



**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 Kamar Tujuh Koffie di Kota  
Bandung**

Skripsi

Oleh  
Theresia Dian Oktaviani  
2017320003

Bandung

2021



**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 Kamar Tujuh Koffie di Kota**  
**Bandung**

Skripsi

Oleh  
Theresia Dian Oktaviani  
2017320003

Pembimbing  
Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung  
2021

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



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Theresia Dian Oktaviani  
Nomor Pokok : 2017320003  
Judul : Analisis Strategi Bersaing Kamar Tujuh Koffie di Kota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 19 Juli 2021  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**  
Angela Caroline, S.AB., M.M.

:   
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Sanerya Hendrawan, Ph.D

:   
\_\_\_\_\_

**Anggota**

Dr. Maria Widyaningrum

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Theresia Dian Oktaviani  
NPM : 2017320003  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul : Analisis Strategi Bersaing Kamar Tujuh Koffie di  
Kota Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dari pihak yang menjadi sumber data.

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

Bandung, 7 Juli 2021



Theresia Dian Oktaviani

## ABSTRAK

Nama : Theresia Dian Oktaviani  
NPM : 2017320003  
Judul : Analisis Strategi Bersaing Kamar Tujuh Koffie di Kota Bandung

---

Saat ini, pertumbuhan kedai kopi di Kota Bandung memiliki persaingan yang cukup ketat. Dalam menghadapi persaingan ini Kamar Tujuh Koffie, menganalisis seberapa ketat persaingan kedai kopi di Kota Bandung dan apa strategi diferensiasi yang diciptakan dan dikembangkan oleh Kamar Tujuh Koffie dari segi konten, konteks dan infrastrukturnya dan posisi strategis apa yang dilakukan perusahaan supaya bisa bersaing dalam industry ini.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif analisis dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa teknik wawancara dan observasi dengan pihak perusahaan sebagai data sekunder. Teknik analisis yang digunakan pada penulisan ini adalah analisis PESTEL, analisis *PORTER's Five Forces*, serta faktor internal yang diolah dengan matrik EFE-IFE dan matriks IE. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan matriks Internal-Eksternal, perusahaan berada pada kuadran 5 dimana posisi perusahaan memiliki persaingan yang cukup kuat di industri kedai kopi yang dilihat dari segi harga dan kualitas. Hasil perhitungan matriks EFE sebesar 2,6 dan perhitungan matriks IFE sebesar 2,8. Oleh karena itu, strategi yang digunakan adalah strategi intensif yaitu penetrasi pasar dan pengembangan produk sehingga dapat memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan yang ada.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Strategi Diferensiasi, Persaingan Industri.

## ABSTRACT

*Name* : Theresia Dian Oktaviani  
*NPM* : 2017320003  
*Title* : *Kamar Tujuh Koffie Competitive Strategy Analysis In Bandung*

---

*Nowdays, the growth of coffee shops in The City of Bandung has a fairly tight competition. In the face of this competition, Room Seven Koffie, analyze how tight the competition of coffee shops in the city of Bandung and what differentiation strategies created and developed by the Room Seven Koffie in terms of content, context and infrastructure and what strategic position the company does in order to compete in this industry.*

*This study uses a type of descriptive research analysis using qualitative research methods. Data collection techniques used in the form of interview and observation techniques with the company as secondary data. The analysis techniques used in this paper are PESTEL analysis, PORTER's Five Forces analysis, as well as internal factors processed with EFE-IFE matrix and IE matrix. Based on the results of calculations using internal-external matrix, the company is in quadrant 5 where the position of the company has a fairly strong competition in the coffee shop industry in terms of price and quality. The efe matrix calculation result is 2.6 and the IFE matrix calculation is 2.8. Therefore, the strategy used is an intensive strategy that is market penetration and product development so as to strengthen the company's position in the face of existing competition.*

*Keywords: Competitive Strategy, Differentiation Strategy, Industry Competition.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur atas rahmat dan berkat dari Tuhan Yang Maha Esa karna kemurahan-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Kamar Tujuh Koffie di Kota Bandung” dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak masukan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Mangadar Situmorang, Ph.D. selaku Rektor Universitas Katolik Parahyangan.
2. Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
4. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Ibu Angela Caroline, S.AB., M.M. dan Ibu Dr. Maria Widyarini selaku dosen penguji pada saat sidang.
6. Seluruh staf pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti studi.

