

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Desa Bojongsoang merupakan salah satu desa dari 6 desa yang terletak di Kecamatan Bojongsoang, yaitu Bojongsoang, Bojongsari, Buahbatu, Cipagalo, Lengkong, dan Tegalluar. Desa Bojongsoang terletak di Kabupaten Bandung yang berdekatan dengan lingkungan kampus Telkom University. Menurut website resmi Desa Bojongsoang (bojongsoang.desa.id) di tahun 2019 Desa Bojongsoang memiliki total penduduk sebanyak 924 orang dengan rincian jumlah laki-laki 497 orang dan jumlah perempuan 427 orang.

Terdapat banyak banyak penggiat Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) kuliner di desa Bojongsoang, mayoritas penggiat wirausaha kuliner tersebut dijalani oleh ibu-ibu yang berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT). Bahkan, ibu-ibu penggiat Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) kuliner tersebut sering mengadakan suatu pertemuan untuk silaturahmi antar sesama penggiat usaha untuk saling diskusi mengenai bisnis-bisnis yang dijalannya. Tak jarang, desa Bojongsoang pun sering mendapatkan kesempatan untuk diberi pelatihan kewirausahaan dari instansi-instansi luar, seperti kampus, perusahaan, dan lain sebagainya.

Produk yang dihasilkan dari Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) kuliner desa Bojongsoang sangat beragam, seperti roti, kacang, *catering*, keripik, kue-kue, dan lain sebagainya. Produk tersebut dihasilkan oleh penggiat Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) baik secara individu (satu keluarga) ataupun berkelompok. Namun, umumnya usaha yang dijalani di desa Bojongsoang dijalankan secara individu (satu keluarga). Walaupun secara berkelompok, mereka bukan menjadi *partner* bisnis yang selamanya, melainkan hanya saling bantu membantu saja.

Rata-rata produk yang dihasilkan dari Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) kuliner desa Bojongsoang adalah produk yang siap dipasarkan langsung ke konsumen. Tidak melalui agen ataupun yang lainnya. Serta pemasaran yang dilakukan oleh wirausaha kuliner desa Bojongsoang tersebut pun lebih kepada mengandalkan mulut ke mulut, belum sampai melakukan pemasaran yang lebih luas, seperti secara *online* (*food delivery* dan *e-commerce*) ataupun bekerjasama dengan pihak lain untuk melakukan pemasaran.

Berikut contoh-contoh produk yang dihasilkan oleh wirausaha kuliner desa Bojongsoang:

Gambar 1.1

Contoh Produk UMKM Kuliner Desa Bojongsoang (Kacang Rempah)



Sumber: Data yang telah diolah (2018)

Gambar 1.2

Contoh Produk UMKM Kuliner Desa Bojongsoang (*Cheese Stick*)



Sumber: Data yang telah diolah (2018)

Gambar 1.3

Contoh Produk UMKM Kuliner Desa Bojongsoang (Makaroni)



Sumber: Data yang telah diolah (2018)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Fenomena gagalnya suatu bisnis dapat menjadi fenomena umum yang seringkali ditemukan dalam kegiatan berbisnis seseorang, terkhusus kepada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Bahkan, menurut fakta yang dikemukakan oleh Hubeis dalam Lupiyoadi (2014:72) adalah hampir 80% para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Mengengah (UMKM) di Indonesia mengalami kegagalan di 5 tahun pertamanya.

