

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terbentang dari sabang sampai merauke. Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar dan terbanyak yang memiliki kekayaan di darat maupun di laut. Walaupun kondisi geografis negara Indonesia memiliki kekayaan alam berupa lahan pertanian yang melimpah, lautan yang luas dengan keanekaragamannya. Namun perlu diingat bahwa tidak semua masyarakat negara Indonesia dapat melakukan kegiatan perekonomian dengan memanfaatkan kekayaan alam yang dimilikinya tersebut. Hal ini disebabkan karena kurangnya wawasan dan pengalaman masyarakat negara Indonesia dalam mencari perekonomian dengan memanfaatkan kekayaan alam tersebut. Sehingga masyarakat Indonesia beralih kesektor lain dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki masing- masing individu dan dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan ekonominya. Masyarakat yang tidak dapat memanfaatkan kekayaan alam Indonesia beralih kesektor lain salah satunya sektor industri.

Sektor industri adalah kegiatan memproses atau mengolah yang dilakukan oleh manusia dengan menggunakan bantuan peralatan seperti mesin untuk mengolah barang mentah menjadi barang jadi dengan harapan mendapatkan nilai jual yang lebih tinggi². Pembangunan nasional

² Aisyah Nurul Fitriana, dkk, “*Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu*” Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 2 No. 2, hal. 282

merupakan usaha peningkatan kualitas manusia dan masyarakat Indonesia yang dilakukan secara berkelanjutan, berlandaskan kemampuan nasional, dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta memperhatikan tantangan perkembangan global. Untuk itu pembangunan ekonomi rakyat seharusnya menjadi prioritas utama pembangunan ekonomi nasional, karena tujuan pembangunan ekonomi rakyat sesuai dengan amanat konstitusi yaitu: “meningkatkan kesejahteraan dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia”.

Arah kebijakan pembangunan koperasi dan UMKM sesuai Rencana pembangunan jangka menengah nasional (RPJMN) 2015-2019, yaitu Peningkatan daya saing UMKM dan Koperasi sehingga mampu tumbuh menjadi usaha yang berkelanjutan dengan skala yang lebih besar (naik kelas atau *scaling-up*) dalam rangka untuk mendukung kemandirian perekonomian nasional³. Sedangkan strategi pembangunan yang diterapkan meliputi:

1. Peningkatan kualitas sumber daya manusia
2. Peningkatan akses pembiayaan dan perluasan skema pembiayaan
3. Peningkatan nilai tambah produk dan jangkauan pemasaran
4. Penguatan kelembagaan usaha
5. Peningkatan kemudahan, kepastian dan perlindungan usaha

Studi yang dilakukan oleh Todaro pada 2002, dikatakan bahwa sektor informal pada umumnya ditandai oleh beberapa karakteristik seperti

³ Laporan Kinerja Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2018, h.1

sangat bervariasi bidang kegiatan produksi barang dan jasa, berskala kecil, unit-unit produksinya dimiliki secara perorangan atau keluarga, banyak menggunakan tenaga kerja (padat karya), dan teknologi yang dipakai relatif sederhana. Para pekerja yang menciptakan sendiri lapangan kerjanya di sektor UMKM biasanya tidak memiliki pendidikan formal. Pada umumnya mereka tidak mempunyai ketrampilan khusus dan sangat kekurangan modal kerja. Oleh sebab itu, produktivitasnya dan pendapatan mereka cenderung lebih rendah dari pada kegiatan-kegiatan bisnis lainnya. Selain itu, mereka yang berada di sektor tersebut juga tidak memiliki jaminan keselamatan kerja dan fasilitas-fasilitas kesejahteraan seperti yang dinikmati rekan-rekan mereka di sektor lain⁴.

Salah satu efek pembangunan adalah perkembangan industri. Industri tidak bisa lepas dari konsep industrialisasi, yakni upaya manusia untuk memanfaatkan lingkungan dan sumber-sumber alam yang terkandung didalamnya untuk dapat mempertahankan hidup dan mengembangkannya. Industrialisasi juga merupakan proses pertambahan nilai dari bahan-bahan mentah yang terkandung atau terdapat di lingkungan yang diproses, dan menjadi barang jadi atau setengah jadi. Selanjutnya tinggal dipergunakan dan diperdagangkan oleh pembeli atau pemakai. Industri dalam perekonomian Indonesia semakin besar dan penting dari tahun ke tahun. Kontribusi sektor industri semakin meningkat. Peranan sektor industri sangat mempengaruhi

⁴ Arief Rahman Susila dan C.B Supartomo, *Potensi Ekonomi daerah dan Peran UMKM Dalam penanggulangan kemiskinan kabupaten Lebak*, (Disertasi, Universitas Terbuka Tangerang, 2014), h. 1-2.

kesinambungan pertumbuhan ekonomi Indonesia⁵. Pertumbuhan industri tersebut didukung oleh tingginya tingkat konsumsi masyarakat, dan meningkatnya investasi di sektor industri secara sangat signifikan sehingga menyebabkan tetap terjaganya kinerja sektor industri manufaktur hingga saat ini.

