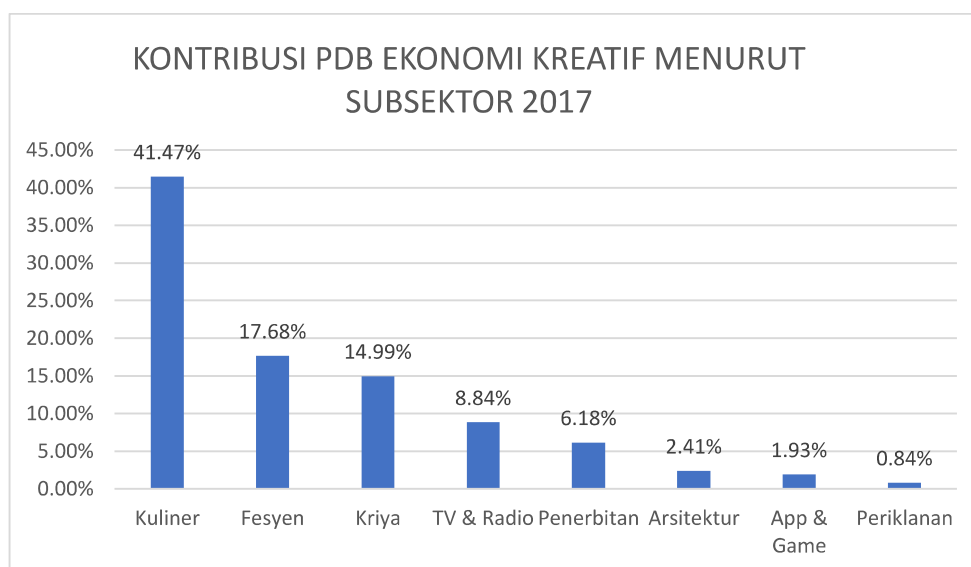


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Industri kreatif Indonesia memberikan kontribusi yang besar dalam memajukan perekonomian nasional. Hal ini dapat terlihat dari semakin banyaknya subsektor industri kreatif di Indonesia. Seperti, kuliner, *fashion*, kriya yang ikut mempengaruhi perilaku kebutuhan masyarakat dan pelaku usaha di industri kreatif. Perkembangan industri kreatif Indonesia diiringi dengan kenaikan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional. Seperti yang terlihat pada Gambar I.1 mengenai kontribusi PDB industri kreatif Indonesia pada tahun 2017.

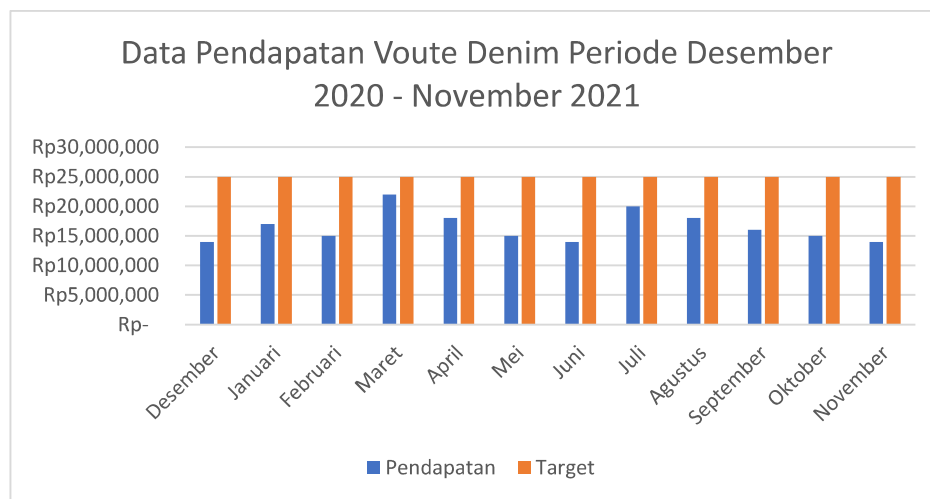


Gambar I. 1 Persentase Kontribusi PDB Subsektor Ekonomi Kreatif Tahun 2017

(Sumber: Badan Ekonomi Kreatif, 2017)

