

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Objek Penelitian

UMKM adalah singkatan khas untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM adalah bisnis yang dijalankan dan dikelola oleh suatu badan usaha atau individu. Berdasarkan UU No. 20 tentang UU UMKM tahun 2008, yang menyebutkan UMKM telah dikelompokkan berdasarkan kriteria tertentu. UMKM dikategorikan sebagai usaha yang memiliki keunggulan dalam inovasi serta dapat menopang perekonomian negara dan dapat bertahan pada saat adanya krisis negara.

UMKM di Indonesia, telah membantu perekonomian negara dan menjadi tulang punggung negara Indonesia dengan menyumbang *Product Domestic Bruto* (PDB) terbesar dan usaha yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Pada penelitian ini, objek penelitian yang ditentukan yaitu UMKM di kota Medan dari berbagai sektor bisnis. Ibu Kota dari provinsi Sumatra Utara adalah Medan, Medan adalah kota terbesar ketiga di Indonesia.

Tabel 1. 1. Total Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Medan Tahun 2021

USAHA MIKRO	1546
USAHA KECIL	115
USAHA MENENGAH	11
JUMLAH USAHA	1672

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Medan (2021)

Berdasarkan data jumlah UMKM pada tabel diatas ini, jumlah UMKM di Kota Medan adalah 1672 dengan pembagian usaha mikro berjumlah 1546, usaha kecil berjumlah 115, dan usaha menengah berjumlah 11.

Tabel 1. 2. Persentase Jumlah Jenis Usaha dari Berbagai Sektor

Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
Agribisnis	8	0,48%
Dagang	69	4,13%
Jasa	281	16,81%
Kuliner	991	59,27%
Produksi	323	19,32%
Total	1672	100%

Sumber: Data yang diolah oleh penulis, (2021)

Terdapat 8 usaha Agribisnis dengan persentase 0,48%, Dagang sebesar 69 usaha dengan persentase 4,13%, Jasa sebesar 281 usaha dengan persentase 16,81%, Kuliner sebesar 991 usaha dengan persentase 59,27%, Produksi sebesar 323 usaha dengan persentase 19,32%. Dengan total usaha yang terdata dan di bina Dinas Koperasi UMKM Kota Medan sebesar 1672 UMKM.

1.2. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian global di zaman seperti sekarang ini, mempengaruhi perubahan perekonomian di suatu negara tak terkecuali Indonesia. Bertumbuhnya perekonomian Indonesia mampu menopang kesejahteraan masyarakat. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM telah terbukti mampu menyerap tenaga kerja sebesar 97% serta dapat membuat lapangan kerja baru. Hal ini membuat ekonomi Indonesia menjadi sejahtera (Limanseto, 2021).

Perlu diketahui UMKM terbentuk awalnya dari usaha rumahan atau rumah tangga. Kebanyakan UMKM terbentuk dari usaha rumahan. Adanya usaha rumahan berhasil menghasilkan produk dan jasa yang dapat menyerap tenaga kerja maka dari itu adanya UMKM dapat membantu pemerataan pendapatan (Iskandar, 2021).UMKM telah menjadi penopang penting di perekonomian bangsa. Merujuk pada statistik dari Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia terdapat 64,2 juta UMKM dan telah berkontribusi untuk

menciptakan lapangan pekerjaan sebesar 97%. Dalam sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (*Grass Domestik Product*) UMKM telah berkontribusi Rp8.573,89 triliun atau 61,07% dan telah menyumbang investasi sebesar 60,4% (EKON,dep, 2021).

Keunggulan usaha mikro kecil menengah umumnya dalam bidang memanfaatkan sumber daya alam lokal dan padat karya, seperti : pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan. Dengan kata lain, usaha mikro bergerak pada sektor riil, yaitu sektor yang umumnya digerakkan oleh masyarakat menengah ke bawah. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, utamanya dalam pembangunan ekonomi adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan (Sahputra et al., 2021).

Data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dapat digunakan untuk mengukur perkembangan ekonomi suatu daerah. Untuk mengatasi potensi sumber daya alam, pemerintah pusat berkolaborasi dengan pemerintah daerah untuk menggunakan sumber daya alam yang tersedia serta menjalin kerja sama dengan sektor swasta untuk merangsang pertumbuhan serta dapat menciptakan lapangan kerja (Nursidi & Wulandari, 2021). Produk domestik bruto daerah terbagi dua jenis, khususnya PDRB atas dasar harga berlaku dan PDRB atas dasar harga yang ditetapkan. PDRB harga tetap digunakan dalam menetapkan taraf pertumbuhan ekonomi tanpa dipengaruhi oleh adanya faktor harga atau ekonomi riil tahunan. Sementara itu, PDRB harga berlaku dipakai dalam melihat kapasitas sumber daya ekonomi sebuah daerah tersebut mumpuni atau tidak (Rohmatul Jannah, 2018).