7. Kedua orang tua yang selalu mendoakan dan mendukung penulis sejak mulai kuliah di Universitas Katolik Parahyangan hingga sampai dengan saat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kakak dari penulis yang selalu mendoakan dan membantu membiayai kuliah penulis dari awal hingga menyelesaikan kuliahnya.
9. Kamar Tujuh Koffie yang telah mengizinkan dan memberi bantuan dalam pengumpulan data dan melakukan observasi.
10. Teman yang penulis sayangi yang telah banyak membantu, mengantarkan, mendoakan dan mendengarkan keluh kesah penulis selama ini.
11. Maria Resy, Mutiara, Angela Merici Yuri, Tania Kaban, Patricia Leonita yang sudah menemani penulis.
12. Enrika Limbong, Sekar Kirana, Sheryl Madelin, Anggie, Siti Siswanti dan teman-teman yang lain yang menemani penulis dari awal masuk kuliah hingga lulus. Semoga tetap bisa menjalin komunikasi yang baik.
13. Diri sendiri yang mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan serius.
14. Teman seperjuangan skripsi dengan Pak Sanerya. Teruntuk Dewi Tanuwidjaja, Nida Putri, dan Rania. Akhirnya selesai juga dalam menulis skripsi ini !



15. Seluruh teman seperjuangan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2017.

16. Seluruh teman-teman yang tidak bisa dituliskan satu-persatu namanya yang membantu mendoakan dan mendukung penulis sejauh ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan ilmu, sarana, dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca tulisan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya dan dapat berguna di masa yang akan datang

Bandung, 7 Juli 2021

Penulis,



Theresia Dian Oktaviani

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penulisan .....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI .....	8
2.1 Industri.....	8
2.2 Pengertian Strategi .....	8
2.3 Jenis-jenis Strategi.....	9
2.4 Strategi Bersaing .....	13
2.4.1 Strategi Generik Michael Porter.....	13
2.4.2 Strategi Diferensiasi .....	14
2.5 Lima Kekuatan Porter .....	17
2.6 Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	20
2.6.1 PESTEL Analysis .....	20
2.7 Lingkungan Internal Perusahaan .....	22
2.7.1 Management / SDM .....	22

2.7.2	Pemasaran .....	24
2.7.3	Keuangan.....	24
2.8	Matriks EFE-IFE dan IE.....	25
2.8.1	Matriks EFE .....	25
2.8.2	Matriks IFE .....	26
2.8.3	Matriks IE .....	27
2.9	Penelitian Terdahulu.....	27
2.10	Metodologi .....	30
2.10.1	Jenis Penelitian.....	30
2.10.2	Metodologi penelitian .....	30
2.11	Instrumentasi penelitian.....	31
2.12	Teknik pengumpulan data.....	33
2.13	Teknik Analisis Data .....	34
2.13.1	Analisis Lima Kekuatan Porter .....	35
2.13.2	Analisis PESTEL .....	36
2.14	Analisis matriks EFE-IFE dan IE.....	36
<b>BAB 3</b>	<b>HASIL DAN TEMUAN.....</b>	<b>37</b>
3.1	Profil Perusahaan.....	38
3.1.1	Perkembangan Kemajuan Perusahaan .....	38
3.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	39
3.1.3	Lokasi Perusahaan dan Jam Operasional .....	40
3.1.4	Produk dan Harga pada Kamar Tujuh Koffie .....	40
3.2	Tempat dan Fasilitas.....	46
3.3	Struktur Organisasi.....	48
3.4	Strategi Bersaing Kamar Tujuh Saat ini.....	50

