

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pengembangan suatu ekonomi merupakan hasil penerapan teknologi, maka harus ada seorang atau golongan orang yang berbuat untuk menerapkan kombinasi-kombinasi baru, sumber-sumber produksi untuk kegiatan produktif. Dalam arti yang luas fungsi itu dilakukan oleh wirausaha atau “*Entrepreneur*”. Sebagai pelaku perubahan (*changing agent*) yang mentransformasi sumber-sumber daya menjadi barang-barang dan jasa yang sangat bermanfaat dan seringkali tersebut menciptakan keadaan yang menyebabkan perubahan industrial. Seorang wirausahawan selalu mengembangkan *entrepreneurshipnya* dengan mengendalikan otak kiri dan otak kanan dalam memanfaatkan ide-idenya yang baru dalam mewujudkan produk baru, metode-metode baru, menemukan pola layanan baru, daerah penjualan baru dan hal-hal lain yang berkaitan dengan pembangunan ekonomi.²

Menurut Bracker, secara etimologi “strategi” dari kata Yunani Klasik, dari kata “*stratego*” (jenderal) kata ini dapat diartikan sebagai perencanaan dengan menggunakan cara yang efektif berlandaskan sarana-sarana yang dimiliki untuk mencapai suatu tujuan mempertahankan orientasi pada jangka Panjang yang jauh ke masa depan, dengan tujuan sarana interaksi secara efektif sebagai Langkah persaingan dalam lingkup upaya mengoptimalisasi

² Ismail Nawawi, *Pembangunan dalam Perspektif Islam: Kajian Ekonomi, Sosial dan Budaya*, (Surabaya: Putra Media Nusantara, 2009), hal. 100

yang diarahkan untuk pencapaian keberlangsungan yang diharapkan.³

Perkembangan masyarakat yang semakin pesat, kebutuhan hidup yang semakin meningkat, secara tidak langsung telah mendorong masyarakat untuk berfikir bagaimana cara meningkatkan taraf hidup. Diantaranya dengan berwirausaha. Hal ini sejalan dengan pengertian wirausaha itu sendiri, yaitu suatu proses penerapan kreatifitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Salah satunya dengan memulai usaha rumahan (home industry).

Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Sekarang ini kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha, supaya usaha kita dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses. Sektor industri merupakan sector yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan nasional terutama dalam pembangunan ekonomi. Salah satu sektor industri yang juga merupakan pilar penyangga perekonomian adalah UKM (Usaha Kecil dan Menengah).⁴ Pembangunan industri kecil bermanfaat besar untuk masyarakat dan pemerintah. Adapun manfaatnya bagi masyarakat sebagai tambahan lapangan pekerjaan, dan untuk pemerintah dapat membantu mengatasi angka kemiskinan di Indonesia. Salah satu faktor yang diharapkan dapat menciptakan kesempatan kerja ialah suatu sektor industri kecil dan menengah (UKM), karena pada sektor ini menggunakan teknologi yang bisa disebut dengan proses produksi padat karya, sehingga dengan adanya teknologi itu dapat diharapkan bisa menyerap tenaga kerja yang lebih banyak.

³ Husein Umar, *Strategis Management In Action*,(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2008), hal. 38

⁴ Aries Heru Prasetyo, *Sukses Mengelola Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*, (Jakarta: Gramedia,2010), Hal.1

Industri kecil perlu banyak mendapat perhatian dikarenakan tidak hanya memberikan penghasilan bagi sebagian Angkatan kerja, namun juga merupakan ujung tombak dalam usaha mengentaskan kemiskinan, pengangguran, dan pemerataan pendapatan.⁵

Industri adalah proses atau kegiatan ekonomi berupa pengelolaan bahan baku, baik itu bahan setengah jadi ataupun bahan mentah supaya menjadi bahan yang mempunyai nilai harga yang lebih tinggi.⁶ Industri menurut Departemen Perindustrian termasuk dalam kategori industri kecil yang sebagaimana industri kecil (*home industry*) mempunyai misi melaksanakan suatu pemerataan yang dapat diharapkan menambah kesempatan kerja serta meningkatkan nilai tambah pasar lokal.⁷