Tabel 1. 3. Distribusi Produk Domestik Regional Bruto Menurut Bidang Usaha Atas Dasar Harga Berlaku di Kota Medan Tahun 2017–2021, (%)

Sektoral Bisnis	“[Seri 2010] Distribusi PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (%) (Persen)”				
	2017	2018	2019	2020	2021
A. Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	1.25	1.22	1.12	1.12	0.99
B. Penambangan dan penggalian	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01
C. Industri manufaktur	14.84	14.61	14.26	14.12	14.23
D. Pasokan Gas dan Listrik	0.10	0.09	0.10	0.10	0.10
E. Pasokan air, pembuangan limbah, daur ulang, dan limbah	0.20	0.20	0.19	0.21	0.20
F. Konstruksi	19.23	19.32	19.35	18.84	19.28
G. Perdagangan dalam partai besar dan eceran, serta servis motor dan mobil	24.64	24.96	25.56	25.72	26.03
H. Transportasi dan Pergudangan	6.36	6.30	6.38	5.84	5.55
I. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	3.07	3.03	3.05	2.74	2.57
J. Komunikasi dan informasi	5.10	5.13	5.16	5.62	5.71
K. Sektor Keuangan dan Asuransi	6.67	6.41	6.08	6.01	6.10
L. Real Estate	8.76	8.92	8.89	9.51	9.31
M,N. Sektor Perusahaan	2.59	2.59	2.68	2.78	2.75
O. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	1.83	1.82	1.82	1.93	1.87
P. Sektor Pendidikan	2.57	2.56	2.55	2.59	2.54
Q. Sektor Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1.62	1.68	1.71	1.75	1.68
R,S,T,U. Sektor Lainnya	1.16	1.17	1.18	1.20	1.15
PDRB	100.0 0	100.0 0	100.0 0	100.0 0	100.0 0

*Sumber:*BPS Kota Medan, (2022)

Pada tabel diatas ini menunjukkan bahwa sektor yang paling berkontribusi pada distribusi PDRB menurut lapangan usaha atas dasar harga berlaku di Kota Medan dari tahun 2017-2021 adalah pertama sektor perdagangan dalam partai besar dan eceran, serta servis motor dan mobil, kedua sektor kontruksi dan ketiga industri manufaktur. Di tahun 2021 sektor perdagangan menyumbang kontribusi sebesar 26,03%, Kontruksi menyumbang sebesar 19,28% dan industri manufaktur atau industri pengolahan menyumbang 14,23%. Dilihat dari data tersebut kontribusi UMKM sangat besar di kota Medan terhadap PDRB.

Tabel 1. 4. Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha di Kota Medan (%), 2017-2021

Sektoral Bisnis	“[Seri 2010] Laju Pertumbuhan PDRB adhk 2010 (Persen)”				
	2017	2018	2019	2020	2021
A. Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	6.31	2.23	-3.84	-0.85	-7.11
B. Penambangan dan Penggalian	-2.68	2.14	-0.66	-1.40	3.32
C. Industri manufaktur	1.87	5.03	4.20	-3.50	0.22
D. Pasokan Gas dan Listrik	9.54	4.78	4.23	5.91	3.30
E. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	7.75	7.98	4.99	6.54	3.68
F. Konstruksi	7.16	5.45	7.62	-5.22	4.76
G. Perdagangan dalam partai besar dan eceran, serta servis motor dan mobil	6.78	5.97	6.11	-1.82	3.91
H. Transportasi dan Pergudangan	7.98	6.62	6.15	-12.55	-2.67
I. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	6.81	6.56	7.92	-10.28	-1.43
J. Komunikasi dan informasi	8.85	8.71	8.92	9.03	6.83
K. Sektor Keuangan dan Asuransi	0.75	1.99	2.08	0.98	3.62
L. Real Estate	6.63	7.35	5.19	4.45	0.15
M,N. Sektor Perusahaan	7.29	7.53	5.87	-2.21	-0.26
O. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	1.19	8.57	6.72	2.80	1.93
P. Sektor Pendidikan	4.91	6.22	5.95	1.52	3.01
Q. Sektor Kesehatan dan Kegiatan Sosial	8.50	8.52	4.68	-0.12	0.10
R,S,T,U. Sektor Lainnya	7.97	7.28	6.97	-0.36	1.32
PDRB	5.81	5.92	5.93	-1.98	2.62