Berdasarkan Gambar I.1, diketahui bahwa subsektor kuliner, *fashion* dan kriya memiliki persentase yang besar dalam kontribusi PDB subsektor ekonomi kreatif (ekraf). Jika dilihat dari nilai persentase PDB nya, *fashion* dapat dijadikan salah satu subsektor unggulan ekonomi kreatif di Indonesia. Menurut data yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik dan Badan Ekonomi Kreatif tahun 2017, sektor *fashion* menyumbang sebesar 17,68% terhadap pembentukan PDB Ekonomi Kreatif. Di tahun yang sama tercatat ekspor industri *fashion* mencapai USD13,29 miliar atau meningkat 8,7 persen dari tahun sebelumnya

menurut Kementerian Perindustrian Indonesia. Hal tersebut dapat dinilai bahwa subsektor industri kreatif *fashion* memiliki potensi untuk tumbuh lebih besar. Kategori produk *fashion* terdiri dari berbagai macam barang seperti baju, celana, tas, sepatu hingga aksesoris seperti topi, gelang, kalung, dan lain-lain dengan memakai bahan dasar tertentu. Dengan berbagai jenis produk *fashion* tersebut, penggiat bisnis *fashion* melihat peluang tersebut untuk membuat *brand* dengan didasari jenis produk yang beragam dengan memakai bahan dasar seperti denim. Terdapat banyak *Brand fashion* denim lokal pada saat ini, salah satunya adalah Voute Denim. Voute Denim adalah *brand fashion* denim yang didirikan pada tahun 2014 oleh empat *founder* yang berlokasi di Jl. Sukamaju No.6, Pasteur, Kec. Sukajadi, Kota Bandung. Segmentasi secara demografis Voute Denim adalah kelompok usia remaja dan dewasa dengan rentang usia 18 – 35 tahun, dengan produk yang ditujukan untuk kalangan menengah ke atas. Segmentasi secara perilaku Voute Denim adalah remaja dan orang dewasa yang memiliki minat terhadap denim atau biasa disebut *denim head*.



Gambar I. 2 Pendapatan Voute Denim Periode Desember 2020 – November 2021

(Sumber: Data Internal Voute Denim, 2021)

Berdasarkan Gambar 1.2, Data pendapatan Voute Denim pada periode Desember 2020 hingga November 2021 mengalami fluktuasi pendapatan. Pendapatan tertinggi Voute Denim pada bulan Maret 2021 dengan persentase pertumbuhan

47% dari bulan sebelumnya, hal ini dikarenakan Voute Denim memperkenalkan produk baru celana denim *non selvedge* Drizzel, bertemakan *vintage sports skateboards*. Dengan realisasi pendapatan yang fluktuatif mengakibatkan rata – rata pemenuhan target pendapatan Voute Denim selama setahun hanya 66%. Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan pendapatan Voute Denim belum mencapai target. Salah satunya terdapat pada faktor *brand* yaitu rendahnya *heart share*. *Heart share* merupakan nilai tambah pada *brand* mengenai kecocokan konsumen dengan merek dan produk yang ditawarkan secara emosional. Ketatnya persaingan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen yang memiliki pengaruh terhadap pendapatan Voute Denim. Dibandingkan besaran *heart share* menggunakan *followers* media sosial Instagram untuk mengetahui bagaimana nilai yang ditawarkan sesuai dengan konsumen Voute Denim. Dilakukan perbandingan jumlah *followers* Instagram Voute Denim dan pesaing pada tabel Tabel I.1

Tabel I. 1 Data Perbandingan Jumlah *Followers* Instagram *Brand Fashion* Denim

No	<i>Brand fashion</i> Denim	Tahun Berdiri	Jumlah <i>Followers</i> Instagram (Mei, 2022)
1	Hammerstout	2016	134,000
2	Mischief Denim	2006	129,000
3	Pot Meets Pop	2009	127,000
4	Oldblue	2010	125,000
5	Wingman Denim	2012	79,000
6	Bobbies Jeans	2017	64 000
7	Voute Denim	2014	19,000

(Sumber: Akun Instagram *Brand Fashion* Denim)

