

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Bandung

Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung merupakan salah satu perangkat daerah di lingkungan pemerintahan Kota Bandung yang melaksanakan urusan pembinaan di bidang Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

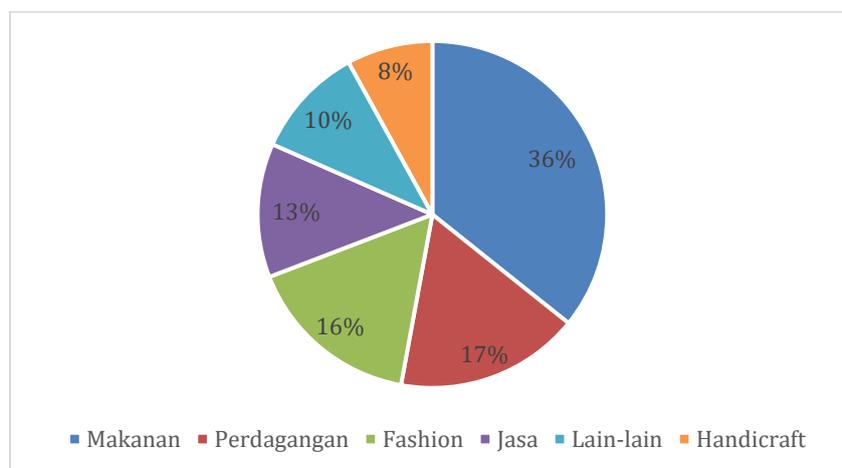


Gambar 1. 1 Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung

Sumber: <http://diskopumkm.bandung.go.id/>

UMKM yang terdaftar pada Dinas UMKM Kota Bandung terbagi atas enam bidang usaha yang masing-masing memiliki proporsi seperti informasi yang tersaji pada gambar 1.1 berikut.

Gambar 1. 2 Diagram Perbandingan Bidang Usaha Dinas UMKM Kota Bandung 2019



Sumber: Data Internal Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Bandung, 2019

Namun berdasarkan pada data Dinas UMKM Kota Bandung, jumlah pelaku wanita wirausaha Bandung belum mampu menyaingi banyaknya jumlah atau populasi wirausaha pria. Berikut jumlah pelaku wanita wirausaha yang tercatat pada Dinas UMKM Kota Bandung yang tersaji pada tabel 1.1 dibawah ini.

Data Jumlah Wanita Wirausaha Dinas UMKM Kota Bandung

No.	Jenis Usaha	Mikro	Kecil	Menengah
1	Makanan	1013	43	5
2	Perdagangan	321	20	3
3	<i>Fashion</i>	465	47	0
4	Jasa	177	7	1
5	Lain-Lain	174	8	1
6	<i>Handicraft</i>	196	4	0
JUMLAH TOTAL		2346	129	10
		2485		

Tabel 1. 1 Data Jumlah Wanita Wirausaha Dinas UMKM Kota Bandung

Sumber: Data Internal Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah
(UMKM) Kota Bandung, 2019

Berdasarkan data pada tabel diatas jumlah wanita wirausaha Dinas UMKM Kota Bandung pada jenis usaha makanan terdapat sebanyak 1013 mikro, 43 kecil dan menengah sebanyak 5. Pada jenis usaha perdagangan terdapat sebanyak 321 usaha mikro, 20 usaha kecil dan 3 usaha menengah. Pada jenis *fashion* terdapat sebanyak 465 usaha mikro, 47 usaha kecil dan 0 usaha menengah. Pada jenis usaha jasa terdapat sebanyak 177 usaha mikro, 7 usaha kecil dan 1 usaha menengah. Pada jenis usaha lain-lain terdapat sebanyak 174 usaha mikro, 8 usaha kecil dan 1 usaha menengah. Pada jenis usaha *handicraft* terdapat sebanyak 196 usaha mikro, 4 usaha kecil dan 0 usaha menengah. Jumlah total keseluruhan jumlah pelaku wanita wirausaha pada Dinas UMKM Kota Bandung terdapat sebanyak 2346 usaha mikro, 129 usaha kecil dan 10 usaha menengah.

Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melaksanakan Sebagian kewenangan daerah di bidang Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan

Menengah, berdasarkan Peraturan Walikota Bandung Nomor 1394 tahun 2016 tentang kedudukan, susunan organisasi tugas dan fungsi serta tata kerja Dinas UMKM Kota Bandung. Secara organisatoris Dinas UMKM Kota Bandung terbagi dalam organisasi yang meliputi Sekretariat, Bidang Kelembagaan, Bidang Penilaian pengawasan dan penindakan, Bidang Usaha NonFormal, Bidang Usaha Mikro dan Fasilitasi UKM serta Unit Pelayanan Teknis (UPT) (diskopumkm, 2016).

1.1.2 Struktur Organisasi

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 mengenai Organisasi Perangkat Daerah, Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Bandung serta Peraturan Walikota Bandung Nomor 1394 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Koperas, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Bandung, Struktur Organisasi Dinas UMKM terdiri dari:

- a. Kepala Dinas
- b. Sekretaris, membawahkan:
 1. Kepala Sub Bagian Umum dan Kepegawaian.
 2. Kepala Sub Bagian Keuangan.
 3. Kepala Sub Bagian Program, Data dan Informasi.
- c. Kepala Bidang Kelembagaan dan Pemberdayaan Koperasi, membawahkan:
 1. Kepala Seksi Organisasi dan Tata Laksana, Perlindungan dan Penyuluhan Koperasi.
 2. Kepala Seksi Pengembangan dan Pembiayaan Koperasi.
 3. Kepala Seksi Pemasaran dan Promosi Koperasi.
- d. Bidang Penilaian, Pengawasan dan Penindakan, membawahkan:
 1. Kepala Seksi Penilaian Kesehatan Koperasi.
 2. Kepala Seksi Pengaduan dan Pengawasan Koperasi.
 3. Kepala Seksi Pemeriksaan dan Penindakan Koperasi.

- e. Bidang Usaha Non-Formal, membawahkan:
 - 1. Kepala Seksi Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Non-Formal.
 - 2. Kepala Seksi Fasilitasi Pembiayaan Usaha Non-Formal.
 - 3. Kepala Seksi Promosi dan Pemasaran Usaha Non-Formal.
- f. Bidang Usaha Mikro dan Fasilitasi UKM, membawahkan:
 - 1. Kepala Seksi Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro dan Fasilitasi UKM.
 - 2. Kepala Seksi Fasilitasi Pembiayaan Usaha Mikro dan Fasilitasi UKM.
 - 3. Kepala Seksi Promosi dan Pemasaran Usaha Mikro dan Fasilitasi UKM.
- g. Kepala UPT Balatkop dan UKM, membawahkan:
 - 1. Kepala Sub Bagian Tata Usaha

1.2 Latar Belakang

Pemberdayaan wanita merupakan upaya dalam memperoleh akses dan kontrol terhadap sumber daya, ekonomi, politik, sosial, budaya, agar wanita dapat mengatur diri dan meningkatkan rasa percaya dirinya agar mampu berperan dan berpartisipasi aktif dalam memecahkan masalah, sehingga mampu membangun kemampuan dan konsep diri (Prasetyarini, 2017). Sedangkan menurut Roesmidi (2006) pemberdayaan wanita merupakan suatu upaya untuk meningkatkan keterampilan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Wanita juga dapat memperoleh penghasilan dari potensi yang dimilikinya. Salah satu pekerjaan yang dapat dilakukan wanita yaitu dengan berwirausaha.

Menurut Ramadani *et al* (2013) wanita wirausaha merupakan salah satu sumber pertumbuhan ekonomi yang penting, dimana mereka mampu menciptakan lapangan kerja baru untuk diri sendiri dan orang lain. potensi wanita dalam meningkatkan roda perekonomian sangat besar, termasuk peluang untuk menjadi wirausahawan, sebagai pilihan bagi wanita untuk berkontribusi dalam perekonomian dan dapat mengangkat kesejahteraan bagi dirinya, keluarga serta masyarakat.

Menteri PPN atau Kepala Bappenas, Bambang Brodjonegoro dalam forum *Trading Up: Economic Development and Gender Equality* pun mengatakan bahwa kaum wanita merupakan aset, potensi dan investasi yang penting bagi Indonesia, yang dapat berkontribusi secara signifikan khususnya dalam menumbuhkan perekonomian (wartaekonomi.co.id, 2019).

Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa disebut dengan UMKM yang dinilai sangat baik dan sesuai sebagai solusi dalam usaha peningkatan pertumbuhan ekonomi (Anugraheni *et al*, 2020). Berdasarkan data dari Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (AKUMINDO) pada tahun 2019 menyatakan bahwa kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia mencapai 65 persen atau sekitar Rp 2.394,5 triliun serta memberikan kontribusi terhadap sektor ketenagakerjaan, yakni sebesar 96 persen dari 170 juta tenaga kerja (money.kompas.com, 2020).

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pun menyatakan bahwa jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami perkembangan setiap tahunnya, data perkembangan jumlah UMKM dapat dilihat pada tabel berikut:

Perkembangan Data UMKM di Indonesia

Tahun	Jumlah UMKM	Pangsa Pasar
2015	59.262.772	99,99%
2016	61.651.177	99,99%
2017	62.922.617	99,99%
2018	64.194.057	99,99%

Tabel 1. 2 Perkembangan Data UMKM di Indonesia

Sumber: depkop.go.id, 2018

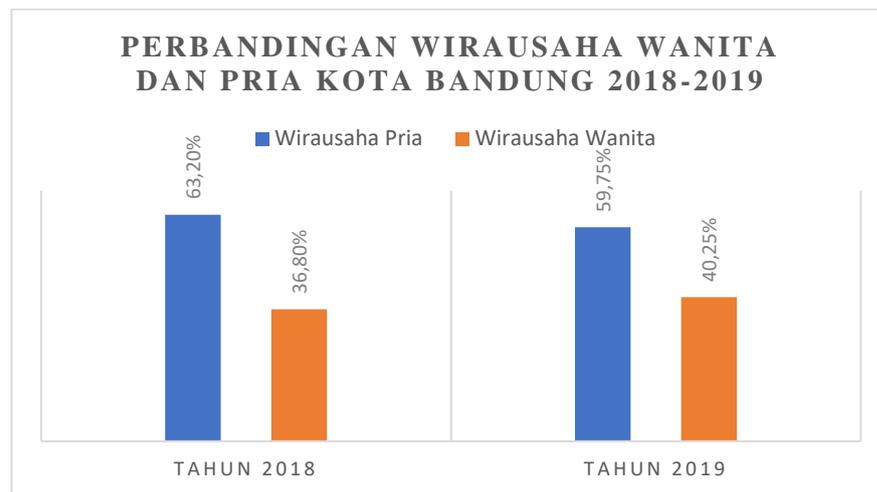
Dari tabel diatas membuktikan bahwa jumlah UMKM terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Kenaikan terbesar terdapat di tahun 2016, dengan persentase yang mencapai 4,03%, sedangkan persentase di tahun 2017 dan 2018 hanya mencapai 2,06% dan 2,02%. Fenomena ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan bidang usaha yang cukup konsisten dan mempunyai peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Tentu juga UMKM menjadi tempat yang baik untuk penciptaan lapangan kerja yang cukup produktif terutama di kota besar di Indonesia.

Namun jumlah wirausaha wanita di Indonesia bisa dikatakan sangat sedikit jika dibandingkan dengan total penduduknya. Kementrian Koperasi dan UKM menyatakan bahwa menurut indeks *Global Destination Cities* 2018 oleh *Mastercard International*, indeks wanita wirausaha Indonesia menempati urutan ke-30 dengan skor 62.4 dari negara tertinggi adalah Selandia Baru (74.2) kemudian Swedia (71.3), Kanada (70.9), Amerika Serikat (70.8), Singapura (93.2), Protugal (69.1), Australia (68.9), Belgia (68.7), Filipina (68.0) dan Inggris (67.9) (depkop.go.id, 2019).

Pada kota-kota besar di Indonesia salah satunya di Kota Bandung terdapat kesenjangan jumlah partisipasi antara wirausaha wanita dan pria. Dapat dilihat pada gambar 1.4 dibawah ini yang menunjukkan perbandingan pengusaha wanita dan pria

berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung Tahun 2018 sampai 2019.

