

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kewirausahaan merupakan persoalan penting bagi pertumbuhan perekonomian suatu negara. Kemajuan atau kemunduran ekonomi suatu negara ditentukan oleh peranan dari kelompok wirausaha. Kewirausahaan juga memiliki peran penting untuk menjadikan masyarakat menjadi lebih mandiri dan kreatif. Dengan adanya kewirausahaan masyarakat memiliki kemampuan untuk menciptakan dan menyediakan produk yang memiliki nilai tambah atau melakukan inovasi-inovasi baru yang dapat menjadikan masyarakat lebih kreatif. Tidak ada bangsa di dunia ini yang menjadi negara maju tanpa adanya masyarakat yang berwirausaha.

Saat ini Pemerintah di Indonesia mendorong masyarakat untuk berwirausaha, baik pada sektor tradisional ataupun modern. Sektor UMKM dapat dipandang sebagai penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja. Dengan meningkatnya jumlah UMKM di masyarakat diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Peran UMKM cukup besar untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut Kepala Biro Perencanaan Kementerian Koperasi dan UKM (KUKM) Ahmad

Zabadi di Jakarta, Rabu (7/11), kontribusi UMKM terhadap PDB selalu mengalami peningkatan. Pada tahun 2014, kontribusi UMKM pada PDB mencapai 1,71 persen, lalu meningkat secara drastis pada tahun 2016 yaitu sebesar 3,99 persen, dan menjadi 4,48 persen pada tahun 2017. (Sumber: [https://mediaindonesia.com / read/detail/196360-kontribusi-umkm-atas-pdb-melesat](https://mediaindonesia.com/read/detail/196360-kontribusi-umkm-atas-pdb-melesat). Diakses 2017)

UMKM selain berkontribusi terhadap PDRB juga berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Menurut Kepala Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia Yunita Resmi Sari (Mei, 2018), “Saat ini UMKM di Indonesia berkontribusi secara signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9%.” (Sumber : <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4119386/jadi-penggerak-ekonomi-begini-kondisi-umkm-ri>). Saat ini, UMKM banyak tersebar di berbagai provinsi di Indonesia tidak terkecuali pada Provinsi Jawa Barat. Berikut data UMKM di Provinsi Jawa Barat :

Tabel 1.1.

Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Jawa Barat Tahun 2015-2017

Tahun	Unit Usaha (unit)	Tenaga Kerja (orang)	Investasi (milyar rupiah)
2015	910.000	15.007.695	8.003.147
2017	1.093.000	31.414.000	8.505.265

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat

UMKM di Provinsi Jawa Barat memiliki peranan penting terhadap perekonomian. Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat bahwa UMKM di Provinsi Jawa Barat mengalami perkembangan, dilihat dari beberapa indikator diantaranya jumlah unit usaha yang mengalami peningkatan dari 910.00 unit (tahun 2015) menjadi 1.093.000 unit (tahun 2017) dengan jumlah investasi pada tahun 2015 sebesar 8.003.147 milyar rupiah, dan pada tahun 2017 sebesar 8.505.265 milyar rupiah. Selain itu jumlah tenaga kerja yang dapat diserap oleh UMKM juga mengalami peningkatan dari 15.007.695 orang (tahun 2015) menjadi 31.414.000 orang (tahun 2017).

UMKM memiliki keunggulan tersendiri sebagai salah satu jenis usaha, dimana pemilik usaha dalam UMKM merangkap sebagai manajer perusahaan menggunakan gaya manajemen sendiri. Namun disisi lain, perekonomian Indonesia masih didominasi oleh sektor pertanian, perdagangan dan industri rumah tangga dengan tingkat produktivitas yang masih rendah. Berbagai permasalahan yang terdapat pada kebanyakan UMKM dapat menghambat dalam mengoptimalkan peluang yang ada.

