

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat zaman modern ini perusahaan penyedia jasa pengiriman barang memegang peranan penting dalam bisnis (Muhammad & Sugiharti, 2021). Logistik yang efisien memainkan peran penting dalam manajemen rantai pasokan untuk organisasi (Bantacut et al., 2018). Proses logistic dalam perusahaan melibatkan perencanaan, implementasi, dan kontrol aliran barang, informasi, dan sumber daya antara titik asal dan titik konsumsi. logistik yang efisien sangat penting untuk keberhasilan manajemen rantai pasokan untuk organisasi. Ini dapat membantu mengurangi biaya, meningkatkan layanan pelanggan, memberikan keunggulan kompetitif, meningkatkan efisiensi, dan mengelola risiko (Wurjaningrum et al., 2015).

Logistik adalah bagian dari manajemen rantai pasokan yang merencanakan, mengimplementasikan, dan mengontrol aliran dan penyimpanan maju dan mundur yang efisien, efektif barang, jasa, dan informasi terkait antara titik asal dan titik konsumsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Paul R. Murphy, Jr., 2018).

Logistik umumnya adalah jasa dan implementasi operasi yang kompleks .Proses logistik mengacu pada pergerakan barang dan informasi antara penyedia dan penerima dan juga merupakan pengelolaan aliran barang antara titik

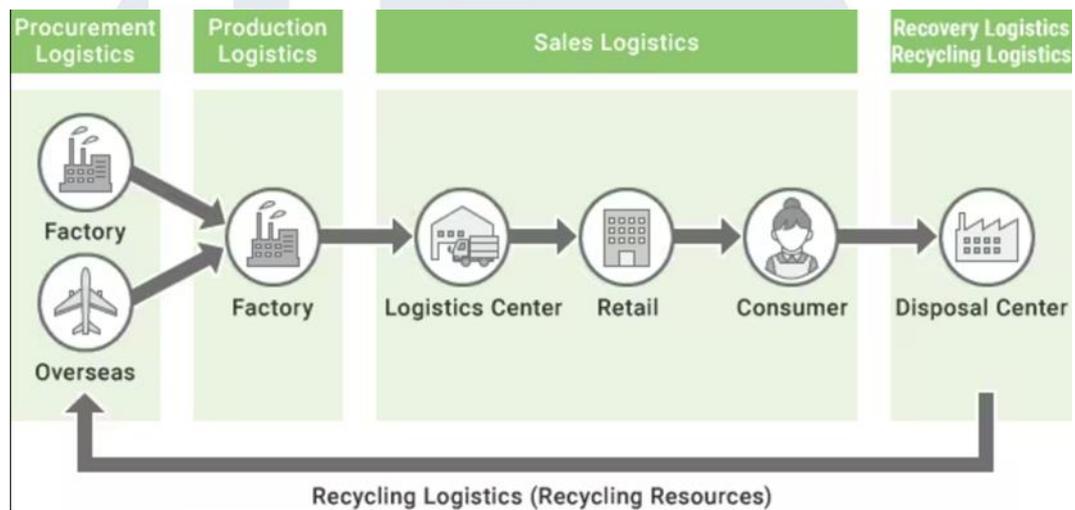
asal dan titik konsumsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau perusahaan (PRNewsWire.com,2018).

Menurut laporan yang dikutip dari www.Prnewswire.com, pada tahun 2017, nilai pasar logistik global mencapai 10,32 miliar USD, dan diperkirakan akan meningkat menjadi 12,68 miliar USD pada tahun 2023, dengan CAGR sebesar 3,49% dari tahun 2017 hingga 2023. Wilayah Asia Pasifik diperkirakan akan menjadi pemimpin pasar logistik global selama periode tersebut, karena adanya basis manufaktur yang besar di wilayah tersebut. Wilayah Asia Pasifik akan diikuti oleh wilayah Amerika Utara dan Eropa dengan pangsa pasar terbesar berikutnya (Prnewswire.com, 2018).

Selama masa pandemi Covid-19, perkembangan industri logistik di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 40%, sejalan dengan pertumbuhan industri logistik di pasar global (Katadata.co.id, 2021). Pada tahun 2020, ukuran pasar logistik di Indonesia telah mencapai \$275 miliar dengan pertumbuhan CAGR 16,2% dari periode tahun 2015 (Ventures, 2020).

Proyeksi pendapatan atau revenue dari bisnis ini menunjukkan bahwa pada tahun 2024 mendatang, diperkirakan akan melebihi \$300 miliar (Bank & Indonesia, 2018). Meskipun demikian, pelaku bisnis di Indonesia masih menghadapi berbagai isu mendasar terkait logistik (Sherlywati, 2018). Isu-isu tersebut meliputi ekosistem yang terfragmentasi, sistem bisnis yang kurang efisien, dan utilisasi infrastruktur logistik yang belum optimal (Hardi, 2021).