Gambar 1. 4 Perbandingan Wirausaha Wanita dan Pria Kota Bandung 2018-2019



Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung 2018-2019

Dapat dilihat dari data pada gambar diatas yang menunjukkan bahwa setiap tahunnya jumlah wirausaha wanita terus mengalami peningkatan, namun yang cukup disayangkan jumlah wirausaha wanita di Kota Bandung sendiri kurang lebih hanya setengah dari jumlah populasi wirausaha, meskipun jumlah wirausaha pria Kota Bandung tahun 2019 menurun tetapi jumlah wirausaha wanita di Kota Bandung belum mampu menyaingi banyaknya jumlah atau populasi wirausaha pria.

Dari keseluruhan usaha di Kota Bandung berdasarkan data yang didapat dari Dinas UMKM Kota Bandung terdapat berbagai jenis usaha yang terbagi dalam 6 (enam) bidang usaha yang dilakukan oleh wirausaha wanita antara lain *fashion*, kuliner, *handicraft*, perdagangan, jasa dan lain lain. Dengan jumlah di bidang *fashion* sebanyak 512 pelaku usaha wanita, bidang kuliner dengan jumlah 1061 pelaku usaha wanita, *handicraft* dengan jumlah 200 pelaku usaha wanita, perdagangan dengan jumlah 344 pelaku usaha wanita, jasa dengan jumlah 185 pelaku usaha wanita dan sisanya hanya 183 pelaku usaha wanita.

Pada mulanya UMKM yang dilakukan oleh wanita hanya dijadikan kegiatan sampingan untuk menambah penghasilan, namun bila dikelola secara sungguh

sungguh maka akan menghasilkan omset yang besar serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Sesuai yang diungkapkan oleh Priminingtyas (2010) dimana beliau mengungkapkan bahwa apabila UMKM yang dilakukan dikelola secara sungguh-sungguh dapat menjadi sumber pendapatan rumah tangga utama.

Wanita wirausaha khususnya yang telah berkeluarga memiliki tantangan yang lebih besar dikarenakan wanita wirausaha memiliki peran sebagai seorang istri serta ibu sehingga membutuhkan manajemen waktu terkait perannya. Sebagai ibu rumah tangga, mereka harus mengasuh dan juga berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Dengan demikian, tantangan bagi wanita lebih besar dibandingkan pria (Anggadwita & Dhewanto, 2016). Untuk menjalankan suatu usahanya dengan niat yang maksimal tentu ada persoalan-persoalan yang spesifik dan pelik yang dapat menjadi hambatan, menurut Suganda (2019) hambatan yang terjadi terkait masalah permodalan, akses pengetahuan, budaya serta dukungan keluarga.

Untuk persoalan permodalan Suganda (2019) mengatakan bahwa hal ini menjadi poin penting dalam menghambat wanita wirausaha dalam mengembangkan bisnis yang dikelolanya. Permodalan ini tidak hanya terkait uang saja namun mencakup tempat usaha, mesin serta uang yang dibutuhkan.

Persolan kedua adalah terkait akses pengetahuan. inkubator bisnis adalah salah satu cara untuk mengakselerasi pengetahuan bisnis, tetapi untuk mengakses inkubator bisnis saat ini membutuhkan biaya yang cukup besar (Suganda, 2019).

Budaya patriarkal yang memberikan hak istimewa kepada laki-laki dapat menghambat mental perempuan untuk menjadi wirausaha. Budaya seperti inilah yang menyebabkan banyak potensi yang ada tidak tergali secara maksimal. Dukungan moral sangat dibutuhkan apalagi dalam memulai menjalankan sebuah bisnis (Suganda, 2019).

Dukungan sosial yang minim untuk mendukung perempuan agar lepas dari ketergantungan ekonomi. Dalam hal dukungan keluarga, perempuan yang memiliki peran domestik dalam suatu keluarga harus meminta persetujuan kepada anggota

keluarga, khususnya kepada suami agar dapat berperan atau beraktivitas di ruang publik (Suganda, 2019).

Menurut Gieure *et al* (2019) interaksi antara suatu individu dengan lingkungan sosialnya seperti keluarga, teman ataupun kerabat memainkan peran penting dalam mengembangkan niat berwirausaha. Lingkungan sosial yang dekat dengan suatu individu memiliki persepsi positif maupun negatif mengenai kewirausahaan, yang diharapkan niat berwirausaha suatu individu dapat memberikan dampak yang menguntungkan (Engle *et al*, 2010; Linan *et al*, 2011; Santos *et al*, 2016).