3.5	Analisis Industri .....	50
3.5.1	Peluang dan Tantangan yang Mempengaruhi dan Menghambat Pertumbuhan Perusahaan .....	51
3.5.2	Faktor Eksternal yang Menentukan Potensi Pertumbuhan Perusahaan 56	
3.5.3	Faktor Internal.....	60
3.6	Strategi Diferensiasi yang Diciptakan dan Dikembangkan.....	64
3.6.1	Diferensiasi Produk.....	65
3.6.2	Diferensiasi Citra .....	66
3.7	Posisi Strategik Perusahaan.....	68
3.7.1	Tabel Matriks IFE .....	68
3.7.2	Tabel Matriks EFE .....	70
3.7.3	Posisi Strategik dengan Digambarkan dengan Matriks Internal Eksternal (IE).....	71
3.8	Temuan.....	74
BAB 4 KESIMPULAN AKHIR .....		76
4.1	Kesimpulan.....	76
4.2	Rekomendasi .....	79
4.3	Implikasi.....	80
DAFTAR PUSTAKA .....		82
LAMPIRAN.....		86

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Coffee Shop di Kota Bandung, 2020.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 2.2 Protokol Studi .....	32
Tabel 3.1 Daftar Menu dan Harga.....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Analisis PORTER 5 Forces.....	18
Gambar 3.1 Suasana Kamar Tujuh Koffie.....	45
Gambar 3.2 Mocktail dan Havilla Tea.....	45
Gambar 3.3 Cheese Mushroom Croissant.....	46
Gambar 3.4 Area Outdoor.....	48
Gambar 3.5 Struktur Organisasi.....	49
Gambar 3.6 Analisis PESTEL.....	56

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pandemi Covid-19 yang berasal dari China sudah berlangsung selama satu tahun mewabah di seluruh dunia. Usai menyelidiki asal muasal virus corona, tim ahli dari Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) akhirnya menjelaskan hewan liar yang dijual di Pasar makanan laut China dimana terdapat habitat kelelawar, dan kelelawar adalah sumber virus yang terkait erat dengan SARS-CoV-2 (Nurwigati Sumartiningtyas, 2021). Kasus ini menggemparkan warga Indonesia karena penyebarannya yang begitu melejit. Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan akan menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada 10 April 2020 dan berlaku 14 hari mendatang guna mencegah penyebaran virus COVID-19 (Sutrisna, 2020).

Juru bicara Satgas Penanganan COVID-19 Wiku Adisasmito mengatakan, berdasarkan pengalaman, dampak ketatnya PSBB baru akan muncul pada pekan ketiga. Dia memberi contoh dampak lonjakan ketat PSBB pada jumlah kasus yang terjadi 14 September hingga 5 Oktober 2020. Saat itu, sejak dimulainya masa transisi PSBB, jumlah kasusnya meningkat tujuh kali lipat (Hastuti, 2021). PSBB menjadi salah satu protokol kesehatan yang harus ditempuh untuk menekan penyebaran COVID-19. Namun di sisi lain, PSBB justru berdampak buruk bagi perekonomian. Tidak hanya di Indonesia namun seluruh dunia terkena dampaknya. Pada awal bulan Maret lalu, perekonomian berkontraksi menjadi 5,32% pada

kuartal-II 2020. Penyebab kontraksi yang cukup parah adalah pada saat PSBB dilaksanakan, seluruh kegiatan ekonomi terhenti. Tidak hanya itu, akibatnya sepi kegiatan produksi, dan banyak pekerja yang dirumahkan atau bahkan sampai diberlakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) besar-besaran (Julita S, 2020).

Selain mempengaruhi perekonomian di Indonesia, pandemi COVID-19 secara langsung menyebabkan penurunan omzet bagi pelaku usaha. Adanya penurunan omzet membuat pelaku usaha kekurangan modal lebih jauh dan menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam memberikan upah kepada karyawannya untuk menekan kerugian. Tim riset SMERU menunjukkan bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) meningkat menjadi 6,55% pada bulan Maret 2020. Namun demikian, terdapat sektor-sektor yang dapat menyerap tenaga kerja lebih dan menaikkan pertumbuhan ekonomi (Rizal, 2020). Terdapat tiga sektor penyumbang 30% untuk perekonomian yang kreatif. Tiga sektor itu berupa kuliner, mode, dan kerajinan. Bisnis kuliner menjadi penyumbang terbesar yaitu mencapai 34% (Juniman, 2017).