Logistik dapat dibagi menjadi lima jenis berdasarkan bidang: logistik pengadaan, logistik produksi, logistik penjualan, logistik pemulihan, dan logistik daur ulang. (Kusumastuti & Sugiama, 2019)



1

Gambar 1.1 Alur logistic

sumber : Kusumastuti & Sugiama, 2019

Indonesia sebagai negara kepulauan menghadapi tantangan yang berat dalam mencapai efisiensi sistem logistik . Indonesia berada di peringkat ke-46 untuk kinerja logistik di dunia atau nomor 4 di Asia Tenggara, setelah Singapura (7), Thailand (32), dan Malaysia (41), menurut Bank Dunia (2018). Hal tersebut menggambarkan bahwa permasalahan logistik masih menjadi kendala dalam meningkatkan daya saing dan memperlancar arus distribusi komoditas antar wilayah. Logistik yang tidak efisien mengubah kinerja perdagangan karena menghasilkan biaya yang mempengaruhi pembangunan ekonomi lokal. (Amin et al., 2021) Terlebih karena bentuk negara Indonesia yang merupakan negara

kepulauan maka logistic menjadi tantangan tersendiri dalam supply chain Karena bentuk negara kepulauan (Panayides & Song,2013)

Industri logistik di Indonesia adalah industri yang sangat penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi negara ini. Menurut data dari Kementerian Perindustrian, pada tahun 2019, kontribusi sektor logistik terhadap PDB Indonesia mencapai sekitar 2,9%. (ekonomi.republika.co.id,2022)

Dari sisi pemain, terdapat beberapa perusahaan logistik besar di Indonesia yang telah beroperasi selama beberapa tahun, seperti JNE, Tiki, dan Pos Indonesia. Namun, seiring dengan pertumbuhan *e-commerce* dan perdagangan internasional, beberapa perusahaan logistik baru juga muncul dalam beberapa tahun terakhir.(Koo et al., 2022)

Pilihan penyedia jasa pengiriman yang dapat dipilih oleh konsumen yang ingin melakukan pengiriman paket sangatlah banyak dikarenakan oleh munculnya berbagai macam *startup* pengiriman (Wulansari & Meirinawati, 2022) . Pada zaman sebelumnya pilihan pelanggan yang ingin melakukan pengiriman terbatas kepada pilihan JNE dan TIKI dari pihak swasta dan Pos Indonesia untuk pilihan dari BUMN. Banyaknya pilihan yang muncul dalam beberapa tahun terakhir pelanggan tidak terikat kepada satu penyedia layanan kurir, karena ini bila pelanggan merasa kurang puas dengan layanan dari pihak penyedia layanan jasa kurir, para pelanggan bisa langsung pindah penyedia layanan jasa kurir.

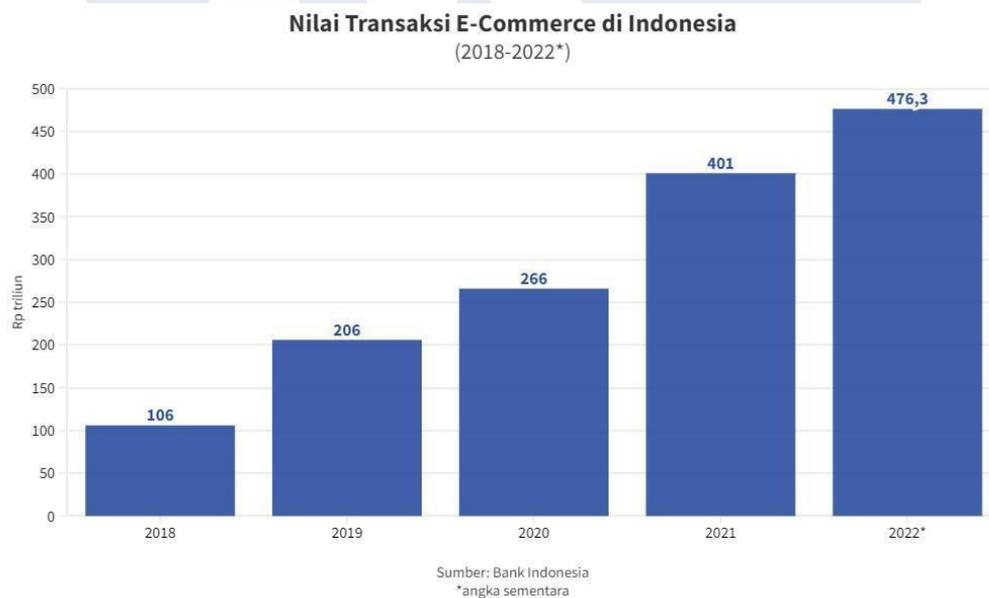
Pada tahun 2020, terjadi peningkatan yang signifikan dalam penggunaan jasa logistik, terutama karena pandemi COVID-19 yang memicu peningkatan perdagangan online. Seiring dengan itu, beberapa perusahaan logistik baru juga muncul untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin tinggi. (Koo et al., 2022)