Sumber: BPS Kota Medan, (2022)

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa laju pertumbuhan PDRB Kota Medan, Pada tahun 2017 PDRB Kota Medan sebesar 5,81%. Tahun 2018 hingga 2019 mengalami kenaikan namun lajunya sangat lambat. Peningkatan mencapai 0,11% melaju ke 5,92% dan pada tahun 2019 meningkat mencapai 0,01% melaju ke 5,93%. Tahun 2020 mengalami penurunan signifikan menjadi -1,98% dikarenakan adanya pandemi. Tahun 2021 mengalami kenaikan laju pertumbuhan menjadi 2,62 %.

Laju pertumbuhan ekonomi terdapat faktor yang dapat mendorongnya, salah satu kunci untuk mendorong PDRB tumbuh adalah para wirausaha mempunyai ide yang

kreatif (Rohmatul Jannah, 2018). Menurut Rohmatul Jannah (2018) untuk melakukan inovasi memerlukan ide yang kreatif, dan peran itu dipunyai oleh UMKM. UMKM sangat berkontribusi dalam tumbuhnya PDRB dengan memiliki kontribusi sebesar 57,84% kemudian meningkat menjadi 60,34% (Rohmatul Jannah, 2018).

Adanya penurunan pertumbuhan ekonomi Kota Medan merupakan penyangga bagi pemerintah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, dan perlu dipahami bahwa bagaimana cara untuk memajukan pertumbuhan ekonomi Kota Medan, agar meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kota Medan (Nursidi & Wulandari, 2021). Sebuah upaya pengembangan dari pemerintah Kota Medan yaitu melalui pengembangan sektor ekonomi melalui beberapa program yang dapat memajukan dan membangkitkan UMKM di Kota Medan. Untuk itu perlu dilakukan optimalisasi pengembangan UMKM, mengingat keberadaan UMKM sangat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi negara Indonesia (Nursidi & Wulandari, 2021).

Tabel 1. 5 Kenaikan Jumlah UMKM Per-tahun di Kota Medan

Tahun	Jumlah UMKM
2014	3127
2015	3255
2016	3273
2017	3341
2018	3598
2019	3861
2020	1443
2021	1672

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan, (2021)

Pada tabel diatas menunjukkan peningkatan jumlah UMKM di Kota Medan pada periode tahun 2014 hingga 2019 yang selalu meningkat dan dari tahun 2020 hingga 2021 Adanya penurunan yang signifikan pada tahun 2020 dikarenakan pandemi. Data ini menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun jumlah UMKM itu meningkat di luar masa

pandemi dan mampu untuk membuka lapangan kerja baru dan meningkatkan perekonomian daerah khususnya di Kota Medan. Saat ini terdapat masalah yang lebih serius di hadapi oleh usaha mikro kecil menengah yaitu mewabahnya virus Corona (Covid-19) yang melanda beberapa Negara termasuk Negara Indonesia dan bahkan hampir seluruh kota di Indonesia termasuk kota Medan, sangat dirasakan dampaknya oleh pelaku usaha mikro kecil menengah terkait dengan daya beli masyarakat yang turun drastis sehingga mempengaruhi jumlah produksi, penjualan dan keuntungan yang di peroleh (Sahputra et al., 2021). Mengutip informasi dari (Adityo Protjo, 2022), pemerintah Kota Medan mengajak para pelaku UMKM untuk mengikuti perkembangan zaman dan menerapkan digitalisasi di tengah pandemi covid-19 ini dilakukan untuk mendorong UMKM di Kota Medan agar bangkit dan berkembang. Dengan digitalisasi pelaku UMKM diharapkan dapat memasarkan produknya agar dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia dan lewat digitalisasi, transaksi dapat digunakan tanpa harus tatap muka. Menerapkan digitalisasi pemasaran produk sudah tidak dapat dihindari, khususnya pemanfaatan teknologi informasi yang sangat maju dan penting memperluas keterjangkauan barang. Maka jika masih menjual secara konvensional pasar akan terbatas hanya lokal, melalui pemasaran digital pasar dapat menjangkau lebih luas. Dengan penerapan digitalisasi menjadi langkah strategis dan inovatif membuka pasar UMKM di Kota Medan (Adityo Protjo, 2022).

