

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Persaingan bisnis di Indonesia semakin berkembang dengan pesat, hal ini bisa dilihat dari semakin banyaknya toko-toko yang terus bermunculan di Indonesia. Termasuk bisnis distro pakaian. Hal yang mempengaruhi berkembangnya industri distro ini karena sandang merupakan salah satu alasan cukup tingginya permintaan konsumen terhadap produk pakaian. Di era saat ini, gaya dalam berbusana bagi anak-anak muda dikota besar merupakan salah satu hal penting yang mempengaruhi permintaan terhadap produk pakaian itu sendiri.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sekarang mulai berkembang dengan baik dan mampu menghasilkan keuntungan. UMKM merupakan sector ekonomi yang mempunyai peran cukup besar dalam perekonomian nasional. Upaya-upaya dalam menciptakan ekosistem yang kondusif bagi para pelaku UMKM pun terus digalakan pemerintah, namun pengembangan UMKM Indonesia tidak dapat menjadi tanggung jawab pemerintah semata, melainkan perlu dukungan dari berbagai pemangku kepentingan lainnya. Menurut Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah usaha yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha dengan peredaran tertentu. Kementrian Koperasi dan UMKM menyatakan, Jumlah UMKM di Indonesia kini mencapai 55,2 juta unit usaha atau sebesar 99,98 persen dari total usaha di

Indonesia. Dikenal sebagai salah satu kota kreatif di Indonesia, pertumbuhan usaha di Bandung menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi.

Pada tabel 1.1 menyebutkan bahwa diantara 14 subsektor yang ada, PDB industri kreatif Kota Bandung banyak disumbangkan oleh industri fashion sebesar 43,71% karena *fashion* merupakan jenis usaha yang beberapa tahun ini banyak dijadikan sebagai lading usaha bagi para pengusaha dan juga mempengaruhi *trend* anak muda di berbagai Kota di Indonesia, salah satunya di Kota Bandung. Saat ini *fashion* merupakan bagian paling penting bagi masyarakat modern, ini terbukti dengan banyak didirikannya butik FO (*Factory Outlet*), distro dan *Clothing* di Kota Bandung.

**Tabel 1. 1**  
**Kontribusi Subsektor Industri Kreatif di Kota Bandung.**

No.	Industri Kreatif	Sumber PDB	Persentase
1.	Periklanan	8.305.034.367	7,93%
2.	Arsitektur	4.134.446	3,95%
3.	Pasar Barang Seni	685.870.805	0,65%
4.	Kerajinan	6.159.598.596	25,51%
5.	Desain	26.731.069.150	5,88%
6.	Fashion	45.803.769.843	43,71%
7.	Video, Film, Fotografi	250.431.983	0,24%
8.	Permainan Interaktif	337.392.321	0,32%
9.	Musik	3.824.179.411	3,65%
10.	Seni Pertunjukan	124.467.644	0,12%
11.	Penerbitan dan Percetakan	4.283.989.793	4,09%
12.	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	1.040.637.861	0,99%
13.	Televisi dan Radio	2.136.827.023	2,04%
14.	Riset dan Pengembangan	969.493.823	0,93%

Sumber : <https://kompas.com>

Saat ini *fashion* sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat modern, sebab itulah mengapa industri pakaian semakin berkembang dengan baik. Selain itu dengan masuknya kultur budaya dari luar dan berkembangnya kalangan remaja Indonesia khususnya di Kota Bandung menjadi salah satu keuntungan pada industri pakaian khususnya pakaian jadi. Sehingga pakaian tidak menjadi sesuatu yang asing lagi dan fungsinya bukan hanya pelindung tubuh saja, tetapi sudah menjadi salah satu modal dalam dunia *fashion*. Perkembangan dunia fashion terus melahirkan karya-karya baru dan semakin mendorong berkembangnya industri kreatif. Perkembangan dunia *fashion* di kalangan anak muda juga bukan lagi sekedar kesenangan yang ditekuni atas dasar hobi semata. *Fashion* tumbuh menjadi industri, mulai dari skala kecil sampai dengan skala yang cukup besar. Kini bisnis distro pun semakin menjamur, hampir di semua sudut Kota Bandung terdapat distro dengan berbagai macam merek dan tema. Bandung juga turut membantu mendongkrak wisatawan asing maupun domestik dalam perkembangan industri pakaian. Selain itu juga banyaknya pendatang yang masuk turut membantu perkembangan bisnis di kota ini.