Pengembangan Sentra Industri Kecil dan Menengah adalah amanah yang terdapat di dalam Undang-undang No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, dimana pasal 14 menyebutkan tentang peran Pemerintah dan atau Pemerintah Daerah melakukan percepatan penyebaran dan pemerataan pembangunan industri ke seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia melalui perwilayahan industri. Perwilayahan Industri yang sebagaimana dimaksud dilaksanakan melalui pengembangan Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri, pengembangan Kawasan Peruntukan Industri, pembangunan Kawasan Industri, pengembangan Sentra Industri Kecil dan Industri Menengah. Dan juga dalam Pasal 74 mengamanahkan penguatan kapasitas kelembagaan

⁵ Ayie Eva Yuliana, *Strategi Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen*, Skripsi (Semarang: Progam Sarjana Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2013), Hal. 1

⁶ Muhammad Anas Adha, *Strategi Eksistensi Industri Genteng Sokka*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, sosiatri, UGM, 2015), Hal. 1

⁷ Lincoln Arshad, *Ekonomi Pembangunan*, Unit penerbit dan percetakan STIM YKPN Yogyakarta, (Jl. Palagan Tentara Pelajar km. 7 Yogyakarta), Hal. 454

industri kecil dan menengah.⁸

Sektor industri kecil yang ada di Tulungagung mempunyai banyak potensi untuk dikembangkan karena sumber daya alam lokal dan kreativitas masyarakat dalam bidang seni ataupun bidang kerajinan cukup memberikan kontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat serta mendukung program pembangunan daerah. Perkembangan industri kecil cukup pesat sejajar dengan pesatnya perkembangan industri yang lain yang bisa membuka peluang pasar lokal maupun internasional.

Pembangunan industri di Kabupaten Tulungagung diarahkan pada peningkatan peranannya terhadap pembentuk produk domestik regional bruto (PDRB) Kabupaten Tulungagung. Selain itu, sektor industri diharapkan lebih berperan dalam usaha menyeimbangkan struktur ekonomi daerah dari agraris menjadi industri. Untuk penyeimbangan industri di daerah Tulungagung merupakan suatu hal yang tidak perlu difikirkan lagi guna memecahkan masalah kesempatan kerja dan memperbesar nilai tambah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Inovasi produk merupakan penerapan secara praktis sebuah gagasan ke dalam suatu produk atau proses baru. Inovasi yang dilakukan pada suatu produk sangat diperlukan dengan tujuan untuk mempertahankan minat beli konsumen. Inovasi produk yang dilakukan secara efektif dengan intensitas yang tinggi dapat menentukan kinerja pemasaran dalam sebuah perusahaan.

Inovasi produk yang semakin tinggi akan mempengaruhi kinerja pemasaran

⁸ Undang-undang No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, <https://kemenperin.go.id/download/5181/Undang-Undang-No-3-Tahun-2014-Perindustrian>, diakses pada tanggal 10 Mei 2023, pukul 22.16 WIB

dan selanjutnya meningkatkan keunggulan bersaing berkelanjutan.⁹ Kualitas dalam suatu produk mengandung macam-macam tujuan, baik itu tujuan produsen maupun tujuan konsumen. Produsen menganggap kualitas suatu produk itu baik jika produk tersebut sangat laku dan banyak disukai di pasaran, sehingga mampu mendatangkan keuntungan yang optimal.

Kualitas merupakan faktor yang terdapat dalam suatu produk yang menyebabkan produk tersebut bernilai sesuai dengan maksud untuk apa produk itu diproduksi.¹⁰ Kualitas dalam suatu produk mengandung berbagai macam tujuan, antara tujuan produsen maupun tujuan konsumen. Jika produk tersebut laku keras, produsen dapat menganggap kualitas suatu produk itu baik. Sehingga mampu mendatangkan keuntungan yang lebih tinggi. Sedangkan jika konsumen menganggap kualitas produk itu baik, jika keinginan dan kebutuhannya terhadap produk itu dapat terpuaskan. Dapat dikatakan bahwa kualitas atau mutu suatu barang atau jasa hasil produksi suatu perusahaan adalah mencerminkan keberhasilan perusahaan di hadapan konsumen dalam melaksanakan usaha produksinya.

