

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Distro kependekan *Distribution Outlet*, artinya penyalur resmi dari produk-produk yang diwakilkannya sedangkan *Clothing*, toko yang membawa beberapa merk secara sporadis tetapi bisa juga merk tertentu saja, volumenya mungkin tidak besar/belum punya jalur khusus dengan produsen/keputusan bisnis lain sehingga tidak menjadi agen/ distributor (yahoo, 2008). Karena banyaknya universitas yang berada di Kota Bandung, banyak juga anak muda yang tinggal di Kota Bandung. Distro untuk produk pakaian merupakan bisnis yang sedang berkembang baik di kalangan anak muda. Objek dari penelitian ini merupakan para wirausaha yang memiliki distro-distro yang bergabung pada organisasi perkumpulan pengusaha distro yang bernama KICK (*Kreative Independent Clothing Kommunity*) yang berada di Kota Bandung.

KICK merupakan organisasi perkumpulan pengusaha-pengusaha distro yang ada di kota Bandung. KICK merupakan asosiasi *brand indie clothing* Indonesia dan bermarkas di Bandung. Secara rutin, setiap tahunnya KICK menyelenggarakan KICKFEST dan ICE sebagai ajang silaturahmi antar pelaku atau pemilik *brand* dan juga konsumen yang didominasi anak muda. Dengan kekuatan dari *brand-brand* lokal yang telah dikenal masyarakat, tekad yang kuat dan perencanaan yang matang menjadikan KICKFEST dan ICE menjadi sebuah ajang yang selalu dinantikan, dimana dua *event* ini merupakan *event indie clothing* terbesar di Asia Tenggara (bandungbisnis, 2014).

Konsep *distribution store* ini berawal dari anak-anak muda Bandung yang suka nge-Band. Pada pertengahan 1990-an di Bandung banyak bermunculan grup band independen yang kerap mengisi “*Live Music*” di *cafe-cafe*. Grup-grup band

independen tersebut berusaha untuk menjual *merchandise* dengan label band mereka, baik berupa pin, CD, kaset, stiker sampai akhirnya pada t-shirt.

Awalnya, pendistribusian hanya dilakukan di lokasi pertunjukan saat mereka perform. Namun akhirnya karena permintaan barang semakin menanjak, mereka pun membuka *clothing* atau outlet sendiri yang menjual barang-barang ciri khas band mereka, sampai pada akhirnya perkembangan *distribution store* ini tumbuh bagai jamur di Kota Bandung. Seperti yang ada di jalan Dago, Riau, Trunojoyo dan sekitarnya atau di pusat pertokoan Parahyangan yang menjadi sentral produk-produk *distribution store* dengan berbagai merk independen. Dan yang menggembarakan bahwa jumlah distro di Indonesia saat ini diperkirakan telah mencapai ribuan, dan setengahnya berada di kota Bandung karena sejarah *distribution store* berawal dari Bandung (majalahpublika,2014). Berikut nama distro yang terdaftar pada KICK yang ada di kota Bandung yang didapatkan penulis saat wawancara kepada ketua KICK, yang bernama Ade Andriansyah.

Tabel 1.1

Daftar Distro di Kota Bandung

No.	NAMA BRAND	No.	NAMA BRAND
1	204FLATLAND	26	HOOLIGANS
2	ACIDWERK KIDSWEAR	27	INVICTUS
3	AIRPLANE	28	KUYAGAYA
4	ARENA XPRNC	29	NATURAL
5	BADGER	30	BLINDWEAR
6	BARBEL	31	NL-S
7	BENGKELOI	32	OGLEA
8	BLACKJACK	33	OINK
9	BLANKWEAR	34	ORDER
10	BLOODS	35	OUVAL

11	COSMIC	36	PACESETTER
12	DLOOPS	37	PARENTAL ADVISORY BABY CLOTHING
13	DOBUJACK	38	POST
14	EASYBEATS	39	RACERKIDS
15	EVIL	40	RAVA
16	EVYCALIX	41	RECLAYS
17	FEEBLE	42	ROCKMEN
18	FLASHY	43	ROTTEN
19	FLO INV.	44	SCREAMOUS
20	FOOD DEVELOPMENT	45	SMITH
21	FROZEN	46	T.H.T.C
22	GEE*EIGHT	47	UNKL347
23	GOD.INC	48	VOCUZ EVOLUTE
24	GRAVEL	49	WADEZIG
25	HIGHLIGHT WORKS	50	WKND

Sumber : KICK (*Kreative Independent Clothing Kommunity*) 2014

1.2 Latar Belakang Penelitian

Bandung yang dikenal sebagai kota kembang juga dikenal sebagai kota mode. Banyak sumber daya manusia yang memberi kontribusi di bidang mode yang berasal dari Bandung. Hal ini bisa dilihat dari munculnya merek-merek baju lokal yang saat ini sudah sangat berkembang (yahoo, 2011). Kota Bandung dijuluki sebagai Paris Van Java karena anak mudalah yang dijadikan barometer perkembangan fashion di Indonesia.

