

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Distribution store merupakan kegiatan utama dalam dunia fashion. *Distribution store* sesuai dengan namanya memiliki peran dalam mendistribusikan produk-produk dari *clothing company*. *Distribution store* merupakan tempat penitipan produk-produk *clothing company* yang umumnya adalah pakaian anak muda. Brand Fashion memperoleh pemasukan melalui dua metode yaitu sistem konsinyasi penitipan barang dan sistem pembelian dari *clothing company*. Brand Fashion termasuk ke dalam industri kreatif, yaitu industri kreatif fashion. Produk dari Brand Fashion ini pada dasarnya adalah produk-produk fashion atau pakain, yaitu semua produk yang biasa kita gunakan sehari-hari.

Kota Bandung menjadi barometer pertumbuhan industri kreatif di tingkat nasional. Tak heran jika kini banyak predikat bermunculan dari masyarakat, mulai dari kota-kota besar yang dikenal sebagai pusat pengembangan mode, pusat kreasi seni dan budaya, pedagang kaki lima dan pusat kuliner hingga yang disebut Paris Van Java yang saat ini menjadi salah satu ikon wisata. Setiap tempat di kota Bandung memiliki ciri khas tersendiri seperti pusat distribusi, toko pabrik, grosir kain, retail pakaian, area sepatu, area makanan, area percetakan, area onderdil mobil, area barang bekas, dll. Oleh karena itu, setiap lokasi memiliki kelebihan masing-masing dalam hal jenis produk dan jasa yang ditawarkan. Keunggulan ini tidak hanya dibentuk oleh faktor keturunan tetapi juga oleh intervensi SDM lokal (domestik) yang kreatif. Hal ini dapat dipahami dari relatif banyaknya sektor kreatif yang ada di Kota Bandung. Berikut lokasi outlet distro di Bandung.

Tabel 1. 1 Lokasi Outlet Distro di Kota Bandung

No.	Lokasi Distro
1.	Jl. Riau atau jalan R.E Martadinata, selain sebagai pusat factory outlet juga ada beberapa outlet baju distro sepanjang jalan tersebut.
2.	Jl. Dago atau jalan Ir. H. Djuanda, terdapat berbagai desain baju distro yang unik di outlet baju di sepanjang Jalan Dago.
3.	Jl. Trunojoyo, terdapat beberapa outlet distro yang letaknya saling berdampingan
4.	Jl. Dalem Kaum atau tepatnya sebelah kiri bangunan Masjid Agung Kota Bandung, Dapat ditemukan pusat Baju distro di Pada Jl. Trunojoyo terdapat aneka baju distro dengan desain yang unik dengan harga cukup terjangkau
5.	Jl. Setiabudhi, mulai dari jalan Setiabudhi bagian bawah hingga bagian atas ada berbagai outlet baju distro

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

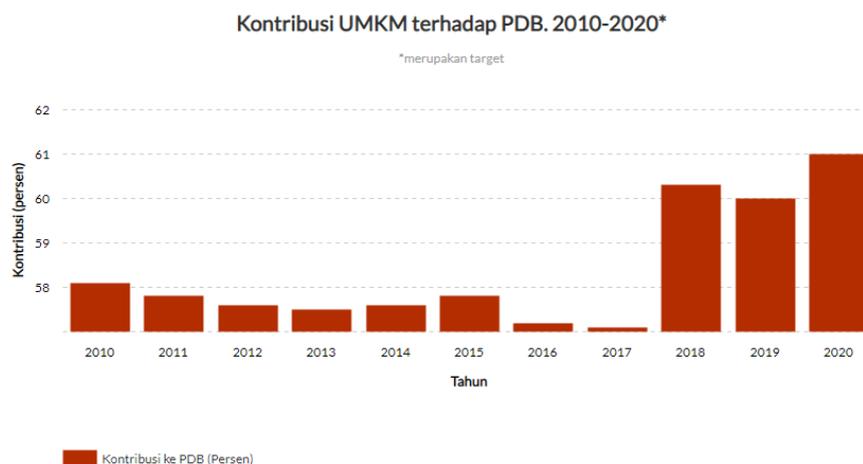
Berdasarkan Tabel 1.1 bahwa terdapat 5 titik distro strategis di Kota Bandung, salah satunya terletak di Jl. Trunojoyo yang digunakan oleh penulis sebagai topik penelitian. Banyaknya persaingan dalam usaha fashion di Kota Bandung sangat mempengaruhi keberhasilan usaha para UMKM fashion pada sentral outlet distro yang terletak di jalan Trunojoyo Bandung dengan jumlah distro 50 gerai. Maraknya jual beli secara *online* yang bahkan mengalahkan jual beli *offline* akibat pandemi hal ini membuat produk fashion di Kota Bandung khususnya di kawasan Trunojoyo Bandung memiliki kepastian pembeli. Peluang ini perlu diperkuat dengan cara memastikan sentra distro yang terpusat di Trunojoyo Bandung sebagai salah satu pusat fashion terbesar hidup secara bergairah untuk mencapai keberhasilan usaha (Herlambang, 2019).

