagian yang penting dalam pembangunan ekonomi yang bertujuan meningkatnya taraf hidup masyarakat ke arah ekonomi yang lebih baik. Perkembangan dalam bidang usaha memiliki perkembangan yang sangat pesat, salah satunya usaha dalam bidang online. Perkembangan bisnis dengan menggunakan media toko online atau e-commerce terus mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal ini diimbangi dengan bertambahnya tingkat pengguna internet dibanding tahun-tahun sebelumnya.

Berdasarkan catatan hasil survey BPS pada akhir tahun 2013, masyarakat pengguna internet di Indonesia sudah mencapai angka 71,19 juta jiwa.

Mengalami kenaikan sekitar 13% dari tahun sebelumnya di mana pada tahun 2012 pengguna internet baru sekitar 63 juta jiwa. Perkembangan tersebut selaras dengan perkembangan pengguna internet di seluruh dunia. Bahkan, dengan semakin tingginya pengguna internet, khususnya di Indonesia, dijadikan sebagai salah satu tempat yang tepat untuk dijadikan pusat operasi toko online dunia. Hal tersebut dibuktikan dengan pertumbuhan pasar toko online dengan pertumbuhan rata-rata setiap tahunnya mencapai 17%.

Dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia yang berimbas pada banyaknya pengusaha baru yang memanfaatkan internet untuk berwirausaha, Perkembangan Online Shop atau toko online melalui media internet sudah menjamur di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh khalayak ramai. Banyaknya beragam kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan Online Shop sebagai salah satu “tempat berbelanja” baru selain pusat perbelanjaan. Hal ini membuat banyak penjual Online Shop yang berlomba – lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja, mereka memanfaatkan keadaan dimana Online Shopping sedang saat diminati oleh masyarakat Indonesia sampai saat ini.

Perkembangan bisnis online dari tahun ke tahun mengalami kenaikan yang sangat pesat, dengan adanya perkembangan internet dan penggunaan internet yang semakin meningkat yang berimbas terhadap banyaknya orang – orang yang beralih dengan yang biasanya belanja dengan datang ke toko langsung sekarang

para konsumen dimudahkan dengan belanja hanya dengan menggunakan gadget saja

Menurut Arwiedya (2011), menjamurnya Online Shop membuka peluang usaha dalam bidang produk fashion di internet yang banyak membidik remaja sebagai konsumennya. Keunggulan bisnis Online Shop selain mudah dalam melakukan promosi, juga sangat efisien karena hanya membutuhkan biaya berlangganan internet untuk dapat menjalankan bisnisnya.

Dengan adanya pertumbuhan bisnis online yang mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Sejak tahun 2014, Euromonitor mencatat, penjualan online di Indonesia sudah mencapai US\$1,1 miliar. Data sensus Badan Pusat Statistik (BPS) juga menyebut, industri online Indonesia dalam 10 tahun terakhir meningkat hingga 17 persen dengan total jumlah usaha e-commerce mencapai 26,2 juta unit.

Pada tahun 2018, bisnis online di Indonesia tercatat mengalami pertumbuhan sangat pesat, dan diperkirakan akan terus meningkat seiring berkembangnya jumlah pengusaha dan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di tanah air.

Kemajuan bisnis online menimbulkan efek positif bagi pemilik usaha yang tidak harus berhadapan langsung dengan pelanggan di tengah pandemi covid-19 yang mengharuskan pemilik usaha agar selalu menjaga jarak. Toko online akan terus bertambah seiring dengan kemajuan teknologi, dan karakter pembeli juga lambat laun akan berubah karena kemudahan yang ditawarkan oleh internet dan smartphone. Untuk Anda yang ingin melakukan bisnis melalui internet

Dampak pandemi virus corona (Covid-19) sangat terasa di dunia bisnis dan ekonomi. Dengan pandemi COVID-19 yang merebak di negara-negara, upaya isolasi dan self-distancing pun gencar dilakukan oleh masyarakat. Perusahaan-perusahaan mendorong karyawan untuk bekerja dari rumah (work from home), sekolah dan perkuliahan dipindah ke online, dan masyarakat semakin menolak untuk pergi ke tempat umum dan kerumunan. Namun masyarakat tetap perlu memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan di sinilah COVID-19 berdampak pada e-commerce.