Tabel I.1 diketahui bahwa Voute Denim merupakan *brand fashion* denim yang memiliki *followers* terendah dengan 19,000 jumlah *followers* di Instagram dibandingkan pesaing lainnya yang mencapai 129,000 *followers* yaitu Mischief Denim. Hal tersebut menandakan bahwa perbedaan *followers* Voute Denim dan pesaing *brand fashion* denim lainnya dapat dinilai jauh dari mendekati

pesaingnya. Jumlah pesaing yang semakin banyak membuat calon pelanggan memiliki pilihan yang banyak pula untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Menurut (Kotler & Keller, 2016), Perusahaan yang membuat keuntungan yang stabil dalam jumlah *heart share* pasti akan mendapatkan keuntungan dalam pangsa pasar dan profitabilitas. Hal tersebut bisa menjadi faktor pertumbuhan pendapatan dan belum tercapainya target pendapatan dari Voute Denim di akibatkan *heart share* yang rendah, dapat mengakibatkan hanya mengetahui *brand fashion* denim yang memiliki *followers* yang tinggi. Untuk muncul pada benak calon konsumen perlu memiliki keunikan dan keunggulan yang menonjol dibandingkan dengan *brand* lainnya. Dilakukan perbandingan *brand fashion* denim lainnya berdasarkan *tagline* dan masing – masing nilai yang ditawarkan. Hasil perbandingan *brand fashion* denim ditunjukkan pada Tabel I.2

Tabel I. 2 Perbandingan *Tagline* dan Nilai yang Ditawarkan

Brand	Tagline	Nilai yang Ditawarkan
Hammerstout	<i>For Forward-Thinking Youth</i>	Hammerstout hadir untuk mengejar kualitas, integritas, dan original untuk menjalani gaya hidup aktif dan terlibat.
Mischief Denim	<i>Crafted With Pride</i>	Pelanggan diharapkan memiliki kebanggaan saat memakai produk dari Mischief Denim dengan tema modern.
Pot Meets Pop	<i>Caters to international demands without compromising on quality as an ode to our roots</i>	Menggabungkan gaya pakaian kerja yang kokoh dengan estetika kontemporer untuk koleksi pakaian pria berkualitas yang dibuat dengan menggunakan bahan dari luar maupun dalam negeri.
Oldblue	<i>Hard Made Rugged Clothier</i>	Memiliki tema dari pakaian kerja <i>vintage</i> amerika dengan membuat pakaian kasar dengan kualitas yang baik dan daya tahan lama.
Wingman Denim	<i>Jeans and Work Wear, Fresh From Our Own factory</i>	Merek kualitas Standar Industri dengan desain berdasarkan interpretasi modern dari pakaian klasik.
Bobbies Jeans	<i>Essentials About Jeans Stories</i>	Memiliki tema <i>streetwear</i> diharapkan pelanggan dapat mengespresikan <i>style</i> menggunakan produk dari Bobbies Jeans.
Voute Denim	<i>Precision Makes Perfection</i>	Voute Denim mengusung tema <i>vintage, sport</i> yang dipadukan dengan konsep <i>art deco</i> . menawarkan produk denim dan kulit yang dengan kualitas baik dan memiliki daya tahan lama dari pemilihan bahan dan kepuasan di setiap produk. Dari konstruksi menjahit, hingga tambalan kulit, kancing.

(Sumber: Hasil Observasi Melalui Website *Company Profile* dan Sosial Media *Brand Fashion Denim*)

Perbandingan *Brand fashion Denim* pada Tabel I.2 diketahui *tagline* dari *Voute Denim* dengan para pesaing. Diketahui bahwa masing – masing *brand* menawarkan nilai nya masing - masing, hal ini menjadi penting karena dapat mempengaruhi minat calon konsumen dengan apa yang ditawarkan. Ketatnya persaingan *brand fashion denim* tidak hanya pada faktor diferensiasi yang ditawarkan dan *hearth share*. Produk juga menjadi suatu faktor untuk dapat memberikan nilai dari perusahaan kepada konsumen. Variasi jenis produk dan variasi model produk dilihat sebagai variasi pilihan yang ditawarkan *brand fashion denim* kepada calon konsumen. Perbandingan variasi produk *Voute Denim* dengan salah satu pesaing yaitu *Mischief Denim* dapat dilihat pada Tabel I.3

Tabel I. 3 Perbandingan Variasi Jenis Produk Dan Model Produk *Voute Denim* dan *Mischief Denim*