Kota Bandung sekarang ini menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi industri fashion sangat cerah. Bahkan tidak sedikit pelaku usaha yang sekarang ini sengaja memilih bisnis *Factory Outlet (FO)*, *Clothing Company (CC)*, maupun *Distro*

(*Distribution Store*) untuk mendatangkan untung besar setiap bulannya. (bisnisukm, 2012).

Melihat perkembangan industri kreatif yang semakin pesat saat ini, maka tak sedikit kaum muda negeri bergerak dinamis menghasilkan karya dalam kerangka kreativitas yang telah menjadi bukti nyata eksistensi kaum muda Indonesia. Dengan demikian diharapkan industri kreatif akan memberikan dampak positif bagi perekonomian negeri ini. Angka wirausaha pun diharapkan lebih meningkat lagi pada jalur ini, karena sudah terbukti banyak orang sukses yang dilahirkan dari industri kreatif, salah satunya adalah *distribution store* yang boleh dikatakan sebagai karya kreatifitas tanpa batas (majalahpublika, 2014).

Salah satu industri kreatif yang terus berkembang hingga detik ini adalah Distro. Perkembangannya cukup menarik untuk diikuti karena hampir dibanyak tempat kita bisa melihat distro. Pada tahun 2007 diperkirakan ada sekitar 700 unit usaha distro di Indonesia, dilihat dari sejarahnya distro merupakan industri kreatif yang dibangun oleh anak muda Indonesia. Semua berawal dari kota Paris Van Java, kota fashion di Indonesia yaitu Bandung (creactivepro, 2013).

Semenjak dunia jejaring sosial dan sosial media merajalela dan menguasai seluruh isi dunia, banyak hal yang bermunculan, baik hal-hal positif maupun hal-hal yang negatif, saling bersaing mencoba meraih tempat terbaik yang menjadi *trend topic*. Salah satu hal yang semakin berkembang saat ini adalah hadirnya beragam komunitas, mulai dari bidang hobi, profesi, sosok motivator, makanan, minuman, brand produk, dan lain sebagainya. Akhir-akhir ini, komunitas sosok motivator dan brand produk menempati *trend topic*. Beragam akun bermunculan yang mengambil tema tentang kedua hal tersebut. Komunitas bukan hanya sekumpulan orang-orang yang memiliki ketertarikan, hobi, atau visi dan misi yang sama, melainkan suatu perkumpulan yang memiliki tujuan dan berniat menjadikan impiannya nyata. Banyak komunitas yang mulai dikenal dan diliput oleh berbagai media, mulai dari media cetak hingga media televisi, mulai dari perbincangan dan obrolan biasa hingga

seminar, mulai dari yang gratis hingga yang berbayar, dan semua komunitas itu bersaing satu sama lain (kompasiana, 2012). Begitu juga dengan distro, yang memiliki komunitasnya sendiri yang bernama KICK.

KICK merupakan organisasi perkumpulan pengusaha-pengusaha distro yang ada di kota Bandung. KICK merupakan asosiasi *brand indie clothing* Indonesia dan bermarkas di Bandung. Secara rutin, setiap tahunnya KICK menyelenggarakan KICKFEST sebagai ajang silaturahmi antar pelaku atau pemilik brand dan juga konsumen yang didominasi anak muda. Dengan kekuatan dari brand-brand lokal yang telah dikenal masyarakat, tekad yang kuat dan perencanaan yang matang menjadikan KICKFEST menjadi sebuah ajang yang selalu dinantikan (bandungbisnis, 2014).

KICK sendiri sering mengadakan acara untuk mengumpulkan para pengusaha distro dan saling berbagi keluh kesah pada usaha yang dijalankannya masing-masing. Dan saling memberi pendapat apabila ada pengusaha distro yang membutuhkan saran tentang usaha yang dimilikinya. Apabila terjadi kesulitan dalam menjalankan bisnis distro pun anggota KICK yang lainnya yang merupakan pengusaha distro tidak sungkan untuk memberikan masukan atau nasihat.

