

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada tahap mula industri yang berkembang adalah industri manufaktur sejak ditemukannya mesin uap pada abad 18 sehingga temuan itu membuat produktivitas semakin tinggi dikarenakan mesin tersebut mampu mengganti sebagian tenaga manusia. Kemudian berkembang kepada era informasi yang disertai dengan banyaknya temuan baru dibidang itu. Era ini menandakan banyaknya keterhubungan dari suatu wilayah dengan wilayah lain dengan cepat dan pada tahun 1990-an dimulai era ekonomi baru dengan menggabungkan informasi dan kreativitas yang akhirnya dikenal dengan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif ialah serangkaian kegiatan produksi dan distribusi barang atau jasa yang berkembang lewat penguasaan pada bidang informasi, pengetahuan dan kreativitas (Fitriati, 2015: 50). Ekonomi kreatif menjadi model baru dari pengelolaan ekonomi yang bergantung sama aktivitas menciptakan nilai.

Industri yang memberikan kelebihan dalam kreativitas akan mempunyai keunggulan sebab ide setiap manusia susah ditiru oleh orang lain (Anantadjaya, 2009). Pada pembukaan pameran produksi Indonesia tahun 2008 yang berjudul “Warisan Budaya Bangsa Inspirasi Kebangkitan Ekonomi Kreatif Indonesia” yang termuat dalam media Bisnis Indonesia tanggal 6 Agusturs 2008, Presiden Republik Indonesia saat itu mengatakan penting dalam mengembangkan industri kreatif yang mampu menggerakkan perekonomian rakyat, membuka banyak pekerjaan, mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Industri kreatif, yang juga dalam hal ini adalah UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) juga diharapkan mampu meningkatkan kualitas hidup, menciptakan pemerataan kesejahteraan dengan menggunakan lalu mengubahnya menjadi produk yang mahal dan bernilai tinggi yang pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian nasional.

Untuk meningkatkan dan memperkuat dasar perekonomian masyarakat melalui UMKM, pemerintah menyusun Rencana Pembangunan Jangka Panjang

Nasional (RPJPN) tahun 2005-2025. RPJPN ini mempunyai isi mengenai konsep pemberdayaan koperasi dan UMKM dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. Pada tataran makro, kebijakan perbaikan lingkungan usaha perlu agar ada peningkatan daya saing koperasi dan UMKM. Dalam pengembangan tataran makro ada isu-isu yang meliputi persaingan usaha, biaya transaksi, ketersediaan sumber daya bagi UMKM, peran pemerintah pusat juga daerah.
- b. Pemberdayaan UMKM harus ada fokus sama peningkatan akses UMKM terhadap sumber daya produktif untuk kepentingan perluasan usaha. Fokus upaya ini yaitu pengembangan kelembagaan dan peningkatan kapasitas untuk mendukung pengembangan jaringan usaha, peningkatan akses UMKM terhadap sumber permodalan dan advokasi, serta peningkatan intensitas penerapan teknologi sesuai kebutuhan.
- c. Pada tataran mikro pemberdayaan UMKM harus paham karakteristik dan perilaku usaha (Fitriati, 2015).

Sektor UMKM yang diteliti pada penelitian ini adalah kuliner. Kuliner adalah salah satu kebutuhan primer manusia. Manusia membutuhkan makanan dan minuman sehingga usaha ini akan tetap dibutuhkan oleh manusia. Menurut Direktur Riset dan Pengembangan Bekraf, Dr. Ir. Wawan Rusiawan, M.M., menyampaikan industri kuliner memiliki kontribusi besar terhadap PDB ekonomi kreatif. Sub sektor kuliner telah memberikan kontribusi sebesar 41 persen atau 410 triliun dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (Ika, 2019).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Salah satu ciri negara maju adalah mempunyai rasio pengusaha sebesar 14 persen dari total keseluruhan penduduk, sebagaimana yang dikatakan Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan, Wiranto seperti dikutip media Oke Finance (Jumadil, 2019). Namun, menurut catatan ketua HIPMI yang dikutip oleh Harian Kompas disebutkan bahwa jumlah pengusaha di Indonesia baru sekitar 3% dari keseluruhan penduduk di Indonesia (5/4/18). Kurangnya jumlah pengusaha