1.2 Latar Belakang Penelitian

UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pembangunan dan pertumbuhan UMKM juga menunjukkan angka pertumbuhan yang cukup baik jika dilihat dari data tahun ke tahun. Hampir semua pemerintah daerah menekankan pemberdayaan kepada

UMKM. Indonesia sebagai negara berkembang perlu untuk memperhatikan keberadaan UMKM, karena UMKM memiliki kinerja yang lebih baik dalam menyediakan tenaga kerja produktif, tinggi produktivitas, dan dapat hidup pada sela-sela bisnis besar.

Salah satu faktor pendorong perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menurut Undang - Undang No 20 tahun 2008 yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan sektor yang mampu bertahan di tengah perekonomian yang krisis. Krisis ekonomi tersebut tidak membuat jumlah UMKM mengalami penurunan, tetapi justru semakin bertambah. UMKM mampu bertahan meskipun pengelolaan manajemennya sederhana. Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia saat ini mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang cukup pesat. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan peningkatan sebesar 2% untuk keseluruhan usaha mikro kecil dan menengah dari kurun waktu 2017 hingga 2020 (Rusliati dan Mulyaningrum, 2020).



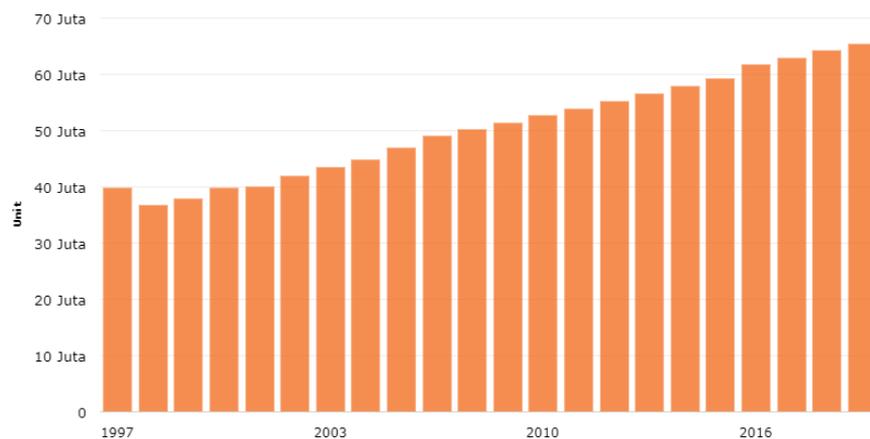
Gambar 1. 1 Kontribusi UMKM terhadap PDB 2010 - 2020

Sumber : Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, 2021

Peningkatan jumlah UMKM memberikan pengaruh terhadap perekonomian negara. Usaha Mikro kecil Menengah merupakan salah satu sektor yang menyumbang PDB terbesar di Indonesia yaitu sekitar 60% sejak 2018. Selain itu,

UMKM membuka peluang kerja bagi masyarakat luas sehingga mengurangi jumlah angka pengangguran yang ada di Indonesia. Salah satu kota yang mengalami pertumbuhan UMKM yang pesat berada di Kota Bandung, dengan angka pertumbuhan mencapai 25 % per tahun (Naufalin *et al.*, 2020) .

