

**ANALISIS PENGARUH BIAYA KUALITAS DALAM
UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
HOME INDUSTRI BATIK INDRAMAYU**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Sidang
Program Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Pada
Universitas Darma Persada**

Disusun Oleh :

RENI

04420014



UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2008



FAKULTAS EKONOMI - UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JURUSAN AKUNTANSI

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul :

**ANALISIS PENGARUH BIAYA KUALITAS DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI BATIK
INDRAMAYU**

Oleh :

Nama : Reni

NIM : 04420014

Telah disetujui untuk diujikan.

Jakarta, Juli 2008

Mengetahui,

Kajur Akuntansi

Pembimbing Materi

(Drs. Boedi Setyo Hartono, Ak, MM)

(Drs. Haryanto Ak, MM)



FAKULTAS EKONOMI - UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JURUSAN AKUNTANSI

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul :

ANALISIS PENGARUH BIAYA KUALITAS DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI BATIK
INDRAMAYU

Telah dipertahankan dihadapan sidang Tim Penguji Skripsi pada :


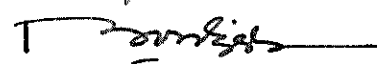

Tanggal : Juli 2008

Oleh :

Nama : Reni

NIM : 04420014

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

| <u>Nama</u> | <u>Jabatan</u> | <u>Tanda Tangan</u> |
|-----------------------------|----------------|--|
| Drs. Haryanto Ak, MM | Ketua |  |
| Drs. Boedi S Hartono Ak, MM | Anggota |  |
| Drs. Sunarto Ak, MM | Anggota |  |

LEMBAR PERNYATAAN

Skripsi yang berjudul : **ANALISIS PENGARUH BIAYA KUALITASDALAM
UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI
BATIK INDRAMAYU**

Merupakan karya ilmiah yang penulis susun dan dibuat sebaik-baiknya, dimana seluruh isi yang ada di dalam skripsi ini merupakan hasil karya tulis dan menjadi tanggung jawab penulis.

Demikianlah pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Juli 2008

Penulis



(Reni)

ABSTRAK

- (A) RENI (04420014)
- (B) **ANALISIS PENGARUH BIAYA KUALITAS DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI BATIK
INDRAMAYU**
- (C) 68 halaman ; 3 lampiran ; 2008
- (D) Kata Kunci : Analisa Pengaruh Biaya Kualitas Untuk Meningkatkan Penjualan.
- (E) **Alasan & Tujuan Penelitian** : Untuk menganalisis biaya kualitas untuk meningkatkan penjualan pada Home Industri Batik Indramayu, dan untuk menilai seberapa besar pengaruh hubungan antara biaya kualitas dengan peningkatan hasil penjualan pada Home Industri Batik Indramayu.
Hasil Penelitian : Home Industri Batik Indramayu laporan biaya kualitas dalam upaya meningkatkan penjualan dalam tiga tahun selama tahun 2005 – 2007 selalu terjadi kenaikan baik pada posisi penjualan maupun pada biaya kualitas. Sehingga penulis menyimpulkan bahwa biaya kualitas berpengaruh pada penjualan.
Kesimpulan & Saran : Home Industri Batik Indramayu agar tetap dapat mempertahankan nilai variabel bebas biaya kualitas sebesar -6625,29 dan nilai variabel bebas penjualan sebesar 74,67 dan dapat mungkin terus mengoptimalkan, namun demikian harus tetap mempertimbangkan prinsip efisiensi dan efektivitas.
- (F) Daftar Pustaka : 1994-2005
- (G) Dosen Pembimbing : Drs. Haryanto, Ak, MM

KATA PENGANTAR

Assalamu alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil alamin, penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-NYA penulis bias menyelesaikan skripsi ini, tanpa hambatan yang berarti. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW yang kita harapkan syafaatnya. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Universitas Darma Persada.