Hal ini menjadikan Kota Bandung sebagai salah satu destinasi wisata favorit di Asia dan menempati peringkat ke-empat. Hasil tersebut didapatkan dari survey independent yang dilakukan terhadap wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara di situs media sosial. Seiring dengan berlakunya UU No.22 Tahun 1999 tentang otonomi daerah yang memberikan kewenangan pada setiap daerahnya untuk dapat mengelola sumber daya yang dimilikinya secara mandiri, maka Kota Bandung mulai berkembang sebagai kota yang memiliki potensi besar dalam wisata

belanjanya, dengan diwujudkan penetapan Kawasan-kawasan yang khusus dikembangkan untuk kegiatan wisata yang berdampak pada terjadinya kenaikan jumlah distro di Kota Bandung dari tahun ke tahun yang dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut :

**Tabel 1. 2**

**Jenis Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung**

Jenis Usaha	Tahun 2006-2009	Tahun 2010-2013	Tahun 2016-2018
Distro	480 Gerai	574 Gerai	644 Gerai
Clothing	50 Gerai	90 Gerai	120 Gerai
FO	80 Gerai	150 Gerai	183 Gerai

Sumber : <https://bandungkota.bps.go.id/>

Menurut data terbaru, di Kota Bandung sendiri ada sekitar lebih dari 644 distro dan hal tersebut menjadikan Kota Bandung sebagai pusat industri kreatif ekonomi bidang desain *fashion* di Negara Indonesia. Berdasarkan data diatas perkembangan distro di Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya dan industri *fashion* yang mengalami perkembangan yang pesat yaitu distro. Hal ini menandakan bahwa distro merupakan suatu bisnis di bidang *fashion*. Meningkatnya usaha di bidang *fashion* ini khususnya distro menjadi suatu peluang usaha karena daya tarik terhadap distro meningkat, tetapi hal ini pun menjadikan ancaman karena dengan semakin besarnya pasar di bidang distro ini tentu tingkat persaingan terhadap usaha serupa juga semakin meningkat. Persaingan yang ketat ini membuat para pemilik distro harus memiliki sifat kewirausahaan yang kuat dan inovasi yang dilakukan secara terus menerus.

Distro adalah singkatan *Distribution Store* atau *Clothing Distribution Store* adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang titipkan oleh pembuat pakaian, atau diproduksi sendiri. Distro umumnya merupakan industri yang sandang dengan merek independent yang dikembangkan kalangan muda. Produk yang dihasilkan oleh distro diusahakan untuk tidak diproduksi secara massal, agar mempertahankan sifat eksklusif suatu produk dan hasil kerajinan. Perkembangan jaman juga telah mempengaruhi banyak hal, antara lain kebutuhan dan keinginan atau gaya hidup yang semakin meningkat dan beragam. Konsep distro berawal pada pertengahan 1990-an di Bandung. Saat itu band-band independent (*Indie*) di Bandung berusaha menjual *merchandise* mereka seperti CD/Kaset, *t-shirt*, dan *Sticker* selain di tempat mereka melakukan pertunjukan. Bentuk awal distro adalah usaha rumahan dan dibuat etalase dan rak untuk menjual *t-shirt*. Selain komunitas musik, akhirnya, banyak komunitas lain seperti punk dan *skateboard* yang kemudian juga membuat toko-toko kecil untuk menjual pakaian dan aksesoris mereka. Kini, industri distro sudah berkembang, bahkan dianggap menghasilkan produk-produk yang memiliki kualitas ekspor.