Santoso dan Indrajaya (2023) juga menyebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia cenderung meningkat karena kontribusi UMKM pertumbuhan terhadap PDB cukup besar. UMKM memberikan kontribusi sebesar 7.009.283 (dalam miliar rupiah) atau setara dengan 59,84% dari total PDB pada tahun 2016 dan pada tahun 2017 pertumbuhan PDB mencapai 7.704.635,9 (dalam miliar rupiah) atau setara dengan 60% total PDB Indonesia dengan pangsa pasar penyerapan 99%.



Gambar 1. 2 Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2019

Jayani (2021) menyebutkan bahwa rincian jenis usaha dari jumlah usaha mikro tahun 2019, yaitu usaha kecil sebanyak 798,7 ribu unit, sedangkan usaha menengah sebanyak 65,5 ribu unit. Jumlah UMKM yang sangat besar mencapai 99,9% dari seluruh unit usaha di Indonesia, usaha besar hanya terdapat, 0,01% dari total unit usaha yang ada di Indonesia, Selain itu, UMKM juga menyumbang penyerapan tenaga kerja sebanyak 119,6 juta orang atau 96,92% dari total tenaga kerja saat ini di Indonesia.

Tabel 1. 2 Jumlah UMKM di Kota Bandung

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
2012	3.291
2013	3.397
2014	3.498
2015	3.544
2016	3.764
2017	4.077

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Perindustrian
Perdagangan Kota Bandung, 2017

Berdasarkan data dari dinas koperasi dan UMKM Kota Bandung sampai tahun 2017 sendiri tercatat ada sekitar 4.077 unit UMKM di kota Bandung. Setiap tahun kurang lebih jumlah UMKM di kota Bandung terus bertambah di atas 50 UMKM baru. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat khususnya yang ada di kota Bandung membuka usahanya sendiri sehingga hal tersebut menjadi salah satu alasan mengapa UMKM menjadi pondasi perekonomian nasional.

Dikutip dari laman bandung.bisnis.com Andriyawan (2021) Kantor perwakilan KUKM terus melaksanakan program pendampingan, pelatihan dan pengembangan bagi usaha mikro, kecil dan menengah. Selain itu, layanan KUKM juga menyiapkan layanan pemasaran produk UMKM. Pada tahun 2021, KUKM melaksanakan pelatihan digital marketing untuk 50 UKM dari APBD dan APBN, KUKM dibantu oleh 30 orang pendamping yang berposisi sebagai konsultan langsung para pelaku usaha mikro, pendampingan diberikan secara online. Pengembangan UMKM juga telah dilakukan di 15 subdivisi. Strategi pendampingan dilakukan dengan menunjuk pendamping yang langsung terjun ke lapangan untuk melihat kebutuhan dan permasalahan UKM.

Pembahasan mengenai UMKM sudah banyak ditelaah, meskipun hingga saat ini belum ada definisi pasti yang dapat dijadikan dasar acuan dalam mengukur faktor keberhasilan usaha. Hal ini sejalan bahwa keberhasilan bisnis adalah tentang pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan, yang tidak

didefinisikan secara eksplisit. Suatu usaha dikatakan berhasil di dalam usahanya apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan. Selain dari laba, keberhasilan usaha dapat dilihat dari target yang dibuat oleh pengusaha (Hamid *et al.*, 2022).

