



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A
SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Bersaing Bengkel Moscow Modern Scooter
Way

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh
Syafri Herdiansyah
2016320109

Bandung
2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A
SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Analisis Strategi Bersaing Bengkel Moscow Modern Scooter
Way**

Skripsi

Oleh

Syafri Herdiansyah

2016320109

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Syafri Herdiansyah
Nomor Pokok : 2016320109
Judul : Analisis Strategi Bersaing Bengkel Moscow Modern Scooter Way

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 7 Agustus 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: 
14.08.2020

Sekretaris

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

: 

Anggota

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Syafri Herdiansyah
NPM : 2016320109
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi Bersaing Bengkel Moscow Modern
Scooter Way

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah di ajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang di kutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 26 Juli 2020



Syafri Herdiansyah

ABSTRAK

Nama : Syafri Herdiansyah
NPM : 2016320109
Judul : Analisis Strategi Bersaing Bengkel Moscow Modern Scooter Way

Perkembangan dunia otomotif terus berkembang pesat seiring dengan berjalannya waktu. Khususnya berkembangnya pabrikan motor yang berkecimpung di dunia otomotif yaitu Piaggio. Para pengguna motor Piaggio dari tahun ke tahun semakin lama semakin bertambah banyak jumlahnya. Hal tersebut dipengaruhi selain karena kebutuhan dasar juga dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakatnya. Banyaknya pesaing dalam industri bengkel perawatan modern vespa membuat persaingan cukup kuat. Bengkel Moscow memiliki keunggulan biaya perawatan yang lebih murah dibandingkan dengan para pesaingnya.

Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh bengkel Moscow selama ini, serta rancangan strategi yang akan digunakan bengkel Moscow di masa mendatang. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif, yaitu mendeskripsikan fenomena yang terjadi dalam menghadapi persaingan di industri bengkel perawatan Modern Vespa. Penelitian ini memperlihatkan pencapaian target pasar serta tujuan perusahaan yang telah ditentukan. Dalam menganalisis datanya menggunakan analisis lingkungan internal perusahaan merupakan empat fungsi bisnis yang terdiri dari operasional, sumber daya manusia, keuangan dan pemasaran. Selain itu menggunakan analisis lingkungan eksternal menggunakan analisis PESTLE dan analisis Porter's 5 Forces yang digabungkan untuk membuat analisis (SWOT) yaitu kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman.

Penelitian ini memperlihatkan jika bengkel Moscow Modern Scooter Way menerapkan strategi *Low Cost Provider* pada bisnisnya. Bengkel Moscow Modern Scooter Way menerapkan harga pelayanan yang lebih murah dibandingkan dengan para pesaingnya. Strategi *Low Cost Provider* efektif digunakan oleh bengkel Moscow karena tercapainya target pasar yang dan tujuan perusahaan yang terpenuhi. Untuk menghadapi persaingan yang akan datang, strategi yang direkomendasikan untuk diterapkan yaitu *Best Cost Provider*. Dengan strategi ini dimaksudkan agar bengkel Moscow Modern Scooter Way menjadi pilihan utama dalam menservice modern vespa di Kota Bandung.

Kata Kunci: *Strategi, Low Cost Provider, Efektivitas*

ABSTRACT

Nama : Syafri Herdiansyah
NPM : 2016320109
Judul : Analisis Strategi Bersaing Bengkel Moscow Modern Scooter Way

The automotive world's development continues to grow rapidly over time. Especially the development of motorcycle manufacturers working in the automotive world, Piaggio. Piaggio motorcycle users are increasing from year to year. This is influenced not only because of basic needs but also also influenced by people's lifestyles. The number of competitors in the Vespa modern maintenance workshop industry makes the competition quite strong. Moscow Workshop has the advantage of lower maintenance costs compared to its competitors.

The purpose of this study is to determine the strategies adopted by the Moscow workshop so far, as well as the strategy plan that will be used by the Moscow workshop in the future. This study uses descriptive research, which describes the phenomena that occur in the face of competition in the modern Vespa maintenance workshop industry. This study shows the achievement of target markets and predetermined company goals. In analyzing the data using an analysis of the company's internal environment, there are four business functions consisting of operational, human resources, finance and marketing. Besides using the external environment analysis using PESTLE analysis and Porter's 5 Forces analysis combined to make an analysis (SWOT), namely strengths, weaknesses, opportunities, and threats.