Mischief Denim		Voute Denim	
Jenis Produk	Model Produk	Jenis Produk	Model Produk
<i>Pants (Jeans)</i>	<i>Skinny</i>	<i>Pants</i>	<i>Denim Jeans</i>
	<i>Narrow Leg</i>		<i>Cargo Jeans</i>
	<i>Boot Cut</i>	<i>Jacket</i>	<i>Denim Jacket</i>
	<i>Slim Tapered</i>		<i>Corduroy Jacket</i>
	<i>Straight Leg</i>		<i>Canvas Jacket</i>
	<i>Slim Leg</i>	<i>T - Shirt</i>	<i>T- shirt</i>
	<i>Slim Tube</i>	<i>Sandal</i>	<i>Sandal</i>
	<i>Slim Straight</i>	<i>Accessories</i>	<i>Belt</i>
<i>Basic Polo</i>	<i>Hat</i>		
<i>Shirt</i>	<i>Refresher</i>		
<i>T-shirt</i>	<i>Bracelet</i>		
<i>Jacket</i>	<i>Hoodie</i>		
	<i>Denim jacket</i>		
	<i>Crewneck</i>		
<i>Vest</i>	<i>Vest</i>		
<i>Accessories</i>	<i>Hat</i>		
	<i>Bagpack</i>		
	<i>Pin</i>		
	<i>Belt</i>		
	<i>Carabiner</i>		

(Sumber: Hasil Observasi Melalui Website, *E - Marketplace Brand Mischief Denim dan Voute Denim*)

Dari hasil observasi yang dilakukan, Tabel I.3 menunjukkan perbandingan produk Voute Denim dan Mischief Denim. Diketahui bahwa jenis produk dan model yang dimiliki oleh Mischief Denim memiliki banyak varian dibandingkan dengan Voute Denim. Jenis Produk yang dimiliki Mischief Denim seperti *pants, shirt, t-shirt, jacket, Vest* dan juga *Accessories* dimana setiap varian produk menawarkan banyak model yang dapat dipilih oleh calon pembeli, tetapi jenis produk yang tersedia pada Voute Denim hanya memiliki lima jenis produk seperti *pants, shirt, t-, jacket, sandal* dan juga *Accessories* dan model yang ditawarkan masih sedikit. Terbatasnya varian produk yang dimiliki oleh Voute Denim dapat menjadi faktor calon konsumen lebih memilih *brand* lain karena memiliki banyak variasi produk yang bisa dipilih. Adapun faktor yang dapat mempengaruhi calon konsumen belum memilih Voute Denim yaitu faktor informasi yang diterima oleh calon konsumen pada pasar denim yaitu bauran pemasaran. Menurut (Kotler & Keller, 2016), Komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Adapun bauran komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Voute Denim.

Tabel I. 4 Bauran Komunikasi Pemasaran Voute Denim

Bauran Komunikasi Pemasaran	Voute Denim
<i>Advertising</i>	Voute Denim memberikan tema dan logo pada <i>packaging</i> .
<i>Sales Promotion</i>	Menawarkan diskon untuk menarik konsumen.
<i>Event and experiences</i>	Pernah Mengikuti <i>Event Wall of Fades 2018 dan UKM JABAR PATEN 2021</i> .
<i>Public Relations and publicity</i>	-
<i>Online dan social media marketing</i>	Voute Denim melakukan pemasaran menggunakan media sosial Instagram.
<i>Mobile Marketing</i>	-
<i>Direct and database marketing</i>	Voute Denim melakukan penjualan <i>online</i> melalui Website dan <i>e – marketplace</i> .
<i>Personal selling</i>	Melakukan penjualan toko <i>offline</i> berlokasi di kota Bandung.

(Sumber: Wawancara Pihak Voute Denim dan Hasil Observasi)

Berdasarkan Tabel I.4 diketahui Voute Denim dalam melakukan bauran komunikasi pemasarannya didapatkan melalui wawancara pihak Voute Denim melalui *owner* dan hasil observasi melalui *platform* yang dimiliki oleh Voute Denim seperti Instagram, Facebook dan toko *offline*. Diketahui bahwa Voute Denim menggunakan enam bauran komunikasi dari delapan bauran pemasaran. Voute Denim melakukan *Event and experiences* dengan mengikuti *Event Wall of Fades* pada tahun 2018 dan UKM JABAR PATEN pada tahun 2021. Voute Denim melakukan saluran penjualan menggunakan website, *e - marketplace* dan memiliki toko *offline* tetapi kurangnya strategi pada saluran pemasaran dapat mengakibatkan kurangnya informasi kepada calon konsumen mengenai *brand*, produk dan promosi yang sedang dilakukan. Voute Denim juga masih menggunakan bauran pemasaran yang sama di setiap tahunnya. Voute Denim dalam menggunakan bauran komunikasi pemasaran masih bisa dioptimalkan untuk bisa menyebarluaskan informasi kepada calon konsumen. Penggunaan bauran komunikasi yang telah diterapkan oleh Voute Denim sebelumnya dapat dimaksimalkan dengan harapan dapat memperbaiki faktor penyebab belum tercapainya target pendapatan.

Diketahui pada bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan, Voute Denim menggunakan dua saluran penjualan *online* dan *offline*, penjualan melalui *online* dilakukan menggunakan *e - marketplace* seperti Shopee masih belum optimal berdasarkan *rating* yang sudah bagus hanya saja beberapa pesaing memiliki nilai *rating* yang lebih tinggi dan jumlah *followers* yang lebih banyak. Berikut merupakan perbandingan *rating* dan *followers* pada *e - marketplace* Shopee pada Tabel I.5

Tabel I. 5 Perbandingan *Rating* dan *Followers E - Marketplace*

No	Brand fashion Denim	Rating dan Followers E - marketplace	
		Rating Shopee	Followers Shopee
1	Hammerstout	4.8	170,000
2	Mischief Denim	4.9	10,000
3	Pot Meets Pop	4.8	8,900
4	Oldblue	4.9	6,200
5	Wingman Denim	4.9	9,400
6	Bobbies Jeans	4.9	25,000
7	Voute Denim	4.8	1,200

(Sumber: Akun *E – Marketplace* Shopee *Brand Fashion Denim*)

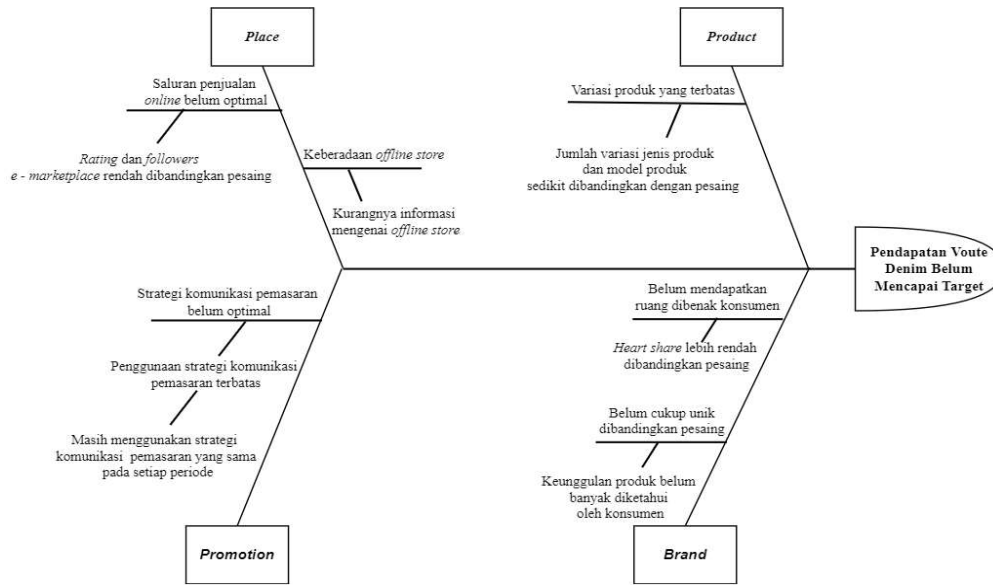
Selain menggunakan *e – marketplace* sebagai saluran penjualan, Voute Denim menggunakan toko *offline* sebagai saluran penjualan yang terdapat di kota Bandung, toko *offline* sebagai sarana penjualan yang sudah dilakukan Voute Denim memiliki kendala dalam informasi mengenai toko *offlinenya* hal ini dilihat pada perbandingan toko *offline* menggunakan Google review dan jumlah *reviewer* pada Tabel I.6