Berbagai daerah di Indonesia telah dikenal memiliki ciri dan karakter tersendiri yang disebabkan oleh faktor lingkungan, sosial dan budaya. Perbedaan tersebut secara jelas tampak tercermin dari sikap dan perilaku warga masyarakat yang bersangkutan, termasuk jenis makanan yang dikonsumsi sehingga disebut makanan khas berciri khas lokal ada yang telah lama berkembang secara spesifik di suatu daerah namun ada juga yang berkembang berbasis potensi suatu daerah.

Perkembangan industri makanan ringan di Provinsi Jawa Barat saat ini tengah berkembang sangat pesat, pertumbuhan maupun perkembangan terutama industri kecil

dan menengah karena mampu bertahan dengan kondisi krisis moneter. Secara makro UMKM dapat memberikan sumbangan berarti bagi pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM makanan ringan di Provinsi Jawa Barat sebagai penggerak pembangunan daerah di Jawa Barat khususnya dibidang ekonomi, memperluas kesempatan berusaha dan kesempatan kerja serta peningkatan nilai tambah.

Kota Bandung dikenal sebagai daerah penghasil makanan ringan yang menggugah selera. Tak heran banyak wisatawan yang ingin berburu makanan ringan di daerah ini. Hampir semua jenis makanan ringan tersedia di daerah ini. Salah satu industri kuliner yang ada di Kabupaten Bandung Barat yaitu Sentra Industri makanan ringan kecipring yang berada di Desa Pagerwangi, Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. Makanan ringan tradisional khas Jawa Barat yang terbuat dari singkong merupakan produsen pembuatan keripik kecipring sejak tahun 1990, merupakan satu diantara banyak buah tangan yang menjadi pilihan wisatawan yang berkunjung ke Desa Pagerwangi, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat . Cemilan legend yang renyah dan gurih ini nyatanya masih diminati masyarakat hingga saat ini. Hal ini pula yang menjadi alasan di beberapa tempat di Jawa Barat para pembuat kecipring ini tetap bertahan.

Dalam produksi dan penjualan kecipring mereka memiliki tempat tersendiri yang berdekatan bahkan bisa dibilang saling bersebelahan, hal ini karena salah satu mata pencaharian penduduk Desa Pagerwangi yaitu pembuatan produksi makanan kecipring, Selain itu Industri kecipring banyak menyerap tenaga kerja hal ini dapat

dilihat dari hampir sebagian besar penduduknya memperoleh pendapatan dari industri kecipring tersebut.

Kendala yang dihadapkan pada rendahnya daya saing industri yang disebabkan penggunaan mesin dan peralatan yang masih sederhana dengan keterbatasan modal untuk investasi mesin dan peralatan produksi baru, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, hingga akses pasar. Oleh sebab itu peran kewirausahaan melalui motivasi usaha dan kemampuan usaha untuk mencapai keberhasilan usaha belum optimal. Sedangkan permasalahan yang dihadapi industri kecil menengah bersifat multi dimensi, antara lain mencakup masalah-masalah internal dari setiap unit usaha, masalah eksternal dalam hubungannya dengan pemasok, pembeli atau konsumen dan pesaing, masalah-masalah yang terkait dengan upaya pemberdayaan, serta masalah globalisasi ekonomi sehubungan dengan diperlakukannya perdagangan bebas serta kemajuan teknologi informasi. Secara internal, industri kecil menengah yang didominasi oleh usaha-usaha berskala sangat kecil (usaha mikro) berhadapan dengan masalah keterbatasan SDM seperti tingkat pendidikan yang rendah menjadikan wawasan bisnis mereka menjadi sangat sempit, semangat kewirausahaan yang rendah, dan tidak mempunyai atau mengenal manajemen usahanya.

Dari uraian tentang permasalahan dan potensi tersebut, terlihat adanya kesempatan dan peluang untuk mengembangkan industri kecil. Kemampuan membaca peluang pasar dan penciptaan produk yang berdaya saing dengan melakukan diversifikasi produk yang ditunjang oleh motivasi usaha dan kemampuan usaha sangat menentukan keberhasilan industri kecil menengah makanan ringan kecipring.