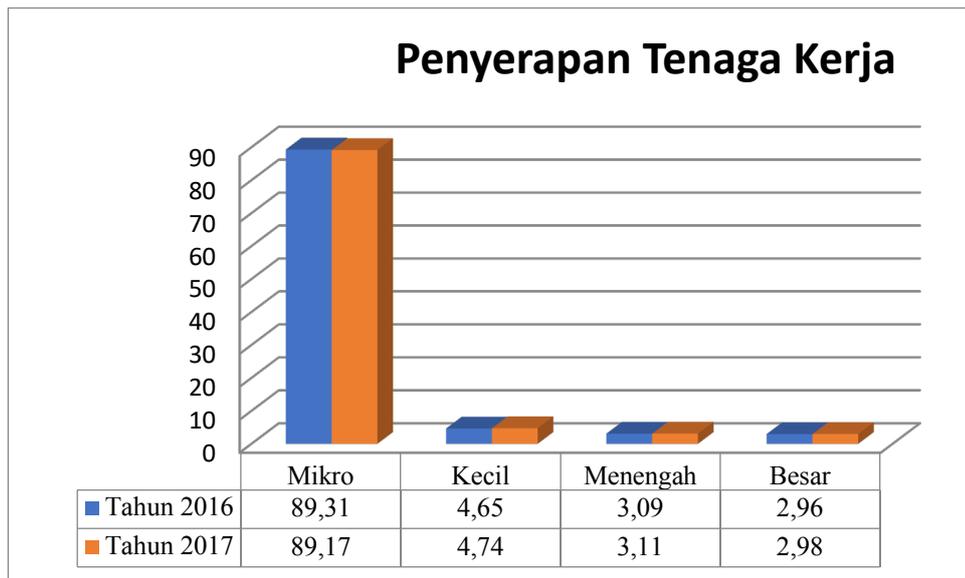
ini memberikan dampak terhadap penyerapan tenaga kerja untuk mengurangi pengangguran, perputaran perekonomian, ketimpangan, dan beban bagi negara tersebut (Jumadil, 2019). Setiap negara tidak terkecuali Indonesia membutuhkan jumlah pengusaha yang besar.

Pertama, dengan jumlah pengusaha yang besar, maka lowongan pekerjaan yang dibutuhkan akan semakin banyak. Dampaknya adalah menurunnya tingkat pengangguran. Saat ini, walaupun angka pengangguran Indonesia di bawah dua digit, namun tetap memerlukan perhatian agar angka statistiknya tidak naik, bahkan diturunkan. Menurut Badan Pusat Statistik hingga bulan Agustus 2019 terdapat 5,28 persen Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia atau 5 orang penganggur dari 100 orang angkatan kerja. Sakernas Agustus 2019 mencatat ada sejumlah 8,13 juta orang setengah pengangguran (orang yang bekerja kurang dari 35 jam seminggu dan masih mencari pekerjaan atau masih bersedia menerima pekerjaan) dan 28,41 juta orang pekerja paruh waktu (orang yang bekerja di bawah jam kerja normal kurang dari 35 jam seminggu tetapi tidak mencari pekerjaan atau tidak bersedia menerima pekerjaan lain) (Badan Pusat Statistik, 2019).