Banyak faktor yang dapat menjadikan gagalnya suatu usaha. Seperti yang dikemukakan oleh Arasti *et al.* (2014) dalam sebuah penelitiannya, kegagalan suatu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat disebabkan oleh kurangnya keterampilan, faktor sosial, intensitas persaingan, situasi ekonomi, perkembangan teknologi, kebijakan ekonomi, kurangnya kemampuan, hubungan dengan *supplier*, pengelolaan yang buruk pada bank, hubungan dengan pelanggan, *partnership*, kecelakaan, strategi dan investasi, *staffing*, dan *executive issues*. Peran pendidikan kewirausahaan untuk dapat meminimalisir kegagalan tersebut sangat penting. Dengan adanya pendidikan, harapan yang muncul adalah semakin banyaknya pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang makin tereduksi untuk bagaimana caranya menjalankan usaha yang baik dan benar, hingga kegagalan dapat diminimalisir.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung (2018) mereka menyatakan memiliki permasalahan dalam mengembangkan usahanya, di antaranya kurang mendapatkan pendidikan kewirausahaan yang memadai. Ini terlihat dengan adanya usaha dari pihak UMKM untuk mengharapkan pemerintah untuk terus membantu mengembangkan pendidikan kewirausahaan, khususnya di Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung. Hal tersebut didukung oleh pendapat disebutkan oleh ketua Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung, yaitu ibu Ummi Gumiwang bahwa pendidikan kewirausahaan yang terjadi

di Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung hanya mengandalkan dari program-program penyuluhan dari instansi pemerintah dan non-pemerintah tanpa berkelanjutan, selain dari itu mereka hanya belajar secara autodidak.

Terlebih dalam hal itu, pendidikan di Indonesia merupakan suatu Hak Asasi Manusia (HAM) yang harus dipenuhi warga negaranya. Sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Dasar 1945 ayat 1 pasal 28C yang berbunyi “setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapat pendidikan, dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni, dan budaya, demi meningkatkan kualitas hidupnya dan demi kesejahteraan umat manusia”.

Terkhusus ke dalam pendidikan kewirausahaan, warga negara Indonesia memiliki hak untuk mendapatkannya. Pemerintah Indonesia telah mengatur sedemikian rupa untuk warga negaranya dapat memiliki hak yang sama untuk mendapatkan pendidikan kewirausahaan. Maka, hal tersebut telah tertulis di Pasal 19 huruf c Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berbunyi “membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan, penyuluhan motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru”.

Indonesia dinilai masih kurang dalam menumbuhkan segala jenis aktivitas kewirausahaan di dalamnya, termasuk ke dalam hal pengembangan sikap berwirausaha, kultur sosial untuk sosial kewirausahaan, dan aktivitas wirausaha. Survei tersebut dilakukan oleh *General Entrepreneurship Monitor* (GEM) di tahun 2014 yang lanjut menyatakan bahwa Indonesia diposisikan masih termasuk ke dalam negara yang menekankan pada pengembangan ekonomi dengan didasari pada efisiensi proses pembangunan ekonomi (Singer, *et al.*, 2015), yaitu negara yang lebih memanfaatkan pendidikan dan pelatihan, efisiensi pasar produk, efisiensi pasar tenaga kerja, ukuran pasar, dan ketersediaan teknologi untuk menekankan pada pengembangan ekonominya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengembangan kewirausahaan di Indonesia perlu ditingkatkan

dalam hal pendidikan serta pelatihan, pengembangan pemasaran, serta perluasan jaringan dalam usaha masyarakat.

Hambatan lain yang sering muncul dari adanya aktivitas kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia adalah sulitnya melakukan pengembangan pasar yang ada. Sebagaimana didukung oleh pendapat Gunatin (2017) yang menyatakan bahwa ada beberapa hal umum yang seringkali menjadi penghambat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia untuk berkembang, yaitu lemahnya strategi pemasaran (*marketing*), lemahnya kreativitas dan inovasi, Sumber Daya Manusia (SDM) yang kurang kompeten, permodalan usaha, dan lemahnya kemampuan dalam membaca peluang.