Industri 4.0, juga dikenal sebagai Revolusi Industri Keempat, mengacu pada integrasi teknologi canggih seperti *Artificial Intelligence (AI)*, *Cloud Computing* dan implementasi robotik dalam proses manufaktur dan produksi. Integrasi ini memungkinkan otomatisasi, pertukaran data, dan pemantauan waktu nyata, yang menghasilkan peningkatan efisiensi, produktivitas, dan penghematan biaya. Industri 4.0 juga memfasilitasi penciptaan produk dan layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pelanggan. Selain itu, ini menghasilkan model bisnis baru dan pengoptimalan rantai pasokan, membuka jalan untuk masa depan yang lebih terhubung dan berkelanjutan (Sumadi et al., 2022).

e-commerce adalah suatu konsep yang muncul bersamaan dengan industry 4.0 yang memungkinkan penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara langsung (Rangkuti, 2016). Bahkan, proses perdagangan lintas kota sampai lintas pulau pun bisa dilakukan dengan mudah. Hal ini merupakan salah satu dampak positif dari perkembangan teknologi yang dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku bisnis (Rangkuti, 2016).

Pioner platform *e-commerce* pertama di Indonesia adalah Kaskus. Awal mula penggunaan logistik di Indonesia dapat di atribusikan kepada forum komunikasi yang hadir di Indonesia sebelum banyaknya *e-commerce* bermunculan

yaitu forum kaskus, Kaskus adalah forum online Indonesia dan platform *e-commerce* yang didirikan pada tahun 1999. Ini adalah salah satu komunitas *online* terbesar di Indonesia, dengan jutaan pengguna terdaftar dan ribuan pengguna aktif harian. Nama "Kaskus" berasal dari "kasak-kusuk", yang berarti "obrolan" atau "gossip" dalam bahasa Indonesia (Nursyirwan et al., 2023).



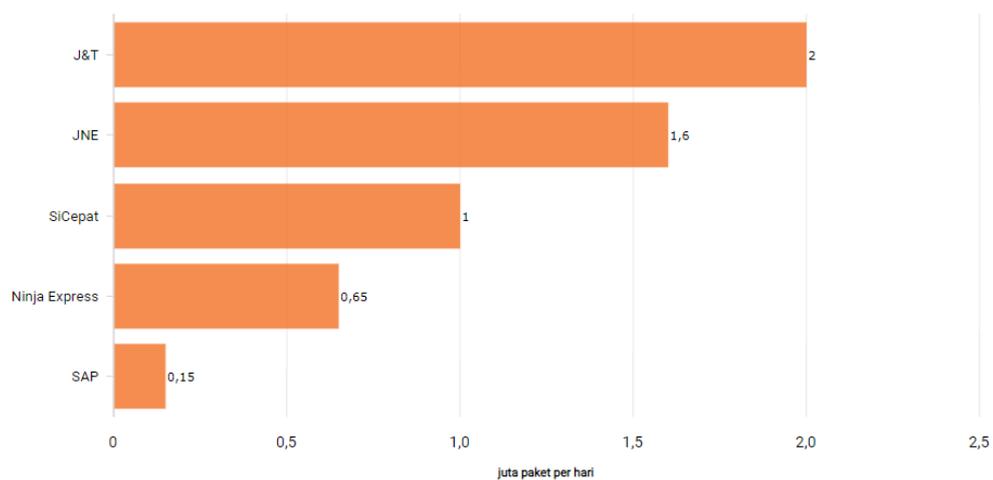
2

Gambar 1.2 Pertumbuhan Nilai Transaksi E-commerce di Indonesia

Sumber : Dataindonesia.id,2023

Dilansir oleh Dataindonesia.id,2023 , Bank Indonesia (BI) melaporkan, nilai transaksi perdagangan elektronik atau *e-commerce* di Indonesia sebesar Rp476,3 triliun pada 2022. Sedangkan, volume transaksi *e-commerce* tercatat sebanyak 3,49 miliar kali. Nilai transaksi *e-commerce* pada 2022 lebih tinggi 18,8% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp401 triliun.

