

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perekonomian suatu negara memiliki peran penting bagi kesejahteraan warga suatu negara. Keberhasilan perekonomian negara tidak hanya ditopang oleh sektor-sektor industri besar, tetapi juga karena adanya kontribusi dari industri kecil. Di sebagian negara berkembang saat ini semakin berusaha untuk meningkatkan pengelolaan industri-industri kecil untuk memperkuat ekonomi nasional mereka, tidak terkecuali Indonesia.<sup>2</sup>

Pada era globalisasi seperti saat ini, perindustrian sedang digalakkan oleh pemerintahan Indonesia. Industri adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi, dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Industri merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk, serta untuk meningkatkan mutu sumberdaya manusia.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Aremu, Mukaila Ayanda & Adeyemi, Sidikat Laraba, "Small and Medium Scale Enterprises as A Survival Strategy for Employment Generation in Nigeria". *Journal of Sustainable Development* Vol. 4 No. 1, February 2011.

<sup>3</sup> Sritomo Wignjosoebroto, *Pengantar Teknik & Manajemen Industri*, (Jakarta: Penerbit Guna Widya, 2003), hal.19

Industri kecil memiliki potensi yang sangat besar untuk mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Pentingnya peranan industri kecil dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dalam undang-undang ini diatur bahwa pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan dan pengembangan yang seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.<sup>4</sup>

Berikut ini adalah perkembangan jumlah industri di Kabupaten Tulungagung, dari tahun 2016-2017.

**Tabel 1.1**

NO	URAIAN	JUMLAH	
		2016	2017
1	Industri Besar		
	Jumlah Unit Usaha	5 Unit	5 Unit
	Jumlah Tenaga Kerja	1.040 Orang	1.040 Orang
2	Industri Kecil dan Menengah		
	Jumlah Unit Usaha	4.663 Unit	4.547 Unit
	Jumlah Tenaga Kerja	34.161 Orang	39.949 Orang

---

<sup>4</sup> Muh Ridwan., dkk, Pembinaan Industri Kecil dan Menengah Pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kota Bontang, Jurnal Administrative Reform Vol. 2 No. 2, Tahun 2014, hal. 188

### **Perkembangan Industri di Kabupaten Tulungagung tahun 2016-2017<sup>5</sup>**

Pada Tabel 1.1 di atas, perkembangan industri besar tidak mengalami peningkatan maupun perkembangan baik dilihat dari jumlah unit usaha maupun jumlah tenaga kerja. Sedangkan industri kecil menengah pada tahun 2016 jumlah unit usaha sebanyak 4.663 unit usaha dan tahun 2017 sebanyak 4.547 unit usaha atau mengalami penurunan 2,55 % namun mengalami peningkatan pada jumlah tenaga kerja pada tahun 2016 sebanyak 35.353 jumlah tenaga kerja dan tahun 2017 sebanyak 39.949 jumlah tenaga kerja atau meningkat 11,50 % jumlah tenaga kerja.

Industri kecil menengah memang diakui mampu menyerap angkatan tenaga kerja yang tidak terserap oleh usaha-usaha ekonomi yang bersifat formal, hal ini dikarenakan usaha ekonomi yang bersifat informal tidak harus memiliki kualifikasi persyaratan yang tinggi, baik dari pendidikan maupun hal-hal lain, atau pertimbangan lain seperti persyaratan jabatan yang ditentukan tidak dapat dipenuhi serta kegiatan usaha formal yang memiliki keterbatasan dalam menampung jumlah angkatan kerja.

---

<sup>5</sup> Disperindag Kabupaten Tulungagung, Tulungagung dalam angka 2016, 2017, BPS Kabupaten Tulungagung, hal. 27-28

Salah satu industri kecil dan menengah adalah industri konveksi. Konveksi merupakan proses mengubah kain, yang merupakan bahan setengah jadi menjadi pakaian siap pakai (barang jadi). Proses mengubah material setengah jadi menjadi pakaian terdiri dari tiga bagian besar, yaitu proses memotong (*cutting*) bahan baku kain sesuai pola pakaian, proses menjahit (*making*) sehingga menghasilkan sebuah produk pakaian dan proses merapikan (*trimming*) seperti merapikan pakaian jadi dari sisa-sisa jahitan yang kurang rapi atau benang yang masih tertinggal di dalam pakaian tersebut. Sandang atau secara lebih umum disebut pakaian oleh kita, termasuk ke dalam salah satu bagian dari kebutuhan primer manusia. Kebutuhan primer yang dimaksudkan adalah kebutuhan pokok atau utama yang harus dipenuhi dalam kehidupan sehari-hari.<sup>6</sup>

Dilihat dari semakin bertumbuhnya industri ini, maka pasar yang dimiliki oleh industri ini tentunya sangat besar. Permintaan akan produk- produk yang dihasilkan pelaku usaha di industri ini juga semakin tinggi. Para pengusaha industri konveksi harus peka terhadap permintaan pasar agar tidak kalah bersaing. Perusahaan akan menghadapi dua kemungkinan, yaitu peningkatan dan penurunan jumlah permintaan. Apabila perusahaan menanggapi kedua hal tersebut sebagai suatu tantangan dan peluang yang dapat dimanfaatkan

---

<sup>6</sup> Riyan Triswanto, Determinan Pertumbuhan Produksi Industri Pakaian Jadi di Indonesia, Kearsipan Fakultas Ekonomi. UNS, 2015, hal. 1

semaksimal mungkin, maka akan berdampak terhadap kegiatan produksi perusahaan yang efektif dan efisien, kepuasan konsumen, dan membuat perusahaan dapat bertahan dalam industrinya.

Terjadinya peningkatan dan penurunan yang dialami oleh industri konveksi disebabkan oleh banyaknya persaingan di dalam pasar itu sendiri baik dari produk sejenis maupun dari produk lain, dan perubahan *trend mode* di pasar yang semakin cepat. Berubahnya pesanan pakaian jadi diakibatkan oleh percepatan perkembangan fashion dunia dengan mengikuti *trend mode*. Hal tersebut menuntut industri-industri konveksi khususnya juga harus mengalami perkembangan mengikuti *trend* atau gaya yang ada sesuai zamannya. Apabila suatu industri tersebut tidak mengikuti perkembangan zaman, maka akan mengalami ketertinggalan yang nantinya akan mempengaruhi pendapatan. Adanya pembaruan di setiap masanya meningkatkan daya saing antar industri baik di kota kecil maupun besar, sehingga tiap-tiap industri juga harus dapat mengembangkan usaha mereka dan terus berinovasi agar tidak kalah bersaing.<sup>7</sup>

Salah satu pelaku usaha industri konveksi di Tulungagung adalah UD. Al-Wasilah. UD. Al-Wasilah merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang konveksi. UD. Al-Wasilah masih tergolong

---

<sup>7</sup> Wayan Krissyang Laksmi, dkk, Determinan Pertumbuhan Produksi Industri Pakaian Jadi, di Kota Denpasar E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol. 7 No. 1 Januari 2018, hal. 96

industri kecil karena modal yang dikeluarkan masih menyentuh angka kurang lebih Rp. 100.000.000 juta per bulannya. Perusahaan ini dibentuk pada tahun 1998 yang berlokasi di Desa Bungur Kecamatan Karangrejo, Tulungagung. Letak ini cukup strategis, karena berada di pinggir jalan raya yang mudah di jangkau oleh konsumen. Selain itu, alat transportasi juga bisa masuk ke lokasi ini dengan mudah. Sehingga dapat memudahkan konsumen yang berasal dari berbagai daerah untuk menjangkaunya.

Adapun data produksi UD. Al-Wasillah adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Data produksi UD. Al-Wasillah 2010-2019<sup>8</sup>**

<b>No</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Produksi</b>
1	2010	16.788
2	2011	16.900
3	2012	19.756
4	2013	22.857
5	2014	26.543
6	2015	27.066
7	2016	28.490
8	2017	26.383
9	2018	33.408
10	2019	22.104

---

<sup>8</sup> UD Al-Wasillah, "Data Produksi UD. Al-Wasillah dari Tahun ke Tahun," dalam Arsip Laporan UD. Al-Wasillah

Dari data produksi diatas dapat dilihat bahwa dari tahun ke tahun UD. Al-Wasillah mengalami perkembangan yang cukup baik. Permintaan produksi cenderung mengalami kenaikan, meskipun pada saat-saat tertentu juga mengalami penurunan produksi. Dari tahun 2010-2011 jumlah produksi UD. Al-Wasillah cukup stabil, namun berbeda dari tahun 2013 jumlah produksi mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa UD. Al-Wasillah dapat mengembangkan usahanya dengan baik. Pengembangan usaha melalui teknologi merupakan sesuatu yang cukup penting bagi sebuah perusahaan. Karena memiliki mesin yang lengkap dapat meningkatkan hasil produksi dan meningkatkan kualitas produk. Sehingga produksi dapat dilakukan dengan kapasitas yang besar sekalipun dan hal tersebut tentu saja membuat waktu pengerjaan produksi menjadi lebih efisien dan tepat waktu.