Selain itu, berdasarkan wawancara peneliti kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Bojongsoang, Kabupaten (2018) menyatakan bahwa mereka memiliki permasalahan dalam hal pemasaran. Proses usaha mereka terhambat karena belum memiliki strategi pemasaran yang memadai, saat ini mereka hanya mengandalkan pemasaran melalui mulut ke mulut dan media sosial *WhatsApp*. Hal tersebut didukung oleh pendapat ketua Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung, yaitu ibu Ummi Gumiwang mengatakan bahwa dengan keterbatasan kemampuan yang dimiliki, mayoritas pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung belum sampai kepada tahap pemasaran yang lebih beragam, seperti menggunakan media sosial *Instagram* dan *Facebook*, *e-commerce*, dan *online delivery food*. Walaupun begitu, mereka memiliki keinginan yang kuat untuk segera melakukan strategi pemasaran yang lebih beragam tersebut.

Fenomena tersebut didukung oleh studi yang sudah dilakukan oleh Davis, Hills, dan LaForge (dalam Iston Utama, 2019) yang menunjukkan bahwa pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) cenderung memiliki pilihan strategi (pemasaran) yang lebih sedikit apabila

dibandingkan dengan perusahaan besar. Para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga cenderung memilih strategi (pemasaran) yang berbeda apabila dibandingkan dengan perusahaan besar, meskipun keduanya dihadapkan dalam kondisi pasar yang sama dan tak jauh berbeda. Hambatan tersebut selaras dengan keadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) desa Bojongsoang yang kesulitan untuk mengembangkan pasarnya dalam menjalani aktivitas usahanya.

Faktor lain yang dapat menghambat berkembangnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia adalah sulitnya dalam mendapatkan akses *networking* yang dapat membantu bisnisnya. Tak hanya dalam mendapatkan *network* pasar, namun seperti dalam hal kerja sama dengan *supplier*, mendapatkan mentor bisnis, *partner* usaha dan lain sebagainya tetap dapat menjadi hambatan dalam berkembangnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia.

Networking yang dilakukan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bukan hanya sekedar kegiatan usaha yang melibatkan usaha lain dengan konsumen, tetapi jaringan usaha ini sangat berkaitan erat dengan hubungan suatu usaha yang dilakukan oleh produsen. *Networking* dalam usaha dapat dijadikan upaya bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan daya saingnya dengan cara melakukan kerja sama dengan pihak-pihak lain. Hal ini sejalan dengan pendapat Jarillo (dalam Widayanto, 2015) yang menyatakan bahwa daya saing suatu usaha dapat lebih meningkat melalui jaringan usaha, karena para pelaku usaha dapat melakukan spesialisasi yang akan berpengaruh kepada usaha yang dijalankannya, sehingga usaha tersebut akan lebih efisien, dapat menekan biaya transaksi, serta dapat meningkatkan fleksibilitas akibat adanya rekanan yang bisa dipercaya. Berdasarkan pengamatan peneliti, realitas yang terjadi dalam aktivitas usaha yang dijalani oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berhubungan dengan adanya hambatan tersebut. Para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

mengaku banyaknya kesulitan untuk mengembangkan usahanya karena keterbatasan jaringan usaha yang dimiliki.

Hal tersebut sejalan dengan wawancara peneliti kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung (2018) yang menyatakan bahwa mereka tidak memiliki akses yang memadai untuk menjalin kerjasama dengan pihak-pihak lain yang dapat mengembangkan usahanya. Mereka hanya bisa mendapatkan akses jaringan untuk bekerjasama dengan orang-orang terdekatnya saja, seperti teman, keluarga, dan tetangga. Hal tersebut didukung oleh pendapat yang disebutkan oleh ketua Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung, yaitu ibu Ummi Gumiwang bahwa pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung belum bisa sampai kepada tahap menjalin bekerjasama dengan pihak lain yang lebih beragam, seperti mendapatkan pemasok yang lebih luas, mendapat agen penjualan dan mentor yang dapat membimbing mereka dalam menjalani proses usahanya. Dengan begitu, mereka menginginkan untuk bisa memiliki akses *networking* yang luas dengan harapan akan berdampak baik kepada keberhasilan usahanya.