Selama menjalani pendidikan ini, penulis telah banyak mendapat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sepantasnyalah penulis menghaturkan rasa hormat dan terima kasih atas dorongan dan bantuan yang diberikan selama ini. Dengan tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih penulis yang tidak disebutkan namanya disini, maka dengan ini penulis ingin menyebutkan nama beberapa pihak dan pribadi sebagai rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Ibu dan Bapakku yang selalu memberikan semuanya baik moril, meteril dan doa yang selalu beliau panjatkan, sehingga penulis diberi kemudahan oleh Allah SWT dalam menjalani pendidikan. Adik-adikku dan keluarga besar yang selalu memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dimudahkan dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Ahmad Muzaki SE. yang selalu memberikan semangat, nasehat, dan doa kepada penulis. Terima kasih atas kesabaran dan perhatian yang selalu diberikan kepada penulis.
3. Bapak Drs. Haryanto, Ak, MM, selaku pembimbing materi yang telah sangat memahami keterbatasan membimbing dengan sabar dan telaten mengembangkan ide-ide dalam skripsi ini.
4. Bapak Drs. Boedi Setyo Hartono Ak, MM, selaku ketua jurusan akuntansi terima kasih atas nasehatnya dalam membimbing penulis.
5. Dekan dan Jajaran Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Seluruh Dosen Pengajar dan juga kepada Staff Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang selalu membantu penulis dalam Bidang Administrasi Akademik.
7. Segenap Pimpinan Home Industri Batik Indramayu ibu Hj Warsinih dan H. Aska dan keluarga yang membantu penulis dalam melakukan penelitian.
8. Drs. Supaat yang telah membantu penulis mengantar kesana-kesini dalam mencari data, dan banyak membantu selama penulis tinggal di Jakarta.
9. Sahabatku Elvira Sakinah Sari, Retorika Argarini, Rumuris, Sari Wahyuni, Maria Ulfah dan rekan-rekanku seangkatan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu, perbaikan melalui penelitian lebih lanjut perlu dilakukan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Dan penulis juga menyampaikan maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, Juli 2008



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| Lembar Persetujuan..... | i |
| Lembar Pengesahan..... | ii |
| Lembar Pernyataan..... | iii |
| Abstrak..... | iv |
| Kata Pengantar..... | v |
| Daftar Isi..... | viii |
| BAB I : PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Masalah..... | 6 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah..... | 6 |
| 1.2.2 Pembatasan Masalah..... | 6 |
| 1.2.2 Perumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Hipotesa..... | 7 |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.5 Metodologi Penelitian..... | 8 |
| a. Studi lapangan..... | 8 |
| b. Studi pustaka..... | 8 |
| 1.6 Kerangka Pemikiran..... | 9 |
| 1.7 Sistematika Pembahasan..... | 10 |