Industri kreatif ini terus menerus bertahan dan berkembang, bahkan sekarang mempunyai peran dalam perkembangan industri kreatif Indonesia. Distro dapat kita temui di daerah Citarum atau tepatnya mulai di sepanjang jalan Trunojoyo, Jalan Sultan Agung, Jalan Bahureksa, hingga Jalan Maulana Yusuf. Keberadaan industri kecil dan menengah mempunyai potensi yang cukup besar dalam perekonomian masyarakat dan dapat menyerap tenaga kerja sehingga mampu mengatasi ledakan tenaga kerja. Oleh karena itu, diperlukan dorongan dan

upaya pengembangan secara konsisten dan terus menerus secara komprehensif.

Berikut adalah data nama dan alamat distro yang berada di Kawasan Citarum Kota

Bandung :

**Tabel 1. 1**  
**Data Nama dan Alamat Distro**

No.	Distro	Alamat
1	UNKL 347	Jl.Trunojoyo No. 2
2	Cosmic	Jl.Trunojoyo No. 2 & 23
3	FLO.INV	Jl.Trunojoyo No. 6
4	Wadezig	Jl.Trunojoyo No. 6
5	Starcross	Jl.Trunojoyo No. 6
6	Beatbox	Jl.Trunojoyo No. 6
7	SIXPAX	Jl.Trunojoyo No. 8
8	STASH	Jl.Trunojoyo No. 8
9	Badger.INV	Jl.Trunojoyo No. 8
10	Screamous	Jl.Trunojoyo No. 8 & 23
11	Pastrend	Jl.Trunojoyo No. 8
12	Geoff Max Store	Jl.Trunojoyo No. 15
13	Reclays	Jl.Trunojoyo No. 23
14	Cosmic	Jl.Trunojoyo No. 23
15	Blackjack	Jl.Trunojoyo No. 28
16	Blaze	Jl. Sultan Tirtayasa No. 3
17	Wellborn Flagship	Jl. Sultan Tirtayasa No. 30
18	ASHBOEL	Jl. Sultan Tirtayasa No. 41
19	RSCH	Jl. Sultan Agung No. 3
20	Kick Denim	Jl. Sultan Agung No. 3C
21	Blankwear	Jl. Sultan Agung No. 5
22	Meedle	Jl. Sultan Agung No. 5

23	Evil Army	Jl. Sultan Agung No. 5
24	HCRN	Jl. Sultan Agung No. 7
25	Bloods	Jl. Sultan Agung No. 7
26	Keith	Jl. Sultan Agung No. 7
27	Majn	Jl. Sultan Agung No. 7
28	Torstein	Jl. Sultan Agung No. 7
29	Wadezig	Jl. Sultan Agung No. 7
30	Flashy	Jl. Sultan Agung No. 9
31	Moozee	Jl. Sultan Agung No. 10
32	House Of Smith	Jl. Sultan Agung No. 27
33	BRIGHTSIDE	Jl. Sultan Agung No. 27
34	WYDI	Jl. Maulana Yusuf No. 2
35	AMBLE	Jl. Maulana Yusuf No. 2
36	Heavyweight	Jl. Maulana Yusuf No. 2
37	PhilipWorks	Jl. Maulana Yusuf No. 2
38	KZL	Jl. Bahureksa No.1
39	Roughneck	Jl. Bahureksa No. 5
40	PMP Denim	Jl. Bahureksa No. 20
41	NordhenBasic	Jl. Bahureksa No. 20
42	Wormhole	Jl. Bahureksa No. 27

Sumber : *data yang diolah 2021*

Dari data tabel yang diperoleh penulis diatas dapat diketahui bahwa distro yang berada di Kawasan citarum berjumlah 42 distro. Sejalan dengan hal tersebut, penulis melakukan survey awal terhadap 42 responden pelaku usaha guna mengetahui tanggapan responden mengenai hal-hal yang menyangkut penelitian yang dilakukan oleh penulis. Berikut hasil penyebaran survey awal yang dilakukan oleh penulis mengenai Keberhasilan Usaha.