Adapun berikut ini dokumentasi peneliti saat melakukan wawancara untuk dapat mengetahui bagaimana permasalahan yang terjadi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung yang dapat dilihat pada gambar 1.4 di bawah ini.

Gambar 1.4

Dokumentasi Wawancara Peneliti Kepada Pelaku UMKM



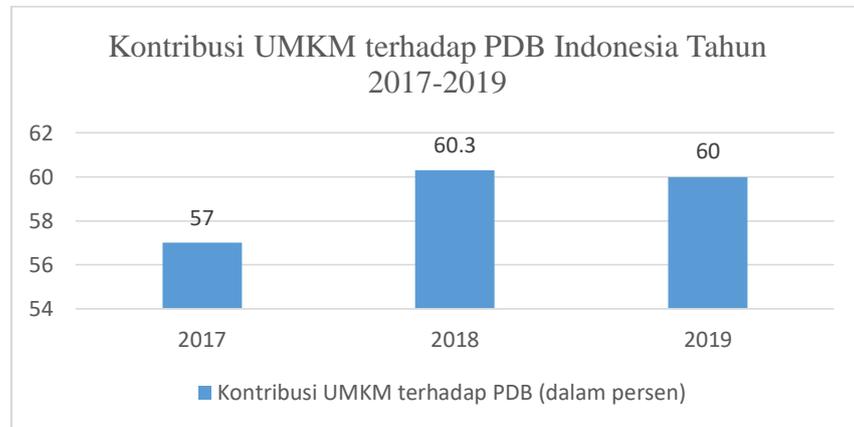
Sumber: Data yang telah diolah (2018)

Proses wawancara tersebut dilakukan ketika peneliti mengadakan sebuah program yang diselenggarakan oleh Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) FEB Telkom *University* pada tahun 2018 untuk dapat memberi edukasi kewirausahaan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung.

Dibalik hambatan-hambatan yang terjadi, potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia sangat penting adanya. Menurut data yang dilansir dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (2019), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia turut berkontribusi bagi Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebanyak 60%. Maka, hal tersebut memberikan arti bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia sangat berperan besar bagi bertumbuhnya perekonomian di Indonesia dengan berkontribusi lebih dari setengah Produk Domestik Bruto (PDB).

Gambar 1.5

Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia Tahun 2017-2019



Sumber: Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (2020)

Seperti dalam gambar 1.5 yang menyebutkan bahwa lebih dari setengah Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dihasilkan dari kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) jelas menjadi penopang perekonomian nasional. Hal tersebut dapat dibuktikan oleh populasinya sebagai pelaku usaha terbesar serta kontribusinya dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Maka, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus ditingkatkan untuk memberikan dampak yang lebih baik bagi perekonomian di Indonesia.

Menurut data yang dilansir dari Badan Pusat Statistik (2020), jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia dari tahun 2017-2019 mengalami peningkatan dari tiap tahun ke tahunnya. Bahkan di tahun 2019, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia mencapai 65,3 juta unit seperti yang bisa dilihat dari gambar 1.6.

Gambar 1.6

Jumlah UMKM Indonesia Tahun 2017-2019



Sumber: Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (2020)

Dari data tersebut, maka dapat terlihat bagaimana potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang dapat membawa perekonomian Indonesia menjadi lebih baik dari waktu ke waktunya. Harapan yang muncul dari adanya potensi tersebut adalah peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat membantu serta berkontribusi lebih jelas dalam membangun perekonomian Indonesia melalui keberhasilan usaha yang dijalaninya.

Hal tersebut didukung dengan hasil kajian akademis Mankiw (2012) yang menunjukkan bahwa barometer sehatnya ekonomi suatu negara dapat dilihat dari berhasilnya suatu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dapat berperan serta berpengaruh besar bagi bertumbuhnya pendapatan di suatu negara.