Oleh karena *e-commerce* memungkinkan untuk transaksi dimana aja dan kapan aja maka kebutuhan logistic terus meningkat. Hal ini membuat para pembisnis melihat potensi untuk mendapatkan keuntungan dengan membuka layanan jasa pengiriman logistic. Tak heran muncul banyak pemain baru di industry jasa logistic. Contoh contoh dari pemain baru di industry logistic adalah, SiCepat, Ninja Express, JnT, dan AnterAja. Dengan banyaknya pemain baru dapat di katakan kalau ini merupakan ancaman untuk pemain lama dalam mengambil pangsa pasar, dalam hal ini salah satu pemain lamanya adalah JNE. Hal ini dapat dibuktikan dengan pangsa



pasar yang di pegang oleh PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir mengalami penyusutan semenjak munculnya start-up jasa pengiriman (databoks.katadata.co.id,2022)

Gambar 1.3 jumlah paket yang di kirim dalam 1 hari

Sumber : (databoks.katadata.co.id,2022)

munculnya perusahaan kurir baru yang turut mewarnai kancah pertempuran bisnis kurir. Salah satunya, J&T Express, yang sangat agresif dan mampu menghadirkan berbagai layanan baru sesuai dengan kebutuhan pelanggan saat ini.

J&T Express yang didirikan oleh Jet Lee, pendiri OPPO Indonesia, tak bisa dianggap remeh. Maklum, perusahaan ini disokong modal yang tak sedikit sehingga sangat ekspansif. Seperti pada tahun ini, J&T Express akan memperluas jaringannya di Indonesia. Perusahaan ini pun telah menyiapkan pendanaan baru yang nilainya melebihi US\$ 100 juta atau setara Rp 1,3 triliun (SWA.co.id, 2018)

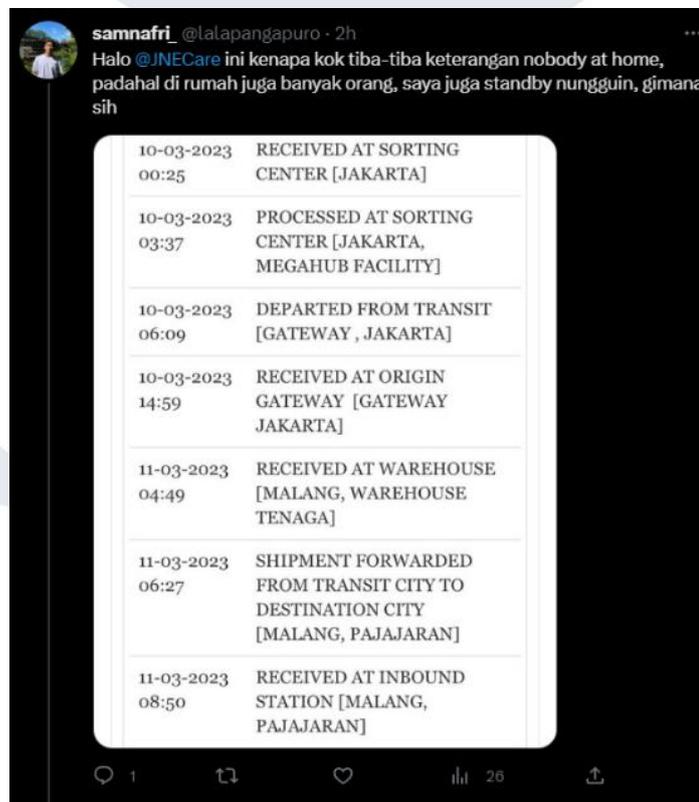
JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) adalah salah satu perusahaan logistik terbesar di Indonesia. Didirikan pada tahun 1990, JNE saat ini memiliki jaringan yang sangat luas dengan lebih dari 5.000 titik layanan di seluruh Indonesia, termasuk di daerah-daerah terpencil. JNE juga telah memperluas jangkauannya ke luar negeri dengan membuka cabang di beberapa negara, seperti Malaysia, Singapura, Hong Kong, dan Australia.