Hubungan antara jumlah wirausaha dan pengangguran adalah penyerapan tenaga kerja sehingga jumlah pengangguran akan berkurang dan membuat skala perekonomian di suatu negara menjadi besar. Pengangguran adalah hal yang wajar jika hal tersebut dikarenakan waktu yang dibutuhkan oleh tenaga kerja baru dalam mencari pekerjaan. Namun, pengangguran akan menjadi masalah jika disebabkan oleh ketidakmampuan pencari kerja dalam mencari kerja sehingga mereka dapat membebani keluarga dan kerabatnya sehingga angka pengangguran ini terus menjadi perhatian pemerintah setiap tahunnya agar tingkat pengangguran tidak menjadi ancaman bagi perekonomian.

Kedua, adalah kondisi perekonomian dunia yang tidak stabil, seperti masih dibahasnya wacana keluarnya Inggris dari Eropa dan perang dagang antara Amerika-Serikat dengan China. Situasi ini dapat membuat alur masuk barang semakin ketat, dibatasi, dan standarnya ditingkatkan sehingga hal ini membutuhkan mental yang kuat dari pelaku usaha (Wirayani, 2019).

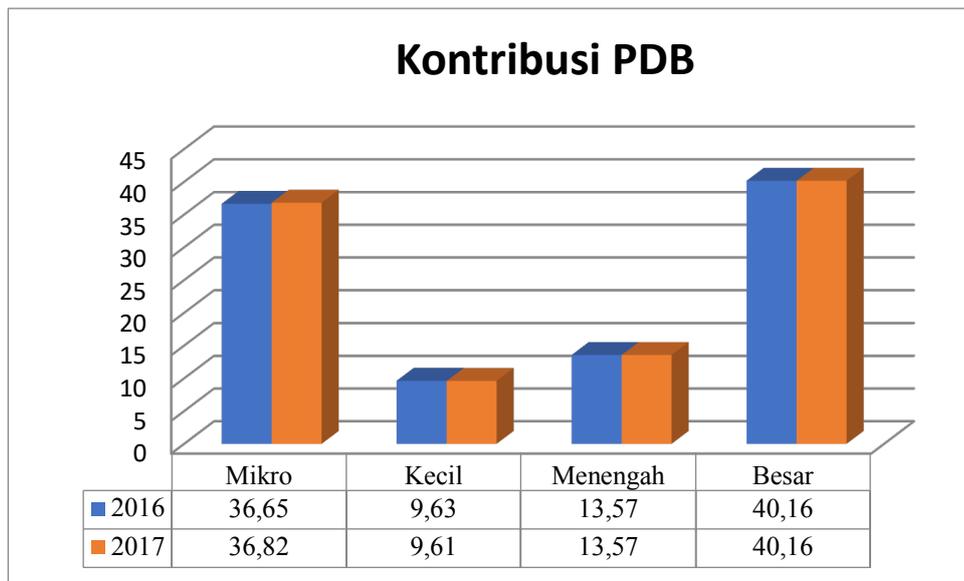
UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah sektor yang dapat diandalkan pada saat terjadi krisis karena daya tahannya dan memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian suatu negara. Kutipan dari penelitian Abdulwahab dan Damen (2015: 164) disebutkan bahwa UMKM setiap tahunnya mampu menciptakan 60-80 persen pekerjaan baru. Di Indonesia juga, sektor UMKM memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian di Indonesia. Berikut ini adalah kontribusi UMKM bagi perekonomian di Indonesia:



Gambar 1.1 Perbandingan Penyerapan Tenaga Kerja antara Sektor UMKM dan Usaha Besar

Sumber: Kementerian UMKM dan Koperasi (2018)

Berdasarkan gambar 1.1 di atas dapat terlihat bahwa sektor UMKM sangat dominan dalam menyerap tenaga kerja dengan porsi hampir 97%. Sektor mikro mampu menyerap tenaga kerja lebih dari 89 persen. Sedangkan usaha besar hanya mampu menyerap tenaga kerja kurang dari 3 persen. Selain, penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berkontribusi besar terhadap PDB nasional seperti yang dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1.2 Kontribusi PDB antara Sektor UMKM dan Usaha Besar

Sumber: Kementerian UMKM dan Koperasi (2018)

Berdasarkan gambar 1.2 di atas dapat terlihat bahwa sektor UMKM tetap mempunyai porsi yang lebih besar terhadap PDB. Walaupun per bagian masih lebih kecil dibandingkan dengan usaha besar, namun jika digabungkan sektor mikro, kecil, dan menengah mampu memberikan kontribusi terhadap PDB sebesar 60%.