**Tabel 1. 2**  
**Data Survey Awal Variabel Keberhasilan Usaha**

No.	Petanyaan	Ya (%)	Tidak (%)
1.	Modal : Apakah modal usaha anda meningkat setiap periodenya ?	35%	65%
2.	Pendapatan : Apakah pendapatan usaha anda meningkat setiap periodenya ?	40%	60%
3.	Volume Pendapatan: Apakah volume penjualan pada usaha yang anda jalankan berhasil memenuhi target?	20%	80%
4.	Output Produksi : Apakah anda memproduksi dalam jumlah banyak tanpa mengurangi kualitas produk tersebut?	40%	60%
5.	Tenaga Kerja : Apakah tenaga kerja memiliki keterampilan dalam menciptakan produk ?	30%	70%

*Sumber : Data yang diolah 2021*

Berdasarkan survey awal yang dilakukan kepada 42 pelaku usaha, dengan 5 pertanyaan pada indikator Keberhasilan Usaha, diperoleh hasil terendah yaitu pertanyaan nomor 3 dengan 80 % pelaku usaha menjawab bahwa volume penjualan pada usaha yang dijalankan tidak memenuhi target. Dikarenakan para pelaku usaha terlalu tinggi menargetkan volume penjualannya. Hal tersebut dikuatkan dengan hasil wawancara kepada salah satu pemilik usaha di Kawasan sentra distro Citarum, yaitu Bapak Rusydi yang mana hasil dari wawancara adalah sebagai berikut.



“Volume penjualan yang kami targetkan tidak berhasil memenuhi target, karena target yang saya buat terlalu tinggi, misalnya saya menargetkan volume penjualan pada bulan ini 200 *pcs* sedangkan kondisi pasar hanya 50 -70 *pcs* tiap bulannya, oleh karena itu kami menurunkan tingkat produksi sehingga sedikit demi sedikit mencapai target penjualan”

**Tabel 1. 3**  
**Data Survey Awal Variabel Sikap Kewirausahaan**

No.	Pertanyaan	Ya (%)	Tidak (%)
1.	Disiplin : Apakah anda menerapkan kedisiplinan waktu, kualitas pekerjaan, dan system kerja pada usaha anda?	40%	60%
2.	Komitmen Tinggi : Apakah anda memiliki komitmen yang tinggi, jelas dan terarah kepada diri anda dan konsumen?	30%	70%
3.	Jujur : Apakah anda menjunjung tinggi kejujuran dalam melakukan usaha?	40%	60%
4.	Kreatif dan Inovatif Apakah daya kreatifitas anda dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan baru yang berbeda dengan produk yang ada selama ini pada usaha anda?	35%	65%
5.	Mandiri : Apakah anda mengelola usaha tanpa bergantung pada pihak lain ?	40%	60%
6.	Realistis : Apakah Ketika anda mengambil keputusan memperhatikan tentang realistis, objektif dan rasional dengan melihat kepada fakta di lapangan ?	20%	80%

Sumber : Data yang diolah 2021

Berdasarkan survey awal yang dilakukan kepada 42 pelaku usaha, dengan 6 pertanyaan pada indikator Sikap Kewirausahaan, diperoleh hasil terendah yaitu pertanyaan nomor 6 dengan 80 % pelaku usaha menjawab bahwa Ketika mengambil keputusan tidak memperhatikan tentang realistis, objektif dan rasional dengan melihat kepada fakta dilapangan, dikarenakan pelaku usaha hanya mengambil keputusan atas dasar kemauan sendiri tanpa melihat faktor realistis, objektif dan rasional dengan melihat kepada fakta dilapangan. Hal tersebut dikuatkan dengan hasil wawancara kepada salah satu pemilik usaha di Kawasan sentra Distro Citarum, yaitu Ibu Ludhisa yang mana hasil dari wawancara adalah sebagai berikut.

