

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kabupaten Purbalingga merupakan salah satu wilayah kabupaten yang ada di Jawa Tengah, Indonesia dengan pusat pertumbuhan ekonomi dan administrasi yaitu di Kecamatan Purbalingga. Luas wilayah Kabupaten Indonesia mencapai 77.764,122 ha atau sekitar 2,39% dari luas wilayah di Jawa Tengah. Wilayah administrasi di Kabupaten Purbalingga terdiri dari 18 kecamatan, 30 kelurahan, dan 301 desa. Dari segi perekonomian, Kabupaten Purbalingga memiliki komoditas ekspor utama yaitu industri rambut dan bulu mata palsu, serta knalpot (BPS Kabupaten Purbalingga, 2020). Jumlah populasi pada tahun 2019 menurut BPS Kabupaten Purbalingga (2020) mencapai 1.003.246 jiwa penduduk, dengan persentase laki-laki sebesar 50,64% (508.046 jiwa) dan perempuan sebesar 49,36% (495.210 jiwa). Generasi Z adalah penduduk yang lahir diantara tahun 1996-2012 dan sudah menghasilkan uang dan menggunakannya (Smith & Yamakawa, 2020). Pada tahun 2020, generasi Z berdasarkan pengertian tersebut sudah memasuki umur 8-24 tahun. Berikut jumlah penduduk generasi Z di Kabupaten Indonesia menurut BPS Kabupaten Purbalingga berdasarkan data terakhir, yaitu dari tahun 2019.

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Penduduk Kabupaten Purbalingga Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin tahun 2019

Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
5 - 9	41.661	39.002	80.663
10 - 14	41.083	38.535	79.618
15 - 19	32.188	31.611	63.799
20 - 24	40.440	39.049	79.489
Jumlah	155.372	148.197	303.569

Sumber: BPS Kabupaten Purbalingga (2020)

Laju pertumbuhan penduduk di Kabupaten Purbalingga juga mengalami peningkatan yaitu sebesar 1,80% pada tahun 2018-2019, lebih besar dibanding tahun 2017-2018 yaitu sebesar 1,05%. Masyarakat di Kabupaten Purbalingga termasuk konsumtif karena perputaran uang masih digunakan untuk kebutuhan

konsumtif daripada produktif (Koran Tempo, 2010). Pada sisi penggunaan jasa keuangan, masyarakat Kabupaten Purbalingga sebanyak 66% sudah menggunakan jasa keuangan (Purbalingganews.net, 2019).

1.2 Latar Belakang

Perilaku keuangan yang konsumtif menjadi permasalahan yang masih dialami oleh masyarakat Indonesia, khususnya pada kalangan muda. Ditunjang oleh teknologi informasi dan penetrasi internet yang semakin tinggi, kebutuhan hidup yang semula tidak dapat diraih kini dapat diraih dengan mudah hanya dengan mengakses internet dari *smartphone*. Seperti survey yang dilakukan oleh SIRCLO (2020) bahwa dari 2.987 responden, 95% diantaranya melakukan belanja *online* menggunakan *smartphone*. Kemudahan akan belanja *online* dan tingginya minat masyarakat Indonesia membuat naiknya jumlah *e-commerce* di Indonesia (Hamdani, 2019). Selain itu, media sosial menurut Farnoosh Torabi juga memiliki pengaruh tinggi terhadap gaya belanja seseorang dimana para penggunanya yang menghabiskan waktunya di media sosial cenderung berbelanja berlebih yang diakibatkan karena gaya hidup di media sosial seperti *instagram* dan *facebook* (Setiawan, 2019).

Generasi Z merupakan generasi yang lahir diantara tahun 1996-2012 dan sudah menghasilkan uang serta menggunakannya (Smith & Yamakawa, 2020). Seperti yang dilansir lokadata.id, secara populasi generasi Z di Indonesia merupakan generasi terbanyak dengan jumlah mencapai 72,8 juta (27 persen) dari 267 juta penduduk pada tahun 2019 (Islahuddin dan Syaifudin, 2020). Konsumsi generasi Z lebih tinggi dibandingkan dengan generasi sebelumnya karena didorong oleh penggunaan *gadget*, sehingga banyak orang mengatakan bahwa generasi Z adalah *mobile generation* (Koran Sindo, 2019).