Secara keseluruhan, JNE adalah salah satu perusahaan logistik terbesar dan terpercaya di Indonesia dengan jaringan yang sangat luas, teknologi yang canggih, dan layanan yang berkualitas tinggi. Meskipun JNE memiliki posisi yang kuat di industri logistik di Indonesia, namun persaingan dalam industri ini tetap ketat. Beberapa perusahaan logistik besar lainnya, seperti Tiki, Wahana, dan J&T, dan start up logistic lainnya juga memiliki jaringan yang luas dan layanan yang berkualitas. Oleh karena itu, JNE harus terus melakukan inovasi dan pengembangan produk serta meningkatkan layanan pelanggan untuk tetap bersaing di pasar yang semakin ketat ini.

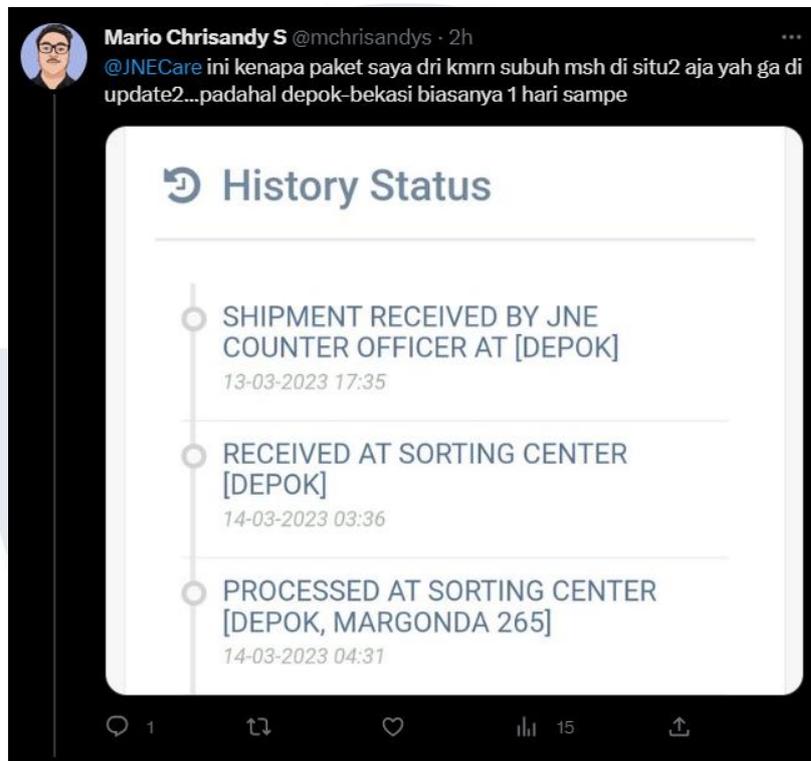
Menurut Parasuraman, salah satu kunci keberhasilan industri logistic adalah kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 1985). Salah satu yang harus JNE

prioritaskan adalah kepuasan pelanggan dan terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Menurut parasuraman, dengan menjaga kepuasan pelanggan maka, perusahaan dapat mempertahankan pelanggan setia, meningkatkan reputasi perusahaan, mengurangi biaya pemasaran, dan meningkatkan kemampuan bersaing dalam industri yang semakin ketat.

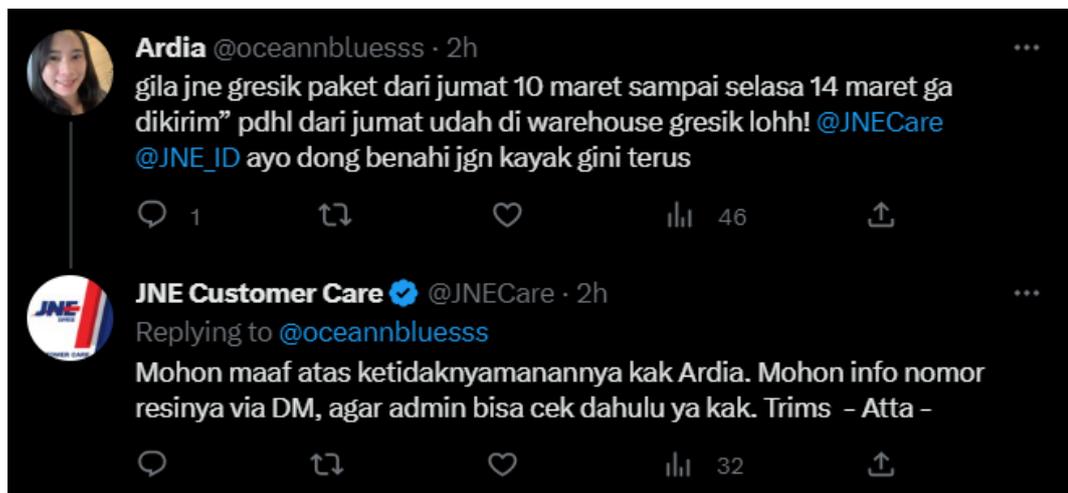
Akan tetapi, sampai saat ini, JNE masih banyak menerima keluhan dari pelanggan. Salah satu channel yang digunakan JNE untuk menerima keluhan adalah Twitter @JNECare. Posisi JNE dalam tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat dari jumlah pengaduan masalah dalam pengiriman paket pelanggan yang banyak di temukan pada Twitter customer service JNE(@JNECare) , sebagai contoh :