This research shows if the Moscow Modern Scooter Way workshop applies a Low Cost Provider strategy to its business. Moscow Modern Scooter Way Workshop applies lower service prices compared to its competitors. The Low Cost Provider Strategy is effectively used by the Moscow workshop because of achieving its target market and company objectives. To deal with future competition, the recommended strategy to implement is the Best Cost Provider. With this strategy it is intended that the Moscow Modern Scooter Way workshop be the first choice in servicing the modern Vespa in Bandung City.

Keywords: Strategy, Low Cost Provider, Effectiveness

Kata Pengantar

Puji dan syukur saya panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa memberikan kesehatan, hikmah, dan ilmu kepada Penulis sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Bengkel Moscow Modern Scooter Way” dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyelesaikan skripsi ini dengan tujuan sebagai salah satu syarat dalam menempuh Strata-1 (S1) Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan.

Pada kesempatan ini, Penulis ingin menyampaikan ucapan dan terima kasih kepada semua pihan yang telah memberikan arahan dan bantuan baik secara moril dan materil, dukungan, bimbingan, saran, serta doa selama masa perkuliahan sampai pada masa penyusunan skripsi hingga selesai, terutama kepada :

1. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M. sebagai dosen pembimbing yang senantiasa membimbing peneliti yang jauh dari kata baik ini. Terima kasih atas segala kesabaran, waktu, tenaga, serta ilmu yang diberikan selama membimbing peneliti menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

3. Mamah, papah, dan mba myta yang senantiasa memberikan dukungan dan mendoakan penulis selama masa perkuliahan sampai dengan menyelesaikan skripsi ini.
4. Pendiri sekaligus pemilik bengkel Moscow Modern Scooter Way Pak Ari Abdul Ghani yang telah meluangkan waktu dan memberikan data yang diberikan selama proses penyusunan skripsi sampai selesai.
5. Pejuang Adbis selaku sahabat penulis selama masa perkuliahan di Unpar yaitu Lorencius Kurniadi, Fandi Alfathan, Alizar Rasyid, Rizky Iman Akbar, Yofan Geraldi, Albert Panggian, Muhammad Shidqi, Kharis Nazara, dan Naufal Rayhan yang telah memberikan dukungan, doa, semangat, hiburan, yang sangat berarti bagi penulis.
6. Sahabat penulis Heri Santoso, Yuyus Khairu, Zikri Firdaus, Noval Faza, Monita Mustika Ayu, Ahmad Zaenal dan Rifqi Rahman yang selalu mendukung dan menemani dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai.
7. Squad SMP Dadi Setiawan, Sevi Eka, Rezza Aditya, Gilang Renaldi, dan Pippo yang mendukung selalu dikala senang dan susah serta mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Squad djirolu Aditya Prasetyo, Tohari, Rayhan, Aga Indra, Widhie Ariyanto, Haffidze, Verzal, dan Fioga yang mendukung, membantu, dan menemani skripsi selama di Indramayu.
9. Kepada Yuliana Keke, Pradya Paruhita, Teresa Putri, Monique Giaramita, dan Nicky Putri yang telah memberikan dukungan baik secara langsung

maupun tidak langsung, serta membantu penulis dalam proses pembuatan skripsi ini sampai selesai.