Di Indonesia, industri makanan dan minuman memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Berbisnis merupakan salah satu cara yang digunakan untuk menaikkan profit pengusaha saat ini. Salah satu bisnis yang dapat dijalani saat pandemi COVID-19 ini adalah bisnis kuliner. Ketua Umum Asosiasi Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) Adhi S. Lukman, membuat prediksi industri makanan dan minuman di 2021 akan naik 5 - 7% (Santia, 2020). Karena makan dan minum menjadi kebutuhan primer untuk



setiap manusia dan menjadikan gaya hidup yang semakin tinggi dan tidak hanya sebagai untuk mengenyangkan perut saja.

Salah satu kota yang menjadi destinasi wisata favorit adalah Kota Bandung. Berdasarkan data jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung 2011-2016, berkisar 5 - 6,7 juta yang berasal dari berbagai macam mancanegara untuk berpariwisata (Yudatama, 2019). Terdapat hal yang menjadikan Kota Bandung menjadi salah satu kota favorit untuk dikunjungi adalah karena bisnis kulinernya yang beragam. Bisnis usaha yang memiliki persaingan yang sangat ketat. Usaha bisnis yang sedang ramai saat ini adalah *coffee shop*. *Coffee shop* saat ini merupakan industri makanan dan minuman yang banyak diminati oleh konsumen. Banyaknya *coffee shop* yang berkembang di Kota Bandung disebabkan oleh gaya hidup masyarakat itu sendiri. Di *coffee shop* sendiri kini tidak hanya menjadi tempat untuk memenuhi kebutuhan makan saja, tetapi berperan juga dalam memenuhi kebutuhan bersosialisasi dengan orang lain. Tidak hanya menjual kopi saja *coffee shop* juga menjual suasana yang dapat dinikmati oleh konsumennya pada saat sedang berkunjung. Berikut data *coffee shop* di Kota Bandung ditunjukkan pada tabel 1.1 sebagai berikut (*18 Coffee Shop Baru di Bandung 2020*, 2020).

Tabel 1.1 Data Coffee Shop di Kota Bandung, 2020

No	Nama Coffee Shop	Lokasi
1	Haben Resto	Jalan Kalipah Apo 7, Bandung
2	Sawo Coffee & Roastery	Jalan Braga 76, Bandung
3	Didago Coffee	Jalan Dago 21, Bandung

4	Bhumi Coffee	Jalan Cihampelas 226, Bandung
5	Dua Coffee	Jalan Taman Cempaka 7, Bandung
6	Blue Doors	Jalan Asia Afrika 39, Bandung
7	Sagaleh	Jalan Bahureksa 5, Bandung
8	Kopi Cantel	Jalan Progo 34, Bandung
9	Kinokimi Ranggamalesa	Jalan Ranggamalesa 8, Bandung
10	Ruang Kopi Tiga Dua	Jalan Nanas, 32
11	Cancala Coffee & Kitchen	Jalan Natuna 1, Bandung
12	Kreasi Kopi	Jalan Indrayasa 176, Bandung
13	Contrast	Jalan Anggrek 6, Bandung
14	Chapter One	Jalan Lombok 17, Bandung
15	Hawayu	Jalan Sawunggaling 2, Bandung
16	Bahagia Kopi	Jalan Banda 8, Bandung
17	Neiira	Jalan Bengawan 20, Bandung
18	Haloka	Jalan Veteran 7, Bandung

Keberadaan *coffee shop* di Kota Bandung sangatlah merajalela. *Coffee shop* di Bandung sudah menyebar di mana-mana. Mulai dari yang harganya relatif murah sampai yang relatif mahal. Cara alternatif untuk berkumpul bersama teman, kerabat ataupun keluarga. Selain itu, anak muda biasanya memanfaatkan waktunya untuk bekerja kelompok bersama dengan temannya.