Selain itu, menurut Anggadwita dan Dhewanto (2016) persepsi sosial juga memiliki peran yang cukup besar dalam mendorong wanita berwirausaha. Sebab, lingkungan dan persepsi masyarakat dapat membantu perkembangan dan keberlangsungan usaha. Dukungan dari lingkungan sosial akan berdampak pada semangat wirausaha wanita untuk sukses.

Namun, dengan adanya hambatan mengenai norma atau persepsi mengenai peran pria dan wanita merupakan hal yang buruk. Hal ini dapat mempengaruhi niat bagi seorang wanita untuk memutuskan apakah mereka akan berwirausaha atau tidak (Wazdi, 2018). Sebagaimana yang ditemukan oleh Widyadari *et al.* dalam Wazdi (2018), yang menggunakan anggota IWAPI sebagai respondennya menyimpulkan bahwa wanita pengusaha di Indonesia memang memiliki keterbatasan dalam membesarkan usahanya dikarenakan masih adanya stereotip yang melekat mengenai peran pria dan wanita. Persepsi yang buruk ini bisa berasal dari orang-orang sekitarnya seperti teman, anggota keluarga maupun rekan dekatnya.

Niat berwirausaha juga di pengaruhi oleh karakteristik kognitif dan psikologis seorang wirausahawan, seperti adanya sikap inovatif, sifat proaktif, dan keberanian mengambil risiko (*risk taking*) yang dimiliki oleh seorang pelaku usaha (Marques *et al*, 2013). Menurut Drucker dalam Helia (2015) orientasi kewirausahaan dinilai sebagai watak atau ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh.

Martins & Perez (2020) mengungkapkan bahwa dengan adanya ketiga sikap orientasi kewirausahaan seperti sikap inovatif, sifat proaktif, dan keberanian mengambil risiko (*risk taking*) yang dimiliki oleh seorang pelaku usaha dapat membantu dalam menerjemahkan kemampuan yang tepat agar dapat memanfaatkan persepsi dari lingkungan sekitar dalam meningkatkan niat berwirausaha.

Namun nyatanya menurut Ika (2018) menyatakan bahwa sikap dalam berbisnis antara pria dan wanita sangatlah berbeda. Pria dikenal sebagai sosok yang berani mengambil risiko, sedangkan wanita lebih condong ke zona nyaman. Sikap wanita wirausaha yang 'menyukai zona nyaman' inilah yang menimbulkan adanya tantangan ketika wanita menggeluti bidang wirausaha, seperti kesiapan mental yang kurang, tidak berani mengambil risiko, serta kurang mampunya membangun jaringan atau relasi.

Mental yang kuat haruslah dimiliki oleh seorang wirausaha. Sebab, dalam sebuah bisnis hal apapun mungkin saja terjadi sehingga diperlukan adanya mental yang mumpuni dan tidak mudah menyerah dan goyah bila tertimpa hal hal yang tidak diinginkan. Dalam hal ini penulis telah melakukan wawancara dengan ibu Indira selaku pelaku usaha yang bergerak dalam bidang fashion. Beliau mengatakan dalam proses bisnis yang telah digelutinya sejak tahun 2018 tantangan yang dirasakan beliau adalah terkait pertimbangan-pertimbangan yang kadangkala sulit untuk ditemukan titik terangnya. Wanita yang cenderung labil terkadang sulit untuk menentukan pilihan terbaik yang perlu diambil. Sehingga untuk mengatasi hal tersebut beliau membutuhkan saran dan masukan dari orang lain.

Orientasi kewirausahaan wanita dengan pria wirausaha berbeda, dimana wanita cenderung mengejar tujuan terkait yang lebih erat dengan tujuan pribadi mereka, seperti kemampuan untuk menyeimbangkan pekerjaan dan kehidupan keluarga, sedangkan pria lebih berorientasi untuk mencapai tujuan, seperti pertumbuhan penjualan dan profitabilitas (Arroyo *et al*, 2015). Oleh karena itulah, orientasi kewirausahaan wanita cenderung lebih terikat kepada kehidupan pribadi mereka karena wanita pengusaha rata-rata merupakan ibu rumah tangga.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Sosial dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha pada Wirausaha Wanita UMKM Kota Bandung”**.