10. Kepada teman satu bimbingan Ibu Orpha dan Vani yang berjuang bersama dalam proses pembuatan skripsi ini.
11. Kepada Firly Rakawalid yang menemani penulis dalam hobby motoran selama di Unpar dan mendukung dalam pembuatan skripsi ini.
12. Kepada semua teman baik penulis selama di Unpar yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Bandung, 26 Juli 2020

Penulis

KERANGKA TEORITIS.....	8
2.1 STRATEGI.....	8
2.1.1 Pengertian Strategi	8
2.1.2 Tingkatan Strategi.....	9
2.2 STRATEGI BERSAING	11
2.2.1 Pengertian Strategi Bersaing.....	11
2.3 STRATEGI GENERIK.....	11
2.3.1 Lima Strategi Generik Michael Porter	11
2.4 MANAJEMEN STRATEGI.....	18
2.4.1 Tingkatan Manajemen Strategi.....	19
2.4.2 Analisis Internal dan Eksternal.....	20
2.5 EFEKTIVITAS.....	36
2.5.1 Pengertian Efektivitas	36
2.5.2 Indikator Efektivitas.....	37
Penentuan sasaran dengan tepat, baik yang ditentukan oleh individu maupun organisasi dapat menentukan keberhasilan aktivitas organisasi. Jika sasaran yang ditentukan kurang tepat, dapat menghambat pelaksanaan kegiatan yang dilakukan.	39
2.6 PENELITIAN TERDAHULU	39
BAB 3.....	42
METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Protokol Studi.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	45
3.4.1 Wawancara	45
3.4.2 Studi Kepustakaan.....	46
3.5 Sumber Data	46
3.5.1 Data Primer	46
3.5.2 Data Sekunder.....	47
3.6 Teknik Analisis Data	47
3.6.1 Analisis Internal	47
3.6.2 Analisis Eksternal	48
3.6.3 Analisis Efektivitas	48
3.7 Model Penelitian	49

BAB 4	51
OBJEK PENELITIAN	51
4.1 Profil Perusahaan	51
4.2 Sejarah Bengkel Moscow Modern Scooter Way	51
4.2.2 Struktur Organisasi	53
4.3 Target Pasar	55
4.4 Tujuan Perusahaan	55
4.4 Proses Bisnis Umum	56
4.4.1 Produk.....	56
4.4.2 Pelayanan dan Alur Pembelian	57
4.4.3 Promosi.....	58
4.5 Produk pelayanan Bengkel Moscow Modern Scooter Way	59
BAB 5	63
PEMBAHASAN	63
5.1 Strategi yang dijalankan oleh Bengkel Moscow Modern Scooter Way selama ini	63
5.2 Efektivitas Strategi Moscow Modern Scooter Way	66
5.2.1 Target Pasar	66
5.2.2 Tujuan Perusahaan	69
5.3 Rancangan Strategi di Masa Yang Akan Datang	70
5.3.1 Aspek Eksternal Perusahaan.....	70
5.3.1.1 Analisis P.E.S.T.E.L	71
5.3.1.2 Porter's Five Forces	76
5.3.2 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	81
5.3.2.1 Operasional	81
5.4 Analisis S.W.O.T	88
5.4.1 <i>Strength</i> (Kekuatan)	88
5.4.2 <i>Weakness</i> (Kelemahan)	89
5.4.3 <i>Opportunity</i> (Peluang)	90
5.4.4 <i>Threat</i> (Ancaman)	90
5.4.5 Matriks SWOT	91
5.5 Strategi Bersaing yang Direkomendasikan untuk Bengkel Moscow Modern Scooter Way	94
BAB 6	96

<i>KESIMPULAN DAN SARAN</i>	96
6.1 Kesimpulan	96
6.2 Saran	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Protokol Studi.....	43
Tabel 5.1 Perbedaan harga Bengkel Moscow dengan pesaingnya.....	61
Tabel 5.2 Penjualan Bengkel Moscow periode 2018&2019.....	65
Tabel 5.3 Para pesaing Bengkel Moscow.....	77
Tabel 5.4 Harga produk/jasa Bengkel Moscow.....	80
Tabel 5.5 Hasil Matriks SWOT.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Porter's five forces model Gambar.....	48
Gambar 3.1 Model penelitian.....	48
Gambar 4.1 Logo moscow modern scooter way.....	53
Gambar 4.2 Struktur organisasi bengkel moscow.....	54
Gambar 4.3 Profil instagram bengkel moscow.....	44
Gambar 4.4 Lokasi bengkel Moscow.....	44
Gambar 4.5 Lokasi bengkel moscow.....	44
Gambar 4.6 Bengkel moscow.....	44
Gambar 5.1 Data konsumen bengkel moscow.....	67