Adapun produk yang dihasilkan oleh UD. Al-Wasillah adalah busana muslim, kaos, jaket, baju olahraga, trining, jasket, dll. Produk dan desain selalu mengikuti permintaan konsumen. Dengan banyaknya produk yang dihasilkan oleh UD. Al-Wasillah membuat perusahaan ini dikenal luas oleh masyarakat. Peran konsumen dalam promosi produk menjadi peluang bagi UD. Al-Wasillah untuk terus mengembangkan usahanya ke arah yang lebih baik sehingga daerah pemasaran yang dijangkau bisa semakin luas.

Produk yang dihasilkan UD. Al-Wasillah memiliki mutu dan kualitas yang terjamin. Ini merupakan hal penting yang harus dijaga dan

dipertahankan oleh suatu perusahaan. Dan UD. Al-Wasillah telah mempertahankan kualitas tersebut selama bertahun-tahun untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen. Apalagi ditambah dengan surat izin usaha yang lengkap membuat perusahaan ini semakin dipercaya oleh konsumen mereka, karena UD. Al-Wasillah karena telah ada pemerintah yang menaunginya. Selain untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, UD. Al-Wasillah juga taat membayar pajak seperti yang telah diatur dalam kebijakan pemerintah, meskipun pajak itu sendiri dapat menjadi ancaman bagi kelangsungan usahanya.

Namun ada kelemahan yang dimiliki oleh UD. Al-Wasillah yaitu dalam menjalankan produksinya perusahaan ini menggunakan sistem pesanan (*job order*). Adapun kelemahan dari *job order* adalah jika tidak ada pesanan maka secara otomatis produksi dihentikan. Menurut pemilik dengan menggunakan sistem *job order* maka dapat mengurangi persaingan bisnis dan harga, dapat mengendalikan jumlah produksi dan juga dapat memprediksi berapa banyak bahan baku yang dibutuhkan untuk keperluan produksi.

Dengan menggunakan sistem *job order*, biasanya permintaan pesanan akan meningkat ketika memasuki ajaran baru. Banyak sekolah-sekolah yang memesan baju olahraga dengan model yang disesuaikan dengan keinginan pemesan di UD. Al-Wasillah ini. Pesanan ini datang dari berbagai daerah meliputi wilayah Jawa Timur, sebagian Kalimantan, Sumatera dan sampai luar negeri yaitu Malaysia.

Di waktu selain musim ajaran sekolah sebagian pesanan berasal dari pabrik pabrik yang tersebar di wilayah Jawa Timur, Jakarta, dan Solo. Akan tetapi pada musim-musim atau hari-hari tertentu, jumlah pemesanan yang masuk tidak banyak seperti saat musim sekolah atau bahkan dapat dikatakan sepi. Misalnya pada saat hari raya Idul Fitri, masyarakat lebih cenderung membeli busana muslim. Hal tersebut dikarenakan masyarakat lebih membutuhkan pakaian untuk merayakan hari raya Idul Fitri.

Hingga pada saat ini UD. Al-Wasillah telah berkembang dan dapat menyerap kurang lebih 50 tenaga kerja atau karyawan. Tenaga kerja tersebut antara lain berada di bagian logistik, administrasi, keuangan, produksi pemotongan, jahit dan obras, sablon, dan bagian pengepakan. Untuk tenaga kerja, UD. Al-Wasillah tidak memiliki kualifikasi khusus, akan tetapi perusahaan ini justru merekrut pemuda pemudi dari lingkungan sekitar, atau mereka yang putus sekolah dengan usia 15-20 tahun untuk dilatih selama 3-4 bulan.

Untuk keperluan bahan baku, tentu saja UD. Al-Wasillah memilih bahan baku yang memiliki kualitas bagus, murah, dan memberikan dampak yang signifikan bagi perusahaan. UD. Al-Wasillah memperoleh bahan baku dari *supplier* di daerah Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Bandung untuk memenuhi kebutuhan bahan baku. Selain bahan baku ada juga alat-alat kerja yang standarnya telah sesuai dengan mutu mesin perusahaan besar telah perusahaan ini miliki,

sehingga kualitas produksi dapat dipertanggung jawabkan secara penuh.<sup>9</sup>

Setelah usaha yang dirintis berjalan dengan baik, maka lebih baik mulai melakukan perencanaan tentang bagaimana cara mengembangkannya. Pengembangan suatu usaha tidak akan berjalan dengan sendirinya, melainkan dengan melakukan beberapa upaya dan strategi yang telah direncanakan dengan matang. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Pengembangan sebagai proses perubahan ke arah yang lebih baik melalui upaya yang dilakukan secara terencana oleh sebuah perusahaan. Strategi pengembangan usaha merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan guna mengembangkan bisnis yang dijalankannya.

Diantara strategi pengembangan usaha yang efektif adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman berkenaan dengan suatu kegiatan proyek atau usaha. Dengan analisis SWOT ini akan dispesifikasi tujuan dari kegiatan proyek atau usaha dimaksud dan diidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang bersifat favorable dan unfavorable dalam mencapai tujuan.

Analisis SWOT ini merupakan alat formulasi pengambilan keputusan serta untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Ibu Hindun pada 24 Agustus 2020 pukul 14.00

kepada logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Sebagaimana yang dilakukan oleh Ikhsan dan Aid dalam merumuskan strategi pengembangan komoditas karet di Kabupaten Pulang Pisau. Hasil perhitungan nilai total dari faktor-faktor strategis internal dan faktor-faktor strategis eksternal, yaitu berturut-turut sebesar 6,13 dan 5,97 menunjukkan indikasi bahwa komoditas karet menduduki posisi strategis yang cukup kuat untuk terus dikembangkan.<sup>10</sup>

Strategi ini juga dapat digunakan sebagai pemasaran produk sebagaimana yang dilakukan oleh Tamara dalam penelitiannya yang berjudul “Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis”. Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa PT.BankMandiri sudah bisa berani bersaing di pasar persaingan yang kompetitif. Strategi SO(strenght opportunities): Meliputi pangsa pasar, memperkuat kerjasama dengan koperasi,meningkatkan hubungan dengan ulama, pemerintah, dan pengusaha. Strategi WO (*Weaknessoppotunities*) : Yakni melakukan strategi jempot bola, meningkatkan loyalitas nasabah, danpeningkatan kualitas produk. c.Strategi ST (strenght treaths): Terdiri dari menjalinkerjasama dengan bank lain menetapkan target pemasaran, dan meningkatkan kualitaselayanan. Dan Strategi WT (Weakness treaths) : Yaitu

---

<sup>10</sup> Sadik Ikhsan, dan Artahnan Aid, "Analisis SWOT untuk Merumuskan Strategi Pengembangan Komoditas Karet di Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah" dalam Jurnal Agribisnis Pedesaan 1.3 (2011): hal. 177.

pelaksanaan peningkatan promosi melalui berbagai media dan menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Kata Kunci: SWOT, strategi pemasaran, produk mandiri tabungan bisnis.<sup>11</sup>

Nisak juga membuat kajian serupa mengenai analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. Hal ini sesuai diterapkan jika suatu usaha memiliki beberapa kompetitor baik di daerah sekitarnya atau pun pada daerah yang berjauhan. Dalam kajian tersebut ia meneliti perusahaan UD. Damai 4 yang terdapat di daerah Tenger, Manyar Gresik. Hasil analisis menunjukkan bahwa, dengan menggunakan analisis IFAS dan EFAS serta menggunakan analisis SWOT menunjukkan posisi perusahaan pada sel 2, maka strategi yang dipilih guna mendukung tercapainya tujuan dari perusahaan tersebut adalah "strategi ST".<sup>12</sup>

