

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 GoPay

GoPay merupakan layanan dompet digital yang dikelola oleh PT Dompet Anak Bangsa yang menjadi salah satu platform uang elektronik terkemuka di Indonesia sejak diluncurkan pada tahun 2016. Sebagai bagian dari ekosistem Gojek, aplikasi layanan on-demand terbesar di Asia Tenggara, GoPay bertujuan untuk memperluas akses masyarakat terhadap berbagai layanan dan produk keuangan. Pada Juli 2017, GoPay memperoleh penghargaan dari Bank Indonesia sebagai Perusahaan Fintech Teraktif dalam mendukung Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT), serta atas kontribusinya dalam program inklusi keuangan, edukasi masyarakat, dan pemberdayaan UMKM. Pada tahun 2019, GoPay menjadi representasi satu-satunya dari Indonesia yang masuk dalam daftar *Companies That Change the World* versi Majalah Fortune (Fintech Indonesia, 2023).

Berdasarkan informasi dari situs resmi GoPay aplikasi ini memiliki sejumlah fitur unggulan yang mendukung kemudahan transaksi dan pengelolaan keuangan. Di antaranya adalah fasilitas transfer gratis sebanyak 100 kali per bulan ke berbagai bank dan antar pengguna GoPay, layanan pembayaran digital yang mencakup langganan streaming, voucher game, pulsa, paket data, tagihan, hingga belanja di Tokopedia dan layanan Gojek. Selain itu, GoPay mendukung transaksi nontunai melalui QRIS, memungkinkan pengguna melakukan pembayaran dengan memindai kode QR di berbagai merchant serta mendapatkan keuntungan berupa cashback. Aplikasi ini juga menyediakan fitur pencatatan pengeluaran secara otomatis untuk membantu pengguna mengelola keuangan secara lebih efisien. Dari sisi keamanan, GoPay dilengkapi dengan perlindungan PIN, autentikasi biometrik, layanan bantuan 24 jam, serta jaminan pengembalian saldo 100% dalam kasus kehilangan, yang didukung oleh sistem perlindungan data yang ketat (Gopay, 2023).

1.1.2 DANA

DANA merupakan salah satu perusahaan teknologi finansial (fintech) di Indonesia yang berfokus pada penyediaan layanan keuangan inklusif untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Perusahaan ini memiliki visi untuk menjadi pilar utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital nasional dengan menyediakan platform transaksi yang efisien dan mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Dengan menekankan aspek keamanan dan skalabilitas melalui pemanfaatan teknologi kelas dunia, DANA bertujuan untuk menjadi sistem pembayaran seluler yang andal, mudah digunakan, serta mampu memenuhi kebutuhan pengguna dan memberikan nilai berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan (Fintech Indonesia, 2023).

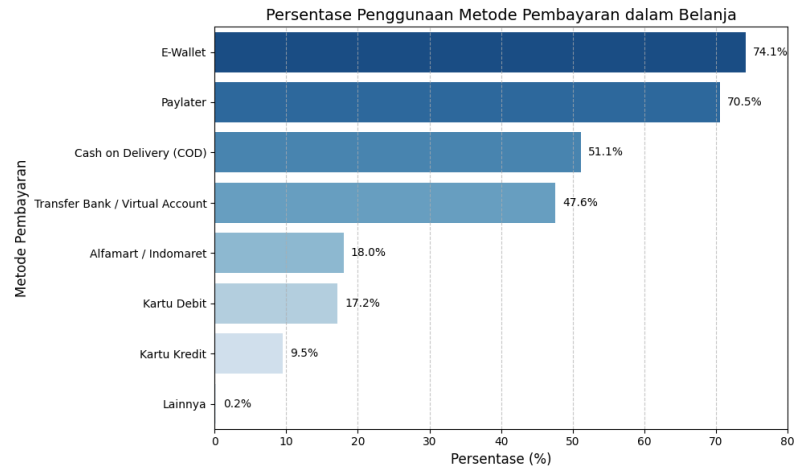
Mengacu pada laporan DetikInet (Dyah & DetikInet, 2024), DANA menawarkan berbagai fitur unggulan yang mendukung kebutuhan transaksi dan pengelolaan keuangan pengguna. Beberapa fitur tersebut antara lain kemudahan dalam membayar berbagai jenis tagihan (listrik, air, telepon, pulsa) dalam satu platform terpadu. Selain itu, DANA memungkinkan pengguna melakukan transaksi digital baik di e-commerce maupun toko fisik menggunakan QR Code seperti QRIS. Fitur “DANA Goals” hadir untuk membantu pengguna merencanakan tabungan dan tujuan keuangan secara digital, sedangkan fitur “Split Bill” memudahkan pembagian biaya bersama secara adil dan efisien.

Dari sisi keamanan, DANA menyediakan perlindungan transaksi melalui “DANA Protection”, yang menjamin keamanan serta memberi perlindungan terhadap potensi kesalahan atau penipuan. Sistem keamanan juga diperkuat dengan teknologi verifikasi wajah (Face Verification), PIN, dan enkripsi data guna menjaga privasi dan integritas akun pengguna. Selain itu, DANA juga menawarkan fitur investasi berbasis digital, seperti reksa dana dan emas, yang memungkinkan pengguna memulai investasi dengan modal kecil guna mendukung pertumbuhan aset jangka panjang.

1.2 Latar Belakang

Transformasi digital mendukung perkembangan yang pesat diberbagai sektor kehidupan. Salah satunya adalah inovasi sistem pembayaran yang berbasis teknologi yang kini dikenal dengan Fintech. Sistem pembayaran modern saat ini mencakup beragam metode, seperti pembayaran berbasis kartu, transfer antarbank,

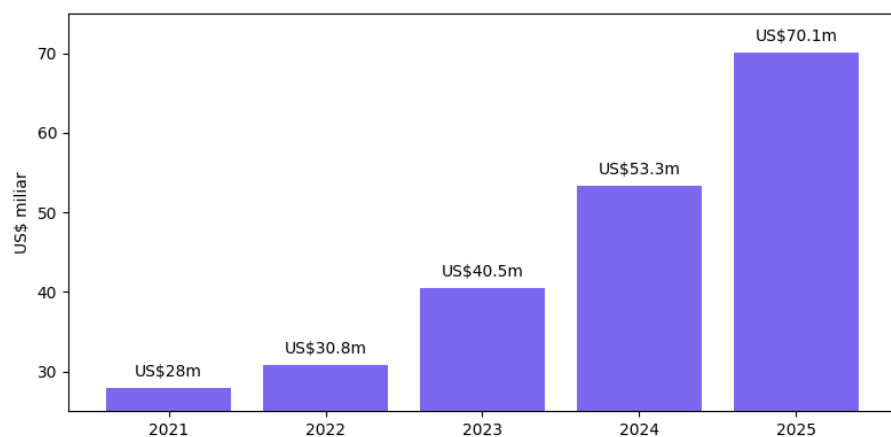
hingga pemanfaatan teknologi finansial (FinTech) yang semakin berkembang. FinTech sendiri merupakan bentuk inovasi dalam sektor keuangan yang mengintegrasikan teknologi digital dengan layanan finansial, sehingga mampu menyediakan solusi yang lebih cepat, aman, dan efisien. Cakupan layanan FinTech meliputi pembayaran digital, layanan pinjaman, investasi, serta pengelolaan keuangan pribadi, yang secara keseluruhan bertujuan meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan dalam melakukan aktivitas finansial sehari-hari. (Muhammad Naufal Aly, 2020; Purba et al., 2023). FinTech memberikan kontribusi besar terhadap penguatan ekonomi secara nyata melalui pemanfaatan teknologi canggih seperti big data, komputasi awan, dan kecerdasan buatan yang memungkinkan lembaga keuangan membangun model operasional digital yang efisien. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan kemampuan akuisisi pelanggan dan menekan biaya promosi, tetapi juga memperbaiki transparansi informasi dalam sistem keuangan. Selain itu, FinTech membuka akses pembiayaan bagi pelaku usaha kecil dan mikro yang sebelumnya kesulitan memperoleh pinjaman, dengan menghadirkan proses yang lebih cepat, terjangkau, dan berbasis digital. Di sisi lain, FinTech juga memperluas jangkauan layanan keuangan kepada masyarakat berpendapatan rendah dan daerah terpencil, mendorong pertumbuhan kewirausahaan, peningkatan pendidikan, serta efisiensi alokasi modal melalui transformasi tabungan menjadi investasi yang produktif (Astini et al., 2023). Salah satu inovasi teknologi dalam bertransaksi adalah *e-wallet*, *e-wallet* sendiri dapat diartikan sebagai dompet digital atau uang elektronik untuk memudahkan bertransaksi melalui *smartphone* (Nurchayyo et al., 2023). Berdasarkan survei yang dilakukan Kredivo dan Katadata Insight Center yang melibatkan total 6.815 responden. Sebanyak 74,1% responden menggunakan *e-wallet* untuk metode pembayaran berbelanja (Gambar 1.1) (Nabilah & Katadata, 2024).



Gambar 1. 1 Persentase Penggunaan Metode Pembayaran

Sumber: Katadata, Data Telah Diolah (2024)

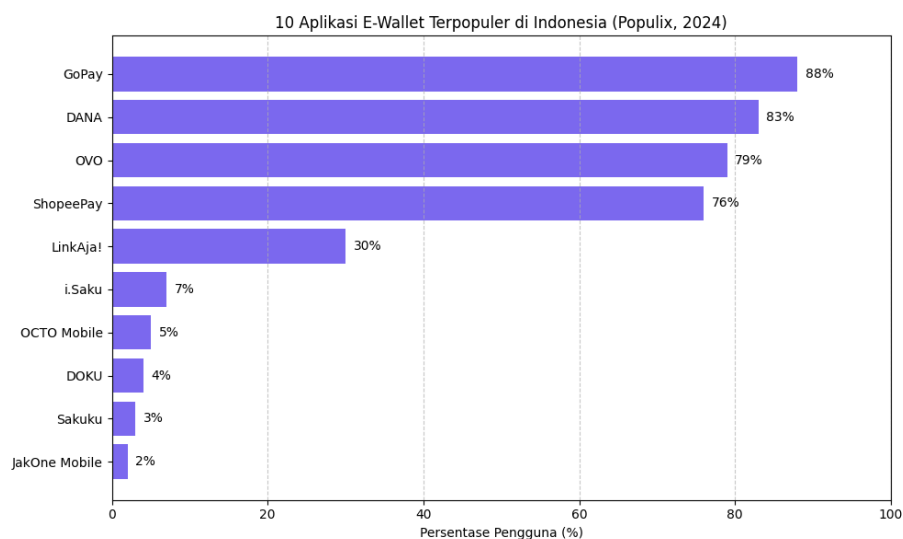
Pasar *e-wallet* di Indonesia di proyeksikan akan meningkat untuk beberapa tahun ke depan. Menurut riset lembaga konsultan pemasaran yang berbasis di India, RedSeer, per tahun 2025 pasar *e-wallet* di Indonesia akan mencapai US\$ 70 Miliar, meningkat dari tahun 2024 yang hanya mencapai US\$ 53,3 Miliar (Pahlevi & Katadata, 2024). Pertumbuhan pasar dompet digital (*e-wallet*) di Indonesia dari tahun ke tahun turut didorong oleh kebijakan pemerintah selama masa pandemi Covid-19. Dalam upaya menekan penyebaran virus, pemerintah menganjurkan pembatasan aktivitas sosial secara langsung, yang secara tidak langsung mendorong masyarakat untuk beralih ke metode transaksi non-tunai. Salah satu layanan yang mengalami peningkatan signifikan dalam penggunaannya selama periode tersebut adalah *e-wallet*. (Setiawan & Trianasari, 2023).



Gambar 1. 2 Proyeksi Pasar *E-Wallet* Hingga Tahun 2025

Sumber: Katadata (2024)

Berdasarkan penelitian (Eliza et al., 2024), beberapa faktor yang mendorong popularitas *e-wallet* sebagai metode pembayaran utama di Indonesia antara lain adalah kebutuhan akan transaksi secara *real-time*, adanya program *cashback* yang menarik, serta tren pembayaran digital yang semakin meluas di kalangan masyarakat. Rekomendasi dari teman atau kerabat juga turut berperan dalam memperluas adopsi layanan ini. Selain itu, promosi dari penyedia *e-wallet* dan bank, serta kemudahan akses karena aplikasi sudah terpasang di smartphone pengguna, semakin memperkuat dominasi *e-wallet* dalam sistem pembayaran modern. Di Indonesia sendiri, terdapat berbagai layanan *e-wallet* yang digunakan secara luas. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh lembaga riset Populix terhadap 1.000 responden pada tahun 2024, berikut adalah peringkat penggunaan *e-wallet* di Indonesia yang menunjukkan preferensi masyarakat terhadap layanan digital ini secara kuantitatif. (Lintang & Inilah.com, 2024).



Gambar 1. 3 Popularitas *E-wallet* Di Indonesia Per Tahun 2024

Sumber: Inilah.com (2024)

Gambar 1.3 menunjukkan hasil survei Populix, berdasarkan data tersebut, 88% pengguna *e-wallet* di Indonesia menggunakan GoPay untuk melakukan transaksi, di iringi dengan DANA dengan persentase pengguna sebesar 83% (Lintang & Inilah.com, 2024). Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna aplikasi *e-wallet*, seperti GoPay dan DANA, semakin banyak pula ulasan yang ditinggalkan oleh pengguna di platform Google Play Store. Ulasan tersebut

mencakup keluhan, apresiasi, hingga saran pengembangan layanan. Tabel 1.1 berikut adalah beberapa contoh ulasan yang diberikan pengguna terhadap e-wallet GoPay dan DANA pada Google Play Store.

Tabel 1. 1 Ulasan Pengguna DANA dan GoPay

No	DANA	GoPay
1	“update beberapa waktu ini, suara notifikasi gak enak di telinga, kalau bisa suaranya diganti atau balik ke yang lama, jujur suara notifikasi sekarang sangat mengganggu sehingga terpaksa saya matikan”	“pake aplikasi gopay tu emang top sice, karna udah lumayan lama pakai dan sejauh ini sangat stabil,nggak ada yg namanya crash sama sekali.”
2	“loading nya lama banget apalagi pas lagi proses transaksi... tolong segera diperbaiki dan usahakan apk nya lebih di ringankan .. berat banget ky aplikasi game yg berat...hadech”	“awalnya saya suka apk gopay ini,tapi ntah kenapa proses pengajuan pinjaman nya saya kok belum masuk ke rekening, tapi limit pinjaman udah terpakai.”
3	“sejauh ini saya pakai setabil sih mungkin ditambahin lagi kunci di layar utama supaya lebih aman lagi, dan untuk pembelian pulsa atau top up game sudah bagus dan harganya juga gak terlalu tinggi”	“aplikasinya kurang fast respon. topup dari e-banking udah nunggu 1 jam ini belum masuk. namun, di e-bankingnya udah kepotong saldonya.”
4	“sudah beberapa hari mau transfer tetapi selalu kendala jaringan tidak tersedia, baik menggunakan sinyal seluler maupun wifi. mau ke pusat bantuan pun tidak bisa terhubung. tolong diperbaiki.”	“aplikasinya sangat mudah di gunakan, hanya saja beberapa waktu sering terjadi gangguan, tolong di improve lagi 🙏”
5	“Alhamdulillah, beberapa bulan yang lalu ada permasalahan tarik saldo, skrng sudah diselesaikan dan beres walaupun lama banget”	“Aku download gopay karena paket data, token, pulsanya murah, tapi hari ini kok ga ada lagi ya paket murah nya, harganya kok naik dari harga sebelumnya, banyakin promonya dong”

Sumber: Google Play Store (2025)

Banyaknya volume ulasan ini menciptakan tantangan dalam bentuk data tak terstruktur yang memerlukan pendekatan big data untuk diolah secara efektif. Analisis big data menjadi penting karena mampu menangkap pola perilaku

konsumen serta mengidentifikasi preferensi dan kepuasan pengguna secara lebih mendalam (Bau et al., 2023). Opini dan sentimen dalam ulasan online memainkan peran besar dalam memengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan terhadap suatu merek. Namun, untuk mengekstrak informasi yang relevan dan bermakna dari data yang kompleks ini diperlukan teknik analisis lanjutan. (Salomon & Russel, 2024). Salah satu pendekatan yang efektif adalah analisis sentimen, yaitu metode untuk mengidentifikasi sikap atau perasaan pengguna terhadap suatu produk atau layanan. Analisis ini umumnya dilakukan menggunakan algoritma machine learning terawasi, di mana data teks yang telah diberi label digunakan sebagai data latih untuk membangun model klasifikasi sentimen yang akurat (Balakrishnan et al., 2021; Harnadi & Widianoro, 2023).

Sebelumnya sudah terdapat beberapa penelitian terkait analisis sentimen. Penelitian Imaduddin (Imaduddin et al., 2023) pada tahun 2023 melakukan analisis sentimen. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah IndoBERT dengan objek penelitian Allodokter, Hallodoc, dan KlikDokter. Menggunakan data sebanyak 9310 ulasan dari google play store. Penelitian ini berhasil mencapai akurasi sebesar 96%. Dari keseluruhan data, ditemukan bahwa pengguna memiliki sentimen positif untuk aplikasi kesehatan tersebut. Penelitian yang dilakukan Harnadi (Harnadi & Widianoro, 2023) pada tahun 2023, juga menerapkan analisis sentimen terhadap beberapa aplikasi dompet digital, yaitu OVO, DANA, DOKU, dan LinkAja menggunakan data ulasan pada Google Play Store. Studi ini juga membandingkan kinerja tiga metode klasifikasi, yaitu Support Vector Machine (SVM), Naive Bayes, dan Random Forest. Hasil analisis menunjukkan bahwa metode SVM memberikan performa terbaik dalam mengklasifikasikan sentimen, disusul oleh Naive Bayes, dan kemudian Random Forest sebagai yang terendah. Dari segi frekuensi pembahasan, dompet digital DANA menjadi aplikasi yang paling banyak mendapat perhatian, baik dalam ulasan bermuatan positif maupun negatif.

Andrian dkk (Andrian et al., 2022) pada tahun 2022 juga melakukan penelitian mengenai analisis sentimen juga dengan fokus pada aplikasi perbankan digital, yaitu Jenius, Jago, dan Blu. Penelitian ini menunjukkan bahwa metode Support Vector Machine (SVM) kembali menjadi algoritma dengan performa

terbaik, dengan tingkat akurasi mencapai 73,34%. Mayoritas pengguna memberikan sentimen positif terhadap Bank Jago, terutama karena banyaknya promo yang ditawarkan dan rendahnya biaya administrasi. Sebaliknya, aplikasi Jenius cenderung mendapat sentimen negatif akibat pengalaman pengguna yang kurang memuaskan, seperti performa aplikasi yang lambat serta keberadaan banyak fitur berbayar. Sementara itu, aplikasi Blu didominasi oleh sentimen netral, khususnya terkait pelayanan customer service yang dinilai cukup biasa oleh pengguna.

Penelitian Maharani dan Triayudi (Maharani & Triayudi, 2022a) pada 2022 juga menerapkan analisis sentimen untuk dompet digital GoPay, DANA, dan ShopeePay menggunakan metode Naive Bayes dan K-Nearest Neighbor. Menggunakan data dari Twitter, akurasi terbaik dihasilkan oleh K-Nearest Neighbor dengan rata-rata akurasi 32% pada setiap dompet digital. GoPay memiliki lebih banyak sentimen positif dibandingkan *e-wallet* lainnya. Sedangkan *e-wallet* dengan sentimen negatif terbanyak adalah DANA.

Ranataru dan Trianasari (Ranataru & Trianasari, 2024a) pada 2024 juga melakukan penelitian terkait analisis sentimen. Analisis sentimen dilakukan pada Twitter, terhadap kualitas layanan elektronik (*e-servqual*) yang disediakan oleh aplikasi Livin' by Mandiri dan BCA Mobile. Metode yang digunakan adalah Naive Bayes untuk analisis sentimen dan LDA untuk *topic modeling*. Hasilnya, BCA Mobile memiliki kemudahan penggunaan, kebutuhan personal, dan efisiensi dengan sentimen positif. Sedangkan pada organisasi situs, responsivitas, dan keandalan memiliki sentimen negatif. Livin' by Mandiri memiliki sentimen positif pada kebutuhan personal, kemudahan penggunaan, responsivitas, dan organisasi situs. Efisiensi dan keandalan cenderung memiliki sentimen negatif.

Penelitian Trianasari dkk (Trianasari et al., 2023a) pada tahun 2023 juga meneliti terkait sentimen pengguna terhadap *e-service quality* untuk aplikasi pemutar video TikTok dan YouTube. Penelitian ini menggunakan analisis sentimen dengan Naive Bayes. Akurasi yang dihasilkan oleh model mencapai 80% pada TikTok dan 75% pada YouTube. Hasil penelitian ini menemukan bahwa YouTube unggul dalam konten menarik dan sistem yang cukup stabil, namun kekurangannya adalah banyak iklan, sering update, serta masalah teknis seperti bug dan lag. TikTok

dinilai menyenangkan dan mudah digunakan, tetapi kerap mengalami error, layanan kurang responsif, dan kendala akses seperti OTP yang tidak terkirim.

Imawan dkk (Irmawan et al., 2024a) pada tahun 2024 juga melakukan penelitian terkait analisis sentimen untuk aplikasi travel online. Pada penelitian ini metode yang diterapkan adalah *Bidirectional Encoder Representations from Transformers* (BERT) dengan pemodelan topik Latent Dirichlet Allocation (LDA). Penerapan BERT pada data ulasan Google Play Store dan App Store menghasilkan akurasi mencapai 91%, mengungguli model *machine learning* konvensional seperti Logistic Regression, Naive Bayes, dan SVM. Pemodelan topik menunjukkan bahwa pengguna puas dengan harga, kemudahan, dan promo (sentimen positif), mengharapkan fitur tambahan dan diskon (netral), serta mengeluhkan refund lambat, masalah pemesanan, dan harga tidak konsisten (negatif). Temuan ini penting untuk evaluasi dan perbaikan layanan PT XYZ.

Berdasarkan sejumlah penelitian terdahulu, analisis sentimen terhadap ulasan di platform seperti Google Play Store dan Twitter (kini dikenal sebagai X) terbukti dapat memberikan wawasan yang bernilai bagi perusahaan dalam mengambil keputusan strategis. Pendekatan seperti topic modeling dan analisis berbasis dimensi *e-service quality* dapat memperkaya informasi yang diperoleh, sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang persepsi pelanggan terhadap layanan digital. Di antara berbagai metode analisis sentimen yang tersedia, pendekatan berbasis deep learning pralatih seperti BERT telah menunjukkan performa yang sangat baik dalam mengklasifikasi sentimen secara lebih presisi. IndoBERT, sebagai adaptasi khusus BERT untuk bahasa Indonesia, menawarkan keunggulan yang signifikan dalam memahami nuansa bahasa lokal, termasuk ekspresi idiomatik, struktur kalimat, dan konteks budaya yang tidak ditangkap secara optimal oleh model multibahasa. Model ini dilatih dengan korpus besar berbahasa Indonesia, sehingga mampu memberikan representasi kontekstual yang lebih dalam dan relevan terhadap data ulasan dalam bahasa Indonesia (Koto et al., 2021). Oleh karena itu, penelitian ini akan menerapkan IndoBERT sebagai model utama untuk analisis sentimen terhadap ulasan pengguna dompet digital GoPay dan DANA. Di samping itu, metode *topic modeling* dan pemetaan berdasarkan dimensi *e-service quality* juga akan diterapkan untuk menghasilkan

analisis yang menyeluruh dan mendalam. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang akurat tentang kepuasan pengguna serta area yang perlu ditingkatkan, sehingga memberikan nilai tambah strategis bagi kedua platform digital tersebut. Oleh karena itu, akan dilakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Analisis Sentimen GoPay dan DANA Menggunakan Model IndoBERT”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, GoPay dan DANA menjadi dua dompet digital dengan jumlah pengguna tertinggi, masing-masing sebesar 88% dan 83%. Tingginya tingkat penggunaan ini juga sejalan dengan banyaknya ulasan pengguna yang tersebar di platform seperti Google Play Store dan X. Ulasan-ulasan ini dapat dianalisis untuk mengetahui persepsi pengguna serta faktor-faktor yang mendorong popularitas kedua aplikasi tersebut. Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis sentimen dengan model IndoBERT, yang dipilih karena memiliki performa lebih unggul dibandingkan BERT standar, mengingat IndoBERT dilatih secara khusus dengan data berbahasa Indonesia. Selain itu, penelitian juga akan menerapkan topic modeling serta mengelompokkan ulasan berdasarkan dimensi e-service quality guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap kedua layanan e-wallet tersebut.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana sentimen pengguna terhadap aplikasi GoPay dan DANA berdasarkan review pada Google Play Store dan X?
2. Bagaimana hasil analisis sentimen dapat membantu perusahaan *e-wallet* dalam memahami sentimen dan persepsi pelanggan terhadap layanan mereka?
3. Bagaimana topik yang dibahas pengguna dapat membantu perusahaan *e-wallet* dalam mengambil keputusan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui bagaimana sentimen pengguna terhadap aplikasi GoPay dan DANA berdasarkan review pada Google Play Store dan X.
2. Untuk mengetahui bagaimana hasil analisis sentimen dapat membantu perusahaan *e-wallet* dalam memahami sentimen dan persepsi pelanggan terhadap layanan mereka.
3. Untuk mengetahui bagaimana topik yang dibahas pengguna dapat membantu perusahaan *e-wallet* dalam mengambil keputusan

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Berdasarkan aspek teoritis, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan penerapan analisis sentimen khususnya pada layanan *e-wallet*, serta memperkaya referensi metodologis yang digunakan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi studi-studi berikutnya maupun pihak-pihak yang tertarik dalam bidang serupa..

1.5.2 Aspek Praktis

Berdasarkan aspek praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran kepada perusahaan dan pengguna terkait persepsi publik terhadap layanan GoPay dan DANA. Temuan dari analisis sentimen ini dapat digunakan oleh pelaku industri *e-wallet* dalam pengambilan keputusan strategis, serta membantu pengguna dalam menentukan pilihan layanan yang sesuai dengan preferensi mereka.

1.6 Batasan Penelitian

Batasan penelitian diterapkan agar penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Berikut adalah batasan penelitian dari penelitian ini.

1. Data yang digunakan adalah data ulasan pengguna untuk *e-wallet* GoPay dan DANA di Google Play Store dan X.
2. Data yang digunakan adalah ulasan dalam rentang waktu 1 Mei hingga 1 Juni 2025 sebanyak 20000 Data.
3. Metode yang digunakan adalah model IndoBERT dan pemodelan topik LDA.
4. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah Python.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan dari Bab I hingga Bab V, dengan rincian sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan secara umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, membahas penelitian terdahulu, dan menjelaskan kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan yang dipilih, metode, dan teknik untuk mengumpulkan serta menganalisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil penelitian dan mendiskusikannya secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini dibagi menjadi tiga bagian: bagian pertama menyajikan karakteristik data, bagian kedua menjelaskan hasil penelitian, dan bagian ketiga membahas hasil penelitian secara mendalam.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan akan berisi jawaban atas setiap pertanyaan penelitian, sedangkan saran akan memberikan rekomendasi terkait manfaat dari penelitian yang dilakukan.