

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha adalah kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk mendapatkan penghasilan berupa uang atau barang yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mencapai kemakmuran hidup. Usaha yang dilakukan secara terus menerus akan membuahkan hasil yang maksimal. Secara umum usaha ada tiga yaitu usaha industri, usaha jasa, dan usaha dagang.

Usaha industri adalah suatu usaha menghasilkan barang atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi, kemudian barang tersebut dijual kepada pihak lain untuk mendapatkan keuntungan. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa ada beberapa jenis usaha industri yaitu industri ekstraktif, industri nonekstraktif dan industri fasilitatif.

Usaha dagang adalah kegiatan membeli dan menjual kembali barang dengan tujuan memperoleh keuntungan tanpa mengubah kondisi barang yang dijual. Didalam usaha dagang terbagi atas usaha dagang lini produk dan usaha dagang berdasarkan kapasitas dan jangkauan usaha. Berdasarkan lini produk yaitu usaha dagang skala umum, usaha "*single-line*" dan usaha dagang produk khusus. Sedangkan usaha dagang berdasarkan kapasitas dan jangkauan usaha yaitu usaha skala distribusi besar, usaha penjualan agen, pengecer, *dropshipping* dan ekspor impor.

Pedagang eceran (*retail*) merupakan perdagangan yang sangat strategis di Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja setelah sektor pertanian. Jenis perdagangan *retail* terbagi dua, yaitu *retail* tradisional dan *retail* modern. *Retail* tradisional yang secara langsung diwakili oleh warung tradisional yang berada dipasar tradisional maupun pedagang kios atau warung kecil yang sering ditemui di sekitar kita, sedangkan *retail* modern yaitu yang secara langsung diwakili oleh minimarket dengan konsep waralaba seperti, Indomaret dan Alfamart.

Pedagang tradisional merupakan pedagang yang ada dipasar tradisional yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai dan los terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

Alfamart adalah salah satu perusahaan *retail* minimarket di Indonesia dengan lisensi merk dagang Alfamart yang tergabung dalam ALFA GROUP (Alfamart, Alfamidi, Alfaexpress, Lawson). Alfamart saat ini merupakan salah satu yang terdepan dalam usaha ritel, dengan melayani lebih dari 2,1 juta pelanggan setiap harinya di hampir 6.000 gerai yang tersebar di Indonesia dengan jumlah lebih dari 100.000 karyawan. Gerai ini umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya. Lebih dari 200 produk makanan dan barang kebutuhan hidup lainnya tersedia dengan harga bersaing, memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari.

Dalam salah satu penelitian Trisdiana M.Nur yang membahas tentang“ Analisis perubahan pendapatan usaha pedagang eceran sebelum dan sesudah

berdirinya Indomaret dan Alfamart (studi kasus di Kecamatan Tampan Pekanbaru). Hasil penelitian menunjukkan dengan menggunakan uji beda (uji t) terdapat perbedaan pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Indomaret dan Alfamart, sedangkan untuk selisih harga jenis rokok dan minuman tidak ada perbedaan antara Indomaret, Alfamart dan pedagang eceran.

Kabupaten Rokan Hulu terdapat 16 Kecamatan dimana masyarakatnya sebagian besar dengan mata pencaharian bertani dan berdagang, tetapi bagi masyarakat yang berdagang terutama pedagang eceran telah mendapat saingan baru dengan hadirnya toko modern jenis minimarket yaitu Alfamart. Telah dibuka sejumlah 11 titik gerai Alfamart yang beroperasi di tujuh Kecamatan di Rokan Hulu yaitu:

**Tabel 1.1**  
**Gerai Alfamart di Kabupaten Rokan Hulu**

No	Nama Kecamatan	Jumlah
1	Kecamatan Rambah	1 gerai
2	Kecamatan Kepenuhan	1 gerai
3	Kecamatan Rambah Hilir	1 gerai
4	Kecamatan Tambusai Utara	1 gerai
5	Kecamatan Ujung Batu	3 gerai
6	Kecamatan Pagaran Tapah Darussalam	1 gerai
7	Kelurahan Pasir Pengaraian	1 gerai
8	JL. Poros Kota Lama	1 gerai
9	Kecamatan Tandun	1 gerai