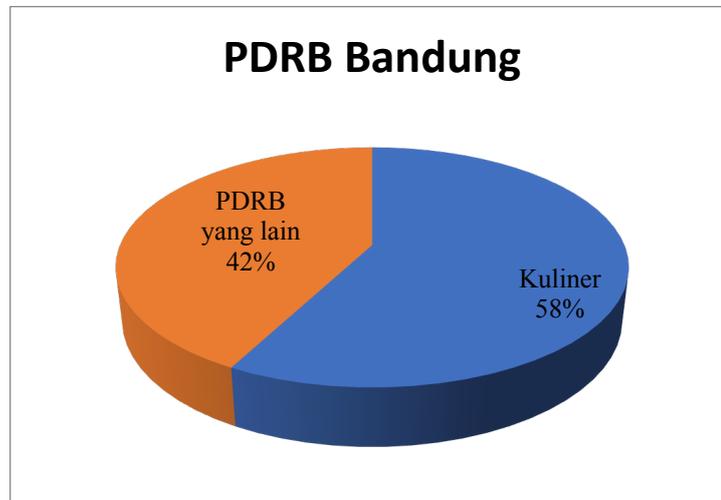
Menjadi pengusaha adalah salah satu pilihan karir seseorang disamping bekerja pada perusahaan ataupun sebagai profesional. Terjun dalam dunia usaha mempunyai daya tarik tersendiri, yaitu mempunyai waktu yang lebih fleksibel, penghasilan yang lebih besar, dan dapat menjadi bos untuk diri sendiri dan orang lain. Seorang wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai sifat-sifat wirausaha seperti percaya diri akan hal yang ia lakukan, berani mengambil sebuah resiko yang akan didapatkannya, memiliki jiwa kepemimpinan di dalam dirinya untuk memimpin perusahaannya sendiri dan sebagainya. Sifat-sifat tersebut dapat menentukan seseorang ingin membuka usaha. Seorang wirausaha juga harus mempunyai jiwa yang inovatif dan mental yang kuat dalam mengimplementasikan inovasinya tersebut (Abdulwahab dan Al-Damen, 2015).

Salah satu sektor UMKM yang menarik untuk dianalisis adalah kuliner. Kuliner adalah salah satu kebutuhan primer manusia. Manusia membutuhkan

makanan dan minuman sehingga usaha ini akan tetap dibutuhkan oleh manusia. Menurut Direktur Riset dan Pengembangan Bekraf, Dr. Ir. Wawan Rusiawan, M.M., menyampaikan industri kuliner memiliki kontribusi besar terhadap PDB ekonomi kreatif. Sub sektor kuliner telah memberikan kontribusi sebesar 41 persen atau 410 triliun dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (Ika, 2019).

Selain aspek primer, industri kuliner juga dapat bersifat sebagai kebutuhan sekunder atau tersier, jika yang dilihat tidak hanya sebatas kepada kebutuhan makan, namun kepada cara penyajian, rasa, inovasi produk, dan lain sebagainya. Industri kuliner yang merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif memiliki nilai investasi pada 2018 senilai Rp56,20 triliun. Pada proyeksi pertumbuhan nonmigas 2019, sektor industri kuliner diproyeksikan akan tumbuh tinggi sebesar 9,86%. Adapun di industri kecil dan menengah (IKM), sektor industri kuliner menjadi penyumbang terbesar PDB bila dibandingkan dengan perusahaan besar. Selain itu, tenaga kerja yang diserap di sektor ini mencapai 42,5% dari total jumlah pekerja di semua sektor IKM. Sehingga IKM bidang kuliner berhasil menjadi potensi wisata di Indonesia (Rahman, 2020).