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Biaya 12

2.2 Pengertian Kualitas 13

2.3 Pengertian Biaya kualitas 17

2.4 Manajemen Kualitas Total 18

2.5 Penggolongan biaya kualitas 22

2.6 Laporan Biaya Kualitas 27

2.7 Laporan Kinerja Kualitas 27

2.8 Mengukur dan Melaporkan Biaya Kualitas 29

2.9 Peranan dan Manfaat Biaya Kualitas 30

2.10 Pemilihan Standar Kualitas 31

2.11 Pengukuran Produktivitas 34

2.12 Hubungan Antara Biaya Kualitas Dengan Penjualan 36

2.13 Distribusi Biaya Kualitas 37

BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN

3.1 Sekilas mengenai Batik Indramayu 39

3.2 Lokasi Industri 40

3.3 Struktur Organisasi 40

3.4 Sejarah Home Industri Batik Indramayu 42

3.5 Bidang Usaha 43

3.6 Macam-macam Jenis Batik yang Diproduksi 43

3.7 Proses Produksi 44

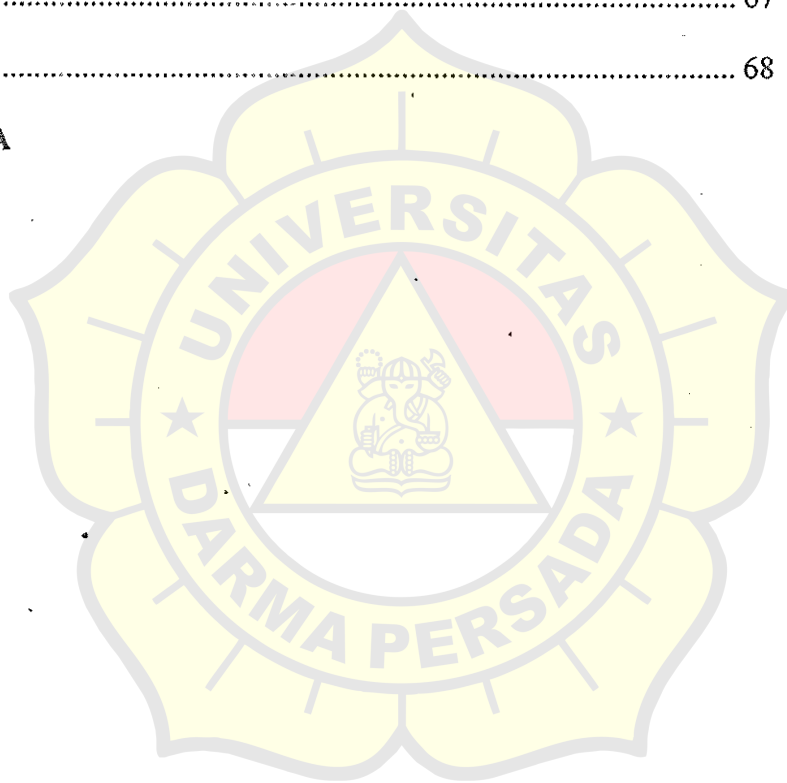
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1 Koefisien Korelasi..... | 51 |
| 4.2 Analisis Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Penjualan..... | 56 |
| 4.3 Uji Hipotesa..... | 58 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 67 |
| 5.2 Saran..... | 68 |

DAFTAR PUSTAKA



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan yang dihadapi sekarang ini sudah mengglobal. Perusahaan lokal harus mengubah paradigma yang usang tentang pasar mereka. Pasar nasional akan terus terbuka, barang-barang asing terus berdatangan dengan harga yang lebih murah dengan kualitas yang baik. Lingkungan perdagangan bebas ini mendorong persaingan yang terjadi semakin luas, bukan saja persaingan itu terjadi antara Negara satu dengan Negara lain masih dalam satu kawasan tetapi juga dengan unit-unit bisnis dari seluruh dunia.

Pasar yang semakin meluas tersebut memaksa unit-unit bisnis untuk selalu memperhatikan kepentingan pelanggan, karena tidak ada perusahaan tanpa adanya pelanggan. Salah satu hal yang menyebabkan konsumen setia dengan suatu produk adalah kualitas. Konsumen yang setia akan menghasilkan keuntungan yang besar, dibandingkan dengan konsumen yang datang dan pergi silih berganti (tidak setia terhadap produk perusahaan).

Perusahaan yang mengembangkan reputasi dengan produk yang berkualitas rendah biasanya akan kehilangan pangsa pasar dan penurunan laba. Tidak baik apabila perusahaan memiliki produk yang sangat bagus dengan desain yang indah, bahan-bahan yang digunakan berkualitas tetapi produk tersebut ada yang cacat atau rusak saat pertama kali digunakan. Itu akan mengecewakan para

konsumen, sehingga konsumen pindah ke lain produk dan akan berpengaruh terhadap produktivitas perusahaan.

Salah satu aspek penting kualitas adalah tidak terdapat cacat. Produk yang cacat akan menyebabkan tingginya biaya garansi, yaitu biaya yang dikeluarkan perusahaan atas sebuah produk yang kurang berkualitas, terlebih lagi hal tersebut akan menyebabkan konsumen kecewa. Orang yang dikecewakan tidak akan membeli barang itu lagi, dan akan memberitahu kepada pembeli lain bahwa produk tersebut tidak memiliki kualitas yang bagus. Suatu studi menunjukkan bahwa konsumen yang kecewa akan menceritakan hal tersebut kepada 11 orang lainnya (Garrison & Noreen, 2001 : 846). Hal ini akan menjadi hal yang mengerikan bagi proses periklanan. Untuk mencegah hal tersebut, perusahaan harus memberikan perhatian dan usaha untuk mengurangi produk yang cacat. Tujuannya adalah untuk memperoleh kualitas kesesuaian yang tinggi.

Produk yang memenuhi atau melebihi spesifikasi desain dan bebas dari cacat yang akan mempengaruhi penampilan atau mempengaruhi kinerjanya disebut memiliki kualitas dengan kesesuaian yang tinggi. Bisa dikatakan jika sebuah mobil ekonomis apabila tidak memiliki cacat, maka mobil tersebut dapat memiliki kualitas yang sama dengan mobil mewah. Pembeli mobil ekonomis tidak berharap mobil mereka dilengkapi dengan berbagai perlengkapan yang bagus dalam mobilnya, tetapi mereka berharap mobil tersebut bebas dari cacat.