**Sumber: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Rokan Hulu.**

Kecamatan Kepenuhan merupakan sebuah kecamatan di Kabupaten Rokan Hulu yang sebagian besar masyarakatnya berdagang salah satunya pedagang eceran yang beroperasi di rumah menjual kebutuhan sehari-hari, selain pedagang eceran ada tempat belanja lainnya yang telah dibuka di Kecamatan Kepenuhan yaitu Alfamart menyediakan berbagai macam produk dengan harga yang tidak jauh berbeda dengan warung kelontong juga dilengkapi dengan fasilitas yang memadai serta adanya penawaran promosi dan bonus yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti melakukan penelitiannya yang berjudul "**Analisis Pendapatan Usaha Pedagang Eceran Sebelum dan Sesudah berdirinya Alfamart di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu**"

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang berikut:

Apakah terdapat perbedaan pendapatan usaha pedagang eceran di Kecamatan Kepenuhan di Desa Gelugur sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini dengan melihat latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas adalah Untuk mengetahui perbedaan pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi pembaca bermanfaat untuk menambah pengetahuan pengaruh munculnya pasar modern terhadap pasar tradisional.
2. Bagi fakultas diharapkan dapat dijadikan bahan penelitian lebih lanjut dalam bidang yang berkaitan.
3. Bagi peneliti sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang di peroleh di bangku kuliah, menambah pengalaman dan sarana latihan memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun ke dunia kerja yang sebenarnya.

#### **1.5 Pembatasan Masalah dan Originalitas**

##### **1.5.1 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan agar tidak keluar dari pembahasan penelitian ini. Maka penulis membatasi masalah pada analisis pendapatan usaha pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart di Kecamatan Kepenuhan di Desa Gelugur RT. 04 RW.06 untuk tahun sebelum berdirinya Alfamart (2011-2013) dan sesudah berdirinya Alfamart (2015-2017) dengan jarak pedagang eceran dari Alfamart hanya 1 km.

##### **1.5.2 Originalitas**

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian yang dilakukan Trisdiana M.Nur dengan judul “Analisis Perubahan Pendapatan Usaha Pedagang Eceran Sebelum dan Sesudah Berdirinya Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Tampan Pekanbaru”. Hasil penelitian menunjukkan dengan menggunakan uji beda (uji t) terdapat perbedaan pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya

indomaret dan alfamart sedangkan untuk selisih harga jenis rokok dan minuman tidak ada perbedaan antara Indomaret, Alfamart dan pedagang eceran.

Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah: (1) Tahun pengamatan pada penelitian sebelumnya adalah tahun 2011 untuk pendapatan pedagang eceran sebelum berdirinya Alfamart dan tahun 2015 untuk pendapatan pedagang eceran sesudah berdirinya Alfamart sedangkan pada penelitian ini pada tahun 2011-2013 untuk pendapatan pedagang eceran sebelum berdirinya Alfamart dan tahun 2015-2017 untuk pendapatan pedagang eceran sesudah berdirinya Alfamart; (2) Objek penelitian pada penelitian sebelumnya adalah pada pedagang eceran di Kecamatan Tampan Pekanbaru sedangkan pada penelitian ini pedagang eceran di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu; (3) penelitian Terdahulu menggunakan variabel independen Indomaret dan Alfamart sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel independen Alfamart.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman tentang bagian-bagian yang akan dibahas dalam penulisan ini, penulis menguraikan dalam bab-bab sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pembatasan masalah dan originalitas serta sistematika penulisan.

## **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan konsep-konsep dan landasan teori yang meliputi tinjauan tentang pasar, pedagang eceran, pendapatan, harga, lokasi, penelitian yang relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang objek penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan jadwal penelitian.

## **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis menguraikan tentang deskripsi data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

## **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini hasil dalam penelitian dijelaskan secara ringkas, kesimpulan yang merupakan inti dari semua kegiatan yang dilakukan dalam penelitian dan juga mengemukakan tentang saran-saran peneliti demi mengembangkan hasil penelitian.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Pasar**

Menurut Jose Rizal Joesoef (2008: 2) pasar adalah sebagai mekanisme (bukan sekedar tempat) yang dapat menata kepentingan pihak pembeli terhadap kepentingan pihak penjual. Mekanisme tersebut jangan hanya dimengerti sebagai cara pembeli dan penjual bertemu dan kemudian berpisah, tetapi lebih dari itu harus dimaknai sebagai tatanan atas berbagai bagian yaitu para pelaku seperti pembeli dan penjual, komoditas yang diperjual belikan, aturan main yang tertulis maupun tidak tertulis yang disepakati oleh para pelakunya, serta regulasi pemerintah yang saling terkait, berinteraksi, dan secara serentak bergerak bagaikan suatu mesin.