Berikut merupakan rangkain acara KICKFEST selama 5 tahun terakhir :

Tabel 1.2
Rangkaian Acara KICKFEST

NO.	Tahun	Tema Acara	Lokasi	Jumlah Pengunjung
1.	2010	<i>Get Real</i>	Stadion Siliwangi, Bandung	60.000 Pengunjung
2.	2011	<i>The Cotton Warriors Strike Back!!</i>	Lapangan Gasibu, Bandung	70.000 Pengunjung
3.	2012	<i>Music, Fashion and Street</i>	Lapangan Gasibu, Bandung	80.000 Pengunjung

4.	2013	<i>The Journey</i>	Monumen Perjuangan Rakyat, Bandung	90.000 Pengunjung
5.	2014	<i>Carnival</i>	Lapangan Pusearif PPI, Bandung	90.000 Pengunjung

Sumber : KICK (*Kreative Independent Clothing Kommunity*), 2014

Setiap tahunnya pengunjung yang hadir pada acara KICKFEST semakin bertambah karena KICKFEST setiap tahunnya semakin terkonsep dan semakin lebih variatif, barang yang ditawarkan juga semakin beragam karena semakin berkembangnya zaman, barang yang ditawarkannya pun memiliki harga diskon yang cukup tinggi, selain itu pada acara KICKFEST pun tidak hanya menawarkan barang fashion saja. Tetapi juga menawarkan berbagai macam kuliner serta hiburan musik yang menampilkan artis-artis ternama di Indonesia. Peserta yang mengikuti KICKFEST terdiri dari 80-120 booth yang tidak hanya berasal dari Bandung, tetapi juga dari Surabaya, Jakarta, Malang dan Bali. Jumlah peserta tidak jauh beda setiap tahunnya, karena keterbatasan lahan. Peserta yang *waiting list* untuk mengikuti acara KICKFEST sangat banyak, karena keterbatasannya tempat pun KICK tidak bisa menerima semua peserta *waiting list* tersebut.

Menurut Ade Andriansyah selaku ketua KICK terdapat 50 distro yang terdaftar pada KICK tersebar secara meluas di Kota Bandung. Dilihat dari data tersebut persaingan bisnis distro terbilang sangat ketat, hal ini membuat para pelaku usaha distro perlu menciptakan strategi atau konsep agar dapat menghadapi persaingan yang ketat tersebut. Hasil analisis penulis dengan ditunjang data dari wawancara dengan ketua KICK, dilihat dari bidang bisnis berdasarkan *five porters analysis* yaitu:

1. Ancaman Produk Pengganti

Ancaman produk pengganti sangat kuat karena selain distro banyak juga *factory outlet* yang menawarkan barang-barang fashion.

2. Ancaman Pesaing

Ancaman pesaing bisnis distro sangat kuat karena produk yang ditawarkan bisa lebih unggul

3. Ancaman Pendetang Baru

Ancaman pendatang baru sangat kuat karena tidak sulit untuk membuka bisnis distro. Perusahaan harus lebih fokus pada visi dan misi yang telah dibuat.

4. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar yang ditawarkan oleh pemasok sangat kuat, karena semakin banyaknya *supplier* yang menawarkan barang.

5. Daya Tawar Konsumen

Daya tawar konsumen lebih menargetkan kepada anak muda.

Bisnis distro merupakan bisnis yang sangat ketat karena selain memiliki kompetitor yang banyak *barriers* untuk memasuki bisnis ini terbilang cukup mudah hal ini membuat semakin bertambahnya pelaku bisnis distro yang ikut bersaing. Hal ini juga membuat *bargaining power* pembeli sangat kuat karena terdapatnya banyak pilihan bagi konsumen. Untuk menghadapi persaingan yang ketat tersebut diperlukan jiwa kewirausahaan yang baik.

Wirausaha umumnya mempunyai sifat yang sama, mereka adalah orang yang mempunyai tenaga, keinginan untuk berinovatif, kemauan menerima tanggung jawab pribadi mewujudkan suatu peristiwa dengan cara yang mereka pilih, dan keinginan untuk berprestasi yang sangat tinggi. Geoffrey Crowther yang dikutip oleh Masykur (2011) menambahkan sikap optimis dan kepercayaan terhadap masa depan. Meskipun imbalan dalam kewirausahaan menggiurkan, tapi ada juga biaya yang berhubungan dengan kepemilikan bisnis tersebut. Memulai dan mengoperasikan bisnisnya sendiri, memerlukan kerja keras, menyita banyak waktu dan tenaganya. Banyak wirausaha untuk menginvestasikan lebih banyak waktu dan tenaganya. Banyak wirausaha menggambarkan kariernya menyenangkan, tetapi sangat menyita segalanya (Purwanti *et al*:2012)

Sosok wirausahawan adalah seseorang yang mempunyai jiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Jiwa kewirausahaan juga mendorong minat yang dimiliki oleh seseorang untuk mendirikan dan mengelola usaha secara profesional. Seorang wirausahawan juga harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide.

Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar Saiman. Jiwa kewirausahaan akan mendorong seseorang memanfaatkan peluang yang ada menjadi sesuatu yang menguntungkan. Untuk mengetahui didalam diri pengusaha terbentuk jiwa kewirausahaan atau tidak dapat dilihat melalui ciri-ciri watak didiri pengusaha tersebut, yang disebut karakteristik kewirausahaan Putri *et al* (2011:3).

Menurut Suparyanto (2012:24), jiwa kewirausahaan dapat dimiliki seseorang sebagai bakat pembawaan sejak kelahirannya. Jiwa kewirausahaan juga dapat dibentuk melalui proses pendidikan dan pengalaman. Sehubungan dengan itu alangkah baiknya jika kewirausahaan di ajarkan dan dipraktikan mulai dari bangku pendidikan dasar sampai perguruan tinggi. Kesuksesan misi pendidikan kewirausahaan baik di sekolah maupun di kampus tentunya sangat ditunjang oleh ketersediaan guru dan dosen yang memiliki kualifikasi yang dibutuhkan. Selain itu kurikulum harus disusun sesuai dengan kebutuhan dunia usaha saat ini dan masa yang akan datang.

Jiwa kewirausahaan ialah faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan tertentu, sehingga jiwa kewirausahaan dapat diartikan sebagai pendorong perilaku seseorang. Berwirausaha tidak selalu memberikan hasil yang sesuai dengan harapan dan keinginan pengusaha. Banyak pengusaha yang

mengalami kerugian dan akhirnya bangkrut. Tetapi banyak juga wirausahawan yang berhasil. Kebijakan dalam mengelola maupun melakukan manajemen terhadap bisnis dapat diukur dari berbagai tolak ukur serta parameter tertentu. Jika memiliki jiwa wirausaha yang baik, akan menghasilkan keberhasilan usaha yang baik juga.

Pada dasarnya wirausaha yang dijalankan tidak selalu memiliki hasil sesuai dengan yang diharapkan oleh pengusaha. Banyak pengusaha yang mengalami kerugian, bahkan sampai perusahaannya bangkrut. Tetapi tidak sedikit pula pengusaha yang berhasil, sampai perusahaan tersebut di jalankan turun menurun. Kebijakan dalam pengelolaan dan melakukan manajemen terhadap bisnis yang dilakukan dapat diukur oleh tolak ukur serta parameter tertentu.

Penulis telah menemui ketua KICK yang bernama Ade Andriansyah. Beliau juga merupakan pemilik distro yang bernama *FLASHY*. Bisnis distro yang dimiliki oleh Ade Andriansyah terbilang cukup sukses, karena beliau memiliki jiwa wirausahawan sehingga membuat bisnis yang dijalaninya bertahan sampai sekarang dan terbilang sukses. Beliau sudah menjalani bisnis distro sekitar 15 tahun dan sudah memiliki beberapa cabang yang tersebar di Bandung, Jakarta, Surabaya dan Bali. Dikatakan sukses, karena Ade Andriansyah mempunyai karakteristik yang terdapat pada indikator jiwa kewirausahaan. Berikut merupakan indikator yang terdapat pada jiwa kewirausahaan:

Tabel 1.3

Karakteristik Jiwa Kewirausahaan

Karakteristik	Watak
1. Percaya Diri	Memiliki kepercayaan diri yang kuat
2. Berorientasi pada hasil	Kebutuhan untuk berprestasi
3. Berani mengambil risiko	Mampu mengambil risiko yang wajar
4. Kepemimpinan	Mempunyai jiwa kepemimpinan
5. Keorisinalitasan	Inovatif, kreatif dan fleksibel
6. Berorientasi pada masa depan	Memiliki visi dan perspektif pada masa

depan

Sumber : Suryana (2013:22-23)