Pencegahan, deteksi dan aktivitas yang lain yang berkaitan dengan produk cacat memakan biaya yang sering disebut sebagai biaya kualitas. Istilah biaya kualitas mengacu pada semua biaya yang terjadi untuk mencegah terjadinya

barang cacat atau biaya yang harus dikeluarkan karena adanya barang cacat. Perlu diperhatikan kualitas tidak hanya berkaitan dengan produksi, tetapi berkaitan juga dengan seluruh aktivitas perusahaan mulai dari penelitian, pengembangan sampai dengan pelayanan kepada konsumen.

Konsep biaya kualitas menuntut manajemen untuk memahami bahwa, untuk mencapai kualitas yang bagus perlu menggunakan *Quality too's* (alat kualitas), apalagi dengan datangnya era globalisasi dan perdagangan bebas yang bisa dikatakan sebagai berlakunya kembali hukum rimba, yang apabila diterjemahkan berkaitan dengan produk, akan berarti "Siapa yang berkualitas produknya dialah yang akan menguasai pasar dan yang akan berkuasa", maka kualitas produk yang dihasilkan benar-benar merupakan kunci pokok bagi kelangsungan hidup perusahaan. Ini berarti biaya kualitas harus menjadi pusat perhatian manajemen jika ingin survive ditengah-tengah jutaan produk dari dalam maupun luar negeri, karena produk yang bisa bertahan di pasaran adalah produk yang memiliki kualitas yang tinggi dalam tingkat dunia. Dalam usaha mencapai kualitas tingkat dunia maka ada satu hal yang penting, yang tidak boleh dilupakan oleh akuntan manajemen yaitu kebutuhan perusahaan terhadap rancangan sistem akuntansi biaya yang secara sistematis dapat mengakumulasi atau memperkirakan seluruh biaya kualitas.

Dunia semakin berubah, kompetisi global memberi pilihan yang banyak kepada konsumen dan mereka semakin sadar akan biaya dan sadar akan nilai dalam meminta produk jasa yang berkualitas tinggi. Dalam mengejar kualitas menjadi revolusi global yang mempengaruhi segala segi unit bisnis. Kualitas

menurunkan biaya, meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong serta mempertahankan keberhasilan dan profitabilitas jangka panjang (Blocher 2000 : 203).

Dampak terhadap biaya produksi dapat dijelaskan bahwa kualitas dapat dipergunakan dalam pengertian tentang segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan, atau berimplikasi dengan derajat komformans terhadap standar-standar, sasaran-sasaran, spesifikasi dan lain-lain. Konsekuensinya bahwa proses produksi yang memperhatikan kualitas akan menghasilkan produk yang berkualitas yang bebas dari kerusakan, yang berarti pemborosan dan inefisien berkurang sehingga ongkos produksi per unit akan menjadi rendah, dan akan berdampak pada penghematan biaya produksi rata-rata.

Peningkatan kualitas merupakan aktivitas manajemen, untuk mengukur karakteristik kualitas dari produk (barang dan jasa), kemudian membandingkan hasil pengukuran itu dengan spesifikasi produk yang diinginkan pelanggan, serta mengambil tindakan peningkatan yang tepat apabila ditemukan perbedaan diantara kinerja aktual.

Biaya kualitas dapat dipilah menjadi empat kategori. Dua kategori dari pemilihan ini adalah biaya pencegahan dan biaya penilaian, yaitu biaya yang terjadi dalam usaha supaya konsumen tidak mendapatkan produk cacat, dan dua kategori biaya kegagalan internal yaitu biaya yang dikeluarkan karena rendahnya kualitas yang ditemukan sejak penilaian awal, serta biaya kegagalan eksternal yaitu biaya yang terjadi dalam rangka meralat cacat kualitas setelah produk sampai pada pelanggan.

Melalui pengembangan kualitas, dimungkinkan untuk merumuskan hubungan di antara unsur-unsur mutu suatu produk, sifat kegunaannya, sifat mutu produk yang telah terjadi, dan sifat mutu masing-masing bagian. Pengembangan mutu dan analisis kualitas terutama bermanfaat dalam penyusunan kembali, peningkatan, dan penerapan teknologi khusus.

Dampak positif yang lain dari kualitas adalah meningkatkan pendapatan melalui peningkatan penjualan atas produk yang dihasilkan. Seperti dikemukakan bahwa kata kualitas dapat diartikan sebagai sejumlah keistimewaan atau keunggulan produk yang memenuhi keinginan konsumen sehingga memberikan kepuasan atas penggunaan produk itu. Oleh karena itu setiap konsumen pada umumnya akan memaksimumkan kepuasannya dalam mengkonsumsi produk, maka jelas bahwa produk-produk yang memiliki kualitas yang lebih tinggi pada tingkat kompetitif (karena ongkos produksi per unit lebih rendah) akan dipilih konsumen, sehingga meningkatkan penjualan.

Latar belakang di atas memberikan dasar pemikiran bagi penulis untuk menganalisis pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan dan pembahasannya dalam skripsi ini, dengan judul "ANALISIS PENGARUH BIAYA KUALITAS DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI BATIK INDRAMAYU".

1.2. Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Penulis mengidentifikasi masalah dengan menitikberatkan pada

- a. Bagaimana Home Industri mengelompokkan biaya biaya dalam laporan biaya kualitas ?
- b. Bagaimana Home Industri mengembangkan program perbaikan kualitas melalui analisis laporan biaya kualitas ?
- c. Bagaimana pengaruh penetapan program perbaikan kualitas terhadap peningkatan penjualan ?
- d. Bagaimana upaya Home Industri untuk meningkatkan kualitas suatu produk ?
- e. Apakah ada keterkaitan antara biaya kualitas dengan penjualan ?
- f. Apakah dengan adanya biaya kualitas akan berdampak pada peningkatan penjualan ?

1.2.2. Pembatasan Masalah

Mengingat adanya keterbatasan data, waktu biaya dan keterbatasan lainnya maka pembahasan skripsi ini dioatasi pada analisis pengaruh biaya kualitas dalam upaya meningkatkan penjualan pada Home Industri Batik Indramayu.

1.2.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah tersebut diatas maka permasalahan dalam skripsi ini sebagai berikut ;

- a. Apakah Home Industri Batik Indramayu telah menerapkan biaya kualitas dalam proses produksinya ?
- b. Apakah penerapan biaya kualitas tersebut dapat meningkatkan penjualan ?

1.3. Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah tersebut diatas, ditemukan hipotesa bahwa penerapan biaya kualitas berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengevaluasi apakah Home Industri Batik Indramayu telah menerapkan biaya kualitas dalam proses produksinya.
- b. Untuk mengevaluasi apakah penerapan biaya kualitas tersebut dapat meningkatkan penjualan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis, bermanfaat sebagai media untuk menerapkan dan mengaplikasi teori-teori yang diperoleh selama kuliah dan juga untuk menambah wawasan
- b. Bagi perusahaan, sebagai masukan dalam penerapan biaya kualitas dan pengembangannya terhadap penjualan.
- c. Bagi pembaca, sebagai referensi khususnya dalam kajian penerapan biaya kualitas dan pengembangannya terhadap penjualan.

1.5. Metode Penelitian

Untuk dapat menganalisa dan memecahkan masalah yang ada serta untuk menemukan jalan keluar yang baik, diperlukan suatu kumpulan data baik yang diperoleh dari sumber langsung tempat penulis melakukan penelitian (riset) dan tidak langsung, dalam pencarian data dipergunakan 2 (dua) metode yaitu :

a. Studi lapangan (Field Research)

Meneliti secara langsung pada suatu objek dengan masalah yang diteliti sebagai berikut :

1) Observasi

Pengamatan langsung dilapangan dengan masalah yang terjadi, yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

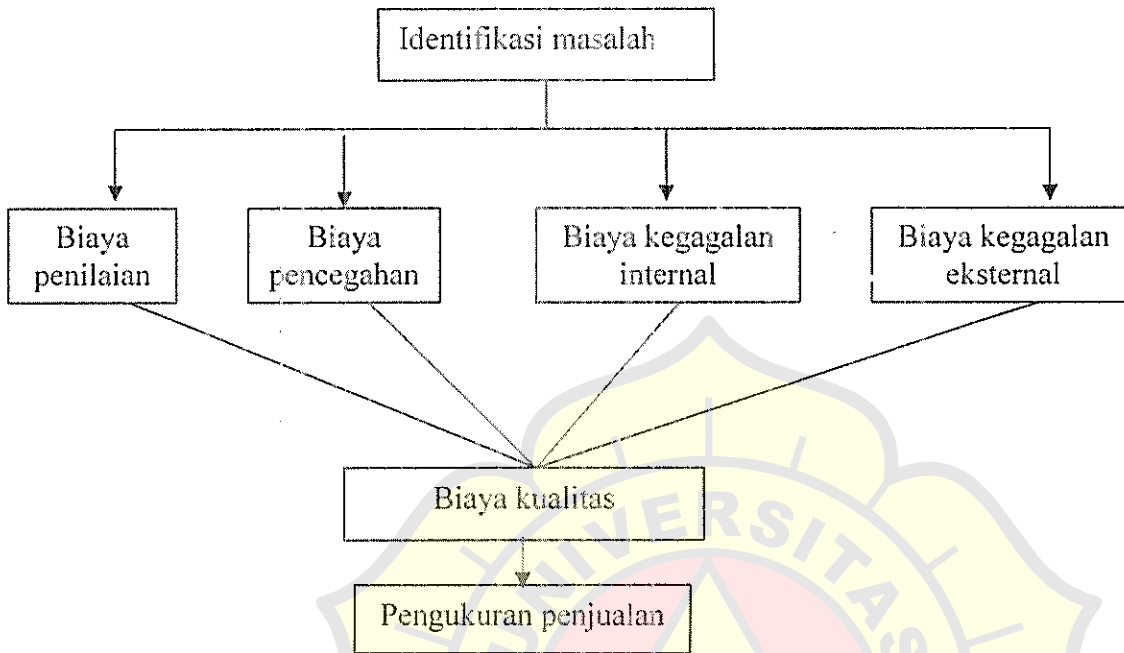
2) Wawancara

Pengumpulan data dengan cara mewawancarai langsung kepada pihak yang berwenang serta bagian lain yang terkait untuk menambah informasi bagi peneliti.

b. Studi Pustaka (Library Research)

Studi pustaka merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku dan literatur lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian. Studi ini dilakukan untuk dijadikan kerangka berfikir yang jelas dan tepat dalam pengumpulan data dan untuk mencari teori-teori yang akan menunjang pembahasan. Dengan studi pustaka ini maka penulis akan memiliki dasar yang kuat dalam melakukan pengolahan data untuk membahas permasalahan permasalahan yang ada.

1.6. Kerangka Pemikiran



Biaya kualitas merupakan biaya-biaya yang berhubungan dengan pencegahan, pengidentifikasian, perbaikan produk dan pembetulan produk yang berkualitas rendah, dan dengan opportunity cost dari hilangnya waktu produksi dan penjualan sebagai akibat rendahnya kualitas.

Dalam biaya kualitas terdapat biaya penilaian yaitu biaya yang dikeluarkan pengukuran untuk mendeteksi dan analisis data untuk menentukan apakah produk dan jasa sesuai dengan spesifikasinya.

Biaya pencegahan yaitu pengeluaran yang dikeluarkan untuk mencegah terjadinya cacat kualitas yang meliputi ; biaya pelatihan khusus, biaya perencanaan kualitas, biaya pemeliharaan peralatan dan biaya penjaminan supplier.

Biaya kegagalan internal merupakan biaya yang dikeluarkan karena rendahnya kualitas yang di temukan sejak penialian awal sampai kepada pengiriman kepada pelanggan.

Biaya kegagalan eksternal merupakan biaya yang terjadi dalam rangka meralat cacat kualitas setelah produk sampai pada pelanggan, dan laba yang gagal diperoleh karena hilangnya peluang sebagai akibat adanya produk atau jasa yang tidak diterima oleh pelanggan. Sedangkan produktivitasnya merupakan penjualan yang diterima dibandingkan dengan input yang dikeluarkan pada saat produksi. Apabila penjualannya meningkat berarti produk tersebut memiliki kualitas yang bagus.

1.7. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan

Menguraikan tentang latar belakang pemilihan, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, identifikasi masalah, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Menguraikan tentang landasan teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas oleh peneliti dalam karya ilmiah.

BAB III Gambaran Perusahaan

Menguraikan tentang, produk apakah yang di produksi yang dalam perusahaan itu, bagaimana struktur organisasinya, sistem jam kerja, cara pengerjaan dan proses yang dilakukan.

BAB IV Analisis Pembahasan

Membahas pokok permasalahan dengan menghitung biaya pencegahan, biaya penilaian , biaya kegagalan internal,dan biaya eksternal (biaya kualitas) dan pengaruhnya terhadap penjualan.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Mengemukakan tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan dan memberikan saran-saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan tambahan pemikiran bagi semua pihak yang berkepentingan.