Di Bandung sendiri, sektor kuliner bahkan memberikan kontribusi yang lebih besar seperti yang dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1.3 Perbandingan PDRB Kuliner dan yang Lainnya di Kota Bandung

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2019)

Berdasarkan gambar 1.3 di atas dapat diketahui bahwa sektor kuliner cukup besar dalam proporsi PDRB di Kota Bandung yakni sebesar 58 persen, sedangkan sektor lainnya adalah 42 persen sehingga hal ini dapat menjadi perhatian Pemerintah terhadap UMKM, khususnya sektor kuliner karena dianggap mampu menggerakkan perekonomian suatu daerah, termasuk di Bandung.

Bandung merupakan salah satu kota terpadat di Indonesia dengan persaingan kuliner yang cukup tinggi pada level UMKM. Hal tersebut dapat terlihat dari proporsi UMKM kuliner sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Kuliner di Bandung

Skala Usaha	Jumlah
Mikro	2119 unit
Kecil	112 unit
Menengah	8 unit

Sumber: Dinas KUMKM Kota Bandung (2020)

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut dapat diketahui sebanyak 2119 unit adalah skala mikro, 112 unit skala kecil, dan skala menengah 8 unit sedangkan keseluruhan UMKM di Bandung sebanyak 5151 unit atau dengan proporsi sebesar 43,47% (Dinas KUMKM Kota Bandung, 2020). Kompetisi yang tinggi UMKM antar kuliner di Bandung dikarenakan usahanya bersifat pasar persaingan sempurna dimana banyak pelaku usaha yang masuk dan bersaing. Kompetisi yang tinggi ini menghasilkan persaingan yang saling mengalahkan. Akibatnya banyak UMKM, termasuk UMKM kuliner bangkrut pada tahun pertama (Budianto, 2018). Menurut Budiarto et. al (2015: 12) jumlah UMKM, termasuk UMKM kuliner diantaranya yang mengalami kegagalan bisnis adalah 25% dari 48,93 juta UMKM. Kegagalan bisnis yang dimaksudkan adalah ketidakmampuan mendapatkan laba atau merugi.

Menurut Andrew Ryan Sinaga, Chief Executive Officer Foodiz penyebab dari kegagalan bisnis baru adalah manajemen keuangan yang buruk, lemah dalam mengontrol operasional, kesalahan dalamantisipasi kompetitor, dan satu lagi adalah kurangnya pengetahuan dan pengalaman. Kompetisi yang tinggi di kuliner ini mengharuskan seseorang mencari strategi yang tepat untuk menarik perhatian pelanggan dan memenangkan persaingan dengan kompetitor. Jika pelaku usaha tidak mengimplementasikan strategi dengan benar, maka usahanya cepat atau lambat akan bangkrut (Sholihin, 2019).

Baik atau tidaknya kinerja UMKM bidang kuliner dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Penelitian yang dilakukan oleh Abdulwahab dan Damen (2015: 164) menyebutkan suatu usaha akan sukses jika pelaku usaha tersebut mempunyai beberapa karakteristik seperti kebutuhan akan pencapaian yang tinggi, kepercayaan diri yang tinggi, inisiatif dalam melakukan sesuatu, independen, bertanggung jawab, berani mengambil risiko, dan berpengalaman.