Modal merupakan faktor yang sangat penting. Jika terdapat keterbatasan modal dapat membuat usaha yang dijalankan dalam suatu industri akan kurang berkembang luas dan kurang mampu melayani permintaan pembeli. Ketersediaan suatu bahan mentah yang dekat atau mungkin berada di wilayah industri, itu akan memudahkan dalam proses produksi. Selain mudah didapat karena di dekat wilayah industri, hal ini juga dapat membuat biaya transportasi

⁹ Akhmad Nasir, “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan”, dalam *Economics College of Gempol*, (Pasuruan: Jurnal Universitas Tribhuwana Tungadewi, 2018), hal.19

¹⁰ Handoko, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:IPWI, 2002), hal.54

menjadi lebih murah.

Adapun promosi juga merupakan kegiatan penting, yang bertujuan memberitahukan, memperkenalkan dan mengingatkan manfaat suatu produk yang dipromosikan supaya dapat mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. Dalam melakukan promosi, suatu perusahaan harus dapat menentukan dengan baik dan tepat alat yang digunakan untuk promosi mana yang bisa mencapai keberhasilan dalam suatu penjualan.¹¹ Promosi menunjuk berbagai aktivitas perusahaan agar dapat mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pembeli dan konsumen yang bersasaran agar membeli suatu produk tersebut untuk menciptakan suatu penjualan.

Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan, dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong pelanggan untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut.¹² Kasmir menyebutkan bahwa terdapat dua indikator yang paling dominan sebagai sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan yaitu Periklanan (*Advertising*) dan Penjualan pribadi (*Personal Selling*).¹³ Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang akan digunakan agar mencapai keberhasilan dalam penjualan.

Dalam mengembangkan suatu industri perlu memperhatikan lokasi yang tepat. Penempatan suatu industri yang tepat akan mendapatkan berbagai keuntungan, seperti dalam hal mudahnya mendapatkan tenaga kerja, pemasukan bahan mentah, dan memudahkan dalam pengadaan sumber energi

¹¹ Basu Swastha dan Irawan, *Azaz-Azaz Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 1999), hal.26

¹² Muhammad Jaiz, *Dasar-dasar Periklanan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal 43

¹³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hal.247.

dan transportasi yang baik dan pemasaran yang lancar. Dapat dikatakan, faktor dasar penentu suatu lokasi industri seperti dekat dengan fasilitas umum, dekat dengan pasar, dekat dengan pasokan bahan mentah serta kondisi lingkungan dan kondisi iklim yang sesuai dengan kebutuhan industri tersebut.

Dalam perkembangan pembangunan di Indonesia berkembang dengan sangat pesat, dalam perkembangan ini maka diperlukan banyak bahan bangunan yang dalam jumlah yang besar pula. Salah satu bahan yang banyak digunakan yaitu dalam pemakaian genteng pada bangunan perumahan dan pada saat ini banyak juga bermacam ragam jenis genteng yang sering digunakan baik genteng yang terbuat dari bahan seng, multiroof dan bahan keramik. Genteng merupakan benda yang berfungsi untuk atap suatu bangunan. Dahulu genteng berasal dari tanah liat yang dicetak dan dipanaskan sampai kering. Genteng merupakan bagian utama dari suatu bangunan sebagai penutup atap rumah. Fungsi utama genteng adalah menahan panas sinar matahari dan curahan air hujan. Jenis genteng bermacam-macam, ada genteng beton, genteng tanah liat, genteng keramik, genteng seng dan genteng kayu (sirap). Keunggulan genteng tanah liat (lempung) selain murah, bahan ini tahan segala cuaca, dan lebih ringan dibanding genteng beton. Sedangkan kelemahannya, genteng ini bisa pecah karena kejatuhan benda atau menerima beban tekanan yang besar melebihi kapasitasnya. Kualitas genteng sangat ditentukan dari bahan dan suhu pembakaran, karena hal tersebut akan menentukan daya serap air dan daya tekan genteng.