Dalam kamus Ekonomi dan Bisnis pasar merupakan tempat terjadinya penawaran dan permintaan antara penjual yang ingin menukarkan barang-barangnya dengan uang dan pembeli yang ini menukarkan uangnya dengan barang atau jasa (Waluyo Hadi dan Dini Hastuti, 2011: 364-365).

Pasar tradisional adalah sebuah tempat terbuka yang terjadi proses tawar menawar. Dipasar tradisional ini para pengunjungnya tidak selalu menjadi pembeli karena dia juga bisa menjadi penjual (Sadilah dkk: 2011).

Pasar modern adalah suatu pasar dimana pembeli dan penjualnya tidak melakukan transaksi secara langsung. Pembeli hanya melihat label harga pada suatu kemasan produk dan pembelinya dilayani secara mandiri oleh pramuniaga

contohnya *supermarket, minimarket, hypermarket* dan sebagainya (Hutabarat: 2009).

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pasar dapat diartikan sebagai tempat untuk mempertemukan antara penjual dan pembeli dan melakukan transaksi secara langsung yang ingin menukar barang-barangnya dengan uang serta adanya proses tawar menawar antara penjual dan pembeli tersebut, pasar terbagi dua pasar tradisional dan pasar modern.

### **2.1.2 Pengertian Pedagang Eceran**

Menurut Astuti dalam Trisdiana M.Nur (2015) pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan. Perdagangan atau perniagaan adalah kegiatan tukar menukar barang atau jasa ataupun keduanya. Pada masa awal sebelum ditemukan, tukar menukar barang disebut barter yaitu menukar barang dengan barang. Pada masa modern perdagangan dilakukan dengan penukaran uang, setiap barang dinilai dengan sejumlah uang.

Menurut Tjiptono (2008: 191), pedagang eceran (*retailing*) merupakan semua kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis.

Menurut Sopiah dan Syihabudhin dalam Trisdiana M.Nur (2015) Pedagang eceran adalah orang-orang atau toko yang pekerjaan utamanya adalah mengecerkkan barang.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pedagang eceran adalah suatu usaha yang menjual produk kepada konsumen akhir untuk di konsumsi secara pribadi bukan sebagai bisnis.

### **2.1.3 Pengertian Pendapatan**

Dalam buku teori akuntansi (Hery, 2010: 49) mendefinisikan pendapatan adalah arus masuk aktiva atau peningkatan lainnya atas aktiva atau penyelesaian kewajiban entitas (atau kombinasi dari keduanya) dari pengiriman barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan.

Menurut Kieso, Weygant, (2008: 516) pendapatan adalah arus masuk aktiva dan/atau penyelesaian kewajiban akibat penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa, atau kegiatan menghasilkan laba lainnya yang membentuk operasi utama atau inti perusahaan yang berkelanjutan selama satu periode.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah hasil usaha dari penjualan barang atau jasa kepada pelanggan. Atau seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain.

### **2.1.4 Pengertian Harga**

Harga merupakan suatu nilai produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2013: 152), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang

ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Philip Kotler (2012: 132) harga adalah jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu.

Menurut Tjiptono (2011: 151) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai uang yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu barang atau layanan, selain itu harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen.

### **2.1.5 Pengertian Lokasi**

Menurut Sopiha dan Syihabudin dalam Trisdiana M.Nur (2015) Lokasi merupakan hal yang krusial dalam keberhasilan usaha. Sebuah area toko perdagangan adalah area yang mengelilingi toko, dimana toko memiliki pelanggan-pelanggan utamanya. Keberadaan atau pemilihan area toko juga tergantung pada jenis barang yang diperdagangkan. Pilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik pelanggan.

Menurut Heizer dan Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi dari perusahaan.

Menurut Kotler (2008) salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah suatu tata ruang atau sebuah area dalam menjalankan suatu usaha, lokasi yang strategis dapat menentukan keberhasilan usaha tersebut .

## **2.2 Hasil Penelitian Relevan**

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini sebagai bahan referensi, sebagai berikut:

Trisdiana M.Nur tahun 2015 dengan judul “Analisis perubahan pendapatan usaha pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Tampan Pekanbaru”. Hasil penelitian menunjukkan dengan menggunakan uji beda (uji t) terdapat perbedaan pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya indomaret dan alfamart sedangkan untuk selisih harga jenis rokok dan minuman tidak ada perbedaan antara Indomaret, Alfamart dan pedagang eceran.

Wita Dwika Listihana, Afvan Aquino & Afrizal tahun 2014 dengan judul “Dampak keberadaan Minimarket terhadap modal kerja dan pendapatan warung tradisional di Kecamatan Rumbai dan Rumbai Pesisir kota Pekanbaru”. Hasil penelitian menunjukkan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif bahwa dampak dari maraknya keberadaan minimarket telah menurunkan modal kerja dan telah menurunkan pendapatan warung tradisional.

Mujahid & Nasyirah Nurdin tahun 2018 dengan judul “Dampak keberadaan Minimarket terhadap warung kecil di kota Makassar”. Hasil penelitian menunjukkan dengan metode analisis deskriptif mengetahui bahwa dengan hadirnya minimarket memberikan dampak kepada warung kecil seperti mengalami penurunan omzet penjualan, berkurangnya pembeli melakukan pengurangan barang masuk, dan banyak barang menjadi expired.

### 2.3 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1**

### **Kerangka Pemikiran**

### 2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015) hipotesis didefinisikan sebagai jawaban sementara atas rumusan masalah dalam penelitian. Jika dimaknai secara bebas, maka hipotesis berarti pendapat yang sebenarnya masih diragukan. Untuk bisa memastikan kebenaran dari pendapatan tersebut, maka suatu hipotesis harus diuji atau dibuktikan kebenarannya. Maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Diduga terdapat perbedaan pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Desa Gelugur tepatnya di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu. Pemilihan lokasi di Kecamatan Kepenuhan disebabkan karena di Kecamatan Kepenuhan terdapat beberapa pedagang eceran dan juga terdapat minimarket dengan merk Alfamart. Sehingga peneliti tertarik ingin melakukan penelitian, untuk melihat apakah terdapat perbedaan pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart.

### **3.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan data-data yang berupa angka-angka dan dapat dinyatakan dalam satuan hitung. Data kuantitatif yang digunakan oleh penulis yaitu data pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2013: 90) populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pedagang eceran yang terdapat di sekitar Alfamart di Kecamatan Kepenuhan dengan jarak  $\pm$  1 km dari Alfamart ada enam pedagang eceran yang berjualan.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi harus dilakukan dengan teknik pengambilan *sampling* yang tepat. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *sampling jenuh* yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Terdapat enam pedagang eceran yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Daftar Sampel Penelitian**

No	Nama Pedagang	Nama Toko
1	Wandi	-
2	Jefriden SE	Toko Ratu
3	Siti	-
4	Khoirum.M	Toko Mas Demi
5	H. Agus Salim D	CV. Saudara Kita
6	Gazali. S.Pd	Toko Munawir

**Sumber: Survey Lapangan**

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

#### 3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

### **3.4.2 Sumber Data**

Sumber data primer yaitu data yang penulis peroleh dari hasil wawancara dengan pedagang eceran data yang diperlukan yaitu data pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart.

Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Rokan Hulu data yang diperlukan berapa banyaknya minimarket dengan merk Alfamart yang mendapat izin operasional se-Kabupaten Rokan Hulu.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pedagang eceran yang sesuai dengan maksud dan tujuan dari penelitian ini.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Untuk melihat adanya perubahan signifikansi pendapatan yang dialami oleh para pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart, maka digunakan teknik analisis uji beda *T-test* dengan *sample* berhubungan (*Related Samples*).

#### **3.6.1 Analisis Uji beda *T-test* Dengan *Sample* Berhubungan (*Related Samples*)**

Uji ini digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata dua *sample* yang berhubungan. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart.

$H_a$  dan  $H_o$  untuk menentukan signifikansi yaitu:

$H_a$  : terdapat perbedaan yang signifikan antara pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart.

$H_o$  : tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart.

Adapun kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

1. jika nilai sig (*2-tailed*) < 0,05 maka  $H_o$  ditolak
2. jika nilai sig (*2-tailed*) > 0,05 maka  $H_o$  diterima

### 3.7 Jadwal Penelitian

Agar penelitian ini sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan maka penulis menyusun jadwal penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Jadwal Penelitian**

<b>Tahap Penelitian</b>	<b>Uraian Kegiatan</b>	<b>Waktu</b>
Pembuatan Proposal	1. Pengajuan judul 2. Seminar judul 3. Pembuatan proposal 3 bab 4. Revisi dengan pembimbing	8 minggu
Seminar Proposal	Pelaksanaan ujian proposal	1 minggu
Penulisan Skripsi	1. Penyusunan data penelitian 2. Perbaikan proposal hasil seminar 3. Pembuatan skripsi 4. Revisi dengan pembimbing	6 minggu
Sidang Skripsi	Pelaksanaan ujian sidang skripsi	1 minggu
	Total Kebutuhan Waktu	16 minggu