Berdasarkan paparan di atas, penulis melakukan survey awal pada pelaku bisnis Sentra Keripik Kecimpring di Desa Pagerwangi Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat melalui kuesioner dan juga wawancara. Berikut ini hasil kuesioner dan wawancara secara langsung kepada para pelaku usaha Sentra Keripik Kecimpring di Desa Pagerwangi Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat dengan jumlah 20 responden, yang disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1.2

Data Survei Awal Variabel Motivasi Usaha

NO	PERTANYAAN	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah anda memiliki pendapatan yang cukup sebagai jaminan stabilitas keuangan?	13	7
		65%	35%
2.	Apakah anda percaya bahwa usaha anda mengangkat derajat diri anda?	16	4
		80%	20%
3.	Apakah anda sudah memberi lowongan pekerjaan untuk masyarakat?	5	15
		25%	75%
4.	Apakah anda sudah memiliki pemenuhan diri yang baik untuk menjalankan bisnisnya?	14	6
		70%	30%

Sumber : Data diolah

Dapat dilihat pada tabel 1.2. berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 20 responden pelaku bisnis keripik kecimpring yang dilakukan penulis mengenai variabel motivasi usaha, terdapat permasalahan pada usaha keripik kecimpring ini, sebanyak

65% responden menyatakan bahwa mereka percaya bahwa memiliki pendapatan yang cukup sebagai stabilitas keuangan dan 35% responden menyatakan bahwa mereka tidak percaya bahwa memiliki pendapatan yang cukup sebagai stabilitas keuangan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari pelaku bisnis keripik kecimpring di desa Pagerwangi percaya bahwa memiliki pendapatan yang cukup sebagai stabilitas keuangan, responden menganggap bahwa dengan memiliki stabilitas keuangan dapat memberikan nafkah untuk keluarga dan dapat menimbulkan semangat lebih dari para pelaku bisnis untuk dapat memaksimalkan kinerja usahanya hingga akhirnya dapat mencapai keberhasilan usaha.

Sebanyak 80% pelaku bisnis menjawab mereka percaya bahwa usahanya mengangkat derajat dirinya dan 20% pelaku bisnis menjawab tidak percaya bahwa usahanya mengangkat derajat dirinya. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari pelaku bisnis keripik kecimpring di Desa Pagerwangi percaya bahwa usahanya mengangkat derajat dirinya. Responden menganggap bahwa dengan usahanya dapat dikenal dan dihormati oleh orang banyak sehingga dalam diri mereka timbul semangat yang lebih besar untuk mencapai keberhasilan usaha.

Sebanyak 75% pelaku bisnis menjawab mereka tidak percaya bahwa para pelaku bisnis memberikan lowongan pekerjaan untuk masyarakat dan 25% pelaku bisnis menjawab percaya bahwa para pelaku bisnis memberikan lowongan pekerjaan untuk masyarakat. Hal tersebut menunjukkan kebanyakan dari pelaku bisnis keripik kecimpring di Pagerwangi tidak percaya bahwa para pelaku bisnis memberikan

lowongan pekerjaan untuk masyarakat. Responden menganggap bahwa dalam usahanya memiliki pekerja dari keluarganya sendiri tidak dari masyarakat.

Sebanyak 70% pelaku bisnis menjawab mereka percaya bahwa sudah memiliki pemenuhan diri yang baik untuk menjalankan bisnisnya dan 30% pelaku bisnis menjawab mereka tidak percaya bahwa sudah memiliki pemenuhan diri yang baik untuk menjalankan bisnisnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan pelaku bisnis keripik kecimpring di desa Pagerwangi percaya bahwa sudah memiliki pemenuhan diri yang baik untuk menjalankan bisnisnya. Responden menganggap bahwa dengan memiliki pemenuhan diri yang baik menjadi mandiri dan tidak bergantung kepada orang lain sehingga dapat mencapai keberhasilan usaha.