“Ketika saya memikirkan sebuah keputusan, biasanya saya langsung saja memikirkan apakah akan saya ambil atau tidak hanya sebatas itu, terkadang pernah untuk memikirkan tentang faktor realistis, objektif dan rasional terhadap kondisi pasar, namun terlalu rumit untuk harus memikirkan tentang hal tersebut”

**Tabel 1. 4**  
**Data Survey Awal Variabel Inovasi Proses**

No.	Pertanyaan	Ya (%)	Tidak (%)
1.	Keinginan Berprestasi : Apakah anda memiliki dorongan dan motivasi tinggi untuk mencapai suatu prestasi dan keunggulan pada usaha anda?	25%	75%
2.	Sifat Penasaran : Apakah pada kondisi tertentu anda ingin mencoba sesuatu hal baru dan merasa ingin tahu sesuatu hal baru?	40%	60%

No.	Pertanyaan	Ya (%)	Tidak (%)
3.	Keinginan Menanggung Risiko: Apakah anda cenderung mengambil risiko dengan ide-ide dan cara-cara baru pada usaha anda?	30%	80%
4.	Faktor Pendidikan : Apakah Pendidikan anda mempengaruhi akan suatu masalah atau ide baru pada usaha anda?	35%	65%
5.	Faktor Pengalaman : Apakah pengalaman anda menjadi dasar pada usaha yang anda jalani ?	40%	60%

Sumber : Data yang diolah 2021

Berdasarkan survey awal yang dilakukan kepada 42 pelaku usaha, dengan 5 pertanyaan pada indikator Inovasi Proses. Diperoleh hasil terendah yaitu 75% pelaku usaha menjawab bahwa tidak ingin meningkatkan skala usaha yang dimiliki. Dikarenakan usaha yang dimiliki para pelaku usaha saat ini sudah lebih dari cukup. Tidak perlu meningkatkan usaha pun masih mampu untuk bertahan. Hal tersebut dikuatkan dengan hasil wawancara kepada salah satu pemilik usaha di Kawasan sentra distro Citarum yaitu, Ibu Natasha yang mana hasil dari wawancara adalah sebagai berikut.

“Menurut pemikiran saya, mungkin cukup dengan beradaptasi dengan *e-commerce* sudah lebih dari cukup untuk meningkatkan skala usaha, untuk permasalahan lainnya mungkin dalam meningkatkan usaha tidak terpikirkan, karena penjualan melalui *e-commerce* saja sudah sulit karena banyak sekali produk *brand* seperti kami yang banyak replikanya dengan harga yang jelas dibawah kami”

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan judul:

“Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Inovasi Proses Terhadap Keberhasilan Usaha  
“ (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Distro Citarum Kota Bandung)

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah dan fenomena yang terdapat Pada pelaku usaha distro diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut :

1. Kurangnya pengetahuan mengenai permasalahan Realistis pada sikap Kewirausahaan yang kurang dimiliki oleh para pelaku usaha Distro Kawasan Citarum Kota Bandung.
2. Kecilnya keinginan berprestasi dalam Inovasi Proses yang dimiliki oleh para pelaku usaha Distro Kawasan Citarum Kota Bandung, banyaknya pelaku usaha yang tidak ingin meningkatkan atau memiliki dorongan untuk meningkatkan motivasi untuk mencapai suatu prestasi dan keunggulan pada usaha yang dijalani.
3. Pelaku usaha Distro Kawasan Citarum Kota Bandung, masih memiliki pemahaman yang rendah terhadap pemenuhan target pada Volume Penjualan usaha yang mereka jalani.