Karakteristik umum generasi Z yaitu cenderung lebih dinamis, kreatif, melek teknologi dan pragmatis, serta bertolak belakang dengan *baby boomers* dan generasi X yang relatif lebih idealis dan konservatif, termasuk dalam pengelolaan keuangan (Dion, 2020). Dibandingkan dengan generasi Y, generasi Z memiliki perbedaan kondisi sosial dan ekonomi, sehingga dipastikan bahwa mereka juga memiliki perbedaan nilai, perilaku, dan sikap (Dwidienawati dan Gandasari, 2018).

Alokasi Pengeluaran	Generation				
	Gen Z	Younger Millennial	Older Millennial	Younger Gen X	Older Gen X
TABUNGAN	6.3	8.5	9.2	8.3	7.4
INVESTASI	0.5	0.5	1.0	0.56	0.6
ASURANSI	2.4	2.5	2.4	2.2	2.4
CICILAN HUTANG	5.4	7.3	7.6	7.8	6.6
KEBUTUHAN RUTIN	59.9	57.3	57.5	58.4	61.4
ZIS (Zakat, Infaq, Sedekah)	4.2	4.1	4.1	5.2	5.4
TELEPON	7.2	6.8	6.1	6.0	6.2
INTERNET	7.3	7.1	6.1	5.5	4.5
HIBURAN/ENTERTAINMENT/LEISURE	6.8	6.0	6.0	6.1	5.6
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Gambar 1.1 Alokasi Proporsi Pengeluaran Rumah Tangga per Bulan tiap Generasi (Dalam Persen)

Sumber: Indonesia Gen Z and Millennial Report 2020: The Battle Of Our Generation (Ali dan Purwandi, 2020)

Alvara (Ali dan Purwandi, 2020) melakukan riset kepada 1.800 responden berumur 14-55 tahun dari 34 provinsi di Indonesia pada tahun 2019. Ditemukan bahwa dari segi total proporsi alokasi pengeluaran perbulan, telekomunikasi dan hiburan merupakan kebutuhan pokok bagi generasi Z dan millennial. Generasi Z menggunakan pengeluaran mereka untuk hiburan/*entertainment/leisure* lebih tinggi dibanding generasi sebelumnya, yaitu sebesar 6,8%, internet sebesar 7,3%, dan telepon sebesar 7,2%. Kebutuhan rutin generasi Z juga tergolong tinggi dengan persentase sebanyak 59,9%, lebih besar daripada generasi X (58,4%), generasi millennial tua (57,5%), dan generasi milenial muda (57,9%), namun lebih sedikit dibanding generasi X yaitu sebesar 61,4%. Sedangkan untuk tabungan, generasi Z hanya mengalokasikan sebesar 6,3%, cicilan hutang sebesar 5,4%, dan investasi sebesar 0,5%. Pengalokasian cicilan hutang, investasi, dan tabungan untuk generasi Z masih lebih kecil dibandingkan dengan generasi sebelumnya.

Bagi generasi Z yang sering menghabiskan waktunya menggunakan media sosial dan berbelanja *online*, terkadang mereka tidak bisa mengendalikan

keuangannya dan cenderung menghabiskan lebih dari separuh uang yang mereka miliki untuk dibelanjakan. Perilaku keuangan yang cenderung konsumtif membuat seseorang cenderung tidak bertanggung jawab kepada pengelolaan keuangannya. Mereka hanya memikirkan apa yang mereka inginkan di masa sekarang dan mengesampingkan masa depan. Terlebih lagi jika mereka masih bergantung pada orang tua yang terkadang uang simpanan mereka sudah habis sebelum jangka waktu yang telah ditetapkan. Pada generasi Z ini, mereka lebih memilih menghabiskan pendapatan untuk berlibur dibanding menyisihkan sebagian untuk bekal dana pensiun karena masa pensiun dinilai masih terlalu lama dipikirkan (Dion, 2020). Perilaku konsumtif ini akan berakibat kepada perilaku manajemen keuangan mereka (Ramadhan dan Asandimitra, 2019).

Perilaku manajemen keuangan adalah kemampuan dalam mengatur (perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan) keuangan sehari-hari serta muncul karena dampak dari besarnya hasrat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan tingkat pendapatan yang diperoleh (Kholilah dan Iramani, 2013). Seseorang yang memiliki kemampuan perilaku manajemen keuangan cenderung membuat anggaran, menghemat uang, dan mengontrol belanja mereka (Ida dan Dwinta, 2010).

Berdasarkan Prihartono dan Asandimitra (2018), Seseorang dengan perilaku manajemen keuangan yang baik cenderung terbiasa dalam menyiapkan perencanaan anggaran, menerapkan perencanaan keuangan dengan mengontrol dirinya sendiri, mengevaluasi tindakan perencanaan awal yang tidak sejalan dengan kondisi yang terjadi dan melakukan perbaikan masalah keuangan, serta selalu memantau kondisi dari perbaikan masalah keuangan. Menurut *Financial Trainer* Ligwina Hananto yang dikutip dari portal medcom.id, perencanaan keuangan bagi seseorang termasuk anak muda adalah hal yang diperlukan karena dengan mengatur keuangan, akan membantu seseorang berkenalan dengan cara mengendalikan diri (Bratadharma, 2020). Perilaku manajemen keuangan mungkin berbeda antara orang yang lebih tua dengan orang yang lebih muda (Topa, *et al.*, 2018).

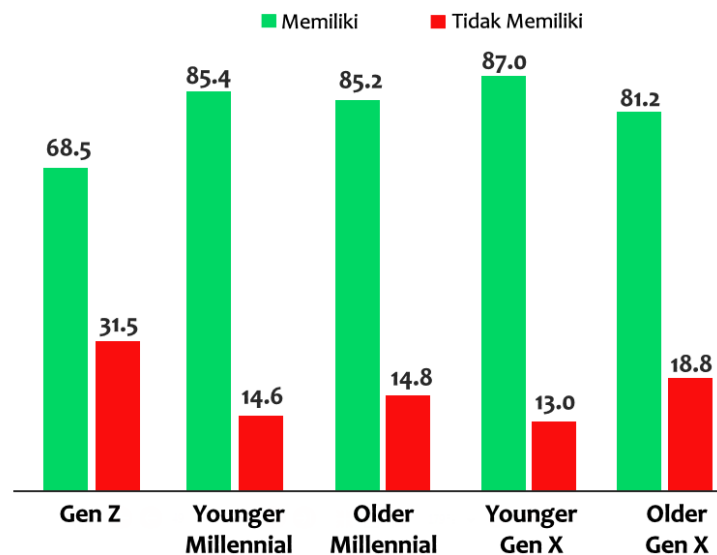
Ada beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi seseorang akan mengambil keputusan baik atau buruk dalam perilaku manajemen keuangan. Salah satu faktor adalah sikap keuangan. Sikap keuangan merupakan faktor yang dipertimbangkan karena pada umumnya, sikap terhadap uang didefinisikan sebagai perilaku dari seseorang terhadap uang mereka dimana uang merupakan kebutuhan dasar yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang serta dapat membuat seseorang berpikir secara tidak rasional (Siswanti dan Halida, 2020). Menurut paparan Otoritas Jasa Keuangan, sikap keuangan dirasa perlu untuk menentukan tujuan keuangan dan melakukan perencanaan keuangan (Sandy, 2017).

Sikap keuangan membentuk bagaimana seseorang menghabiskan, menyimpan, dan menabung uang mereka (Siswanti dan Halida, 2020). Banyak dari generasi Z sudah melakukan kesalahan dalam menggunakan uang, belum matang dalam membuat keputusan mengeluarkan uang, dan sering membuang-buang uang terlalu banyak hanya untuk hangout dan menyewa hunian (Yulistara, 2018). Hal ini disebabkan karena sikap mereka yang belum bijak dalam mengelola uang. Dilansir dari kumparan, menurut Chantel Bonneau yang merupakan *Wealth Management Advisor* bahwa sangat normal bagi milenial dan generasi Z memiliki utang di usia muda yang mereka gunakan untuk belanja bulanan, perbaikan kendaraan, bayar tagihan listrik, air, dan gaya hidup (Tjayadi, 2019).

Faktor selanjutnya adalah pengetahuan keuangan. Pengetahuan keuangan merupakan pemahaman mengenai ekonomi yang berkaitan dengan pemahaman keuangan yang didapatkan melalui pendidikan formal seperti sekolah dan seminar keuangan atau ajaran tambahan mengenai keuangan yang bertujuan untuk menjalankan keterampilan keuangan dan alat keuangan yang digunakan menerapkan manajemen keuangan secara efektif dan efisien demi kesejahteraan hidup (Prihartono dan Asandimitra, 2018). Generasi muda harus memiliki pengetahuan keuangan yang cukup untuk membuat pilihan keuangan terbaik terkait menabung, investasi, dan pengeluaran sehari-hari (Rahayu dan Nurfauziah, 2020). Banyak keputusan keuangan diakibatkan oleh kurangnya pengetahuan

seperti gagal dalam menabung untuk pensiun, membuat pilihan keuangan yang buruk, dan pengelolaan utang yang gagal (Palmer, 2008).

Dalam hal menabung, generasi Z memahami pentingnya menabung tapi hanya sedikit pendapatan yang disisihkan sebagai tabungan (Dion, 2020). Kholilah dan Irmani (2013) menyatakan bahwa walaupun banyak orang yang mungkin memiliki kapasitas yang kuat mengatur pembelian impulsif dan sangat peduli tentang pasca kesejahteraan keuangan, masyarakat mungkin masih kekurangan pengetahuan dan wawasan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang bijaksana. Pengetahuan keuangan juga berdampak pada keputusan seseorang dalam memilih produk keuangan yang digunakan untuk pengelolaan keuangan mereka.



Gambar 1.2 Proporsi Kepemilikan Akun Tiap generasi (Dalam Persen)

Sumber: Indonesia Gen Z and Millennial Report 2020: The Battle Of Our Generation (Ali dan Purwandi, 2020)

Pada gambar 1.2 menjelaskan temuan riset oleh Alvara (Ali dan Purwandi, 2020) yang lain menunjukkan bahwa generasi Z sebanyak 31.5% tidak memiliki produk keuangan dan proporsinya lebih besar daripada generasi sebelumnya, sedangkan yang sudah terhubung dengan produk keuangan yaitu sebesar 68,5% namun masih kecil dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Generasi X muda menurut riset adalah generasi yang paling tinggi persentase kepemilikan produk keuangan, yaitu sebesar 87% dan paling rendah persentase non-kepemilikan

produk keuangan juga lebih rendah daripada generasi lain yaitu sebesar 13%. Kondisi ini terjadi karena generasi Z tarafnya masih merupakan pelajar dan mayoritas belum memiliki potensi penghasilan (Ali dan Purwandi, 2020). Hal ini juga menunjukkan bahwa generasi Z khususnya pelajar diharuskan memiliki ilmu lebih mengenai keuangan agar dapat membuat keputusan dalam memilih produk keuangan. Ditunjukkan dengan survey dari Otoritas Jasa Keuangan dimana OJK memaparkan bahwa indeks literasi keuangan tahun 2019 berada pada tingkat 38,03% yang menunjukkan bahwa pemahaman mengenai penggunaan produk keuangan pada masyarakat masih terbatas (Shandy, 2020).

Faktor selanjutnya adalah *locus of control*. *Locus of control* merupakan cara pandang seseorang pada suatu peristiwa apakah dia dapat atau tidak mengendalikan peristiwa yang terjadi padanya, dan merupakan suatu penggambaran seberapa jauh seseorang memandang hubungan antara perbuatan yang dilakukannya dengan akibat atau hasil yang ditimbulkan (Ida dan Dwinta, 2010). Ketika seseorang dapat mengendalikan dirinya untuk menggunakan uang seperlunya saja atau sesuai kebutuhan, kemungkinan seseorang tersebut juga akan memiliki perilaku manajemen keuangannya dengan baik (Widiawati, 2020). Semakin baik internal *locus of control* yang dimiliki oleh individu, maka semakin baik pula perilaku manajemen keuangan individu (Rizkiawati dan Asandimitra, 2018).

Penelitian dilakukan untuk melihat pengaruh sikap keuangan, pengetahuan keuangan, dan *locus of control* terhadap perilaku manajemen keuangan. Mien dan Thao (2015) menyebutkan bahwa sikap keuangan (*financial attitudes*), pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) dan *locus of control* mempunyai peran penting dan berpengaruh dalam perilaku manajemen keuangan.

Ramadhan dan Asandimitra (2019) meneliti tentang determinan dari Perilaku manajemen keuangan terhadap generasi milenial di kota Surabaya dengan sampel sebanyak 200 orang. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa sikap keuangan, pengetahuan keuangan, dan *secondary agents*, berpengaruh positif pada perilaku manajemen keuangan. Untuk *locus of control*, pengalaman masa kecil konsumen, dan *primary agent* tidak berpengaruh kepada perilaku manajemen keuangan.

Selanjutnya adalah penelitian dari Bapat (2020) yang meneliti perihal fenomena yang mendasari perilaku manajemen keuangan di antara kaum muda di negara berkembang di India. Peneliti mengambil sampel dengan umur antara 13-35 tahun dengan hasil bahwa pengetahuan keuangan tidak berpengaruh langsung kepada perilaku manajemen keuangan, diantaranya ada sikap keuangan yang secara penuh menjadi mediator di antara pengetahuan keuangan dan perilaku manajemen keuangan. *Locus of control* dalam penelitian ini berpengaruh langsung kepada perilaku manajemen keuangan yang bertanggung jawab.

Terakhir adalah penelitian dari Abeyrathna (2020) yang meneliti tentang faktor yang mempengaruhi perilaku manajemen keuangan pada pegawai pemerintah di Sri Lanka. Dari 180 responden, ditemukan bahwa sikap keuangan, dan pengetahuan keuangan memiliki pengaruh secara positif terhadap perilaku manajemen keuangan, sedangkan *locus of control* berpengaruh negatif terhadap perilaku manajemen keuangan.

Pada saat ini, studi literatur pada generasi Z masih terbatas, serta survey dan penelitian pada generasi Z hanya berfokus pada perbandingan dengan generasi sebelumnya dimana survei ini lebih banyak dilakukan pada negara di bagian barat dibanding Asia (Dwidienawati dan Gandasari, 2018). Menurut Dwidienawati dan Gandasari (2018), diperkirakan 20% generasi Z pada tahun 2020 ini sudah memasuki dunia kerja.

Kabupaten Purbalingga merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah dengan pertumbuhan ekonomi sangat baik pada tahun 2019 yaitu sebesar 5.65%, dimana angka itu berada di atas pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah yakni 5.41%, bahkan lebih tinggi 0.63% daripada pertumbuhan ekonomi nasional (Jatengprov.go.id, 2020). Jika dilihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Purbalingga (2020), per Agustus 2019 sebanyak 67,88% penduduk Kabupaten Purbalingga di atas umur 15 tahun merupakan angkatan kerja. Sebanyak 143.288 jiwa diantaranya merupakan penduduk dengan rentang diantara umur 15-24 tahun di tahun 2019, yaitu termasuk dalam kategori generasi Z (BPS Kabupaten Purbalingga, 2020).

Melihat fenomena bahwa generasi Z memiliki sikap, pengetahuan, kontrol diri, serta perilaku yang berbeda dalam mengelola keuangan, oleh karena itu

penulis meneliti tentang perilaku manajemen keuangan dengan menggunakan sikap keuangan, pengetahuan keuangan, dan *locus of control* sebagai variabel yang mempengaruhinya pada generasi Z di Kabupaten Purbalingga sebagai objek penelitian. Dari paparan masalah diatas, maka penelitian ini akan berfokus kepada **“Pengaruh Sikap Keuangan, Pengetahuan Keuangan, dan *Locus of Control* Pada Perilaku Manajemen Keuangan Generasi Z di Kabupaten Purbalingga”**.

1.3 Rumusan Masalah

Perilaku keuangan yang konsumtif masih menjadi topik utama jika berbicara mengenai perilaku keuangan masyarakat Indonesia. Ditambah dengan majunya fasilitas teknologi informasi, kebutuhan sehari-hari yang semua tidak bisa draih kini bisa didapatkan lebih cepat dan mudah berkat internet dan *smartphone*. Generasi Z merupakan generasi yang lahir dan tumbuh dengan teknologi, dan merupakan generasi yang cenderung boros dan memiliki perilaku keuangan yang konsumtif. Perilaku keuangan yang konsumtif ini menimbulkan seseorang tidak bertanggung jawab kepada pengelolaan keuangannya.

Perilaku manajemen keuangan merupakan pengetahuan atau ilmu yang berkaitan dengan perilaku individu dalam mengatur keuangannya. Mien dan Thao (2015) menyebutkan bahwa sikap keuangan (*financial attitudes*), pengetahuan keuangan (*financial knowledges*) dan *locus of control* mempunyai peran penting dalam menjelaskan perilaku manajemen keuangan. Sedangkan beberapa penelitian yang lain menunjukkan bahwa terdapat varian hasil yang beragam. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk meneliti tentang pengaruh sikap keuangan, pengetahuan keuangan, dan *locus of control* pada perilaku manajemen keuangan generasi Z.

Dari rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan yang timbul adalah:

1. Bagaimanakah perilaku manajemen keuangan, sikap keuangan, pengetahuan keuangan, dan *locus of control* generasi Z di Kabupaten Purbalingga?
2. Apakah sikap keuangan berpengaruh berpengaruh perilaku manajemen keuangan generasi Z di Kabupaten Purbalingga?
3. Apakah pengetahuan keuangan berpengaruh pada perilaku manajemen keuangan generasi Z di Kabupaten Purbalingga?

4. Apakah *locus of control* berpengaruh pada perilaku manajemen keuangan generasi Z di Kabupaten Purbalingga?
5. Apakah sikap keuangan, pengetahuan keuangan, dan *locus of control* berpengaruh secara simultan pada perilaku manajemen keuangan generasi Z di Kabupaten Purbalingga?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perilaku manajemen keuangan, sikap keuangan, pengetahuan keuangan, dan *locus of control* generasi Z di Kabupaten Purbalingga.
2. Untuk mengetahui apakah sikap keuangan berpengaruh pada perilaku manajemen keuangan generasi Z di Kabupaten Purbalingga.
3. Untuk mengetahui apakah pengetahuan keuangan berpengaruh pada perilaku manajemen keuangan generasi Z di Kabupaten Purbalingga.
4. Untuk mengetahui apakah *locus of control* berpengaruh pada perilaku manajemen keuangan generasi Z di Kabupaten Purbalingga.
5. Untuk mengetahui apakah sikap keuangan, pengetahuan keuangan, dan *locus of control* berpengaruh secara simultan pada perilaku manajemen keuangan generasi Z di Kabupaten Purbalingga.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

1. Bagi lembaga, penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan pengetahuan tentang perilaku manajemen keuangan generasi Z dan faktor yang mempengaruhinya serta menjadikan referensi bagi ilmu yang berkaitan dengan generasi Z di Kabupaten Purbalingga.
2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi penelitian yang berkaitan dengan perilaku manajemen keuangan generasi Z Purbalingga.

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan bagi pihak yang ingin melihat perilaku manajemen keuangan dengan target generasi Z di Kabupaten Purbalingga.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

1.6.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian adalah di Kabupaten Purbalingga, Jawa tengah dengan objek penelitian adalah masyarakat kabupaten Purbalingga yang termasuk dalam generasi Z (lahir antara tahun 1996 – 2012). Untuk penelitian ini mengambil rentang umur antara 16 – 24 tahun.

1.6.2 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian akan dilakukan pada Oktober 2020 dan berakhir pada Januari 2021.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika tugas akhir akan dibagi menjadi lima bab yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Bab permulaan ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang dari penelitian yang berkaitan dengan fenomena dan juga isu yang terjadi sehingga dapat dihubungkan dengan teori dan layak untuk diteliti, rumusan masalah dari latar belakang, tujuan penelitian, hasil penelitian yang diharapkan, manfaat penelitian yang dilihat dari dua aspek yaitu aspek teoritis dan aspek praktis, ruang lingkup penelitian yang menjelaskan tentang variabel penelitian, lokasi dan objek penelitian, waktu dan periode penelitian, serta sistematika penulisan secara umum.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab kedua menjelaskan tentang teori-teori dan penelitian yang relevan dengan penelitian sebagai dasar dan acuan penelitian, dan juga dijadikan sebagai landasan dan analisis permasalahan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga menjelaskan metode dan teknik yang digunakan dalam penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dan membangun jawaban dari pertanyaan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian yang dikembangkan dan pembahasan dari hasil penelitian dan juga teori yang relevan dari BAB II.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V yang merupakan bab terakhir berisi kesimpulan dari penelitian dan juga saran yang diberikan dari hasil dari penelitian.