Tabel 1.3

Data Survei Awal Variabel Kemampuan Usaha

NO	PERTANYAAN	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah anda sudah memiliki pengetahuan yang baik untuk mengembangkan usahanya?	6	14
		30%	70%
2	Apakah anda sudah siap mengikuti perkembangan usaha saat ini?	8	12
		40%	60%
3.	Apakah anda sudah memiliki keterampilan yang cukup untuk mengembangkan usahanya?	16	4
		80%	20%

Sumber : Data diolah

Dapat dilihat pada tabel 1.3 berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 20 responden pelaku bisnis kecipring yang dilakukan penulis mengenai variabel kemampuan usaha, pada usaha keripik kecipring ini, sebanyak 70% responden menyatakan bahwa tidak memiliki pengetahuan yang baik untuk mengembangkan usahanya dan 30% responden menyatakan bahwa sudah memiliki pengetahuan yang baik untuk mengembangkan usahanya. Hal tersebut menunjukkan kebanyakan dari pelaku bisnis keripik kecipring di Pagerwangi tidak memiliki pengetahuan yang baik dalam mengembangkan suatu usahanya, bahwa keberhasilan usaha ditentukan oleh pengetahuan yang baik dalam menjalankan usaha.

Sebanyak 40% responden menyatakan yakin bahwa sudah siap mengikuti perkembangan usaha saat ini dan 60% responden yang menyatakan tidak yakin bahwa sudah siap mengikuti perkembangan usaha saat ini yang digunakan dalam usaha menentukan keberhasilan dalam usaha. Hal tersebut menunjukan kebanyakan dari pelaku bisnis keripik kecipring di Pagerwangi tidak siap untuk mengikuti perkembangan usaha saat ini, bahwa keberhasilan usaha ditentukan oleh perkembangan usaha atau sikap dalam menjalankan bisnis.

Sebanyak 80% responden menyatakan yakin bahwa sudah memiliki keterampilan yang cukup untuk mengembangkan usahanya dan 20% responden yang menyatakan tidak memiliki keterampilan yang cukup untuk mengembangkan usahanya, keterampilan yang digunakan dalam usaha menentukan keberhasilan dalam usaha. Berdasarkan data yang diperoleh, menunjukkan kebanyakan dari pelaku bisnis keripik

kecimpring di Pagerwangi yakin bahwa memiliki keterampilan yang cukup untuk mengembangkan usahanya menentukan keberhasilan dalam usaha.

Tabel 1.4

Data Survei Awal Variabel Keberhasilan Usaha

NO	PERTANYAAN	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah anda memiliki jumlah modal yang cukup untuk pengembangan usaha?	14	6
		70%	30%
2.	Apakah usaha anda mendapatkan keuntungan yang terus meningkat?	8	12
		40%	60%
3.	Apakah tenaga kerja penduduk dalam usia kerja yang siap melakukan pekerjaan?	16	4
		80%	20%
4.	Apakah volume penjualan terus meningkat?	6	14
		30%	70%