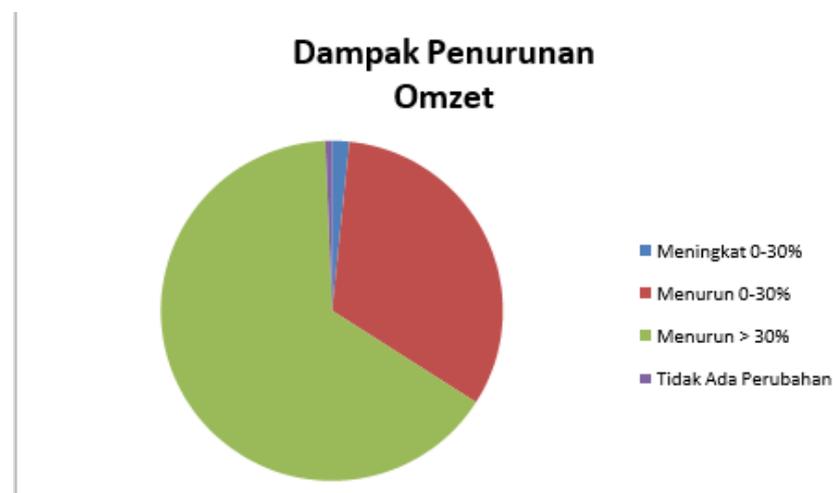
Utomo *et al.* (2020) menyebutkan bahwa salah satu penentu keberhasilan UMKM adalah karakteristik wirausaha, beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Di sisi lain, UMKM memiliki kelemahan yang dapat menjadi faktor kegagalan bisnis. Di antara faktor-faktor tersebut adalah kompetensi kewirausahaan, kemampuan pemasaran, sumber daya keuangan, penggunaan teknologi, dan berbagi pengetahuan. Sebagian besar pengusaha UMKM tidak menggunakan analisis keuangan lanjutan instrumen untuk mengelola bisnis..

Keberlangsungan usaha pada UMKM dilihat dari keberhasilan pelaku usaha dalam melakukan inovasi, pengelolaan karyawan dan pelanggan. Hal ini dapat terbukti bahwa pelaku usaha memiliki orientasi untuk berkembang dan melihat peluang untuk inovasi secara berkesinambungan. Ketahanan dalam berusaha bagi pelaku usaha kecil, pada khususnya dan usaha menengah diharapkan mampu menahan atau mengurangi berbagai hambatan dan kendala yang bersifat internal maupun eksternal (Maulana *et al.*, 2022) .

Fatimah dan Azlina (2021) menyebutkan bahwa kinerja secara umum merupakan tolak ukur tingkat keberhasilan perusahaan kecil. Kinerja bisa diartikan sebagai suatu pencapaian suatu hasil kerja yang sesuai dengan standar yang berlaku pada masing-masing organisasi. Pihak yang berkepentingan sangat memerlukan hasil dari pengukuran kinerja keuangan untuk dapat melihat kondisi perusahaan dan tingkat keberhasilan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional. Kinerja keuangan perusahaan dikategorikan baik jika besarnya rasio keuangan perusahaan bernilai sama dengan atau di atas standar rasio keuangan

Berdasarkan data dari Katadata Insight Center (2020) omset adalah seluruh jumlah uang yang dapat dari hasil penjualan dalam jangka waktu tertentu. Katadata Insight Center melaporkan data penelitian dari para responden (pelaku

usaha) yang terdampak COVID-19, akibat dari pandemi COVID-19 ada beberapa perubahan omset usaha. Di mana sebanyak 63,9 persen para pelaku usaha mendapati penurunan omset usaha lebih dari 30 persen dan sebesar 31,7 persen para pelaku usaha mendapati penurunan kurang dari 30 persen. Sebanyak 2,2 persen yang mengalami kenaikan omset kurang dari 30 persen dan terdapat 1,6 persen yang mendapati peningkatan omset usaha lebih dari 30 persen. Dan sisanya, terdapat 0,6 persen yang tidak mendapati perubahan signifikan terkait omset usahanya.



Gambar 1. 3 Data Dampak Pandemi COVID - 19 Terhadap Omzet Usaha Brand Fashion Kota Bandung

Sumber: Katadata Insight Center (KIC), 2020

Salah satu hal yang menyebabkan menurunnya kinerja UMKM tersebut khususnya UMKM Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung yakni kurangnya inovasi para pelaku UMKM. Hal tersebut dilihat dari tidak adanya kesadaran diri untuk menambah pengetahuan dan mengembangkan potensi diri yang berakibat berkurangnya jumlah penghasilan para pelaku usaha UMKM tersebut menurun sehingga kinerja usahanya menjadi menurun, hal ini dikuatkan dengan observasi awal oleh peneliti. Sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki pengetahuan yang luas, sehingga kurang berorientasi dalam jangka panjang.