Tabel I. 6 Perbandingan toko *offline* Menggunakan Google Review

No	<i>Brand Fashion Denim</i>	<i>Rating Google Review Toko Offline</i>	<i>Google Review</i>
1	Hammerstout	4.6	192 <i>Reviews</i>
2	Mischief Denim	4.7	138 <i>Reviews</i>
3	Pot Meets Pop	4.5	151 <i>Reviews</i>
4	Oldblue	4.8	44 <i>Reviews</i>
5	Wingman Denim	4.7	57 <i>Reviews</i>
6	Bobbies Jeans	4.5	25 <i>Reviews</i>
7	Voute Denim	4.9	32 <i>Reviews</i>

Berdasarkan Tabel I.6 diketahui Voute Denim memiliki *rating Google Review* terbesar dibandingkan dengan *brand fashion* denim lainnya, hanya saja jumlah Google Review masih sangat sedikit dibandingkan dengan jumlah Google Review *brand fashion* denim lainnya seperti *brand fashion* denim Hammerstout yang memiliki 192 *Reviews*.

Dalam mengidentifikasi faktor – faktor yang menyebabkan belum tercapainya target pendapatan Voute Denim dan fluktuatifnya pendapatan dari Voute Denim. Berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi mengenai Voute Denim faktor *brand, promotion, product* dan *place* merupakan faktor penyebab dari pendapatan yang fluktuatif dan belum mencapainya target. Permasalahan tersebut dapat dilakukan identifikasi menggunakan *fishbone diagram* ditunjukkan pada Gambar I.3



Gambar I. 3 Fishbone Diagram Voute Denim

Berdasarkan Gambar I.3 diketahui faktor – faktor yang dapat menyebabkan pendapatan Voute Denim mengalami fluktuatif dan belum tercapainya target pendapatan yaitu *product*, *brand*, *promotion* dan *place*. Pada aspek *Brand* memiliki diferensiasi rendah hal ini menyebabkan belum mendapatkan ruang dibenak konsumen pada persaingan *brand fashion* denim yang ketat. Pada aspek *promotion* penggunaan strategi pemasaran dan penggunaan *Tools*nya belum optimal hal ini dapat menyebabkan informasi mengenai Voute Denim tidak berjalan dengan lancar. Selanjutnya pada aspek *product* Voute Denim memiliki variasi pilihan produk yang terbatas dimana calon konsumen bisa memilih brand yang memiliki penawaran produk yang lebih bervariasi dan produk bisa menjadi suatu ciri khas atau unsur pembeda pada *brand fashion* denim. Selanjutnya pada aspek *place* mengenai saluran penjualan produk yang dimiliki oleh Voute Denim mengenai pengoptimalan saluran penjualan produk melalui *online* dan toko *offline* untuk memudahkan layanan dan penjualan.

I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan Analisa yang sudah dilakukan terhadap faktor permasalahan pada *fishbone diagram* maka dapat dianalisis potensi solusi dari akar permasalahan yang dihadapi oleh Voute Denim. Alternatif Solusi dapat dilihat pada Tabel.I.7

Tabel I. 7 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	Belum mendapatkan ruang di benak konsumen dan <i>brand</i> belum cukup unik (diferensiasi rendah) (<i>brand</i>)	Perancangan <i>Strategi Positioning</i> .
2	Penggunaan <i>Tools</i> komunikasi pemasaran terbatas (<i>promotion</i>)	Perancangan program bauran komunikasi pemasaran untuk menyebarkan informasi <i>brand</i> yang lebih optimal.
3	Variasi Produk (<i>product</i>)	Perancangan pengembangan produk agar memiliki preferensi produk yang bervariasi.
4	Sarana penjualan produk (<i>place</i>)	Penambahan dan pengoptimalan layanan penjualan <i>online</i> dan toko <i>offline</i> untuk mengoptimalkan penjualan.