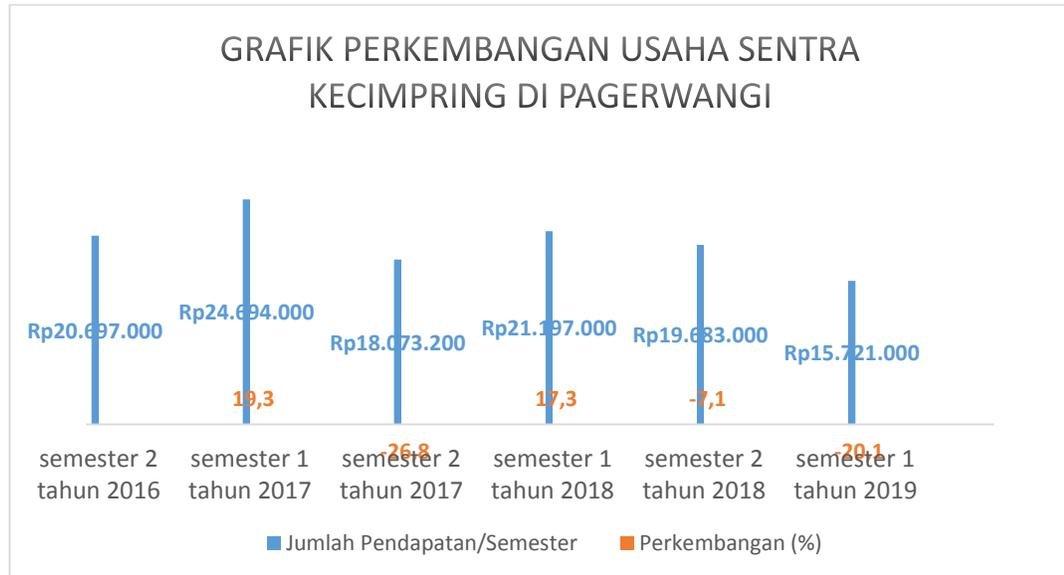
Sumber : Data diolah

Dapat dilihat pada tabel 1.4., berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 20 responden pelaku bisnis keripik kecimpring yang dilakukan penulis mengenai variabel keberhasilan usaha, terdapat permasalahan pada keripik kecimpring ini, sebanyak 70% responden menyatakan selalu memiliki jumlah modal yang mereka miliki dalam usahanya dan 30% responden menyatakan tidak memiliki jumlah modal dalam usahanya. Hal tersebut menunjukkan kebanyakan dari pelaku bisnis keripik kecimpring di Pagerwangi memiliki jumlah modal yang memadai.

Peningkatan pendapatan keuntungan jumlah uang diperoleh data sebanyak 40% responden dan 60% responden tidak mengalami peningkatan keuntungan pada keripik kecimpringnya. Peningkatan keuntungan merupakan salah satu tujuan dalam mendukung produksi, jika pendapatan keuntungan selalu mengalami penurunan maka perusahaan akan sulit untuk mengembangkan usahanya.

Sebanyak 80% responden menyatakan tenaga kerja yang cukup usia mereka miliki dalam usahanya dan 20% responden menyatakan tidak ada tenaga kerja yang cukup usia dalam usahanya. Hal tersebut menunjukkan kebanyakan dari pelaku bisnis keripik kecimpring di Pagerwangi memiliki jumlah tenaga kerja yang cukup usia.

Peningkatan volume penjualan diperoleh data sebanyak 30% responden dan 70% responden tidak mengalami peningkatan volume penjualan pada keripik kecimpringnya. Peningkatan volume penjualan merupakan salah satu tujuan dalam mendukung produksi, jika volume penjualan selalu mengalami penurunan maka perusahaan akan sulit untuk mengembangkan usahanya.



Gambar 1.1

Data Perkembangan Usaha Sentra Kecimpring Di Pagerwangi

Tahun 2016-2019

Sumber : Data pelaku usaha

Berdasarkan Gambar 1.1 terlihat bahwa perkembangan usaha kecimpring di Pagerwangi mengalami penurunan, dilihat dari beberapa indikator diantaranya jumlah pendapatan usaha yang mengalami penurunan di semester 2 di tahun 2017 sebesar Rp. 18.073.200 dari semester sebelumnya, dan terjadi kembali penurunan di semester 1 tahun 2019 sebesar Rp. 15.721.000 dari semester sebelumnya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH MOTIVASI USAHA DAN KEMAMPUAN USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (Studi Kasus Pada Usaha Sentra Keripik Kecimpring Pagerwangi Kabupaten Bandung Barat)”**.