Gambar 1.4 Komplain JNE di twitter 1



Gambar 1.5 Komplain JNE di twitter 2



Gambar 1.6 Komplain JNE di twitter 3

Dari gambar screenshot di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa JNE masih memiliki masalah dalam pengaturan kinerja logistic di lapangan yang dapat membuat pelanggan merasa terganggu dan oleh karena itu pelanggan dapat memiliki tingkat kepuasan yang sangat rendah dan dapat memilih perusahaan penyedia jasa yang lain bila kejadian di atas berlangsung secara berkepanjangan.

Selama periode Januari – Maret 2023, terdapat beberapa keluhan pelanggan yang muncul melalui sosial media Twitter terkait dengan permasalahan yang mereka miliki, seperti pesanan yang belum diantarkan paket yang nyangkut dalam transit, paket yang di retur Kembali Berikut adalah rekap dari berbagai keluhan umum pelanggan yang terjadi selama periode Januari – Maret 2023 melalui media sosial Twitter :

Tabel 1.1 Rekap Keluhan Pelanggan Selama Bulan Januari – maret 2023

No.	Jenis keluhan	Jumlah Keluhan	Kaitan dengan LSQ
1.	Tracking paket tidak bergerak selama berhari hari	20	<i>Information Quality</i>
2.	Paket hilang dan tidak jelas pengantiannya bagaimana	23	<i>Delivery Quality</i>
3.	Pengiriman mengalami keterlambatan padahal menggunakan jasa kurir cepat bukan reguler	16	<i>Timeliness Quality</i>
4.	Paket yang di order melalui E-commerce tidak di pickup oleh kurir	15	<i>Personnel Contact Quality</i>
5.	Paket yang seharusnya tidak di kirim keluar pulau malah nyasar ke luar pulau.	6	<i>Delivery Quality</i>

1

Namun dalam periode tersebut, terdapat beberapa pelanggan konsumen yang juga memberikan apresiasi kepada JNE Indonesia atas pelayanan yang memuaskan.

Berikut adalah rekap dari berbagai pujian yang diberikan pelanggan yang terjadi selama periode Januari – Maret 2023 melalui media sosial Twitter:

Tabel 1.2 Rekap Pujian Pelanggan selama bulan Januari – Maret 2023

No.	Pujian	Jumlah Pujian	Kaitan Dengan LSQ
1.	Ketepatan waktu pengiriman	12	<i>Timeliness Quality</i>
2.	Kurir yang langsung pick-up barang sesuai request	10	<i>Personnel contact Quality</i>
3.	Respond dan solusi admin yang cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan	9	<i>Empathy Quality</i>

2

Perceived importance (persepsi penting) adalah faktor yang penting dalam industri jasa logistik karena dapat memengaruhi cara pelanggan dan mitra bisnis memandang layanan yang disediakan oleh perusahaan logistik (Lai, K. H., Wong, C. W., & Cheng, T. E., 2010). Terdapat beberapa alasan mengapa *perceived importance* menjadi penting dalam industri jasa logistik:

1. Pemenuhan kebutuhan pelanggan: *Perceived importance* membantu perusahaan logistik memahami kebutuhan dan harapan pelanggan. Dengan memahami dan mengukur tingkat kepentingan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap aspek-aspek tertentu dalam layanan logistik, perusahaan dapat memfokuskan upaya mereka pada area yang paling penting bagi pelanggan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menyediakan solusi logistik yang lebih relevan dan efektif, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun hubungan jangka Panjang (Lai, K. H., Wong, C. W., & Cheng, T. E., 2010).