Firmansyah (2017) menyatakan bahwa usaha distro di kawasan Trunojoyo Bandung masih sulit bersaing dalam kondisi pasar saat ini, Kemampuan bersaing mereka tentunya akan baik jika mengikuti perkembangan pasar. Salah satu yang

menjadi faktor UMKM fashion di Trunojoyo kurang maksimal karena kurangnya informasi mengenai perkembangan dan perubahan lingkungan usaha dikarenakan hanya mengandalkan faktor insting dan keberuntungan dalam menjalankan usahanya. Oleh karena itu UMKM fashion di kawasan Trunojoyo Bandung harus terus berupaya untuk mengembangkan strategi yang efektif guna membangun dan mempertahankan usahanya tentunya juga harus didukung oleh faktor-faktor keberhasilan usaha.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Radzi *et al.* (2017) dengan judul “Dampak Faktor Internal terhadap Kesuksesan Usaha Kecil (Kasus Usaha Kecil di bawah Skema FELDA)”. FELDA (*the Federal Land Development authority*) adalah lembaga yang didirikan pemerintah Malaysia untuk menangani penataan kawasan pedesaan tertinggal untuk meningkatkan menjadi suatu kawasan pedesaan baru dan berkembang. FELDA saat ini berfokus pada pengembangan ekonomi dan kegiatan bisnis. Hasil penelitian ini menemukan bukti empiris yang tidak cukup untuk mendukung hubungan antara kemampuan pemasaran, sumber daya keuangan, berbagi pengetahuan, dan kesuksesan bisnis.

Kawasan Trunojoyo di Bandung dikenal sebagai salah satu pusat UMKM yang berkembang pesat. Keberadaan banyak UMKM di daerah ini menunjukkan adanya potensi dan peluang bisnis yang signifikan. Trunojoyo Bandung memiliki beragam jenis UMKM, termasuk bisnis di bidang fashion. Hal ini memungkinkan untuk mengamati pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap keberhasilan usaha di sektor yang berbeda-beda dalam satu kawasan, yang dapat memberikan wawasan yang lebih luas. Memilih kawasan Trunojoyo Bandung mencerminkan penelitian yang relevan dengan kondisi ekonomi lokal. Hal ini memungkinkan untuk memberikan rekomendasi yang lebih tepat dan aplikatif kepada para pelaku UMKM di wilayah tersebut. Penelitian ini mungkin dapat memberikan masukan yang berharga bagi pengusaha UMKM di Trunojoyo Bandung untuk meningkatkan keberhasilan bisnis mereka dengan memahami faktor-faktor yang berkontribusi pada keberhasilan tersebut. Hasil penelitian di kawasan Trunojoyo Bandung dapat digunakan sebagai dasar untuk pemahaman yang lebih umum

tentang faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan UMKM di berbagai kawasan dengan karakteristik serupa.

Penelitian ini sangat penting dan urgensi karena ada beberapa faktor yang mengindikasikan penurunan kinerja UMKM, khususnya UMKM di bidang fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung. Salah satu faktor utama adalah kurangnya inovasi yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Observasi awal menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM tidak memiliki pengetahuan yang cukup dan kurang berorientasi jangka panjang. Kemampuan bersaing di pasar juga menjadi perhatian, terutama dengan perubahan pasar yang cepat dan persaingan yang ketat. Selain itu, penelitian terdahulu yang mencoba mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha UMKM di kawasan serupa tidak memberikan hasil yang memadai. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan usaha UMKM di kawasan Trunojoyo Bandung, termasuk faktor kompetensi wirausaha, kemampuan pemasaran, sumber daya keuangan, penggunaan teknologi, dan berbagi pengetahuan. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih baik dan rekomendasi yang lebih tepat bagi para pelaku UMKM di wilayah tersebut, serta kontribusi lebih lanjut dalam pemahaman faktor-faktor yang memengaruhi UMKM dalam berbagai kawasan dengan karakteristik serupa. Dalam konteks globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, penelitian ini juga relevan untuk membantu UMKM dalam menjaga daya saing dan berinovasi untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peran UMKM menjadi salah satu bagian penting dari sistem perekonomian di skala kota maupun negara. Anggadwita dan Dhewanto (2016) pun menyatakan bahwa UMKM juga banyak mendominasi dinegara berkembang dengan mayoritas usaha milik perseorangan, tidak hanya itu UMKMpun juga telah diakui sebagai sektor penting dinegara maju. Globalisasi menciptakan persaingan ketat dan ketidakpastian di segala tantangan tidak hanya akan muncul dari sesama UMKM melainkan pelaku usaha besar maupun usaha yang berasal dari luar negeri. Tren zaman yang berubah seiring perkembangan waktu menuntut pelaku UMKM untuk selalu berinovasi.