Observasi awal yang ditemukan oleh penulis pada karakteristik kewirausahaan pada UMKM di Indonesia adalah mengenai tingkat motivasi. Banyak pelaku usaha UMKM yang senantiasa tidak mengalami perubahan bertahun-tahun, tidak percaya diri terhadap dirinya, dan tidak mempunyai motivasi yang kuat dalam memperbesar usahanya. Hal tersebut dapat diidentifikasi dari

keenggannya memperbesar bisnis karena takut mengalami kerugian dan tidak mempunyai waktu lagi dengan keluarga

Fenomena kedua berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan pada tanggal 1 & 2 Januari 2020 seperti yang terdapat di lampiran yaitu sikap independen. Sebagian pelaku usaha UMKM di Indonesia hanya melakukan bisnis untuk mengisi waktu luang dan sekedar untuk mencari makan sehingga hasil bisnis yang didapatkan kecil, pengeluaran untuk kebutuhan umum, masih mengandalkan suami atau istrinya. (berdasarkan wawancara mengenai alasan melakukan bisnis dan alasan mengenai tidak dikembangkannya bisnis). Padahal seorang wirausaha harus mampu menumbuhkan sikap mandiri dan ketergantungan dari pihak lain agar usahanya dapat berkembang lebih besar. Data ini cocok dengan data yang disampaikan oleh ketua HIPMI dimana jumlah wirausaha di Indonesia masih jauh dari 14 persen, sebagai salah satu syarat dikatakannya negara maju. Perubahan data ini dari tahun ke tahun tidak signifikan dimana hingga tahun 2018, jumlah pengusaha di Indonesia masih berkisar di angka 3 persen (Jumadil, 2019).

Sektor mikro dipilih pada penelitian ini dibandingkan dengan sektor skala menengah dan besar. Berdasarkan observasi, terdapat beberapa alasan yang melatarbelakanginya. Pertama, manajemen dalam sektor mikro lebih sederhana, oleh karena itu jika terjadi kesulitan keuangan, maka lebih sulit mengakses permodalan dari bank karena administrasi yang dilakukan belum terlalu baik. Kedua, skala bisnisnya lebih kecil baik dalam aset, penjualan, atau laba sehingga kerugian sangat signifikan berpengaruh terhadap operasional. Permasalahan dalam skala mikro ini benar-benar membutuhkan karakteristik wirausaha yang kuat dari pengelolanya.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdulwahab dan Damen (2015) dijadikan acuan pertama karena mempunyai fokus mengenai pentingnya atribut-atribut karakteristik wirausaha dalam meningkatkan kesuksesan usaha. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa keseluruhan variabel independen kebutuhan akan pencapaian yang tinggi, kepercayaan diri yang tinggi, inisiatif dalam melakukan sesuatu, independen, bertanggung jawab, berani mengambil risiko, dan berpengalaman berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan UMKM. Variabel yang digunakan

oleh Abdulwahab dan Al-Damen (2015) cocok dengan beberapa temuan di lapangan mengenai karakteristik wirausaha di Indonesia yang masih kurang dalam kebutuhan pencapaian, kepercayaan diri, independen dan berani mengambil risiko. Penelitian Abdulwahab dan Al-Damen mempunyai keunggulan karena berfokus pada usaha kecil (*small business*) pada usaha peralatan medis, namun kelemahannya tidak dapat menggambarkan keadaan pada sektor mikro serta bidang kuliner yang dilakukan pada penelitian ini.

Oleh karena itu, penelitian ini dibuat dengan judul “Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kesuksesan UMKM (Studi pada UMKM Sektor Mikro Bidang Kuliner di Bandung)”.

1.3 Perumusan Masalah

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah sektor yang dapat diandalkan pada saat terjadi krisis karena daya tahannya dan memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian suatu negara. Salah satu sektor UMKM yang menarik adalah kuliner dikarenakan kuliner adalah salah satu jenis usaha kebutuhan primer yang senantiasa dibutuhkan oleh masyarakat. Kontribusi sektor kuliner terhadap perekonomian cukup tinggi karena mampu menyerap banyak tenaga kerja dan memberikan sumbangsih terhadap PDB hingga 60 persen. Di Bandung sendiri, sektor kuliner bahkan memberikan kontribusi yang lebih besar dengan proporsi terhadap PDRB sebesar 58 persen. Namun, kompetisi dalam industri kuliner juga tinggi. Akibatnya banyak UMKM, termasuk UMKM kuliner bangkrut pada tahun pertama (Budianto, 2018). Menurut Budiarto et. al (2015: 12) jumlah UMKM yang mengalami kegagalan bisnis adalah 25% dari 48,93 juta UMKM .