2. Diferensiasi dari pesaing: *Perceived importance* juga memainkan peran penting dalam membedakan perusahaan logistik dari pesaingnya. Jika perusahaan logistik dapat mengidentifikasi aspek-aspek yang dianggap penting oleh pelanggan, mereka dapat mengarahkan sumber daya mereka untuk membangun keunggulan kompetitif dalam hal tersebut. Misalnya, jika kecepatan pengiriman menjadi faktor yang sangat penting bagi pelanggan, perusahaan dapat berinvestasi dalam infrastruktur dan teknologi yang memungkinkan pengiriman yang cepat dan andal (Wong, C. W., Boon-itt, S., & Wong, C. Y. 2011).
3. Kualitas layanan yang lebih baik: *Perceived importance* membantu perusahaan logistik meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan. Dengan memahami aspek-aspek yang dianggap penting oleh pelanggan, perusahaan dapat menentukan parameter kinerja yang relevan dan mengukur kinerja mereka dalam hal tersebut. Informasi ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi kelemahan dalam operasi logistik dan mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan. Dengan demikian, perusahaan dapat terus meningkatkan kualitas layanan mereka dan memenuhi harapan pelanggan dengan lebih baik (Wong, C. W., Boon-itt, S., & Wong, C. Y. 2011).

Jika *perceived importance* diabaikan, perusahaan logistik berisiko kehilangan pelanggan, merusak reputasi, dan kehilangan kepercayaan dari pemangku kepentingan. Hal ini dapat berdampak pada penurunan pendapatan, pertumbuhan

yang lambat, dan kesulitan dalam menghadapi persaingan. Oleh karena itu, memperhatikan dan memahami *perceived importance* menjadi penting dalam industri jasa logistik untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya (Lai, K. H., Wong, C. W., & Cheng, T. E., 2010).

Melihat hal tersebut, penulis ingin meneliti bagaimana JNE menerapkan Strategi *Logistic service quality* dan *Perceived Importance* kepada pelanggan JNE dengan harapan meningkatkan *customer satisfaction* dengan penelitian yang berjudul “**Analisis dampak *Logistic Service Quality* dan *Perceived Importance* terhadap *Customer Satisfaction* pada jasa layanan logistik JNE**”

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Teori kepuasan pelanggan dalam industri logistik dapat didefinisikan sebagai tingkat kepuasan atau kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan logistik. Teori yang sering digunakan dalam industri logistik untuk mengukur kepuasan adalah *servqual* (Japarianto, 2018).

Menurut Parasuraman Model *Servqual* adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten. Mengukur kualitas layanan dengan membandingkan harapan pelanggan dengan persepsi mereka tentang kinerja layanan yang sebenarnya. *Servqual* mengukur lima dimensi kualitas layanan: keandalan, daya tanggap, keamanan, empati, dan bukti fisik. (Putra et al., 2019)

Jika *logistic service quality* tidak dipenuhi oleh penyedia layanan logistik, akan ada beberapa konsekuensi negatif bagi perusahaan yang menyediakan layanan logistic tersebut. (Kusuma, 2014)

Dalam kasus JNE banyaknya kejadian pengiriman tertunda, hal ini dapat menyebabkan pelanggan tidak puas dan merusak reputasi bisnis. (Martono, R. (2018). Manajemen Logistik. Gramedia Pustaka Utama.)

Kasus nyata lainnya yang dapat di jadikan contoh juga adalah ketika Amazon.com mengalami kesulitan untuk mengikuti lonjakan permintaan belanja online, yang mengakibatkan pengiriman tertunda, paket hilang, dan komunikasi yang buruk dengan pelanggan. Hal ini menyebabkan peningkatan yang signifikan dalam keluhan pelanggan dan ulasan negatif. (cnet.com, 2020)

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka penulis menetapkan berbagai rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Personal Contact Quality* memiliki pengaruh positif pada *customer satisfaction* di layanan logistic JNE?
2. Apakah *Delivery Quality* memiliki pengaruh positif pada *customer satisfaction* di layanan logistic JNE?
3. Apakah *Information Quality* memiliki pengaruh positif pada *customer satisfaction* di layanan logistic JNE?
4. Apakah *Timeliness Quality* memiliki pengaruh positif pada *customer satisfaction* di layanan logistic JNE?

5. Apakah *Empathy Quality* memiliki pengaruh positif pada *customer satisfaction* di layanan logistic JNE?
6. Apakah *Percieved importance* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* di Layanan JNE?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditentukan, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui pengaruh *Personal Contact Quality* pada *customer satisfaction* di layanan logistic JNE.
2. Mengetahui pengaruh *Delivery Quality* memiliki pada *customer satisfaction* di layanan logistic JNE.
3. Mengetahui pengaruh *Information Quality* pada *customer satisfaction* di layanan logistic JNE.
4. Mengetahui pengaruh *Timeliness Quality* pada *customer satisfaction* di layanan logistic JNE.
5. Mengetahui pengaruh *Empathy Quality* memiliki pengaruh pada *customer satisfaction* di layanan logistic JNE.
6. Mengetahui dampak *Percieved importance* terhadap *Customer Satisfaction* di Layanan JNE.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian yang ini diharapkan penulis memberikan manfaat yaitu:

16

1. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu menambah informasi mengenai Customer satisfaction pengguna jasa pengiriman JNE yang dapat berpengaruh kepada turnover customer Jasa pengiriman

2. Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan sehingga penelitian yang di lakukan selanjutnya diharapkan bisa jauh lebih baik kedepannya.