Beberapa kajian tersebut mengindikasikan pentingnya analisis SWOT dalam pengembangan suatu usaha maupun untuk pemasaran produk. Kajian pertama sebagaimana yang telah disebutkan membahas pengembangan komoditas karet. Kemudian artikel kedua membahas tentang pemasaran produk perbankan, dan artikel ketiga membahas penentuan strategi kompetitif. Sedangkan dalam penelitian ini peneliti hendak mengkaji tentang strategi pengembangan usaha konveksi. Hal

---

<sup>11</sup> Angelica Tamara, "Implementasi Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis" dalam *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 4.3 (2016), hal. 395

<sup>12</sup> Zuhrotun Nisak. "Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif" dalam *Jurnal Ekbis* 9.2 (2013): hal. 468.

ini menarik karena usaha konveksi memiliki karakteristik yang berbeda dari usaha komoditas pertanian, perbankan, dan pemasaran.

Atas dasar latar belakang inilah, maka peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang strategi pengembangan usaha konveksi pada UD. Al Wasillah. Sehingga peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “***Analisis Strengths, Weakness, Opportunities, Threats Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Konveksi UD. AL Wasillah***”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasar latar belakang masalah di atas dapat didefinisikan beberapa masalah diantaranya:

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha konveksi yang dilakukan UD. Al Wasillah dengan pendekatan analisis *strengths, weakness, opportunities, threats* ?
2. Bagaimana strategi yang tepat untuk mengembangkan industri konveksi UD. Al Wasillah ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui strategi pengembangan usaha konveksi yang dilakukan oleh UD. Al Wasillah dengan pendekatan analisis *strengths, weakness, opportunities, threats*
2. Mengetahui strategi yang tepat untuk mengembangkan industri konveksi UD. Al Wasillah

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi dan wawasan keilmuan dan dapat dijadikan rujukan bagi peneliti yang akan datang.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Peneliti

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memperkaya materi, wawasan, dan ilmu pengetahuan mengenai keberhasilan berwirausaha bagi disiplin ilmu dan dapat diterapkan dalam berwirausaha

###### b. Umum

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan motivasi untuk masyarakat khususnya yang sedang mencari pekerjaan agar selalu mengembangkan kreativitas dan salah satunya memulai berwirausaha karena ada peluang untuk menjadi sukses dan dapat mendapatkan keuntungan di dalamnya.

#### **E. Penegasan Istilah**

Untuk menghindari salah tafsir dalam penelitian, sekaligus memberikan gambaran yang sama terhadap judul penelitian. Maka perlu ditegaskan berbagai istilah berikut:

##### 1.) Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan, kegiatan, dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang yang melibatkan analisis

lingkungan internal dan eksternal perusahaan untuk memaksimalkan manfaat sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk mengoptimalkan pencapaian tujuan.<sup>13</sup>

## 2.) Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan tugas dan proses persiapan analitis mengenai peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, namun tidak termasuk strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.<sup>14</sup>

## 3.) Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu instrument analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

## **F. Identifikasi Dan Pembatasan Masalah**

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu meluas, maka perlu adanya pembatasan dalam penelitian ini. Batasan dari penelitian ini adalah meneliti tentang strategi pengembangan usaha dengan pendekatan analisis strengths, weakness, opportunities, threats

---

<sup>13</sup> Masudah, "Konsep Dasar Manajemen Strategi dan Mutu Madrasah Ibtidaiyah", Jurnal Didakta Islamika Vol. 7 No. 1 Pebruari 2016, hal. 137.

<sup>14</sup> Pandji Anoraga, Pengantar Bisnis :Pengelolaan dalam Era Globalisasi (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), hal. 463

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memahami lebih jelas, maka materi-materi akan dikelompokkan menjadi berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan

BAB 2 KAJIAN TEORI bab ini berisikan fokus pertama, kedua dan seterusnya, proporsi dan penelitian terdahulu

BAB 3 METODE PENELITIAN bab ini berisi pendekatan dan jenis penelitian, tempat penelitian, instrument penelitian, data dan sumber data, teknik-teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB 4 HASIL PENELITIAN bab ini berisikan temuan penelitian seperti paparan data dan juga pembahasan temuan penelitian

BAB 5 PEMBAHASAN berisi tentang kroscek antara teori yang ada dengan temuan penelitian

BAB 6 PENUTUP terdiri dari kesimpulan dan saran. Bagian akhir terdiri dari daftar rujukan dan lampiran