Pada saat menjalankan bisnis hal yang harus diperhatikan adalah lima kekuatan industri yang akan dijalankan, supaya dapat menentukan persaingan industri yang kita jalankan : masuknya pendatang baru, daya tawar-menawar pemasok, daya beli pembeli, ancaman produk substitusi, dan persaingan antara para peserta yang ada (David, 2017).

Letaknya berlokasi di pojok depan area hotel tua beralamat di Jalan Cilamaya No 1, Gedung Sate, Bandung. Kamar Tujuh Koffie menyediakan berbagai macam jenis makanan kecil seperti kue dan minuman khas Indonesia. Produk andalannya dari Kamar Tujuh Koffie adalah kopinya itu sendiri. Harga dari makanan dan minuman di Kamar Tujuh Koffie terbilang cukup menengah ke atas yaitu satu cup Kopi Susu bisa dengan kisaran Rp 30.000. Kamar Tujuh Koffie didirikan pada tahun 2017. Kamar Tujuh Koffie biasa digunakan oleh konsumen untuk bekerja karena wifinya yang terbilang cepat untuk mengakses informasi. Jumlah kunjungan pada saat sebelum COVID-19 masih terbilang cukup ramai. Namun, pada saat awal pandemi turun sampai 30% - 50% dikarenakan konsumen yang lebih banyak melakukan aktivitasnya di rumah. Pada akhir tahun Kamar Tujuh Koffie berhasil naik kembali walau sempat turun kembali. Jumlah omset bisa diperkirakan turun sekitar 40%.

Karena letaknya yang bersebelahan dengan Hotel Bumi Asih, Kamar Tujuh Koffie menjadi tujuan utama bagi tamu hotel yang sedang bermalam di sana untuk menikmati dan mencicipi kopi di Kamar Tujuh Koffie. Dinamakan Kamar Tujuh Koffie karena dulunya tempat tersebut menjadi kamar Hotel Bumi Asih yang kemudian diubah menjadi *coffee Shop*.

Harapan dari hasil dilakukannya penelitian ini supaya dapat mengetahui strategi bersaing yang dilakukan oleh Kamar Tujuh Koffie yang bergerak di bidang makanan dan minuman supaya dapat berkembang di masa sekarang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Semakin berkembangnya zaman *coffee shop* di Kota Bandung semakin marak dan merajalela. Oleh karena itu, *coffee shop* harus memiliki strategi bersaing agar dapat bertahan dan tidak kalah terhadap para pesaing-pesaingnya. Berdasarkan fenomena di atas, maka dapat rumusan masalah, sebagai berikut :

1. Strategi bersaing apa yang diterapkan oleh Kamar Tujuh Koffie saat ini ?
2. Bagaimana posisi strategi Kamar Tujuh Koffie dalam industri kedai kopi ke depannya ?

## **1.3 Tujuan Penulisan**

Dari rumusan masalah yang sudah dipaparkan di atas, tujuan penelitiannya adalah untuk :

1. Mengetahui strategi bersaing apa yang diterapkan oleh Kamar Tujuh koffie selama ini.
2. Mengetahui posisi strategis Kamar Tujuh Koffie dalam industri kedai kopi di Kota Bandung.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Penulis**

Manfaat bagi penulis sebagai syarat salah satu kelulusan untuk meraih gelar sarjana di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Penelitian ini bermanfaat juga untuk mendapatkan wawasan dan pengalaman penulis dan melakukan analisis strategi bersaing yang dihadapi oleh perusahaan. Supaya dapat bertahan di masa pandemi COVID-19 ini.

## **2. Bagi Perusahaan**

Dari penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan supaya mampu bersaing dan bertahan di masa sekarang dan di masa yang akan datang. Semoga dapat meningkatkan kualitas yang tetap dijaga oleh perusahaan terhadap pesaingnya.

## **3. Bagi Pembaca atau pihak lain**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pembaca dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya.