Industri kecil dan industri rumah tangga (home industri) dapat digolongkan kedalam Industri skala kecil. Industri skala kecil yaitu suatu unit usaha yang mempekerjakan jumlah pekerja antara 1 sampai 19 orang. Industri skala kecil membuat berbagai macam produk yang dapat digolongkan kedalam 2 kategori: barang-barang untuk keperluan konsumsi (*final demand*) dan industri seperti barang-barang modal dan penolong (*Intermediate demand*). Industri rumah tangga yaitu suatu unit usaha/perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Biasanya usaha ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi, dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga kerja yang diserap tentu lebih sedikit dari pada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya⁶. Namun mengingat industri rumah tangga tidak membutuhkan dana yang besar sebagai modal usaha, ini yang akan mendorong dominasi kemunculan home industri dengan cepat, jika 1 unit usaha home industri memperkerjakan 3 orang dengan

⁵ Mudjarad Kuncoro, *Ekonomi Industri Indonesia Menuju Negara Industri 2030*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hal.1

⁶ Jasa Ungguh Muliawa, *Manajemen Home Industri dan Peluang Usaha Di Tengah Krisis*, (Yogyakarta: Banyu Media, 2008), h.3

penghasilan 300 juta/tahun, maka ini sudah cukup membantu dalam PDRB dan penyerapan tenaga kerja di suatu sektor wilayah.

Industri rumah tangga yaitu suatu unit usaha dengan jumlah pekerja antara 1 sampai 4 orang. Tapi menurut Jasa Ungguh Muliawan dalam buku *Manajemen Home Industri: peluang usaha di tengah krisis*, ia mengatakan bahwa jumlah tenaga kerja rata-rata 5-10 orang. Industri kecil dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan mengurangi jumlah pengangguran yang banyak dihadapi oleh negara-negara yang sedang berkembang. Oleh karena, itu masih dibutuhkan adanya pembinaan terhadap industri kecil agar menjadi sebuah usaha yang semakin efisien dan mampu berkembang mandiri. Sehingga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka lapangan usaha dan mampu meningkatkan perannya dalam penyediaan barang dan jasa. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia bila dibandingkan dengan kelompok usaha yang masuk dalam kategori usaha besar. UMKM telah terbukti menjadi kunci pengaman perekonomian nasional Indonesia dalam masa krisis ekonomi. Dengan demikian UKM dapat dijadikan andalan untuk masa yang akan datang dan harus didukung dengan kebijakan-kebijakan yang kondusif untuk perkembangannya. Selain sebagai penyangga perekonomian negara, UMKM juga berperan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan data Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISPERINDAG) kabupaten Tulungagung tahun 2021 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jenis dan Jumlah Unit Industri KabupatenTulungagung⁷

No	Jenis Industri	Jumlah Usaha
1	Makanan, Minuman, Tembakau	1.643 Unit
2	Tekstil, Barang Kulit, dan Alas Kaki	815 Unit
3	Olahan Tanah Liat	398 Unit
4	Olahan Semen, Besi, Barang Bangunan	459 Unit
5	Meubel dan Furniture	284 Unit
6	Kerajinan (Barang dari Bambu dan Sejenisnya)	109 Unit
7	Perabotan Rumah Tangga	202 Unit
8	Alat Angkutan, Mesin, dan Peralatan	44 Unit
9	Industri Logam dan Barang Galian Bukan Logam	60 Unit
10	Kertas dan Barang Percetakan	86 Unit
11	Olahan Batu dan Sejenisnya	206 Unit
12	Pupuk, Kimia, dan Barang Karet	53 Unit
	Jumlah	4.359 Unit

Sumber: DISPERINDAG KabupatenTulungagung

Berdasarkan data dari DISPERINDAG Kabupaten Tulungagung diatas, dapat diketahui jika jumlah industri kecil seperti olahan makan, dan olahan tekstil lebih banyak dari pada industri besar seperti alat angkutan, mesin, dan peralatan. Berdasarkan data DISPERINDAG tersebut industri kecil mempunyai andil yang krusial dalam mengembangkan pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat Tulungagung.