Berdasarkan Tabel I.7 terdapat empat alternatif solusi yang memungkinkan untuk menghadapi gejala permasalahan belum tercapainya target pendapatan Voute Denim. Bobot pada setiap alternatif solusi pilihan pada penelitian ini, terdiri dari empat kriteria, kriteria biaya, tingkat kemudahan, waktu estimasi waktu eksekusi, dan pengaruh dari setiap solusi yang dapat dilihat pada Tabel I.8

Tabel I. 8 Keterangan Skor Pada Setiap Kriteria

	Skor 1	Skor 2	Skor 3	Skor 4
Biaya	Solusi membutuhkan biaya sangat besar	Solusi membutuhkan biaya relatif besar	Solusi membutuhkan biaya relatif kecil	Solusi membutuhkan biaya sangat kecil
Tingkat Kemudahan	Implementasi solusi sangat sulit	Implementasi solusi relatif sulit	Implementasi solusi relatif mudah	Implementasi solusi sangat mudah
Estimasi waktu eksekusi	Implementasi solusi membutuhkan waktu sangat lama	Implementasi solusi membutuhkan waktu relatif lama	Implementasi solusi membutuhkan waktu relatif pendek	Implementasi solusi membutuhkan waktu sangat pendek
Pengaruh dari Solusi	Dampak sangat kecil	Dampak relatif kecil	Dampak relatif besar	Dampak sangat besar

Tabel I. 9 Pembobotan Skor Kriteria Untuk Setiap Potensi Solusi

Kriteria	Biaya	Tingkat Kemudahan	Estimasi waktu eksekusi	Pengaruh dari Solusi	Total Skor
Potensi Solusi 1	3	3	2	4	35.29%
Potensi Solusi 2	2	3	2	2	26.47%
Potensi Solusi 3	2	2	1	2	20.58%
Potensi Solusi 4	1	2	1	2	17.64%

Berdasarkan Tabel I.9 pembobotan skor kriteria pada setiap solusi skor satu sebagai skor terendah dan skor empat untuk skor penilaian tertinggi dimana total skor tertinggi menjadi pilihan alternatif solusi pilihan. Potensi solusi satu atau Perancangan Strategi *Positioning* yang terpilih sebagai alternatif solusi dalam permasalahan pendapatan Voute Denim yang belum mencapai target untuk dengan bobot persentase sebesar 35.29% setelah berdiskusi dengan pemilik masalah.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan gejala permasalahan mengenai Voute Denim dapat diidentifikasi rumusan masalah dari Tugas Akhir ini adalah” Bagaimana perancangan strategi *positioning* pada Voute Denim untuk menarik konsumen dalam menghadapi persaingan?”

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah “Merancang strategi *positioning* pada Voute Denim untuk menarik konsumen dalam menghadapi persaingan”.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah “Mengusulkan rancangan strategi *positioning* pada Voute Denim untuk menarik konsumen dalam meghadapi persaingan “.

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada Tugas Akhir ini diuraikan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada Bab ini berisi uraian mengenai Latar belakang masalah, Alternatif Solusi berdasarkan permasalahan Voute Denim, Perumusan Masalah, Tujuan Tugas Akhir, Manfaat Tugas Akhir dan Sistematika Penulisan yang digunakan pada Tugas Akhir Ini.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini berisi literatur yang relevan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti pada Tugas Akhir ini, sebagai pendukung dari pemecahan masalah yang sudah dibahas pada bab 1.

BAB III Metodologi Perancangan

Pada bab ini berisi tahapan rencana perancangan solusi dikaji pada sistematika perancangan. Sistematika perancangan membahas mengenai alur perancangan penyelesaian masalah sesuai dengan metode yang terpilih yang mencakup tahap pengumpulan data, tahap perancangan, mekanisme verifikasi dan validasi yang berhubungan dengan Tugas Akhir ini.

BAB IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Pada bab ini berisi mengenai proses dalam perancangan sistem terintegrasi yaitu pengumpulan data, pengolahan data, pengujian data menggunakan metode *Multidimensional scaling* (MDS) dan memberikan tampilan visual yaitu *perceptual mapping brand fashion* denim yang sudah ditentukan sebelumnya.

BAB V Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan

Pada bab ini berisi validasi dan evaluasi terhadap hasil rancangan kepada pihak perusahaan selanjutnya dilakukan analisis sensitivitas yang menghasilkan sistem terintegrasi.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan mengenai rumusan masalah Tugas Akhir dan saran yang diberikan untuk objek perusahaan terkait dan pihak lain guna pengembangan penelitian serupa.