Suatu usaha dapat eksis bertahan lama jika mempunyai kinerja yang tinggi. Hal tersebut harus ditopang oleh karakteristik wirausaha seperti kebutuhan akan pencapaian yang tinggi, kepercayaan diri yang tinggi, inisiatif dalam melakukan sesuatu, independen, bertanggung jawab, berani mengambil risiko, dan berpengalaman. Jika seorang pelaku usaha mempunyai semua persyaratan tersebut, maka dapat memberikan dampak terhadap kesuksesan bisnisnya. Namun,

berdasarkan observasi dan wawancara awal yang dilakukan pada tanggal 1-2 Januari 2020 kepada 5 informan didapatkan indikasi mengenai kurangnya motivasi untuk mencapai standar yang lebih tinggi karena takut mengalami kerugian, tidak mempunyai waktu dengan keluarga, sekedar mengisi waktu, atau mencari makan dan memenuhi kebutuhan sehari-hari pada sebagian wirausaha UMKM sektor mikro kuliner di Bandung. Kesimpulan hasil observasi dan wawancara awal tersebut didapatkan setelah peneliti mengajukan pertanyaan mengenai alasan melakukan bisnis dan alasan mengenai tidak dikembangkannya bisnis.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian yang diajukan pada penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kesuksesan usaha pada UMKM sektor mikro bidang kuliner di Bandung ?
2. Seberapa besar pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kesuksesan usaha pada UMKM sektor mikro bidang kuliner di Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh setiap elemen karakteristik wirausaha secara parsial terhadap kesuksesan usaha pada UMKM sektor mikro bidang kuliner di Bandung?
4. Faktor karakteristik wirausaha manakah yang paling dominan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM sektor mikro bidang kuliner di Bandung?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kesuksesan usaha pada UMKM sektor mikro bidang kuliner di Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kesuksesan usaha pada UMKM sektor mikro bidang kuliner di Bandung.

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh setiap elemen karakteristik wirausaha secara parsial terhadap kesuksesan usaha pada UMKM sektor mikro bidang kuliner di Bandung.
4. Untuk mengetahui faktor karakteristik wirausaha yang paling dominan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM sektor mikro bidang kuliner di Bandung.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dibagi menjadi dua yaitu secara teoretis dan praktis.

1.6.1 Manfaat Teoretis

Dalam ranah teori, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi dunia akademis, khususnya untuk menjadi referensi bagi akademisi sebagai informasi mengenai pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kesuksesan usaha pada UMKM di bidang kuliner yang masih minim dibahas di Indonesia. Selain itu, penulis juga berharap penelitian ini dapat menambah koleksi perpustakaan sebagai sumber ilmu bagi mahasiswa-mahasiswa.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pelaku usaha di bidang kuliner mengenai fenomena karakteristik wirausaha dan kinerjanya, kaitan antara kedua variabel ini, serta saran yang diberikan oleh penulis kepada UMKM di bidang kuliner sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam membuat keputusan strategis, fungsional, dan operasional.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang terdiri dari beberapa sub-bab. Sistematika penulisan penelitian ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai gambaran umum, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan teori-teori yang dapat mendukung analisis penelitian, diuraikan juga mengenai penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, dijelaskan mengenai jenis penelitian yang digunakan, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, jenis data, teknik analisis data dan hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini diuraikan mengenai karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini disajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian, yang disajikan dalam kesimpulan penelitian, dan saran yang diberikan kepada objek penelitian.