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia otomotif terus berkembang pesat seiring dengan berjalannya waktu. Khususnya berkembangnya pabrikan motor yang berkecimpung di dunia otomotif yaitu Piaggio. Berdasarkan data yang dihimpun penjualan Piaggio Group di Indonesia yang menjual modern Vespa penjualannya mengalami kenaikan yang sebelumnya pada tahun 2018 berhasil menjual sebesar 603.600 unit, pada tahun 2019 mengalami kenaikan dengan penjualan mencapai 611.300 unit (Harry, 2020). Produk kendaraan bermotor yang dikeluarkan oleh pabrikan motor Piaggio semakin digemari oleh masyarakat, khususnya masyarakat di Kota Bandung. Para pengguna motor Piaggio dari tahun ke tahun semakin lama semakin bertambah banyak jumlahnya. Hal tersebut dipengaruhi selain karena kebutuhan dasar juga dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakatnya. Tren yang sedang ramai pada saat sekarang yaitu penggunaan kendaraan bermotor keluaran dari pabrikan Piaggio.

Sepeda motor pada awalnya hanya digunakan sebagai moda transportasi saja untuk berpindah tempat dengan *flexible*, tetapi seiring berkembangnya jaman sepeda motor bukan hanya sebagai moda transportasi saja tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat khususnya milenial. Sepeda motor yang sedang digemari oleh masyarakat pada zaman sekarang adalah modern vespa, hal

tersebut adalah karena modern vespa memiliki tampilan yang bergaya retro tetapi dengan mesin yang ramah lingkungan berbeda dengan pendahulunya.

Dengan bertambah banyaknya pengguna kendaraan bermotor Piaggio khususnya modern vespa di Kota Bandung juga berdampak pada tumbuhnya pelaku bisnis bengkel perawatan sepeda motor Piaggio. Dengan tingkat persaingan yang cukup ketat mengharuskan bengkel Moscow Modern Scooter Way memiliki strategi bersaing yang tepat agar dapat meningkatkan bisnisnya.

Bengkel Moscow Modern Scooter Way merupakan bengkel perawatan modern vespa yang terletak di Kota Bandung, tepatnya berada di Jalan Cikutra Barat No. 1, Sukaluyu, Kecamatan Cibeunying. Bengkel Moscow Modern Scooter Way memiliki kelebihan berupa harga yang terjangkau untuk perawatan modern vespa dibandingkan dengan pesaingnya. Untuk tetap bertahan dengan gempuran persaingan yang ada, bengkel Moscow Modern Scooter Way harus menerapkan strategi bersaing yang tepat.

Hal yang harus dilakukan oleh bengkel Moscow guna mendapatkan strategi bersaing yang tepat adalah dengan melakukan evaluasi strategi. Karena seiring dengan berkembangnya waktu, dengan perubahan-perubahan yang terjadi akan ada pesaing-pesaing baru dan membuat persaingan semakin ketat. Oleh karena itu Bengkel Moscow Modern Scooter Way harus melakukan evaluasi strategi bersaingnya secara berkelanjutan agar dapat menyesuaikan dengan persaingan yang ada. Karena apabila bengkel Moscow Modern Scooter Way tidak melakukan evaluasi strateginya, bukan tidak mungkin akan kalah bersaing dengan bengkel lainnya dan tidak dapat bertahan dengan gempuran persaingan

tersebut.