Industri kecil perlu mempunyai strategi dalam mengembangkan usahanya. Hal tersebut harus dilakukan supaya usaha yang dilakukan oleh industri kecil mempunyai daya saing dengan industri yang lebih besar. Sehingga industri kecil mempunyai perkembangan dalam usahanya. Sehingga pengembangan usaha yang dilakukan oleh industri dapat meningkatkan

⁷ DISPERINDAG, *Data Industri Kecil Menengah Kabupaten Tulungagung*, dalam <https://disperindag.tulungagung.go.id/data-ikm-ta>, diakses 24 September 2022.

profitabilitas untuk industri. Pengembangan usaha industri adalah rencana yang dilakukan oleh pemilik industri dalam meningkatkan pengetahuan, kemampuan suatu perusahaan dalam membesarkan nama perusahaan atau industrinya dengan melakukan pengembangan usaha, perusahaan perlu memikirkan rencana yang akan dibuat dalam menghadapi kerasnya persaingan pasar. Dengan rencana yang terstruktur, perusahaan akan mampu menghadapi persaingan pasar dengan perusahaan atau industri lain dengan cara yang sehat. Maksudnya adalah perusahaan tidak menggunakan cara licik dalam memenangkan persaingan produk yang ada di pasar.⁸

Mengembangkan usaha tidak terlepas dari beberapa unsur yang harus dilakukan oleh pemilik industri. Unsur tersebut berasal dari dalam (internal) dan luar (eksternal) industri. Unsur pengembangan dari dalam (internal) salah satunya adalah dengan adanya niatan dari pemilik industri untuk mengembangkan usaha atau bisnisnya menjadi lebih maju dan lebih baik, dan selalu memberikan motivasi kepada karyawannya agar semangat kerja karyawannya semakin tinggi sehingga menghasilkan sebuah produk yang berkualitas yang dapat bersaing di pasar. Sedangkan unsur dari luar (eksternal) adalah dengan menggunakan sebuah strategi seperti strategi pemasaran yang baik dan tepat yang bertujuan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.⁹

Pada industri kecil terdapat kesulitan dalam memasarkan produk yang

⁸ Helen Malinda, Skripsi: “*Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam*” (Lampung: UIN Raden Intan. 2017), hal.

⁹ Risda Pratiwi, Skripsi: “*Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha RengginangPulut CV. Uul Jaya di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)*” (Medan: UIN SUMUT. 2018), hal. 30

dibuatnya. Oleh sebab itu perkembangan usaha dari industri kecil kalah saing di pasar dengan industri yang lebih besar. dengan kalahnya daya saingnya produk dari industri kecil di pasar menjadikan pendapatan yang diperoleh industri kecil sulit meningkat.

Pemilik industri kecil perlu mengetahui unsur yang terdapat dalam hal pemasaran agar omset pendapatan meningkat dan produknya tidak kalah daya saing pemasaran produk yang baik dan tepat salah satunya adalah dengan menerapkan bauran pemasaran atau *marketing mix*. Pemasaran adalah sebuah upaya yang dilakukan sebuah perusahaan dalam meningkatkan penjualan produknya di pasar dengan menggunakan unsur pemasaran.¹⁰ Dengan menggunakan unsur pemasaran yang baik, pendapatan yang diperoleh yang diperoleh perusahaan akan meningkat dan dapat mengembangkan usahanya. Adapun unsur pemasaran tersebut meliputi produk, harga, pendistribusian, dan promosi. Unsur pemasaran tersebut seyogyanya diterapkan dengan baik oleh industri dalam memasarkan produknya agar tujuan pemasaran dari perusahaan, yakni memenangkan persaingan dengan perusahaan lain dan meningkatkan pendapat dapat tercapai.¹¹ dengan melakukan pemasaran yang baik, pengembangan usaha yang dilakukan oleh suatu industri atau perusahaan juga akan berhasil.

Salah satu industri yang bergerak dalam bidang konveksi yang melakukan pengembangan usaha di Kabupaten Tulungagung salah satunya adalah industri

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi Offset. 2019), hal. 17

¹¹ Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. (Yogyakarta: CAPS. 2012), hal.58

konveksi muda berkarya. Konveksi muda berkarya beralamatkan di Desa Tulungrejo Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung. Konveksi ini memproduksi pakaian dalam, mulai dari pakaian dalam pria dewasa, maupun pakaian dalam perempuan dan juga pakaian seragam anak-anak. Konveksi ini sudah lama berdiri di Tulungagung dengan pemasaran produk sampai luar kota kabupaten Tulungagung hingga luar Pulau Jawa. produk yang dibuat oleh konveksi muda berkarya dengan pemasaran hingga luar provinsi pastinya terdapat sebuah strategi yang diterapkan oleh pemilik konveksi dalam mengembangkan usaha pakaian dalamnya. Dengan pemasaran yang sudah mencapai luar provinsi dan hanya mempunyai karyawan kurang lebih 12 karyawan, pastinya pemilik konveksi muda berkarya menggunakan strategi dalam pengembangan usahanya, sehingga pemasaran produk sudah mencapai luar provinsi. Pastinya dibutuhkan perencanaan strategi yang matang dan pelaksanaan strategi yang tepat agar produk dari konveksi muda berkarya tidak kalah bersaing dengan produk lain.

Sehingga dapat membawa kenaikan pada pendapatan konveksi muda berkarya Dengan pemasaran yang mencapai luar kota hingga luar pulau, pendapatan yang didapatkan hasil pemasaran konveksi muda berkarya terbilang lumayan besar. Hal ini berdasarkan data penghasilan penjualan produk konveksi muda berkarya tiga tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel 1.3**Data Penghasilan Pendapatan Konveksi muda berkarya 2020-2022¹²**

No	Tahun	Caturwulan I	Caturwulan II	Caturwulan III	Jumlah
1	2019	Rp. 50.000.000	Rp. 70.000.000	Rp. 85.000.000	Rp. 205.000.000
2	2020	Rp. 48.000.000	Rp. 62.000.000	Rp. 78.000.000	Rp. 188.000.000
3	2021	Rp. 74.000.000	Rp. 78.000.000	Rp. 91.000.000	Rp. 243.000.000
4	2022	Rp. 80.000.000	Rp. 87.000.000	Rp. 91.000.000	Rp. 256.000.000

Sumber: Hasil Wawancara Dengan luqman khakim (Pemilik konveksi muda berkarya).

Berdasarkan data tersebut, pada tahun 2020 pendapatan yang dihasilkan oleh konveksi muda berkarya dalam setiap empat bulan mengalami kenaikan pada pendapatannya. Namun, pada tahun 2022 pendapatan konveksi muda berkarya mengalami penurunan yang banyak. Hal ini dikarenakan merebahnya pandemi covid-19. Ketika pandemi Covid-19 terjadi, pada caturwulan dua ke caturwulan tiga sudah mengalami peningkatan pendapatannya lagi. Dengan adanya pandemi, konveksi muda berkarya dapat melaluinya dengan strategi pengembangan usahanya. Hal ini yang menjadi alasan peneliti melakukan lokasi penelitian di konveksi muda berkarya yang beralamatkan di Desa Tulungrejo, Kecamatan Karangrejo, dikarenakan konveksi muda berkarya Merupakan salah satu dari sekian banyak industri konveksi yang berada di Kabupaten Tulungagung yang melakukan pengembangan usaha untuk mendapatkan pendapatan sebanyak-banyaknya dengan melakukan pemasaran

¹² *Data Penghasilan Pendapatan Konveksi muda berkarya Tahun 2019-2022.* Wawancara dengan saudara luqman khaqim Selaku Pemilik Konveksi muda berkarya, Tanggal 09 Sep 2022.

produk hingga luar provinsi.

Hal ini Pastinya dibutuhkan strategi pengembangan yang bagus agar produk dari konveksi muda berkarya dapat diterima hingga luar provinsi. Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan yang dilakukan oleh konveksi muda berkarya, supaya produk yang dihasilkan dari konveksi tersebut tidak kalah dalam persaingan pasar dengan produk lain. muda berkarya konveksi mengalami kenaikan pendapatan usahanya nya, Maka dari itu Peneliti tertarik ingin meneliti bagaimana Strategi peningkatan home industri konveksi yang ada di masyarakat dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga yang mana studi dilakukan pada home industri konveksi yang ada di Desa Tulungrejo, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung. Dengan judul **“Strategi Pengembangan Home Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Perusahaan” (Studi Kasus di Konveksi Muda Berkarya Desa Tulungrejo, Kecamatan Karangrejo).**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, maka penulis membuat beberapa fokus penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana strategi pengembangan produk home industri konveksi dalam meningkatkan pendapatan perusahaan?
2. Bagaimana strategi pengembangan harga home industri konveksi dalam meningkatkan pendapatan perusahaan?