Selain banyak distro yang sukses di Kota Bandung, terdapat pula distro yang gagal dan akhirnya menutup distronya. Salah satu contoh distro yang gagal dan akhirnya menutup distronya ialah distro yang bernama *Horny*. Pemiliknya yang bernama Leonardus Sony Yulianto mempunyai alasan khusus mengapa distronya bernama *Horny*. Istilah dari bahasa Inggris tersebut, mempunyai arti ganda. Pertama adalah bertanduk. Kedua, bermakna terangsang. Sesungguhnya cikal-bakal *Horny* diawali di Jalan Riau. Namun, karena prospek bisnis di kawasan itu kurang bagus, ia memindahkan tokonya. Ia juga pernah membuka distro di Puncak dengan mempekerjakan 15 pegawai. Menurut sang pemilik ia masih harus belajar, karena kebutuhan dan industrinya sudah mulai tumbuh dan bagus (tempo,2008). Berdasarkan informasi yang telah didapat dari Ade Andriansyah selaku ketua KICK, bisnis distro yang dijalankan oleh Leonardus Sony Yulianto selaku pemilik *Horny*, bisnis distro tersebut merupakan bukan bisnis yang utama, pemilik tidak peduli dengan distro yang dimilikinya sehingga memberikan sepenuhnya kepercayaan kepada pihak manajemen distro, dan yang paling signifikan ialah distro tersebut memiliki manajemen yang kurang baik sehingga distro tersebut mengalami kegagalan dan pada akhirnya tutup.

Penelitian yang dilakukan Hafidiah *et al* (2010:12) mengidentifikasi bahwa keberhasilan usaha pada usaha kecil produk tekstil di Kabupaten Bandung ditentukan diantaranya oleh percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi ke masa depan dan juga ditentukan oleh variabel luar. Jiwa kewirausahaan (percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi ke masa depan) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha melihat kepada keberadaan wirausahaan tekstil yang terdapat di Kota Bandung dan pentingnya akan jiwa kewirausahaan dari

pengusaha untuk mendorong keberhasilan usaha membuat penulis berkeinginan untuk meneliti lebih lanjut hal tersebut.

Berdasarkan uraian diatas penulis memberikan judul penelitian ini sebagai berikut : **“Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Distro di Kota Bandung 2015 (Studi pada Distro yang terdaftar pada KICK di Kota Bandung)”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, penelitian ini mempunyai perumusan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana gambaran jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik atau pengusaha distro di Kota Bandung 2015 (Studi pada distro yang terdaftar pada KICK di kota Bandung) ?
- b. Bagaimana gambaran keberhasilan usaha pada usaha distro di Kota Bandung 2015 (Studi pada distro yang terdaftar pada KICK di kota Bandung) ?
- c. Seberapa besar jiwa kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha distro di Kota Bandung 2015 (Studi pada distro yang terdaftar pada KICK di kota Bandung) ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui gambaran jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik atau pengusaha distro di Kota Bandung 2015 (Studi pada distro yang terdaftar pada KICK di kota Bandung)
- b. Mengetahui gambaran usaha pada usaha distro di Kota Bandung 2015 (Studi pada distro yang terdaftar pada KICK di kota Bandung)
- c. Mengetahui besarnya pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha distro 2015 (Studi pada distro yang terdaftar pada KICK di kota Bandung).

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengusaha distro yang berada di Kota Bandung, yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan terutama yang berhubungan dengan pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wawasan dan memberikan sumbangan informasi dibidang ekonomi dan manajemen, khususnya di bidang kewirausahaan.

1.5.2 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan perbandingan dan pengembangan yang lebih untuk mengkaji ilmu kewirausahaan, terutama sebagai acuan studi ilmiah tentang bagaimana menganalisis pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi dan bahan referensi bagi penulis lain yang hendak melakukan penelitian di bidang yang sama. Hasil penelitian bagi lembaga, dapat menambah perbendaharaan perpustakaan Universitas Telkom, Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai bahan kajian maupun bahan pembanding penelitian pada masa yang akan datang terhadap masalah serupa. Penelitian ini juga diharapkan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman penelitian serta menguji kemampuan analisis masalah berdasarkan teori yang pernah di dapat selama studi, khususnya yang berhubungan dengan kewirausahaan.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah sistematika penelitian yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I berisi mengenai tinjauan terhadap objek studi, latar belakang masalah, perumusan masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan dari penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab II berisi tinjauan pustaka yakni teori yang mendukung penelitian, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian. Bab ini akan menguraikan pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III berisi tentang objek penelitian yang dibahas penulis, yaitu pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha. Bab ini terdiri dari jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub - judul tersendiri.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab V disajikan Kesimpulan dan Saran. Melalui kesimpulan, peneliti akan berusaha memberikan konklusi dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Setelah memberikan kesimpulan dari seluruh penelitian yang

dilakukan pada akhirnya peneliti memberikan saran sebagai masukan bagi objek yang diteliti.