Genteng merupakan salah satu jenis penutup atas rumah yang banyak digemari oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Selain karena mudah

ditentukan harga produk genteng juga relative murah sehingga mampu dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Jenis dari genteng sendiri antara lain genteng mataram, genteng mantili, genteng turbo, dan genteng wuwung. Kegunaan genteng secara umum adalah sebagai atap atau penutup suatu bangunan. Dalam perkembangan sekarang genteng disusun mengikuti gaya bentuk dan warna bangunan.

Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak industry kecil menengah, salah satunya adalah industry pembuatan genteng. Sektor industry pembuatan genteng saat ini telah menjadi industry yang terus tumbuh dan berkembang dari waktu ke waktu. Sebagai industry yang ada di wilayah Tulungagung, industry genteng juga memiliki potensi menjanjikan dan diminati oleh banyak konsumen dari berbagai daerah. Sektor industry ini memiliki peranan kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat karena mampu menyerap banyak tenaga kerja, sehingga memiliki peranan yang cukup besar dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi daerah.

Desa Sambijajar merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Sumbergempol. Salah satu desa ini yang terkenal dengan banyaknya tempat penggilingan tebu, akan tetapi ada beberapa usaha home industri pembuatan genteng di Desa Sambijajar ini. Meskipun pembuatan genteng di Desa Sambijajar masih sederhana, tapi jumlah genteng dari home industri ini tak kalah dengan bikinan pabrik. Namun dengan berkembangnya zaman yang semakin maju, kini banyak jenis-jenis genteng yang semakin sangat beragam. Mulai dari bahannya serta warna dan bentuknya, harganya pun banyak

bervariasi sesuai dengan model dan tingkat kualitas barang. Dari yang harga yang lebih ekonomis dan genteng yang praktis tapi tetap mempunyai estetika yang bagus.

Berdasarkan uraian di atas, yang dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya perkembangan kerajinan genteng di kalangan pengrajin. Peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui lebih lanjut dan mendalam mengenai strategi promosi dalam meningkatkan ekonomi. Sehingga dengan pemaparan di atas, peneliti mengangkat judul penelitian **“Strategi Promosi dalam Meningkatkan Ekonomi di Industri Genteng Desa Sambijajar Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi promosi *Advertising* dan *Personal Selling* yang diterapkan Industri Genteng Desa Sambijajar Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung?
2. Apa saja kendala strategi promosi yang diterapkan Industri Genteng Desa Sambijajar Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung?
3. Bagaimana dampak strategi promosi bagi peningkatan ekonomi di Industri Genteng Desa Sambijajar Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan strategi promosi *Advertising* dan *Personal Selling* yang diterapkan Industri Genteng Desa Sambijajar Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mendeskripsikan kendala strategi promosi yang diterapkan Industri Genteng Desa Sambijajar Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk mendeskripsikan dampak strategi promosi bagi peningkatan ekonomi di Industri Genteng Desa Sambijajar Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung.

D. Batasan Masalah

Dilihat dari tujuan penelitian dalam melakukan penelitian ini, maka peneliti membatasi masalah agar tidak meluasnya pokok permasalahan yang telah ada dan memberi pembahasan yang sesuai dengan tujuan yakni strategi promosi yang diterapkan, kendala strategi promosi, dan dampak strategi promosi bagi peningkatan ekonomi Industri Pembuatan Genteng Desa Sambijajar.

E. Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat atau kegunaan, baik dalam bidang teoritis ataupun dalam bidang praktis. Adapun manfaat penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pengetahuan di bidang dunia industri dalam hal pengembangan usaha bagi pelaku usaha pabrik genteng di Sambijajar.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemilik Usaha

Untuk pemilik usaha, diharapkan bisa bermanfaat untuk memberi saran dan informasi di pakai evaluasi untuk menjalankan bisnis. Pemilik usaha bisa terus mengembangkan usahanya dengan strategi promosi yang diterapkan dalam meningkatkan ekonomi.

b. Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian ini diharapkan untuk menambah ilmu dan wawasan dan sebagai sumbangan saran, pemikiran, informasi yang bisa digunakan sebagai masukan yang berguna dalam menggambarkan bagaimana peningkatan ekonomi melalui strategi promosi yang diterapkan pada suatu industri.

c. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat dijadikan bahan masukan dalam menambah wawasan, pengetahuan dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