Masyarakat semakin menghindari tempat umum dan toko ritel offline, sehingga penjualan online untuk beberapa sektor meningkat. Dilansir dari neilpatel.com, conversion untuk sektor makanan, kesehatan, dan farmasi meningkat signifikan. Sektor makanan mengalami peningkatan 55%, kesehatan 19%, dan farmasi 11%. Di Amerika Serikat sendiri, penjualan online diprediksi akan mengalami peningkatan hingga 12% dari total spending-nya di 2020.

Pandemi covid-19 yang terjadi di seluruh dunia termasuk indonesia tidak hanya menimbulkan ancaman namun juga memberikan peluang bagi sejumlah sektor bisnis. Salah satu bisnis yang berpeluang mengalami peningkatan adalah bisnis online atau e-commerce

Melansir data bukalahap transaksi e-commerce selama maret lalu naik 20 persen dengan pengguna 92 juta dibanding february 2020, peningkatan dalam penjualan online akan terus mengalami kenaikan selama pandemi ini belum berakhir.

Ditengah pandemi covid-19 industri fashion mengalami kenaikan dalam bisnis online. Vice President Fashion Wanita Category Blibli, Desev Muharlina Bungsu mengatakan penjualan produk kategori fesyen di Blibli meningkat hingga dua kali lipat. Masyarakat yang biasanya berbelanja ke ritel modern mulai beralih ke berbagai platform daring. Sedangkan pengusaha asal Prancis Bernard Arnault yang merupakan bos dari Louis Vuitton mengalami kerugian Rp 448 triliun menurut data Bloomberg Billionaire Index. Per 6 Mei yang lalu. Artinya bisnis online mengalami kenaikan sedangkan bisnis offline mengalami penurunan

Bisnis online di bidang fesyen mengalami kenaikan penjualan, terjadinya kenaikan penjualan diakibatkan adanya social distancing dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di sejumlah wilayah di Indonesia sehingga perusahaan-perusahaan mendorong karyawan untuk bekerja dari rumah (work from home) dan menutup tokonya.

Dengan meningkatnya penjualan fesyen dalam bisnis online pada pandemi covid-19 maka akan meningkat juga pemilik usaha online di bidang fesyen, maka pemilik usaha online harus mampu bersaing untuk mendapat keuntungan yang lebih banyak dari para pesaing. Menurut Slameto (2010) “minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa adanya yang menyuruh”. Jika pandemi covid-19 ini berakhir apa yang akan dilakukan para pengusaha online dan jika penjualan mengalami penurunan apa yang akan dilakukan para pemilik usaha online. Maka seperti yang dikatakan Slameto (2010) para pemilik usaha online harus membuat usaha fesyen tidak mengalami penurunan

dengan minat untuk lebih maju dan melakukan inovasi tanpa adanya yang menyuruh. Wirausaha harus mempunyai rasa ketertarikan pada hal baru dan tidak tidak jalan di tempat.

Dengan banyaknya online shop pemilik usaha yang tergabung dalam grup LINE redlightt bersaing memanfaatkan kenaikan penjualan yang terjadi selama pandemi covid-19 ini.

Dalam minat berwirausaha, “pengetahuan kewirausahaan menempati kedudukan yang penting, sebab pengetahuan kewirausahaan diharapkan akan dapat memberikan landasan teoritis tentang konsep kewirausahaan, membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku seorang wirausahawan” (Nursito & Nugroho, 2013). Bagaimana pemilik perusahaan menghadapi pandemi covid-19, dengan pengetahuan kewirausahaan individu dapat melakukan upaya yang akan dipersiapkan dalam menghadapi pandemi covid-19 ini dan apa yang akan dilakukan setelah covid-19 berakhir. sikap apa yang dilakukan dalam menghadapi pelanggan pada pandemi covid-19.

Wirausaha merupakan dunia yang fleksibel, dunia usaha juga memiliki dimana ada masa suatu usaha itu di atas maupun sebaliknya.

Keyakinan dan kemampuan diri wirausahaan berkaitan dengan pengetahuannya akan kewirausahaan. Manusia yang mempunyai efikasi diri tinggi yakin bahwa mereka dapat melakukan sesuatu yang mempunyai potensi untuk dapat mengubah kejadian di lingkungannya, akan lebih mungkin untuk bertindak mungkin menjadi daripada manusia mempunyai efikasi rendah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat pemilik usaha online dengan memanfaatkan peningkatan penjualan di bidang fashion. Dalam penelitian kali ini penulis mengadakan penyebaran kuisioner awal sebanyak 10 kuisioner untuk survey awal tentang Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha pada pandemi covid-19. Dapat dijelaskan dengan tabel sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Survey Awal Variabel Pengetahuan Kewirausahaan**

Pengetahuan Kewirausahaan					
No	Pertanyaan	Ya	Presentase	Tidak	Presentase
1	saya memahami hambatan usaha yang di jalankan akan adanya pandemi covid-19	3	30%	7	70%
2	saya memahami produk yang diminati konsumen disaat pandemi covid-19	5	50%	5	50%

*Sumber : Pra penelitian pada Pengusaha Online Fesyen (Data Diolah)*

Berdasarkan survey awal kepada responden tentang Pengetahuan kewirausahaan, 30% responden menyatakan memahami hambatan usaha yang di jalankan akan adanya pandemi covid-19, dan 70% responden menyatakan tidak memahami hambatan usaha yang di jalankan akan adanya pandemi covid-19. Maka pemilik usaha tidak memiliki pengetahuan akan apa yang akan dilakukan.

Berdasarkan survey awal kepada 10 responden tentang Pengetahuan Kewirausahaan, 50% responden menyatakan bahwa memahami produk yang diminati konsumen disaat pandemi covid-19, dan 50% responden menyatakan

bahwa tidak memahami produk yang diminati konsumen disaat pandemi covid-19. Maka pemilik usaha memahami apa kemauan konsumen di masa pandemi covid-19.

Dalam pengetahuan kewirausahaan pemilik usaha harus bisa memprediksi hambatan yang akan terjadi di masa mendatang dalam survey awal para pemilik usaha online belum memahami hambatan yang di hadapi selama pandemi covid-19 dan bisa menurunkan penjualan, hambatan yang terjadi dikarenakan covid-19 harus bisa diatasi oleh pemilik usaha online.

Minat yang didasari pengetahuan akan memberikan pengambilan keputusan apa yang akan terjadi dan bisa memahami hambatan dalam berbisnis online. “Menurut (Iswandari, 2013) pengetahuan kewirausahaan adalah keseluruhan apa yang diketahui tentang segala bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara rasional dan logis dalam menangani suatu usaha”.

**Tabel 1.2 Survey Awal Variabel Efikasi Diri**

Efikasi Diri					
No	Pernyataan	Ya	Presentase	Tidak	Presentase
1	Saya mencoba untuk tenang terhadap pandemi covid-19	4	40%	6	60%
2	saya yakin bahwa pandemi covid-19 tidak akan	6	60%	4	40%



	mempengaruhi keuntungan				
--	----------------------------	--	--	--	--

*Sumber : Pra penelitian pada Pengusaha Online Fashion (Data Diolah)*

Berdasarkan hasil survey awal kepada responden, tentang efikasi diri, 40% responden menyatakan mencoba untuk tenang terhadap pandemi covid-19, dan 60% responden menyatakan tidak tenang akan adanya covid-19. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemilik usaha masih tidak memiliki keyakinan terhadap dirinya sendiri akan adanya masalah yang tidak terduga.

Berdasarkan hasil survey awal kepada responden tentang efikasi diri, 60% responden menyatakan yakin bahwa pandemi covid-19 tidak akan mempengaruhi keuntungan, dan 40% responden menyatakan tidak yakin bahwa pandemi covid-19 tidak akan mempengaruhi keuntungan. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pemilik usaha memiliki keyakinan terhadap dirinya sesuai dengan efikasi diri.

Dari pernyataan tersebut para pengusaha online belum bisa memiliki kepekaan terhadap situasi yang terjadi dikarenakan pandemi covid-19, para pengusaha online harus memiliki keyakinan terhadap dirinya sendiri dengan bersikap tenang dan mengambil keputusan yang bisa mengubah pandemi tersebut menjadi keuntungan untuk usahanya.

“Menurut Luthan (2006) efikasi diri (self efficacy) adalah kepercayaan seseorang bahwa ia memiliki kemampuan untuk mengerjakan dan menyelesaikan suatu pekerjaan pada suatu tingkat tertentu”. Semakin tinggi rasa percaya diri

seseorang dalam melaksanakan usahanya maka aktivitas pribadi orang tersebut akan mendorong pencapaian tujuan atau keberhasilan dalam berwirausaha.

**Tabel 1.3 Survey Awal Variabel Minat Berwirausaha**

Minat Berwirausaha					
No	Pertanyaan	Ya	Presentase	Tidak	Presentase
1	Saya akan lebih percaya diri bila mempunyai suatu usaha sendiri	8	80%	2	20%
2	saya memiliki pemikiran tersendiri agar penjualan tetap meningkat meski pandemi sudah berakhir	4	40%	6	60%

*Sumber : Pra penelitian pada Pengusaha Online Fesyen (Data Diolah)*

Berdasarkan survey awal kepada 10 responden tentang minat berwirausaha, 80% responden akan lebih percaya diri bila mempunyai suatu usaha sendiri, dan 20% responden tidak akan lebih percaya diri bila mempunyai suatu usaha sendiri. Percaya diri merupakan difat yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha.

Berdasarkan hasil survey awal kepada responden, tentang minat berwirausaha, 40% responden menyatakan memiliki pemikiran tersendiri agar penjualan tetap meningkat meski pandemi sudah berakhir, dan 60% responden menyatakan memiliki pemikiran tersendiri agar penjualan tetap meningkat meski pandemi sudah berakhir. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemilik usaha kurang memiliki minat terhadap usaha yang dijalankan.

Dari kedua survey awal tersebut Minat berwirausaha berasal dari dalam diri seseorang untuk menciptakan sebuah bidang usaha. Menurut “Yulianingsih (2013), minat berwirausaha merupakan keinginan, ketertarikan, serta kesediaan individu untuk bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut dengan resiko yang akan terjadi”. Ketertarikan dalam diri agar usaha yang dijalankan tetap bertahan dan mengambil resiko yang didasari oleh pengetahuan dan efikasi diri.

Dari hasil kuisisioner tersebut pemilik usaha online memiliki rasa percaya diri yang tinggi apabila memiliki usaha sendiri dan bisa meningkatkan minat berwirausaha dari individu, tetapi pemilik usaha online tidak memiliki rencana kedepan apa yang akan dilakukan ketika pandemi covid-19 ini berakhir. Dengan berakhirnya pandemi ini para pemilik toko offline akan membuka tokonya kembali dan bisa mengakibatkan bisnis online kembali seperti sebelum pandemi ini, dari kuisisioner tersebut pemilik usaha online harus memiliki rencana kedepan agar usahanya tidak mengalami penurunan penjualan.

Dari berbagai fenomena yang diangkat dari hasil observasi tidak langsung, survey awal yang telah diuraikan diatas. maka disini peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian terkait Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap Minat berwirausaha pemilik usaha online di bidang fashion yang tergabung dalam grup redlightt.

## 1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan Survey awal kepada 10 pengusaha online, diketahui penyebab kenaikan penjualan terhadap produk dikarenakan adanya pandemi covid-19, tapi tidak di dukung oleh pengetahuan kewirausahaan yang dimana pelaku usaha tidak bisa memanfaatkan situasi yang ada dan kurangnya keyakinan terhadap dirinya sendiri maka di perlukannya minat berwirausaha yang tinggi dan cepat tanggap dalam menghadapi iklim bisnis

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Dalam bisnis online pemilik usaha harus mampu memahami hambatan yang terjadi terhadap usaha yang dijalankannya, dalam pengusaha online di grup redlight pemilik usaha online kurang memahami hambatan yang terjadi pada saat covid-19 Pengetahuan kewirausahaan yang terdapat dalam diri Pemilik Usaha Online di Bidang Fashion, tidak dapat memanfaatkan situasi yang ada kurang informasi pengetahuan didalam diri pengusaha.
2. Ketenangan dalam menjalankan usaha harus dimiliki oleh pemilik usaha online, namun yang terjadi dalam pemilik usaha online redlightt tidak tenang menghadapi pandemi ini. Efikasi diri yang dilakukan Pemilik Usaha Online di Bidang Fashion, kurang menunjukkan keyakinan yang kuat terhadap usaha yang dirintis, sehingga tindakan yang dilakukan tidak maksimal.
3. Dalam berwirausaha agar penjualan mengalami peningkatan atau mengalami kestabilan pemilik usaha harus bisa memahami keinginan pembeli yang dari waktu

kewaktu selalu berubah, namun pemilik usaha online redlight kurang memiliki keseriusan dalam minat berwirausaha. Minat berwirausaha yang ingin dicapai oleh Pemilik Usaha Online di Bidang Fashion masih di dasari oleh dorongan dan bukan kehendak sendiri, sehingga kurangnya rasa ketertarikan untuk mengembangkan usaha.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh Pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha pada pemilik usaha online di bidang Fashion Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Grup Pemilik usaha Online yang Tergabung dalam Redlightt).

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan tersebut maka pertanyaan penelitian yang akan diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Pada Para Pemilik Usaha Online di Bidang Fashion Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Grup Pemilik usaha Online yang Tergabung dalam Redlightt di Kota Bandung)
2. Bagaimana Efikasi Diri Pada Para Pemilik Usaha Online di Bidang Fashion Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Grup Pemilik usaha Online yang Tergabung dalam Redlightt)
3. Bagaimana Minat Berwirausaha Pada Para Pemilik Usaha Online di Bidang Fashion Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Grup Pemilik usaha Online yang Tergabung dalam Redlightt)

4. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha Pada Para Pemilik Usaha Online di Bidang Fashion Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Grup Pemilik usaha Online yang Tergabung dalam Redlightt di kota Bandung)
5. Apakah Efikasi diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha Pada Para Pemilik Usaha Online di Bidang Fashion Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Grup Pemilik usaha Online yang Tergabung dalam Redlightt di kota Bandung)
6. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha Pada Para Pemilik Usaha Online di Bidang Fashion Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Grup Pemilik usaha Online yang Tergabung dalam Redlightt di kota Bandung)

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

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam perumusan masalah mengenai pengetahuan kewirausahaan dan efikasi terhadap minat berwirausaha.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada maksud penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Para pemilik usaha online di bidang Fashion Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Grup Pemilik usaha Online yang Tergabung dalam Redlightt).
2. Untuk mengetahui Bagaimana Efikasi Diri Para pemilik usaha online di bidang Fashion Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Grup Pemilik usaha Online yang Tergabung dalam Redlightt).
3. Untuk mengetahui Bagaimana Minat Berwirausaha pemilik usaha online di bidang Fashion Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Grup Pemilik usaha Online yang Tergabung dalam Redlightt).
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pengetahuan kewirausahaan kepada para pemilik usaha online di bidabg Fashion Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Grup Pemilik usaha Online yang Tergabung dalam Redlightt)
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh efikasi diri kepada para pemilik usaha online di bidang Fashion Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Grup Pemilik usaha Online yang Tergabung dalam Redlightt).
6. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap Minat Berwirausaha para pemilik usaha online di bidang Fashion Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Grup Pemilik usaha Online yang Tergabung dalam Redlightt)

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Praktisi

Penelitian ini dapat dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen bisnis, terutama mengenai Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap minat usaha

## 2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi gambaran bagi penulis lain yang berkaitan dengan Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap minat usaha.

### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dan pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan melakukan kuisisioner online kepada para pemilik usaha di bidang fashion.

#### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan mulai bulan April 2020 sampai dengan bulan Juli 2020. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut :



**Tabel 1.4 Jadwal Kegiatan Penelitian**

NO	Uraian	WAKTU KEGIATAN																											
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September							
		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	Pengajuan Judul	■																											
2	Melakukan Penelitian		■																										
3	Mencari Data			■	■																								
4	Membuat Proposal			■																									
	Bimbingan			■	■	■	■	■	■	■																			
5	Seminar UP									■	■	■	■																
6	Revisi									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
	Bimbingan									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
7	Sidang																							■	■	■			
8	Revisi																									■	■	■	