1.3 Perumusan Masalah

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menyatakan bahwa jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami perkembangan setiap tahunnya. Namun meskipun data menunjukkan jumlah wirausaha wanita di Indonesia yang terus meningkat, jumlah wirausaha wanita masih belum mampu menyaingi dengan banyaknya jumlah wirausaha pria di Indonesia.

Di Kota Bandung sendiri kurang lebih hanya setengah dari jumlah populasi wirausaha, meskipun jumlah wirausaha pria Kota Bandung tahun 2019 menurun tetapi jumlah wirausaha wanita di Kota Bandung belum mampu menyaingi banyaknya jumlah atau populasi wirausaha pria.

Dalam menjalankan suatu usahanya, wanita wirausaha dihadapkan persoalan-persoalan spesifik seperti adanya stereotip atau persepsi sosial mengenai peran pria dan wanita yang dapat mempengaruhi niat wanita untuk berwirausaha atau tidak (Wazdi, 2018).

Niat berwirausaha juga di pengaruhi oleh karakteristik kognitif dan psikologis seorang wirausahawan, seperti adanya sikap inovatif, sifat proaktif, dan keberanian mengambil risiko (*risk taking*). Sedangkan menurut Martins & Perez (2020) mengungkapkan bahwa dengan adanya ketiga sikap orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh seorang pelaku usaha dapat membantu dalam menerjemahkan kemampuan yang tepat agar dapat memanfaatkan persepsi dari lingkungan sekitar dalam meningkatkan niat berwirausaha.

Namun nyatanya menurut Ika (2018) sikap dalam berbisnis antara pria dan wanita sangatlah berbeda. Pria dikenal sebagai sosok yang berani mengambil risiko, sedangkan wanita lebih condong ke zona nyaman. Sikap wanita wirausaha yang menyukai zona nyaman inilah yang menimbulkan adanya tantangan ketika wanita menggeluti bidang wirausaha seperti kurangnya kesiapan mental sehingga menjadi

sulit untuk mengambil keputusan di tengah situasi genting, tidak berani mengambil risiko, kurang mampunya membangun jaringan atau relasi, wanita cenderung memakai perasaannya saat bertindak, sering mengalami dilemma yang berkaitan dengan statusnya yaitu sebagai ibu rumah tangga sekaligus pebisnis.

1.4 Pertanyaan Penelitian

1. Seberapa besar pengaruh persepsi sosial terhadap niat berwirausaha wanita wirausaha UMKM Kota Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh persepsi sosial terhadap orientasi kewirausahaan wanita wirausaha UMKM Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap niat berwirausaha pada wirausaha wanita UMKM Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh persepsi sosial terhadap niat berwirausaha melalui orientasi kewirausahaan pada wanita wirausaha UMKM Kota Bandung?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi sosial terhadap niat berwirausaha wanita wirausaha UMKM Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi sosial terhadap orientasi kewirausahaan wanita wirausaha UMKM Kota Bandung
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap niat berwirausaha pada wirausaha wanita UMKM Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi sosial terhadap niat berwirausaha melalui orientasi kewirausahaan pada wanita wirausaha UMKM Kota Bandung.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu dapat memberikan kontribusi dalam literatur kewirausahaan. Serta menjadi referensi untuk peneliti berikutnya yang hendak meneliti dengan variabel serupa atau relevan.

1.6.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk wirausaha wanita di Kota Bandung dalam meningkatkan niat berwirausahanya dengan memanfaatkan pengaruh persepsi dari lingkungan sekitar yang ada dan sikap orientasi kewirausahaan yang dimilikinya.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini bertempat di Kota Bandung dan menjadikan wirausaha wanita yang terdaftar pada Dinas UMKM Kota Bandung sebagai objek penelitian

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Desember 2020 hingga Mei 2021.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam Penulisan tugas akhir ini yang merupakan laporan dari hasil penelitian direncanakan terdiri dari lima bab, masing-masing bab berisi:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan kerangka teori yang ditulis dengan tujuan agar dapat pemahaman dasar mengenai konsep dan teori yang dijadikan pedoman dari penulisan ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, menentukan posisi dan sampel, jenis dan

sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang deskriptif objek penelitian serta hasil analisis data.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini disajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian, yang disajikan dalam kesimpulan penelitian dan saran yang diberikan kepada objek penelitian.