F. Penegasan Istilah

Agar menghindari adanya kesalahpahaman terhadap judul di atas dan agar memperoleh gambaran yang jelas serta bisa memperoleh pengertiannya, berikut ini penulis sajikan penegasan tersebut:

1. Definisi Konseptual

- a. Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.¹⁴
- b. Strategi promosi merupakan bentuk komunikasi penjual yang menginformasikan, membujuk ataupun mengajak para calon pembeli suatu produk atau jasa dalam rangka memperoleh respon pembeli.¹⁵
- c. Peningkatan adalah sebuah cara yang dilakukan untuk mendapatkan ketrampilan atau kemampuan menjadi lebih baik.¹⁶
- d. Perekonomian yang mempunyai kata dasar ekonomi yang memiliki pengertian tindakan, aturan atau cara tentang mengelola ekonomi rumah tangga dan tujuannya untuk memenuhi kebutuhan hidup.¹⁷ Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan perekonomian adalah cara atau usaha yang dilakukan masyarakat dalam mengatur perekonomian untuk menjadi lebih baik dengan tujuan dapat memenuhi tujuan hidup.
- e. Industri adalah kumpulan perusahaan yang memproduksi barang dan jasa, dimana terdapat kesamaan dalam bahan baku yang digunakan, proses, bentuk produk akhir dan konsumen akhir.¹⁸ Genteng merupakan

¹⁴ Apri Winge Adindo, *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2021), hal. 39

¹⁵ Purnama Lingga, *Strategic Marketing Plan : Panduan Lengkap dan Praktis Menyusun Rencana Pemasaran yang Strategis dan Efektif*(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 69

¹⁶ Moeliono, *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka,1988), hal. 158

¹⁷ Gunawan Sumodiningrat, *Membangun Perekonomian Rakyat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hal.24.

¹⁸ Saka Putra, “Analisis Industri Pangan Sub Sektor Industri Makanan Ringan Kue Bangkit dan Bolu” dalam *Analysis of Food Industry*, (Pekanbaru: Faculty of Economics Riau University, 2017), hal.10

bagian utama dari suatu bangunan sebagai penutup atap rumah yang dibuat oleh manusia terbuat dari tanah liat.¹⁹

2. Definisi Operasional.

Peneliti dengan judul **“Strategi Promosi dalam Meningkatkan Ekonomi di Industri Genteng Desa Sambijajar Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung”** dalam hal ini peneliti ingin mengetahui strategi promosi yang diterapkan, kendala strategi promosi, dan dampak strategi promosi bagi peningkatan ekonomi Industri Pembuatan Genteng Desa Sambijajar. strategi promosi Industri Pembuatan Genteng Desa Sambijajar adalah cara yang dilakukan oleh industry untuk berkomunikasi dengan penjual dengan menginformasikan, membujuk ataupun mengajak para calon pembeli pada suatu produk atau jasa dalam rangka meningkatkan ekonomi.

G. Sistematika Pembahasan Skripsi

Untuk mempermudah dan memberikan gambaran pembahasan secara menyeluruh dan sistematis dalam penyusunan penelitian ini, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi-informasi dan hal-hal yang dibahas di setiap bab.

Dalam penyusunan skripsi, perlu dilakukan secara sistematis penulisan untuk memudahkan peneliti dengan membuat beberapa bagian dan bab. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas mengenai isi penelitian secara umum yang terdiri dari

¹⁹ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 141

latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, identifikasi dan batasan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan skripsi.

BAB II Kajian Pustaka

Bab ini membahas tentang teori yang digunakan sebagai alat analisis dalam penelitian ini. Bab ini terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini mencakup pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil penelitian

Bab ini membahas tentang hasil penelitian yang terdiri dari paparan data dan temuan penelitian.

BAB V Pembahasan

Bab ini membahas mengenai analisis data dengan teori-teori yang terkait. Bab ini terdiri dari strategi peningkatan ekonomi dalam industri dan cara mempertahankan kepuasan konsumen melalui peningkatan kualitas produksi Industri Pembuatan Genteng Desa Sambijajar.

BAB VI Penutup

Bab ini terdiri atas kesimpulan dan saran atau rekomendasi.