Berdasarkan yang telah dibahas, persaingan di industri otomotif khususnya bengkel perawatan motor modern Vespa dapat dikatakan cukup ketat. Terdapat empat bengkel vespa yang tersebar di Kota Bandung yaitu terletak di Jl. Veteran No. 61v, Jl. Pungkur No. 48, Jl. Prabu Dimuntur No. 24, Dago, dan Jl. Soekarno Hatta No. 849, Cibiru (vespa.co.id, 2014). Namun, dengan persaingan tersebut membuat bengkel Moscow Modern Scooter Way tetap eksis di dalam bisnisnya bahkan terus mengembangkan bisnisnya. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti strategi bersaing apa yang digunakan oleh bengkel Moscow Modern Scooter Way hingga saat ini dan tentunya penulis akan mengevaluasi untuk memastikan apakah bengkel sudah melakukan strateginya secara efektif atau tidak. Hal tersebut tentunya dimaksudkan agar bengkel Moscow Modern Scooter Way dapat terus bersaing dengan pesaingnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Bengkel Moscow Modern Scooter Way merupakan bengkel spesialis perawatan modern vespa. Seiring dengan perkembangan pengguna modern vespa yang semakin meningkat. Menurut (Andebar, 2020) penjualan piaggio pada tahun 2019 yang tumbuh jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal tersebut membuat peluang membuka bengkel perawatan vespa modern menjadi meningkat. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah strategi yang tepat yang diterapkan untuk menghadapi persaingan di industri bengkel perawatan vespa modern. Strategi yang diterapkan bertujuan agar bengkel Moscow Modern

Scooter Way memiliki sebuah keunggulan dibandingkan dengan para pesaingnya.

Oleh karena itu penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Strategi apa yang digunakan oleh bengkel Moscow Modern Scooter Way selama ini?
2. Apakah strategi yang digunakan oleh bengkel Moscow Modern Scooter Way sudah efektif?
3. Strategi bersaing apa yang direkomendasikan untuk bengkel Moscow Modern Scooter Way di masa yang akan datang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui bagaimana persaingan yang dihadapi oleh bengkel Moscow Modern Scooter Way serta dapat menjelaskan posisi dan strategi yang dapat dilakukan oleh bengkel kedepannya.
2. Untuk mengetahui gambaran bagaimana strategi bersaing yang diterapkan oleh bengkel Moscow Modern Scooter Way hingga saat ini.
3. Untuk dapat menentukan dan memberi saran strategi bersaing terbaik yang dapat dilakukan oleh bengkel Moscow Modern Scooter Way.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian dan permasalahan yang telah dirumuskan, peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat, sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk

menambah wawasan serta pengetahuan baik secara praktik ataupun secara teoritis mengenai menjalankan dan mengembangkan suatu bisnis, khususnya dengan strategi yang baik dan tepat untuk dapat bertahan dengan persaingan yang ada.

2. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi bengkel Mocsow Modern Scooter Way agar dapat terus mengembangkan bisnisnya dan unggul dalam persaingan yang ada.

3. Bagi Pembaca

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pembaca bagaimana bengkel Moscow menerapkan strategi bersaingnya dengan tepat dan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan atau bahan referensi yang berguna sebagai pemahaman konsep evaluasi dan perencanaan strategi bersaingnya.