4. Kurangnya Pengetahuan tentang Sikap Kewirausahaan, Inovasi Proses, dan Keberhasilan Usaha yang diketahui oleh para Pelaku usaha Distro Di Kawasan Citarum Kota Bandung.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimana Tanggapan Responden Mengenai Sikap Kewirausahaan pada Usaha Distro Di Kawasan Citarum Kota Bandung
2. Bagaimana Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Proses pada Usaha Distro Di Kawasan Citarum Kota Bandung
3. Bagaimana Tanggapan Responden Mengenai Keberhasilan Usaha Pada Usaha Distro Di Kawasan Citarum Kota Bandung
4. Seberapa Besar Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Inovasi Proses terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Distro Di Kawasan Citarum Kota Bandung secara parsial dan simultan

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data, fakta, dan informasi yang diperlukan sesuai dengan uraian yang terdapat pada rumusan masalah mengenai Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Inovasi Proses terhadap Keberhasilan Usaha, Studi Kasus pada Kawasan Distro Citarum Kota Bandung. Selain itu di interpretasikan guna usulan penelitian pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Tanggapan Responden mengenai Sikap Kewirausahaan pada Kawasan Distro Citarum Kota Bandung.
2. Untuk Mengetahui Tanggapan Responden mengenai Inovasi Proses pada Kawasan Distro Citarum Kota Bandung.
3. Untuk Mengetahui Tanggapan Responden mengenai Keberhasilan Usaha pada Kawasan Distro Citarum Kota Bandung.
4. Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Inovasi Proses Terhadap Keberhasilan Usaha pada Kawasan Distro Citarum Kota Bandung secara Parsial dan Simultan

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

- 1 Bagi Perusahaan

Hasil Penelitian ini diharapkan pelaku usaha dapat mengetahui pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Inovasi Proses terhadap Keberhasilan Usaha. Kemudian nantinya dapat dijadikan bahan evaluasi terhadap masalah penjualan yang di hadapi guna mengambil Langkah bijaksana untuk tujuan pelaku usaha *Clothing/Distro*.

- 2 Bagi Mahasiswa

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang bagaimana cara untuk menjalankan sebuah usaha guna mencapai keberhasilan berwirausaha.

## **1.4.2 Kegunaan Akademis**

### **1. Bagi Penulis**

Dengan penelitian ini diharapkan penulis dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan pada dunia nyata berdasarkan fenomena yang terjadi, serta menambah cara berpikir dalam pengetahuan dan pengalaman, wawasan yang lebih luas dengan belajar sebagai peneliti dalam menganalisis suatu masalah kemudian mengambil keputusan dan kesimpulan.

### **2. Bagi Pembaca (Pihak Lain)**

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang bermanfaat, guna mengetahui bagaimana fenomena yang terjadi dan bagaimana penyelesaiannya.

### **3. Bagi Pengembangan Ilmu**

Sebagai bahan informasi bagi mahasiswa atau peneliti-peneliti lain yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut. Serta sebagai wujud dharma bakti kepada Universitas Komputer Indonesia pada umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen dengan Spesialisasi Manajemen Bisnis pada Khususnya.

## **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Untuk Memperoleh data dan informasi yang diperlukan, penulis melakukan penelitian di Kawasan Distro Citarum Kota Bandung

### 1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai pada bulan April 2021 sampai dengan Bulan September 2021. Adapun jadwal penelitian yang dilaksanakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

No.	Uraian	Waktu Penelitian (tahun 2021)																											
		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.	Survey Tempat Penelitian			■	■																								
2.	Melakukan Penelitian					■	■	■	■																				
3.	Mencari Data					■	■	■	■																				
4.	Membuat Proposal					■	■	■	■	■	■	■	■																
5.	Seminar											■	■																
6.	Revisi											■	■	■	■	■	■												
7.	Penelitian Lapangan													■	■	■	■	■	■	■	■								
8.	Bimbingan																	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
9.	Sidang																					■	■	■	■	■	■	■	■