Hal ini dapat dihadapi dengan strategi inovasi maupun ketahanan bisnis yang dapat berdampak positif bagi kinerja operasional UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah hasilnya akan serupa ataupun sebaliknya. Maka dengan begitu penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Entrepreneurial Competency, Marketing Capability, Financial Resource, Technology Usage, dan Knowledge Sharing* Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung.”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan sebelumnya terkait dengan Pengaruh *Entrepreneurial Competency, Marketing Capability, Financial Resource, Technology Usage, dan Knowledge Sharing* Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung, maka peneliti mengangkat permasalahan antara lain :

1. Apakah *Entrepreneurial Competency* berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung?
2. Apakah *Marketing Capability* berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung?
3. Apakah *Financial Resource* berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung?
4. Apakah *Technology Usage* berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung?
5. Apakah *Knowledge Sharing* berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka peneliti mengangkat tujuan penelitian antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Entrepreneurial Competency* terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Marketing Capability* terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Resource* terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Technology Usage* terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan beberapa tujuan yang akan dicapai, diharapkan penelitian ini memiliki banyak manfaat baik bagi peneliti, bagi UMKM, maupun bagi pihak lain adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti dengan adanya penelitian ini dapat menjadi sebuah sarana bagi penulis dalam memahami maupun menambah wawasan terkait dengan memahami Pengaruh *Entrepreneurial Competency, Marketing Capability, Financial Resource, Technology Usage, dan Knowledge Sharing* Terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung.
2. Bagi UMKM dengan adanya penelitian ini, hasilnya dapat dijadikan sebuah acuan agar kedepannya dapat memperhatikan dan menerapkan *Entrepreneurial Competency, Marketing Capability, Financial Resource,*

dan *Technology Usage* dalam kelangsungan bisnisnya dikarenakan faktor tersebut menjadi pengaruh dalam keberhasilan usahanya.

3. Bagi akademisi dengan adanya penelitian ini, hasilnya dapat memberikan persepektif yang luas terhadap *Entrepreneurial Competency, Marketing Capability, Financial Resource, Technology Usage, Knowledge Sharing* bisa menjadi bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.
4. Bagi pihak lain dengan adanya penelitian ini, hasilnya dapat menjadi sumber referensi maupun informasi terkait dengan *Entrepreneurial Competency, Marketing Capability, Financial Resource, Technology Usage, Knowledge Sharing* pada UMKM Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penulisan ini dapat mencapai tujuan yang diinginkan disusun sistematis penulisan yang disajikan dalam lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN

Bab ini menjelaskan mengenai beragam teori yang menjelaskan mengenai pengertian, indikator, penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel penelitian, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional yang digunakan oleh peneliti, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISA HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai gambaran penelitian yang telah dilakukan, deskripsi data responden, analisis data yang terdiri atas pengujian instrument data,

pengujian asumsi dasar, serta pengujian hipotesis penelitian, dan pembahasan pada hasil penelitian yang sudah diperoleh.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan penelitian, keterbatasan peneliti selama melakukan penelitian, dan saran penelitian yang diajukan.

Halaman ini sengaja dikosongkan.