1.5 Kerangka Berpikir

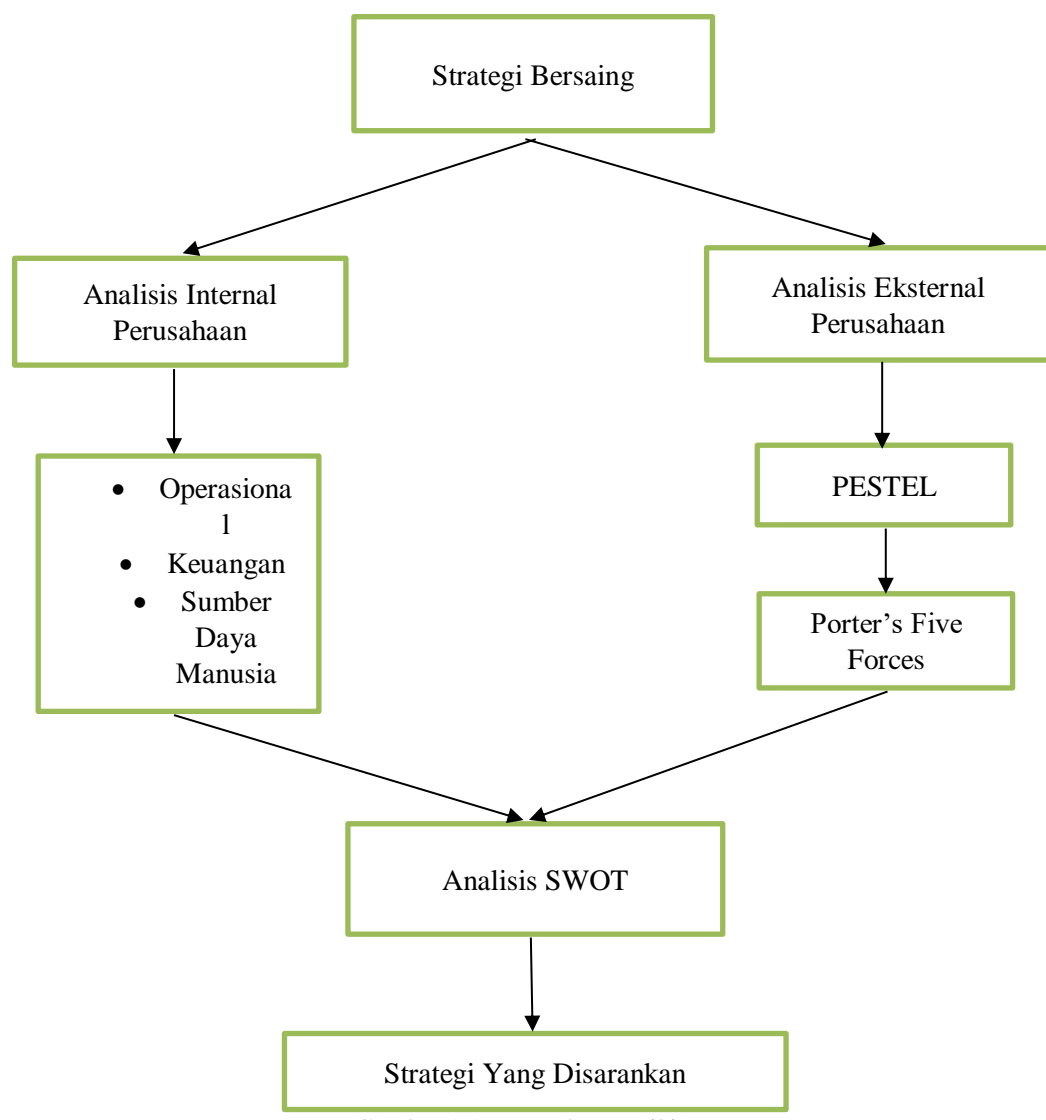
Dalam pengevaluasian strategi bersaing yang dijalankan oleh bengkel Moscow Modern Scooter Way, terlebih dahulu penulis harus mengetahui strategi bersaing yang sedang dijalankan oleh bengkel sampai saat ini. Hal tersebut berguna agar apakah strategi yang diterapkan sudah tepat atau belum. Sehingga penulis dapat memberikan rekomendasi strategi yang tepat untuk bengkel Moscow Modern Scooter Way.

Untuk menganalisis ketepatan strategi yang telah ditetapkan oleh bengkel Moscow tersebut, pertama penulis menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan terhadap penerapan strategi tersebut. Faktor internal perusahaan sendiri terdiri dari Operasional, Keuangan, Sumber Daya Manusia, dan Marketing. Sedangkan faktor eksternal perusahaan yaitu PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Ekologi, Legal) serta Porter's Five Forces yang terdiri dari kekuatan pemasok, ancaman pendatang baru, kekuatan pembeli, ancaman jasa substitusi, persaingan antar kompetitor.

Setelah mengetahui faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi perusahaan, selanjutnya menganalisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Berdasarkan analisis yang sudah dijabarkan diatas, penulis mengetahui apa saja strategi yang dihasilkan berdasarkan pada strategi bersaing yang sudah diterapkan oleh bengkel Moscow Modern Scooter Way, sehingga pada akhirnya dapat diambil kesimpulan bahawa apakah strategi yang direapkan tersebut sudah tepat atau belum. Penulis dapat merekomendasikan strategi yang tepat agar perusahaan dapat berkembang dan unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Berikut merupakan kerangka berpikir yang menjadi acuan penulis dalam melaksanakan penelitian :



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir