

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil Perusahaan

Gumbira adalah *brand* dari PT Gumbira Wana Indonesia yang bergerak dalam bidang penyedia jasa pariwisata. Perusahaan ini adalah anak perusahaan dari PT Neuronworks Indonesia yang telah legal secara hukum pada tanggal 10 Februari 2017. Berkomitmen mengutamakan pelayanan terbaik sesuai kebutuhan jasa pariwisata yang menjadi unggulan untuk seluruh perusahaan maupun pemerintahan.

Gumbira sendiri telah hadir pada akhir tahun 2015 atas prakarsa para Direksi PT Neuronworks Indonesia dengan *brand* awal bernama Neuron Tour, hingga pada pertengahan tahun 2016 berganti nama menjadi Gumbira. Perubahan ini berkaitan dengan visi dan misi dari tim yang menghadirkan kegembiraan dan menciptakan kebahagiaan dari setiap penyelenggaraan kegiatan pariwisata.

1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Berikut adalah visi dan misi dari PT Gumbira Wana Indonesia:

a. Visi

Visi PT Gumbira Wana Indonesia adalah “menjadi penyedia jasa pariwisata yang dapat menghadirkan kegembiraan dan menciptakan kebahagiaan kepada seluruh pelanggan”.

b. Misi

Misi dari PT Gumbira Wana Indonesia adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan solusi terbaik dengan akurat, cepat dan hemat terhadap kebutuhan pelanggan.
- 2) Menjaga hubungan baik dengan seluruh vendor pendukung guna menjaga pelayanan dan momentum dalam menciptakan kebahagiaan bagi pelanggan.

- 3) Menyajikan kemasan pariwisata yang dapat memberikan edukasi, motivasi dan *memorable*.

1.1.3. Logo Perusahaan

Adapun logo PT Gumbira Wana Indonesia dapat dilihat pada Gambar 2.1. sebagai berikut:



Gambar 1.1.
Logo PT Gumbira Wana Indonesia
Sumber: info@gumbira.id, 2019

1.1.4. Produk dan Layanan

Berikut adalah produk dan layanan dari PT Gumbira Wana Indonesia:

a. Gathering

PT Gumbira Wana Indonesia menyediakan berbagai jenis paket untuk *gathering* yang diantaranya yaitu seperti *employee*, *family* dan *customer gathering*. Kegiatan *gathering* ini biasanya dilakukan oleh para perusahaan yang ingin memanfaatkan waktunya bercengkrama dan mempererat hubungan baik dengan konsumen, karyawan bahkan beserta keluarga dari karyawan di perusahaan tersebut.

b. Ticketing

PT Gumbira Wana Indonesia menyediakan layanan pemesanan tiket, baik itu tiket pesawat maupun tiket kereta api. Adapun kelebihan yang dapat konsumen rasakan dalam layanan *ticketing* ini adalah adanya Kontrak Eksklusif yang dimana konsumen dapat melakukan pembelian tiket terlebih dahulu dengan pembayaran di akhir bulan atau sesuai dengan kesepakatan antara pihak perusahaan dengan konsumennya. Tetapi, waktu pembayaran yang biasanya ditawarkan oleh PT

Gumbira Wana Indonesia adalah di akhir bulan atau tepat di hari konsumen tersebut menerima gaji.

c. Perjalanan Wisata

PT Gumbira Wana Indonesia menyediakan jasa perjalanan wisata baik perjalanan di area nusantara maupun ke luar negeri. Biasanya layanan perjalanan wisata ini dibuat berdasarkan pesanan konsumen. Konsumen bisa dengan bebas memilih destinasi apa yang akan ia kunjungi. Jika konsumen merasa bingung dalam menentukan destinasi wisata, PT Gumbira akan memberikan arahan mengenai tempat wisata yang menarik di Indonesia. Dalam layanan perjalanan wisata ini konsumen hanya tinggal menikmati waktu berliburnya karena bagi tiket pesawat atau kereta api, kendaraan, hotel, tempat makan bahkan tiket tempat wisata sudah disediakan semua oleh pihak PT Gumbira Wana Indonesia.

d. Meeting

PT Gumbira Wana Indonesia menyediakan paket meeting bagi para perusahaan yang dimana PT Gumbira Wana Indonesia akan mempersiapkan berbagai kebutuhan dan kelengkapan *meeting* perusahaan tersebut untuk menciptakan suasana *meeting* yang nyaman dan fokus. Kegiatan paket meeting ini biasanya dilakukan di hotel sesuai dengan pesanan perusahaan yang bersangkutan. Dalam paket meeting ini tidak hanya kegiatan meeting saja yang disediakan, tetapi jika karyawan perusahaan tersebut ingin sekaligus menginap atau bahkan melakukan perjalanan wisata atau outbond setelah meeting itu bisa dilakukan. Pihak perusahaan hanya perlu membuat pesanan dan PT Gumbira Wana Indonesia akan menyedeiaknya.

e. Rental Mobil

PT Gumbira Wana Indonesia menyediakan jasa penyewaan mobil bagi para konsumennya. Tidak hanya mobil saja, PT Gumbira juga menyediakan supir yang siap mengantarkan konsumen kemana saja. Selain itu, biasanya dalam harga penyewaan mobil tersebut sudah dimasukan dengan biaya bahan bakar mesin (BBM) jadi konsumen tidak perlu menambah uang lagi untuk memeli bahan bakar mesin mobil yang disewanya. Beberapa jenis mobil yang disewakan oleh PT

Gumbira Wana Indonesia diantaranya adalah mobil Avanza, Kijang Inova, APV, Elf, Hiace dan lain sebagainya.

f. Reservasi Hotel

PT Gumbira Wana Indonesia menyediakan jasa untuk pemesanan kamar hotel atau fasilitas lainnya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen.

1.2. Latar Belakang Penelitian

Aktivitas pariwisata Indonesia sudah mulai tumbuh dan berkembang, bahkan sudah mulai menjadi trend dan gaya hidup tersendiri dalam masyarakat. Sehingga aktivitas pariwisata diharapkan dapat menjadi sektor andalan yang mampu menggerakkan sektor-sektor ekonomi lain yang terkait erat. Dalam rangka meningkatkan peranan pariwisata pada pembangunan nasional maka pemerintah aktif sekali dalam menarik minat wisatawan mancanegara untuk mengunjungi Indonesia, juga sedang berusaha keras untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara. Meskipun wisatawan nusantara tidak mendatangkan devisa bagi negara sebagaimana wisatawan mancanegara, namun tidak bisa dipandang sebelah mata dalam kemampuannya menggerakkan perekonomian nasional (Sumber: kemenpar.go.id, 2019).



Gambar 1.2.
Perkembangan Pariwisata Indonesia
Sumber: bps.go.id, 2019

Upaya pemerintah tersebut ternyata berhasil seperti yang terlihat pada gambar 1.2. yang dimana jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada bulan Juni 2018 meningkat sebesar 15,21% dibanding jumlah kunjungan pada bulan Juni 2017 yaitu dari 1,14 juta kunjungan menjadi 1,32 juta kunjungan. Secara kumulatif (Januari-Juni 2018) jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 7,53 juta kunjungan atau naik sebesar 13,08% dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada periode yang sama tahun 2017 yang berjumlah 6,66 juta kunjungan (*Sumber: bps.go.id, 2019*).



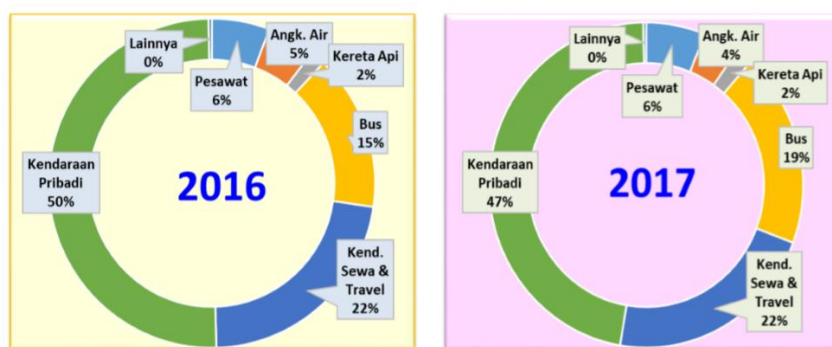
Gambar 1.3.
Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara dan Total Pengeluaran Tahun 2010-2017

Sumber: kemenpar.go.id, 2019

Selain itu, terdapat pula peningkatan jumlah kunjungan wisatawan nusantara seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.3. yang menunjukkan perkembangan jumlah perjalanan dan juga total pengeluaran dalam rangka melakukan perjalanan yang dilakukan wisatawan nusantara sepanjang tahun 2010-2017 lalu. Jumlah perjalanan selama tahun 2017 mencapai sebanyak 270,82 juta perjalanan yang berarti mengalami peningkatan sebesar 2,45% dibandingkan tahun 2016 yang mencapai 264,34 juta perjalanan. Sedangkan rata-rata pertumbuhan jumlah perjalan setiap tahun sepanjang 2010-2017 mencapai sekitar 2,61% (*Sumber: kemenpar.go.id, 2019*).

Peningkatan tersebut diduga sebagai akibat kondisi perekonomian yang semakin membaik, keamanan yang cukup kondusif serta semakin mudahnya

aksesibilitas ke daerah-daerah tujuan wisata. Disamping itu, adanya kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat juga ikut berperan dalam mendorong kemajuan sektor pariwisata. Maraknya penggunaan media sosial sangat membantu dalam rangka menyebarkan informasi mengenai destinasi wisata tertentu. Dengan banyaknya masyarakat yang mengunggah keindahan alam Indonesia ke dalam media sosial secara tidak langsung mereka pun turut mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada Indonesia (*Sumber: kemenpar.go.id, 2019*).



Gambar 1.4.
Distribusi Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Moda Angkutan Tahun 2016-2017

Sumber: kemenpar.go.id, 2019

Wisatawan nusantara memiliki banyak sekali pilihan moda angkutan yang akan digunakan dalam melakukan perjalanannya. Sebagian besar wisatawan nusantara masih mengandalkan moda angkutan darat yang dimana lebih dari 90% perjalanan yang dilakukan wisatawan nusantara menggunakan berbagai jenis angkutan darat seperti kendaraan pribadi, kendaraan sewa, travel, bus, kereta api maupun angkutan darat lainnya. Moda angkutan pertama yang paling banyak digunakan oleh wisatawan nusantara dalam rangka melakukan perjalanan diberbagai destinasi wisata di Indonesia pada tahun 2017 adalah kendaraan pribadi yang mencapai 47%. Sedangkan moda angkutan kedua yang banyak digunakan oleh wisatawan nusantara adalah kendaraan sewa dan travel yang mencapai 22% (*Sumber: kemenpar.go.id, 2019*).

Alasan banyaknya wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan wisata menggunakan kendaraan pribadi sebagai moda angkutan yang banyak digunakan

adalah dapat menghemat biaya pengeluaran untuk pembelian tiket pesawat maupun kereta api, dapat membawa barang bawaan lebih banyak, tidak terbatas waktu dan dengan menggunakan kendaraan pribadi yang mumpuni dapat mengurangi risiko kecelakaan. Tetapi, tidak sedikit juga yang lebih memilih menggunakan moda angkutan kendaraan sewa dan travel. Terlebih lagi travel karena dengan menggunakan jasa travel para wisatawan akan mendapatkan beberapa keuntungan yaitu diantaranya seperti para wisatawan dapat berkonsultasi terlebih dahulu mengenai destinasi wisata yang akan dikunjungi. Selain itu, para wisatawan juga tidak perlu susah payah mencari-cari kendaraan, hotel, rumah makan dan lain sebagainya karena hal itu semua sudah disiapkan oleh pihak jasa travel. Dengan menggunakan jasa travel, keamanan pun lebih terjaga dan semua kegiatan wisata yang dilakukan akan didokumentasikan oleh pihak jasa travel. Dengan beberapa keuntungan yang diberikan tersebut tidak heran jika wisatawan nusantara menjadikan travel sebagai moda angkutan kedua yang banyak digunakan (*Sumber: kemenpar.go.id, 2019*).

Tabel 1.1.
Perkembangan Agen Perjalanan Wisata Berskala Menengah dan Besar Menurut Provinsi Tahun 2007-2011

PROVINSI	USAHA / PERUSAHAAN						RATA-RATA TENAGA KERJA (orang)				
	2007	2008	2009	2010	2011	Pertumbuhan 2011/2010 (%)	2007	2008	2009	2010	2011
Nangroe Aceh Darussalam	6	10	8	8	8	-	9	11	9	5	9
Sumatera Utara	63	128	106	125	125	-	5	4	4	7	8
Sumatera Barat	41	60	60	59	59	-	10	4	3	3	3
Riau	46	50	53	47	47	-	14	9	6	6	7
Jambi	18	21	19	21	21	-	6	6	7	4	4
Sumatera Selatan	21	24	26	25	25	-	10	9	7	7	9
Bengkulu	9	9	7	8	9	12.50	7	3	5	4	4
Lampung	4	8	8	9	8	-11.11	6	6	5	3	3
Kep. Bangka Belitung	7	12	9	13	13	-	2	3	2	2	6
Kep. Riau	13	148	122	127	127	-	11	4	5	4	8
DKI Jakarta	287	476	471	490	490	-	18	10	6	5	5
Jawa Barat	41	73	75	92	92	-	8	6	14	15	6
Jawa Tengah	28	27	17	27	27	-	12	44	54	44	46
DI Yogyakarta	62	79	75	101	101	-	8	6	6	5	5
Jawa Timur	85	158	135	130	131	0.77	7	8	8	6	6
Banten	26	42	42	44	44	-	6	4	4	9	9
Bali	59	113	110	115	115	-	24	6	7	5	13
Nusa Tenggara Barat	21	32	27	25	25	-	6	14	12	8	11
Nusa Tenggara Timur	25	33	28	24	24	-	9	8	6	4	6
Kalimantan Barat	73	81	68	83	83	-	5	5	5	5	5
Kalimantan Tengah	7	8	10	7	7	-	3	10	6	3	6
Kalimantan Selatan	28	38	33	41	41	-	6	7	5	5	6
Kalimantan Timur	63	88	86	83	83	-	7	6	6	8	7
Sulawesi Utara	27	37	33	29	29	-	9	4	6	5	4
Sulawesi Tengah	24	24	24	24	24	-	6	6	7	6	8
Sulawesi Selatan	17	79	66	73	73	-	-	9	5	4	11
Sulawesi Tenggara	7	21	14	16	16	-	7	6	7	6	5
Gorontalo	2	4	5	7	7	-	4	3	6	5	5
Sulawesi Barat	-	-	1	1	1	-	-	-	5	6	6
Maluku	19	-	24	22	22	-	5	-	9	8	7
Maluku Utara	6	10	10	12	12	-	7	7	6	7	5
Papua Barat	9	8	8	6	6	-	20	18	8	4	6
Papua	15	12	23	23	23	-	10	10	7	6	9
JUMLAH	1,159	1,893	1,803	1,917	1,918	0.05	9	8	7	6	7

Sumber : Statistik Jasa Perjalanan Wisata (BPS)

Dilihat dari Tabel 1.1. tersebut perkembangan agen perjalanan wisata tahun 2007 hingga 2011 di Indonesia terlebih lagi di Provinsi Jawa Barat setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2007 agen perjalanan wisata di Provinsi Jawa Barat ada sekitar 41 perusahaan dan pada tahun 2011 bertambah menjadi 92 perusahaan. Kenaikan jumlah perusahaan agen perjalanan wisata diprediksi akan terus mengalami peningkatan. Selain karena banyaknya wisatawan yang membutuhkan, kenaikan jumlah agen perjalanan wisata pun didukung oleh berkembangnya teknologi dan mudahnya penyebaran informasi yang dapat membantu memperkenalkan agen perjalanan wisata tersebut kepada masyarakat (Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019).

Salah satu agen perjalanan wisata yang ada di Bandung adalah PT Gumbira Wana Indonesia yang sudah legal sejak tahun 2017 lalu. PT Gumbira Wana Indonesia ini menyediakan berbagai macam pelayanan yang dapat membantu para wisatawan untuk mewujudkan perjalanan wisata impiannya. Beberapa jenis layanan yang disediakan oleh PT Gumbira Wana Indonesia diantaranya adalah seperti *gathering*, *ticketing*, perjalanan wisata, *meeting*, rental mobil dan reservasi hotel. Layanan yang disediakan oleh PT Gumbira Wana Indonesia tersebut dapat dinikmati konsumen sesuai dengan paket yang ada atau bahkan bisa melakukan *custome* sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan.

Banyaknya perusahaan agen perjalanan wisata di Bandung membuat persaingan yang cukup ketat. Hanya beberapa perusahaan saja yang berinovasi dan memiliki strategi-strategi handal yang mampu bertahan. Selain memerlukan beberapa strategi yang tepat untuk menarik konsumen baru, perlulah pula menjaga atau bahkan meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat memuaskan konsumen yang ada sehingga dapat membuat konsumen tersebut menjadi loyal kepada perusahaan. PT Gumbira Wana Indonesia sendiri memiliki target tertentu yang dimana target utamanya adalah *corporate* atau sebuah perusahaan. Saat ini, PT Gumbira Wana Indonesia masih termasuk ke dalam perusahaan baru karena secara hukum PT Gumbira Wana Indonesia baru berjalan selama kurang lebih dua tahun. Selain masih termasuk ke dalam perusahaan baru, PT Gumbira Wana Indonesia

juga tidak banyak melakukan kegiatan promosi dan hanya masih memanfaatkan jenis promosi melalui *Word of Mouth*. Dalam keadaan seperti ini, PT Gumbira Wana Indonesia masih belum banyak dikenal oleh masyarakat luas sehingga konsumen setia pada PT Gumbira Wana Indonesia ini juga terbatas. Hanya ada beberapa perusahaan saja yang selalu berlangganan menggunakan jasa layanan pada PT Gumbira Wana Indonesia yang diantaranya seperti Telkom Group, PT Neuronworks Indonesia, PT Gas Negara, PT Harsasima Inventory Logistic dan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat.

Perusahaan perlu mengetahui mengapa hingga saat ini belum bisa menambah jumlah konsumen atau pelanggan tetap pada PT Gumbira Wana Indonesia. Salah satu faktor yang bisa dijadikan acuan adalah tingkat kepuasan pada konsumen itu sendiri. Tetapi, pada saat ini konsumen tidak hanya berpedoman pada harga yang murah saja untuk memuaskan harapannya, tetapi juga pada kualitas layanan, lokasi usaha, kualitas produk yang ditawarkan, serta kerapian tata letak produk yang dilakukan dan lain sebagainya (Yuliani dalam Yola dan Budiarto, 2013). Maka, perusahaan salah satunya perlu menganalisis apakah ada kekurangan pada kinerja yang diberikan kepada konsumen yang menyebabkan konsumen PT Gumbira Wana Indonesia masih belum meningkat secara signifikan.

Berdasarkan hasil observasi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa atribut yang dalam pelaksanaan atau kinerjanya masih kurang dilakukan dalam memenuhi harapan konsumennya. Beberapa atribut tersebut diantaranya seperti PT Gumbira Wana Indonesia belum dapat memberikan solusi komplain dengan segera, peralatan dokumentasi masih sedikit atau kurang canggih, hasil dokumentasi masih belum sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, penampilan karyawan masih sedikit kurang rapi dan PT Gumbira Wana Indonesia memiliki *contact person* yang sedikit sulit untuk dihubungi.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui kinerja yang dilakukan PT Gumbira Wana Indonesia dalam sudut pandang pelanggan adalah metode *Importance Performance Analysis*. Dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis*, pihak perusahaan dapat mengetahui atribut

pelayanan mana saja yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki agar meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:240), dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (tingkat kepentingan dan kinerja), perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen, serta hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan atas pelayanan yang telah diberikan, sehingga menjadi dasar untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di atas, mendasari penulis untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “**Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus pada PT Gumbira Wana Indonesia Bandung Tahun 2019)**”.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diangkat oleh penulis adalah sebagai berikut:

- a. Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan pada dimensi harga di PT Gumbira Wana Indonesia?
- b. Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan pada dimensi kualitas layanan di PT Gumbira Wana Indonesia?
- c. Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan pada dimensi kualitas produk di PT Gumbira Wana Indonesia?
- d. Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan pada dimensi faktor emosional di PT Gumbira Wana Indonesia?
- e. Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan pada dimensi kemudahan di PT Gumbira Wana Indonesia?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang telah dibahas yaitu sebagai berikut:

- a. Mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan pada dimensi harga di PT Gumbira Wana Indonesia.
- b. Mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan pada dimensi kualitas layanan di PT Gumbira Wana Indonesia.
- c. Mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan pada dimensi kualitas produk di PT Gumbira Wana Indonesia.
- d. Mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan pada dimensi faktor emosional di PT Gumbira Wana Indonesia.
- e. Mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan pada dimensi kemudahan di PT Gumbira Wana Indonesia.

1.5. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna untuk seluruh pembaca yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan untuk praktisi atau pelaku bisnis yang lain. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

- a. **Manfaat Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam dunia pendidikan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya Manajemen Pemasaran sebagai dokumentasi untuk melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya dan dapat menambah wawasan lebih kepada pembaca dan memberikan pengetahuan tentang Analisis Kepuasan Pelanggan.

- b. **Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT Gumbira Wana Indonesia agar perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang telah menggunakan layanan jasa dari PT Gumbira Wana Indonesia itu sendiri. Dengan hal itu, apabila terdapat suatu ketidakpuasan pelanggan terhadap kinerja yang diberikan PT Gumbira Wana Indonesia, maka PT Gumbira Wana Indonesia dapat melakukan perbaikan daripada faktor-faktor yang telah membuat pelanggan tersebut tidak puas. Adanya suatu bentuk evaluasi tersebut dapat

membuat PT Gumbira Wana Indonesia akan selalu berusaha meningkatkan kinerjanya sehingga perusahaan dapat terus berkembang dan perusahaan dapat menarik pelanggan-pelanggan baru karena kinerja yang dilakukan dapat memuaskan dan dapat diandalkan.

1.6. Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah memahami dan menelusuri isi dari penelitian ini, maka penulisan tugas akhir disajikan dalam sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai objek studi penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan dengan jelas mengenai hasil kajian pustaka penelitian yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Bab ini meliputi uraian mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu yang mendukung dengan perumusan masalah dan menyajikan kerangka pemikiran yang dirumuskan penulis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian yang meliputi penjelasan mengenai jenis penelitian, tahapan penelitian, populasi dan sampel, serta teknik analisis data yang digunakan

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, dengan disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai lingkup penelitian serta tetap konsisten pada perumusan masalah yang dibahas dan tujuan penelitian yang akan dicapai.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang penafsiran dari peneliti mengenai hasil akhir penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran maupun rekomendasi yang dapat diberikan kepada organisasi dan pihak lain.