Oleh karena itu, berdasarkan data dan hasil pengamatan di atas, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Pengembangan Pemasaran dan Perluasan *Networking* terhadap Keberhasilan Usaha (Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kuliner Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung)”. Penulis akan meneliti bagaimana adanya pengaruh pendidikan kewirausahaan yang akan

berdampak kepada pengembangan pemasaran dan perluasan *networking* pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung. Diharapkan dari adanya penelitian ini dapat merefleksikan kondisi sebenarnya dari fenomena yang ada dapat menghasilkan penemuan yang berharga dan bermanfaat bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia.

1.3 Perumusan Masalah

Berbagai faktor terhambatnya suatu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam berkembang telah dikemukakan para peneliti sebelumnya. Sulitnya mendapatkan akses pendidikan kewirausahaan, sulitnya mengembangkan pasar yang dimiliki, dan sulitnya mendapatkan akses *networking* dalam suatu usaha akan dijadikan sebagai variabel permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Betapa pentingnya suatu pendidikan kewirausahaan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) akan berdampak kepada kemampuan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan pasarnya dan mendapatkan akses perluasan *networking* atau jaringan usaha yang dimiliki.

Pada fenomena kegagalan dan tidak berkembangnya suatu usaha yang dijalani oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), penelitian ini akan berfokus kepada bagaimana pengaruh dari adanya pendidikan kewirausahaan terhadap pengembangan pasar dan perluasan akses *networking* dalam suatu usaha yang dijalani. Sehingga, perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu “bagaimana pengaruh pendidikan kewirausahaan, pengembangan pemasaran, perluasan *networking* terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung?”

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan perumusan masalah, maka disusun beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung?
- 2) Bagaimana pengaruh pengembangan pemasaran terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung?
- 3) Bagaimana pengaruh perluasan *networking* terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung?
- 4) Bagaimana pengaruh pendidikan kewirausahaan, pengembangan pemasaran, dan perluasan *networking* terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui bagaimana pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung.
- 2) Mengetahui bagaimana pengaruh pengembangan pemasaran terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung.
- 3) Mengetahui bagaimana pengaruh perluasan *networking* terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung.

- 4) Mengetahui bagaimana pengaruh pendidikan kewirausahaan, pengembangan pemasaran, dan perluasan *networking* terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung.

1.6 Manfaat Penelitian

Ada 2 ada manfaat yang bisa didapatkan dari adanya penelitian ini, baik untuk penulis ataupun untuk pembaca. Berikut beberapa manfaat yang bisa didapatkan:

1.6.1 Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan dan pengetahuan tentang pentingnya pendidikan kewirausahaan bagi pelaku usaha terhadap usaha yang dijalaninya.
- b. Hasil penelitian ini sebagai sumbangan pemikiran yang jelas dalam dunia pendidikan bahwa pendidikan kewirausahaan, pengembangan pemasaran, dan perluasan *networking* akan memberikan pengaruh kepada berhasilnya suatu usaha.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku usaha (objek penelitian), penelitian ini kiranya dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menjadikan usahanya berhasil dengan memanfaatkan pendidikan kewirausahaan, pengembangan pemasaran dan perluasan *networking* suatu usaha.
- b. Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh pendidikan kewirausahaan, pengembangan pemasaran dan perluasan *networking* terhadap keberhasilan suatu usaha.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi gambaran isi penelitian secara umum, padat, dan ringkas. Berikut isi dari bab ini adalah gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menggambarkan isi teori yang disertai penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan pengajuan hipotesis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan dalam penelitian untuk bisa menemukan dan mengelola hasil temuan tersebut yang dapat menjawab pertanyaan dan masalah di dalam penelitian. Bab ini berisi uraian mengenai jenis penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian yang digambarkan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini terbagi ke dalam 2 bagian, yaitu menyajikan hasil penelitian dan menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dengan disesuaikan berdasarkan pertanyaan penelitian dan kemudian dapat menjadi saran yang bermanfaat.