1.5 Batasan Penelitian

Disini penulis membatasi atau memberi batasan pada ruang lingkup penelitian, oleh sebab itu batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Berusia minimal 18 tahun
2. Pernah menggunakan layanan *E-commerce*
3. Pernah menggunakan jasa Pengiriman JNE (Pengirim/Penerima)
4. Pernah mengalami kendala saat menggunakan jasa Pengiriman JNE

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan pada laporan penelitian tugas akhir ini terdiri dari lima bab yaitu sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

- Bab ini terdiri dari sub-bab antara lain adalah latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika

penyusunan laporan, lokasi dan waktu serta sistematika penulisan laporan penelitian tugas akhir.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- Bab ini berisi teori-teori relevan yang menunjang penelitian, teori yang digunakan sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam penulisan laporan tugas akhir. Teori-teori yang digunakan bersumber dari buku, jurnal, data perusahaan, dan internet.

3. BAB III METODE PENELITIAN

- Dalam bab ini menguraikan proses penelitian yang dilakukan dan metode penelitian yang digunakan. Mulai dari prosedur penelitian, teknik penentuan sampel, pembuatan instrument penelitian, pengujian data primer menggunakan uji validitas dan reliabilitas serta teknik analisis menggunakan pendekatan analisis statistik deskriptif.

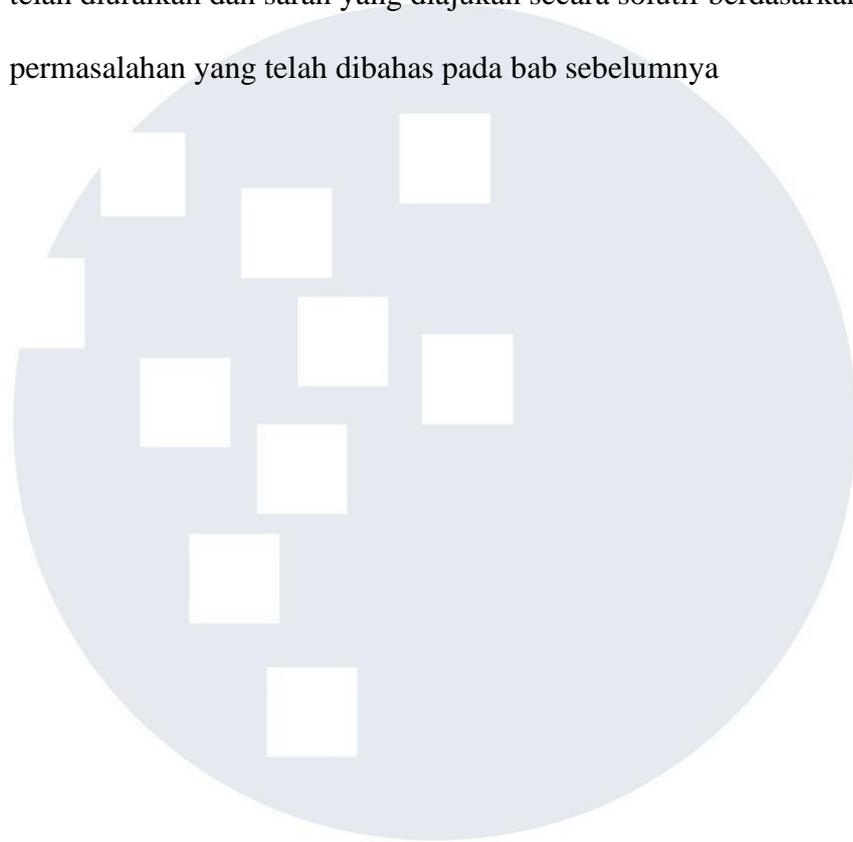
4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- Pada bab ini berisi hasil yang di dapatkan setelah melalui proses pengolahan data pada masalah Service quality JNE. Pembahasan dilakukan secara teoritis berdasarkan teori yang telah dipelajari.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

- Bab ini adalah bab akhir dari laporan tugas akhir, berisi dua sub-bab yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan menguraikan tentang pembahasan yang

telah diuraikan dan saran yang diajukan secara solutif berdasarkan permasalahan yang telah dibahas pada bab sebelumnya



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA