

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era perdagangan bebas dan persaingan global memaksa setiap perusahaan harus siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka perusahaan-perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Untuk itu setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada dilingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya, sudah seharusnya perusahaan berupaya untuk meminimalisasi kelemahan-kelemahannya dan memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk mampu memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menguasai persaingan.

Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Usaha Mikro sebagaimana dimaksud Keputusan Menteri Keuangan No 40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003, yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000,00 (Seratus juta rupiah) per tahun. Usaha mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp.50.000.000,-. Adapula data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik yang menyebutkan bahwa jumlah

UMKM di Indonesia sampai dengan tahun 2015 adalah sebanyak 57.879.534. unit. Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM mempunyai perkembangan yang baik, ditandai dengan banyaknya jumlah UMKM yang ada di Indonesia.

Tabel 1.1 Kontribusi UMKM Di Indonesia

Tahun	PDB Nasional (Rp milyar)	Industri Kreatif (Rp milyar)	Kontribusi (%)
2015	9.083.972,4	641.815,4	7,07
2016	10.569.705,3	784.868,8	7,43
2017	11.531.716,9	852.560,6	7,39
2018	12.406.809,8	922.587,3	7,44
2019	13.588.797,3	990.472,5	7,29

Sumber : Dinas KUMKM dan Perindag Kota Cimahi

Berdasarkan tabel 1.1 pada tahun 2015-2019, perkembangan UMKM di Indonesia tercatat memberikan kontribusi yang terus meningkat terhadap produk domestik bruto (PDB) dalam kurun tiga tahun terakhir. Pada tahun 2017, industri kreatif berhasil memberikan kontribusi sebesar 7,39 persen, sedangkan di tahun 2016 mencapai kontribusi sebesar 7,44 persen dan bertambah menjadi Rp 990 triliun atau setara dengan 7,29 persen di tahun 2019.

Salah satu kota di Indonesia yang memiliki potensi besar dan berkembang pesat dalam Usaha Mikro Kecil Menengah adalah Kota Cimahi. Perkembangan industri kreatif ini tidak terlepas dari peranan berbagai sektor bisnis yang ada di Kota Cimahi, salah satunya adalah Sentra industry UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Dengan adanya UMKM yang membutuhkan sumber daya manusia, pengangguran akibat angkatan kerja yang di PHK ataupun yang susah untuk mencari pekerjaan menjadi berkurang. Hal tersebut dikarenakan

UMKM telah dipromosikan dan dijadikan sebagai agenda utama pembangunan ekonomi nasional. Berdasarkan data dari KUMKM dan data perindang kota Cimahi pada tahun 2017, menyatakan bahwa 1 dari 100 orang di Indonesia bekerja di industri kreatif dan industri ini menyerap 17,4% tenaga kerja dan bertambah setiap tahunnya . Berikut ini tabel perkembangan jumlah usaha UMKM berdasarkan tipe bisnis dalam kurun waktu lima tahun dari tahun 2015-2019.

Tabel 1.2

Pertambahan Jumlah UMKM Berdasarkan Tipe Bisnis tahun 2015-2019

Tipe bisnis	Tahun					Jumlah
	2015	2016	2017	2018	2019	
Makanan & Minuman	68	159	126	97	90	582
<i>Fashion</i>	57	70	36	29	25	246
Kerajinan Tangan	28	29	25	17	15	125
Perdagangan	7	22	22	20	18	96
Jasa	3	37	11	30	26	110

Sumber : Dinas UMKM dan Perindag Kota Cimahi

Dari data di atas yang di peroleh penulis dapat di identifikasi bahwa jumlah penjualan di sentra industry sektor makanan dan minuman menjadi salah satu tipe bisnis yang semakin kompetitif dengan paling banyak jumlahnya dibanding sektor yang lain dengan jumlah sebesar 582 UMKM. Namun pada tahun 2017-2019 penjualan di sektor makanan dan minuman berangsur menurun. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pegawai Dinas KUMKM dan Perindang Kota Cimahi:

“ Terjadinya penurunan disebabkan pada saat ini, konsumen menginginkan segala sesuatu yang praktis, termasuk dalam hal makanan dan minuman. Konsumen menginginkan makanan ringan yang memiliki varian rasa yang berbeda dari makanan ringan yang sudah ada, tidak hanya dari rasa maupun dari bentuk kemasan yang menarik sehingga tidak terbilan monoton dari produk makanan ringan yang sebelumnya”.

Untuk itu dengan melakukan pengembangan produk, perusahaan berharap untuk dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau lain dari yang sebelumnya. Fenomena ini semakin menyadarkan sehingga, peluang inilah yang dimanfaatkan oleh para pengusaha di bidang kuliner khususnya makanan ringan dan snack lainnya yang salah satu diantaranya adalah Keripik Singkong. Keripik singkong adalah makanan ringan yang berasal dari Indonesia dan bahan baku utamanya adalah singkong, makanan ringan ini merupakan jajanan yang banyak digemari masyarakat dari berbagai jenis umur, oleh sebab itu makanan ringan ini menjadi makanan ringan yang memiliki daya jual baik yang ada di kota Cimahi.

Melihat perkembangan dari sentra industri UMKM yang ada di kota Cimahi yaitu sentra industri keripik pedas singkong pedas Cimahi ini dibarengi dengan munculnya berbagai jenis merk snack lainnya di pasaran kota Cimahi yang menyebabkan persaingan antar usaha makanan ringan jenis Keripik singkong pun semakin ketat. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika suatu usaha ingin tetap berdiri dan dapat bersaing. Karena, salah satu karakter yang penting dari seorang entrepreneur adalah kemampuan berinovasi (Menurut Thomas W. Zimmerer (2010).

Dipasar yang ketat ini , berbagai inovasi perlu dilakukan para pelaku usaha agar tetap bertahan didalam pasar. Para pelaku usaha baru pun tidak mau kalah terjun kedalam pasar dengan membuat berbagai terobosan baru ataupun mencari suatu keunikan tertentu agar mampu bersaing didalam pasar yang ketat dengan tujuan tercipta *word of mouth communication*. Peluang usaha yang dianggap unik yang dapat menarik perhatian masyarakat sehingga menjadi bahan pembicaraan, salah satu contoh keunikan yang menjadi peluang pasar yakni muncul dari makanan ringan yaitu keripik singkong dengan bermacam varian rasa dari pedas hingga manis.

Adanya kesamaan tampilan produk sejenis dari pesaing merupakan faktor pendorong terjadinya inovasi produk karena biasanya produk pesaing itu muncul tanpa mengalami perubahan yang berarti bahkan cenderung statis. Keadaan tersebut dapat menjadi hal yang menguntungkan, karena persaingan yang timbul dengan munculnya produk pesaing yang sejenis dapat diatasi dengan melakukan inovasi agar dapat memiliki keunggulan untuk bersaing. (Menurut Simic, Bolvek & Stoic, 2008) Competitive Advantage atau keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menarik pelanggan dan membangun citra/nilai bagi perusahaan atau produknya dan meningkatkan nilai yang dirasakan oleh pelanggan dalam mencapai kepuasan mereka . Beberapa penelitian menyatakan adanya hubungan anatara keunggulan bersaing dan inovasi. Pelaku usaha yang memiliki keunggulan bersaing tentunya harus memiliki juga kemampuan berpikir kreatif dan inovatif .Perusahaan tanpa kreativitas dan inovasi tidak akan bersaing dan bertahan di era persaingan yang semakin tajam (Menurut Gamble, Arthur, & A.J, 2010) .

Inovasi produk merupakan salah satu variable yang sangat penting untuk sarana bertahan dalam persaingan, bukan hanya untuk menghadapi kondisi persaingan bisnis yang semakin meningkat. Inovasi produk seharusnya mampu memberikan nilai tambah dibanding produk sejenis, sehingga dapat menjadikan perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan pesaingnya. Penelitian tersebut didukung Bharadwaj et al, dalam Sukarmen (2013) yang menghasilkan bahwa kemampuan perusahaan untuk terus melakukan inovasi terhadap produk-produknya akan menjaga produk tersebut tetap sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga produk yang inovatif memiliki keunggulan dalam bersaing.

Dalam penelitian kali ini penulis mengadakan penyebaran kuisisioner awal sebanyak 25 kuisisioner untuk survey awal. Berikut adalah hasil survey awal penulis terhadap inovasi produk pada pelaku usaha dari sentra Industri keripik singkong Cimahi (Survey pada Sentra industry keripik singkong Cimahi). Hasil survey awal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.3 :

Table 1.3

Survey awal tanggapan Sentra industri keripik singkong tentang Inovasi Produk

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1	Apakah usaha Anda memperluas target pasar dalam melakukan penjualan?	18	82,5%	7	17,5%
2	Apakah produk yang Anda jual memiliki keunggulan dengan produk pesaing?	19	85%	6	15%
3	Apakah Anda berencana untuk memproduksi produk baru menggunakan bahan baku singkong?	11	27,5%	14	72,5%
	Inovasi produk (Rata-rata jawaban)		65%		35%

Sumber survey Sentra industri keripik singkong di Kota Cimahi

Berdasarkan hasil survey awal dan observasi langsung kepada 25 pelaku usaha, tentang inovasi produk, beberapa pelaku usaha menyatakan setuju bahwa produknya perlu melakukan inovasi produk baru, namun berbeda dengan pelaku usaha menyatakan tidak setuju bahwa produk tersebut selalu melakukan inovasi yang baru untuk produknya. Permasalahan yang terjadi kebanyakan pelaku usaha kurang memiliki ide yang baru yang bertujuan untuk mengembangkan usahanya dan timbulnya permasalahan lain dimana pelaku usaha memiliki keraguan untuk menerapkan ide yang dimiliki terhadap usahanya hal ini bisa didasari oleh kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku usaha, atau belum menyebarnya secara merata mengenai program pemerintah yang melakukan pelatihan kepada setiap pelaku usaha mengenai cara membuat usaha mampu memiliki keunggulan dari produk pesaingnya. Persaingan bisnis yang begitu ketat mengharuskan perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja perusahaan, karena keberhasilan suatu produk akan berpengaruh pada kinerja usahanya. Intensitas kompetisi di pasar dapat mendorong perusahaan terutama terutama UKM untuk mengupayakan inovasi yang tinggi guna meraih keunggulan yang kompetitif yang berkelanjutan atas pesaingnya agar dapat menghasilkan kinerja yang optimal. (Narastika dan Yasa, 2017)

Kinerja usaha yang ditunjukkan oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini masih menunjukkan banyak keterbatasannya. Sektor UMKM ini menunjukkan data kontribusi pada perekonomian sangat dominan, sehingga fenomena ini menjadi menarik untuk dilakukan penelitian dan dikaji lebih mendalam karena terdapat kesenjangan apa yang terjadi dengan yang seharusnya terjadi .

Menurut Bakti dan Harun (2011) dalam penelitiannya menjelaskan kinerja usaha adalah ukuran pencapaian yang didapatkan dari proses kegiatan usaha dari suatu organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan berusaha mengikuti perkembangan pasar dan memenuhi keinginan dan kebutuhan dari konsumen.

Berikut adalah hasil survey awal penulis terhadap Kinerja usaha pada pelaku usaha dari sentra Industri keripik singkong Cimahi (Survey pada Sentra industry keripik singkong Cimahi). Hasil survey awal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.4

Table 1.4

Survey awal tanggapan Sentra industri keripik singkong tentang Kinerja Usaha

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1	Apakah Anda mampu menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu?	20	72%	5	12,5%
2	Apakah anda mengembangkan keterampilan dan pengetahuan baik untuk kariers Anda?	11	27,5%	14	72,5%
3	Apakah anda memiliki keahlian untuk melakukan kreasi pada produk yang Anda jual?	18	82,5%	7	17,5%
	Kinerja usaha (Rata-rata jawaban)		66%		34%

Sumber survey Sentra industri keripik singkong di Kota Cimahi

Berdasarkan hasil survey awal dan observasi langsung kepada 25 pelaku usaha, tentang kinerja usaha, beberapa pelaku usaha menyatakan setuju bahwa diperlukannya kualitas kerja yang optimal bagi usahanya, dan pelaku usaha lainnya cenderung menyatakan tidak setuju bahwa kualitas kinerja usaha yang dihasilkan belum cukup optimal. Hal ini didasari, para pelaku usaha belum bisa mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang baik untuk kinerja usaha di

faktor produksi, karena beberapa pelaku usaha masih belum bisa untuk memperbaiki atau mengontrol proses produksi sehingga hal ini menghambat para pelaku usaha dalam mengembangkan keterampilan kinerja usahanya adapun hal yang memilii keterkaitan disebabkan oleh para pelaku usaha yang belum memiliki standar kualitas kerja, diperlukannya konsisten untuk menjaga dan mengevaluasi kualitas kerja yang dihasilkan. Seperti yang dikemukakan W. Edwards Deming mengenai perbaikan kualitas kerja memiliki beberapa faktor salah satu faktornya adalah memberanikan semua karyawan untuk meningkatkan kualitas kerja dengan melakukan evaluasi yang dilakukan secara periodik. Kinerja Usaha yang dimiliki oleh perusahaan dapat mempengaruhi Keunggulan Bersaing, hal demikian sesuai dengan penelitian Reswanda (2011) mengemukakan bahwa perusahaan harus menciptakan daya saing khusus agar memiliki posisi tawar menawar yang kuat dalam persaingan.

Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa (Barney, 2010:9).

Berikut adalah hasil survey awal penulis terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha dari Sektor Industri Keripik Singkong Cimahi (Survey pada Sektor Industri Keripik Singkong Cimahi). Hasil survey awal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.5

Table 1.5

Survey awal tanggapan Sentra industri keripik singkong tentang keunggulan bersaing

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1	Apakah di produk yang anda jual memiliki keunikan yang tidak dimiliki produk pesaing?	12	47%	13	53%
2	Apakah produk yang anda sajikan atau ditampilkan sudah memenuhi harapan Anda?	21	73%	4	27%
3	Apakah Anda memberikan harga murah dengan kualitas yang baik?	21	73%	4	27%
	Keunggulan bersaing (Rata-rata jawaban)		64%		36%

Sumber survey Sentra industri keripik singkong Kota Cimahi

Berdasarkan hasil survey awal dan observasi langsung kepada 25 pelaku usaha, tentang keunggulan bersaing, bahwa terdapat dua permasalahan yang terjadi dengan pertanyaan yang diajukan kepada pelaku usaha, seperti pernyataan yang menyatakan setuju bahwa produknya memiliki keunikan dibandingkan pesaing, namun lebih cenderung pelaku usaha yang tidak setuju, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti: para pelaku usaha kurang memperhatikan kompetitor, sehingga pelaku usaha tidak mengetahui kelebihan maupun kekurangan dari kompetitornya, hal ini lah yang membuat para palaku usaha belum memiliki perkembangan yang akan dilakukan pada usahanya, sehingga produk yang dijual oleh pelaku usaha tersebut tidak memiliki perbedaan yang terlalu signifikan dengan pesaingnya baik dari design maupun rasa. Seperti yang dikemukakan (Suendro, 2010) Keunggulan bersaing adalah cara terpenuhi jika pelanggan memperoleh perbedaan yang konsisten dalam attribute yang terpenting dari produk yang dihasilkan dibandingkan pesaingnya, dimana perbedaan tersebut merupakan dampak langsung dari kesenjangan/ kemampuan antara produsen dan pesaingnya.

Setelah melakukan kegiatan penelitian bahwa dapat disimpulkan dari setiap variable yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh untuk objek penelitian, hal ini didukung dengan beberapa survey awal yang dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada pelaku usaha.

Dari berbagai fenomena yang diangkat dari hasil observasi langsung, survey awal yang telah diuraikan diatas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha masih kesulitan dalam memberikan kinerja yang terbaik selain hal itu, kesulitan menghadapi para pesaing dan belum melakukan inovasi produknya, oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha(Survey pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi)”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas terdapat beberapa fenomena yang terjadi di Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi, di antaranya:

1. Para pelaku usaha kurang memiliki ide yang baru yang bertujuan untuk mengembangkan usahanya.
2. Para pelaku usaha belum bisa mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang baik untuk kinerja usaha di faktor produksi

3. Para pelaku usaha kurang memperhatikan kompetitor, sehingga pelaku usaha tidak mengetahui kelebihan maupun kekurangan dari kompetitornya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja usaha (Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi).

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

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Inovasi Produk Pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha Pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi
4. Seberapa besar pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi.
5. Seberapa besar pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi.
6. Seberapa besar pengaruh Kinerja Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi.

7. Seberapa besar pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing dalam meningkatkan Kinerja Usaha terhadap Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha (business performance) dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing (business competitiveness) Sentra Industri Keipik Singkong Cimahi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Inovasi Produk Pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha Pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi.

5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kinerja Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi.
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait:

1. Sebagai sarana bagi pembaca terutama para mahasiswa untuk mengembangkan minat berwirausaha Sebagai sarana informasi bagi para peneliti yang ingin mendapatkan referensi yang berkaitan dengan penelitian ini
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi para peneliti untuk bisa memperdalam kajian ini yang akan digunakan dalam penelitian lebih lanjut

1.4.2 Kegunaan Akademi

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait:...

1. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasarkan disiplin ilmu yang telah didapatkan dari bangku kuliah khususnya tentang adanya pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja usaha.
2. Bagi pembaca untuk menambah referensi dan memberikan pemikiran ilmiah dan sumbangan bahan kajian tentang penelitian pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja usaha.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dan pengumpulan data yang dilakukan penulis bertempat di Sentra Industri Keripik Singkong Di Kota Cimahi.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan April 2020 sampai dengan bulan Mei 2020. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut di table 1.6:

Tabel 1.6
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																				