Menurut Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Medan Benny Iskandar Nasution, menyatakan ada banyak program untuk mendorong perkembangan pelaku UMKM di Kota Medan, Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan akan memaksimalkan seluruh anggaran untuk menjalankan program yang ada. Salah satu program yang telah dilaksanakan yaitu bantuan pemberian alat-alat kerja atau produksi kepada para pelaku UMKM. Dengan begitu para pelaku UMKM dapat berproduksi lebih baik. Selain itu UMKM di Kota Medan akan diberikan pelatihan dan pembinaan dan terus di dorong agar memasarkan produk-produknya, baik secara offline dengan bazaar, pameran dan kegiatan yang mengundang banyak orang atau memasarkan produknya melalui pasar-pasar modern (Rahmadani, 2022). Menurut (Sumut pos, 2022) Pemerintah Kota (Pemko) Medan mengaku akan terus berupaya untuk membuat Usaha

Kecil Mikro Menengah (UMKM) di Kota Medan bisa ‘naik kelas’. Salah satu upaya yang dilakukan di tahun 2022 ini, Pemko Medan melalui Dinas Koperasi dan UMKM telah menargetkan agar 33 ribu UMKM di Kota Medan bisa masuk pasar modern dalam memasarkan dan produk-produknya. Salah satu cara untuk bisa merealisasikannya, kita akan permudah persyaratan untuk pelaku UMKM agar bisa menjadi pelaku UMKM binaan salah satu upaya untuk mempermudah para pelaku UMKM di Medan agar bisa menjadi binaan pihaknya, adalah dengan memberikan keringanan persyaratan.

Adanya kemunculan konsep baru yaitu *Entrepreneurial Marketing* dengan digabungannya antara konsep *Entrepreneurship* (Kewirausahaan) dan *Marketing* (Pemasaran) menjadi kesatuan yang dapat menjadi solusi untuk membantu segala keterbatasan sumber daya dan permasalahan pada UMKM. Dikarenakan pemasaran tradisional saat ini kurang efektif bagi UMKM, UMKM harus mempunyai kemampuan berinovasi dan pemasaran yang baik agar dapat melihat dan memanfaatkan peluang yang ada, maka dari itu solusi yang diharapkan dengan pendekatan *Entrepreneurial Marketing* (Azizah et al., 2019).

Para peneliti terdahulu setuju dengan berbedanya konsep pemasaran di perusahaan kecil dan perusahaan besar. Kegiatan pemasaran pada perusahaan kecil seperti UMKM mempunyai keterbatasan sumber daya serta hanya bergantung pada kreativitas. *Entrepreneurial marketing* dapat dipandang sebagai paradigma baru yang menggabungkan kunci penting dari kewirausahaan dan pemasaran menjadi sebuah satu kesatuan yang terintegrasi, perusahaan melakukan kegiatan kewirausahaanya dengan menggunakan proses pemasaran (Sadiku-Dushi et al., 2019). Dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis, bergejolak dan kompetitif saat ini, pengusaha dan manajer diharapkan tidak lagi memilih konsep manajemen tradisional dan lebih memilih prinsip yang inovatif seperti *Entrepreneurial Marketing* (Sadiku-Dushi et al., 2019).

Pada penelitian ini menggunakan tujuh dimensi *Entrepreneurial Marketing* dari (Morris et al., 2002) dalam (Sadiku-Dushi et al., 2019) yang terdiri dari proaktif (*proactiveness*), inovatif (*innovativeness*), pengambilan risiko yang diperhitungkan (*calculated risk-taking*), fokus peluang (*opportunity focus*), intensitas pelanggan (*customer intensity*), sumber daya (*resource leverage*), dan penciptaan nilai (*value*

creation). Maka dari itu, Penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Entrepreneurial Marketing* terhadap kinerja usaha UMKM di Kota Medan.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, Usaha mikro, kecil, dan menengah atau biasa disebut UMKM terbukti telah dapat mempengaruhi perekonomian Indonesia, menyumbang banyak kontribusi ke *Product Domestic Bruto* serta mampu menyerap 97% tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan UMKM.

Dapat diketahui laju PDRB pertumbuhan ekonomi di Kota Medan mengalami penurunan yang sangat signifikan pada tahun 2020. Penurunan tersebut dipengaruhi oleh adanya pandemi. Untuk mendorong laju PDRB di suatu daerah yaitu dengan adanya perkembangan dan dorongan bagi UMKM untuk naik kelas karena UMKM mampu berkontribusi pada PDRB dan menyerap tenaga kerja. Perkembangan UMKM di Kota Medan menunjukkan jumlah yang berkembang dari tahun ke tahunnya hanya saja adanya faktor seperti pandemi, perkembangan UMKM mengalami penurunan drastis dan mulai menunjukkan peningkatan kembali. Menurut Dinas Koperasi dan UMKM di Kota Medan beberapa hal yang harus diperhatikan oleh para pelaku UMKM yaitu dengan memanfaatkan teknologi dengan digitalisasi agar para UMKM dapat bangkit dan berkembang pada saat pandemi dan dapat mendorong laju pertumbuhan ekonomi di Kota Medan serta dapat memasarkan produk mereka pada pasar yang modern.

Perlu solusi untuk menumbuhkan perkembangan UMKM di Kota Medan yaitu dengan pendekatan konsep *Entrepreneurial Marketing* penggabungan antara *Entrepreneurship* dan *Marketing* yang dapat membantu segala keterbatasan sumber daya pada UMKM. Dengan menggunakan tujuh dimensi dari *Entrepreneurial Marketing* yang terdiri dari *proactiveness*, *calculated risk taking*, *innovativeness*, *opportunity focus*, *resource leveraging*, *customer intensity* dan *value creation*. Menurut (Rashad, 2018) berdasarkan penelitian yang dilakukannya analisis regresi mengungkapkan bahwa dimensi *opportunity focus*, *calculated risk taking*, dan *value creation* pada *entrepreneurial marketing* terdapat hubungan terhadap kinerja, sedangkan dimensi

proactiveness, innovativeness, customer intensity, dan resource leverage menunjukkan hubungan yang negatif terhadap kinerja usaha. Meskipun tidak semua dimensi *entrepreneurial marketing* berhubungan positif dengan kinerja namun, penelitian (Sadiku-Dhusi et al., 2019) menunjukkan baik secara terpisah maupun bersamaan, dimensi-dimensi tersebut tetap mempengaruhi kinerja usaha UMKM.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, beberapa pertanyaan yang akan menjadi dasar serta batasan untuk penelitian ini. Pertanyaan tersebut terdiri dari :

1. Seberapa besar pengaruh dimensi *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja UMKM di Kota Medan?
2. Seberapa besar pengaruh *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja UMKM di Kota Medan?

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hal-hal berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja UMKM di Kota Medan
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Entrepreneurial Marketing* terhadap kinerja UMKM di Kota Medan

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, keuntungan yang ditawarkan mencakup lebih banyak penelitian tentang bagaimana *entrepreneurial marketing* berdampak pada kesuksesan UMKM.

1.6.2. Manfaat Praktis

Keuntungan praktis antara lain pengetahuan dan informasi baru bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha dan kinerja pemasaran

dengan mengimplementasikan tujuh dimensi ini yang berpengaruh terhadap kinerja usaha.

1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan petunjuk penulisan semuanya diuraikan dalam bab ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Teori-teori tentang penelitian ini disajikan dalam bab ini, memakai landasan teori yang dikutip dari peneliti yang terdahulu sebagai acuan. Untuk menggambarkan masalah-masalah yang ada di penelitian ini dan adanya hipotesis sebagai dugaan awal masalah.

BAB III METODE PENELITIAN

Pemilihan teknik penelitian untuk pengumpulan data, analisis, dan pemecahan masalah dibahas dalam bab ini, meliputi metode penelitian, metode operasionalisasi variabel, populasi dan ukuran sampel, metode pengumpulan data, pengujian validitas dan reliabilitas, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Temuan dan pembahasan rumusan dan tujuan yang telah ditetapkan juga disertakan dalam bab ini. Bab ini dibagi menjadi dua bagian: bagian pertama menyajikan temuan penelitian, dan bagian kedua menganalisis temuan tersebut. Perdebatan harus dimulai dengan temuan analisis, kemudian harus dipahami dan ditarik kesimpulan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berfungsi sebagai bab terakhir penelitian, dimana sebuah kesimpulan ialah pernyataan secara ringkas dan jelas yang dibuat dari keseluruhan isi penelitian. Sedangkan saran sendiri lebih mengarah kepada pendapat yang dikemukakan oleh peneliti.