1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Setelah melakukan survey awal, penulis menemukan beberapa permasalahan pada pelaku bisnis Sentra Keripik Kecimpring di Desa Pagerwangi Kabupaten Bandung Barat diantaranya, yaitu :

1. Pelaku bisnis sulit untuk membuka lowongan pekerjaan kepada masyarakat, dikarenakan tenaga kerjanya yaitu keluarga sendiri.
2. Pelaku bisnis sulit mewujudkan pengetahuan mengembangkan usaha yang telah dibentuk oleh pelaku usaha itu sendiri, karena kurangnya pengetahuan teknologi dalam pengembangan usaha, contohnya seperti e-bussines.
3. Pelaku bisnis sulit untuk sikap yang baik, pelaku bisnis belum siap untuk perkembangan bisnis saat ini, menyikapi perkembangan bisnis di zaman sekarang, sehingga dapat tertinggal oleh pengusaha lainnya.
4. Pelaku bisnis sulit untuk pendapatan jumlah uang terus meningkat karena minimnya pelanggan tetap, juga banyaknya pesaing di sentra oleh-oleh khas Bandung, sehingga penghasilan yang didapatkan tidak maksimal.
5. Pelaku bisnis sulit untuk meningkatkan volume penjualan, dikarenakan usaha keripik kecimpring ini hanya ramai terjual di waktu tertentu, contohnya saat hari libur nasional dimana wisatawan dari luar Bandung banyak berkunjung dan membeli keripik kecimpring sebagai oleh-oleh untuk dibawa kembali ke tempat asalnya.

1.2.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Motivasi Usaha di Sentra Keripik Kecimpring Pagerwangi Kabupaten Bandung Barat?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kemampuan Usaha di Sentra Keripik Kecimpring Pagerwangi Kabupaten Bandung Barat?
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha di Sentra Keripik Kecimpring Pagerwangi Kabupaten Bandung Barat?
4. Seberapa besar pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha secara parsial dan simultan di Sentra Keripik Kecimpring Pagerwangi Kabupaten Bandung Barat?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud mencari, mengumpulkan dan mengolah data mengenai motivasi usaha dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha pada Sentra Keripik Kecimpring Pagerwangi Kabupaten Bandung Barat.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Motivasi Usaha di Sentra Keripik Kecimpring Pagerwangi Kabupaten Bandung Barat.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kemampuan Usaha di Sentra Keripik Kecimpring Pagerwangi Kabupaten Bandung Barat.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha di Sentra Keripik Kecimpring Pagerwangi Kabupaten Bandung Barat.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha secara parsial dan simultan di Sentra Keripik Kecimpring Pagerwangi Kabupaten Bandung Barat.

1.4. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dari maksud dan tujuan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, berguna bagi semua kalangan baik bagi aspek teoritis maupun aspek praktis.

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, kegunaan dari penelitian yang dilakukan dapat menambah wawasan, ilmu pengetahuan mengenai pentingnya pengaruh motivasi usaha dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini juga dapat

dijadikan upaya meningkatkan motivasi usaha dan kemampuan usaha dalam berwirausaha.

1.4.2. Kegunaan Praktik

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

1. Bagi Sentra Keripik Kecimpring Pagerwangi. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran kepada para pelaku bisnis pada Sentra Kripik Kecimpring Pagerwangi dalam menggunakan strategi motivasi usaha dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha.
2. Memberikan informasi mengenai perkembangan dan pengaruh motivasi usaha dan kemampuan usaha dalam upaya meningkatkan keberhasilan usaha.

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran tentang pentingnya motivasi usaha dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha.

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam usulan penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada Sentra Keripik Kecimpring Pagerwangi Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2019.

1.5.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan September 2019 sampai dengan bulan Februari 2020. Adapun jadwal kegiatan penelitian yang dilaksanakan oleh penulis yaitu sebagai berikut :

No	Keterangan	September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
		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.	Survei Tempat Penelitian	■	■																						
2.	Melakukan Penelitian			■	■	■	■																		
3.	Pencarian data							■	■																
4.	Membuat Proposal							■	■	■	■														
5.	Seminar											■													
6.	Revisi													■											
7.	Penelitian Lapangan													■	■	■	■	■	■	■	■				
8.	Bimbingan													■	■	■	■	■	■	■	■				
9.	Sidang Akhir																							■	■

Tabel 1.5.
Jadwal Kegiatan Penelitian