3. Bagaimana strategi pengembangan pemasaran home industri konveksi dalam meningkatkan pendapatan perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian:

1. Untuk menganalisis strategi pengembangan produk home industri konveksi dalam meningkatkan pendapatan.
2. Untuk menganalisis strategi pengembangan harga home industri konveksi dalam meningkatkan pendapatan perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengembangan pemasaran home industri konveksi dalam meningkatkan pendapatan perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan proposal ini baik dari segi teoritis maupun segi praktis, yaitu:

1. Segi Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan landasan dan masukan untuk kajian ilmu manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan tentang strategi pemasaran yang dilakukan konveksi muda bakarya guna mengembangkan konveksi.

2. Segi Praktis

a. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pembaca dan acuan perbandingan dalam melakukan penelitian di bidang analisis strategi pemasaran home industri konveksi pada

masa yang akan datang khususnya bagi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

b. Bagi home industri konveksi muda berkarya

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam menerapkan strategi pemasaran, guna meningkatkan penjualan produk batik hingga menguasai pangsa pasar. Selain itu, dapat dijadikan pertimbangan dan masukan home industri konveksi muda berkarya dalam hal strategi untuk memajukan bisnis yang dijalani.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya terkait strategi pengembangan home industri konveksi dalam meningkatkan pendapatan perusahaan.

E. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah dalam hal memahami judul penelitian tentang “Strategi Pengembangan Home Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Perusahaan”, maka penulis memberikan penegasan istilah dan penjelasan sebagai berikut :

1. Secara Konseptual

a. Strategi

Strategi adalah adalah sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana

agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan pengembangan merupakan tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha.

b. Pengembangan

Pengembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.¹³

Industri konveksi merupakan salah satu industri penghasil pakaian jadi seperti kemeja, jaket, celana, kaos, pakaian kerja, pakaian olahraga, dan lain-lain. Perkembangan industri pakaian jadi (konveksi) menunjukkan peningkatan, hal ini terlihat pada perkembangan nilai produksinya.

c. Peningkatan Pendapatan

Peningkatan yaitu perubahan, pertumbuhan, dan kemajuan. Sedangkan pendapatan adalah jumlah dana yang tersedia lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa peningkatan pendapatan merupakan perubahan yang meningkat atau memiliki kemajuan

¹³ Widyarningsih, dan Ariyanti, *Aspek Hukum Kewirausahaan*. (Malang: POLINEMA Press. 2018), hlm. 90

pendapatan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga setiap hari.¹⁴

2. Secara Operasional

Berlandaskan penegasan konseptual tersebut maka secara operasional tentang “Strategi Pengembangan Home Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Perusahaan”. Merupakan pengkajian terhadap strategi pengembangan guna meningkatkan pendapatan perusahaan. menjelaskan bahwa kegiatan usaha ini dapat meningkatkan strategi pengembangan home industri untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi menggunakan sistematika yang sedemikian rupa supaya memudahkan pemahaman dan pembacaan, oleh karena itu penulisan skripsi ditulis dengan menggunakan sistematika sebagai berikut:

1. Bagian awal terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi, dan abstrak.

2. Bagian isi yang terdiri dari:

BAB I : Pendahuluan, menguraikan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

¹⁴ <https://koinworks.com/blog/pengertian-strategi-peningkatan-fungsi-contoh-elemen/> diakses pada tanggal 13 Februari 2022

BAB II :Kajian Pustaka, berisikan tentang teori-teori mengenai variabel yang dibahas dalam penelitian, kajian penelitian terdahulu dan kerangka konseptual befikir.

BAB III :Metode Penelitian, berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data , dan teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV :Hasil Penelitian, meliputi paparan data dan temuan penelitian.

BAB V :Pembahasan, berisikan tentang analisis hasil temuan melalui teori, penelitian terdahulu dan teori yang ada.

BAB VI :Penutup, bab ini berisi kesimpulan dan saran yang dibuat atas dasar hasil temuan dari penelitian yang dilakukan. Kesimpulan memuat ringkasan hasil penelitian sedangkan saran berisikan argumen peneliti kepada pihak yang bersangkutan dalam penelitian sebagai upaya perbaikan kedepan.

3. Bagian Akhir. Pada bagian akhir dari tulisan ini memuat daftar pustaka dan lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.